

التوعية البيئية عبر مواقع التواصل الاجتماعي
في ظل الحركات الاحتجاجية بالجزائر

- دراسة تحليلية لصفحة جمعية Green Bike على الفيسبوك -

**Environmental awareness through social media
sites under protest movements in Algeria** سلطان

**An analytical study of the green bike association
page on Facebook.**

إيمان بوبصلة^١، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف 2
mi90ma31@gmail.com

نصر الدين غراف، محمد لمين دباغين، سطيف 2
gheraf.nacereddine@gmail.com

تاريخ القبول: 2019/11/07

تاريخ الاستلام: 2019/08/29

ملخص:

تعاني الجزائر -على غرار باقي الدول -من المشاكل البيئية، والتي أصبحت هاجسا يؤرق المجتمعات العالمية؛ لما لها من تبعات على الكون بأسره. وهذا ما استدعى تكثيف الجهود للتعريف بهذه المشاكل، وتسهيل الضوء عليها والعمل جدياً على الحد منها، وهو الدور الوظيفي الذي تضطلع به وسائل الإعلام؛ سواءً التقليدية منها؛ أو الحديثة. وخاصةً مواقع التواصل الاجتماعي؛ التي بات الاستثمار فيها أكثر من ضرورة؛ لما تمتاز به من مميزات تجعلها أكثر الوسائل التي تساهم في التوعية؛ وزيادة الوعي بين الأفراد بالقضايا البيئية. وعليه؛ فإننا نهدف من خلال دراستنا إلى التعرف على كيفية توظيف واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي ونخص بالذكر

* المؤلف المراسل

موقع الفيسبوك في التوعية البيئية، والتحسيس بالمخاطر التي تواجهها البيئة، والعمل على إشراك الأفراد كافة طوعا، وبطريقة مسؤولة وفعالة في اتخاذ القرارات المناسبة التي من شأنها أن تحافظ على هذه البيئة عن طريق أحداث تغييرات حقيقية في سلوكياتهم، في ظل ما تعيشه الجزائر من حركات احتجاجية شعبية تطالب بالتغيير على كافة المستويات السياسية والاقتصادية والاجتماعية... إلخ. وما صاحب هذه الاحتجاجات من وعي وإصرار على التغيير، وغرس السلوكيات الإيجابية بما فيها السلوكيات البيئية من حملات توعوية وتحديات نظافة وتعزيزها، بحيث تصبح عادات اجتماعية.

الكلمات المفتاحية: التوعية البيئية – مواقع التواصل الاجتماعي – الفيسبوك – الحركات الاحتجاجية – الجزائر.

Abstract:

Algeria, like other countries, suffers from environmental problems that have become an increasing pressing concern for the world community owing to their serious implications. This has required intensifying efforts to shed more light on these problems and working more seriously to help reduce their impacts. Traditional and modern media are playing a major role in raising public awareness of environmental issues, and social networking sites, especially, are becoming one of the most effective tools to reach large audiences and spread eco-consciousness.

Therefore, we aim through our study to learn how to recruit and use social media sites, especially Facebook, in environmental education and involve all individuals voluntarily, responsibly and effectively in making decisions that will preserve the environment through making real behavioral changes in the light of the recent popular protest movement in Algeria. This protest movement demanded change at all socio-economical levels and was accompanied by a determination to inculcate positive behaviors, including environmental ones through awareness campaigns and trash challenges.

Keywords: Environmental awareness, social media sites, Facebook, protest movements, Algeria.

مقدمة:

يحتل موضوع البيئة اليوم مكانة جد هامة على المستوى العالمي، وذلك نظرا للتدهور الذي تشهده من استنزاف للموارد الطبيعية، ومشكلة التلوث البيئي التي يعدّ الإنسان المتسبب الأول والرئيسي فيها، مما أدى إلى تهديد حياته وحياة الأجيال اللاحقة، وأيضا حياة باقي الكائنات الحية الأخرى.

وقد تمّ عقد العديد من المؤتمرات والندوات على المستوى المحلي والدولي لطرح هذا المشكل، والتدبير به، وإيجاد حلول كفيلة للحدّ من تداعياته، وذلك بتضمين مفهوم البيئة ضمن عملية التخطيط للتنمية المستدامة، وضمان حقّ الأفراد في التمتع ببيئة طبيعية خالية من مظاهر التلوث البيئي، وذلك بمشاركة العديد من المؤسسات الحكومية، وأيضا غير الحكومية كمؤسسات المجتمع المدني من جمعيات وغيرها. معتمدة في ذلك على كافة وسائل الاتصال والإعلام التقليدية منها؛ أو الحديثة؛ لما لهذه الأخيرة من خصائص تسمح لها بتوجيه الأفراد وتوعيتهم، وترشيد سلوكهم البيئي.

مشكلة الدراسة

لقد أصبحت وسائل الإعلام الجديد - في مقدمتها مواقع التواصل الاجتماعي - المنصة الأولى التي يتمّ اللجوء إليها في التأثير على الجمهور، أين تحوّل هذا الأخير من متلقٍ ومستقبل إلى منتجٍ ومنتجٍ للمادة الإعلامية في آنٍ واحد؛ يؤثّر ويتأثّر، كما أصبحت هذه المواقع المصدر الأول لاستقاء المعلومة من قبل الجماهير، نظرا لسهولة استخدامها من جهة؛ ولانتشارها الواسع ومخاطبتها لجميع الفئات، من جهة أخرى. وأيضا لما تتميز به من خصائص تسمح لها بطرح كافة القضايا على اختلافها وبالتفاعل معها. ومن أبرز القضايا التي تحظى باهتمام المجتمعات اليوم؛ هي قضية التلوث البيئي؛ خاصة مجتمعات العالم الثالث، لما تعانيه من تداعيات نتيجة هذه المعضلة بما فيها المجتمع الجزائري، أين جعلها العديد من الجهات شغلهم الشاغل سواء الأفراد من خلال إنشاء صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك)؛ أو جمعيات أو جهات حكومية تناشد جميعها في إيجاد حلّ لهذه المعضلة، والعمل على تنشئة المجتمع تنشئة بيئية صحيحة تجعله يتمتع بحقوقه من الموارد الطبيعية، وأيضا

حفظ حقوق الأجيال القادمة، وباقي الكائنات الحيّة حتى لا يتمّ الوقوع في كارثة بيئية من شأنها أن تؤدي إلى نتائج جد خطيرة مما هو عليه الحال اليوم. وفي ظلّ ما تعيشه الجزائر اليوم من تطور على الساحة السياسية (الحركات الاحتجاجية)، التي تطالب بالتغيير على مختلف الأصعدة؛ فقد صاحب هذه الحركات مطالب لحماية البيئة، وحملات تحسيسية تدعو إلى النظافة والمحافظة على هذه البيئة. وذلك من خلال طرح مجموعة من التحدّيات من قبل أفراد وهيئات غير حكومية (جمعيات) على مواقع التواصل الاجتماعي، وبالتحديد على موقع الفيسبوك؛ تهدف هذه التحدّيات إلى تفعيل التوعية على سلوك فعليّ من خلال القيام بالنظافة والتخلّص من النفايات.

أهداف الدراسة

بناءً على ما تمّ عرضه حول مشكلة الدراسة؛ فإننا نسعى من خلال دراستنا هذه إلى تحقيق هدف رئيس هو: التعرف على كيفية توظيف واستخدام موقع الفيسبوك من قبل صفحة Green Bike في رفع وعي الجماهير بأبعاد ومخاطر القضايا البيئية، وحثّهم على المشاركة والعمل الجماعي الفعّال تجاه هذه القضايا في ظلّ التغيرات (الحركات الاحتجاجية) التي يعرفها المجتمع في الآونة الأخيرة، وما تمخّض عنها من وعي وسلوكات إيجابية.

وقد تمّ تجرّته هذا الهدف إلى مجموعة من الأهداف الجزئية التي يمكن اختصارها في ما يأتي:

- التعرف على أهمّ المواضيع التي يتمّ تداولها من قبل صفحة Green Bike على موقع الفيسبوك، والتي من شأنها توعية الأفراد وترشيدهم إلى اتّباع أسلوب رشيد في التعامل مع البيئة في فترة الحركات الاحتجاجية.
- الوقوف على أهمّ الاستمالات المستخدمة في مضامين صفحة الجمعية؛ لنشر التوعية البيئية في ظلّ الحركات الاحتجاجية لدى المستخدمين.
- تحديد الجمهور الأكثر استهدافا من مضامين التوعية البيئية عبر صفحة جمعية Green Bike، والتعرف على مدى استجابته وتأثره بهذه المضامين، من خلال مختلف أشكال التفاعلات (الإعجاب، المشاركة، التعليق... الخ).

أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في أنها تبحث في موضوع يحتل مكانة كبيرة، نظرا لخطورته وتداعياته على المجتمع؛ وعلى التنمية المستدامة للدول، تعدّ الجزائر في مقدمتها نظرا للحالة البيئية التي آلت إليها، خاصة الأماكن العمرانية والطبيعية بصفة عامة. وهذا يعود بالدرجة الأولى لغياب الوعي البيئي للأفراد، وهو ما انعكس على سلوكياتهم الفعلية تجاه البيئة. كما أنه يسلب الضوء على التعرف على كيفية استغلال وتوظيف مواقع التواصل الاجتماعي في ظل الحركات الاحتجاجية؛ في ترشيد السلوكيات البيئية من قبل مؤسسات المجتمع المدني (جمعية Green Bike).

تساؤلات الدراسة

للإحاطة أكثر بموضوع الدراسة؛ سنقوم بطرح التساؤل الرئيس الآتي:
كيف تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في نشر التوعية البيئية في ظل الحركات الاحتجاجية بالجزائر؟
وقد تفرع عنه مجموعة من الأسئلة الفرعية؛ تمثلت في:
ما هي مواضيع التوعية البيئية التي تنشرها جمعية Green Bike على الفيسبوك في فترة الحركات الاحتجاجية؟
كيف تمّ طرح مواضيع التوعية البيئية عبر صفحة جمعية Green Bike من حيث الشكل؟
ما هي الاستمالات المستخدمة في مضامين الصفحة الجمعية لنشر التوعية البيئية في ظلّ الحركات الاحتجاجية؟
ما هو الجمهور الأكثر استهدافا من مضامين التوعية البيئية عبر صفحة جمعية Green Bike؟
ما مدى استجابة المستخدمين لمضامين التوعية البيئية التي تنشرها جمعية Green Bike من خلال أشكال التفاعل معها؟

تحديد مفاهيم الدراسة**مواقع التواصل الاجتماعي**

تُعرّف بأنها: "مواقع إلكترونية على الشبكة العنكبوتية تؤسسها وتبرمجها شركات كبرى لجمع المستخدمين والأصدقاء، ولمشاركة الأنشطة والاهتمامات، وللبحث عن تكوين صداقات والبحث عن اهتمامات وأنشطة لدى أشخاص آخرين" (صلاح، 2015، ص246).

كما يُعرفها كل من دانا بويد ونيكول إلسون بأنها "خدمات الويب التي تسمح للأفراد ببناء ملف شخصي عام أو شبه عام في نظام محدد، وبتوضيح قائمة بالمستخدمين الآخرين الذين يشاركون معهم اتصالاً، وتوفّر خدمات لتبادل المعلومات بين مستخدمي ذلك الموقع أو النظام عبر الأنترنت" (Danah ,Ellison,2007,p211).

البيئة

حسب موقع ويكيبيديا فالبيئة تُفهم على أنها: "مجموعة من المكونات الطبيعية لكوكب الأرض، مثل الهواء والماء والغلاف الجوي والصخور والنباتات والحيوانات وجميع الظواهر والتفاعلات التي تحدث. أي أنها كل ما يحيط بالإنسان وأنشطته" (<https://bit.ly/1zeqkv6>).

كما تُعرّف البيئة بمفهومها الضيق بأنها: "تشمل على المحيط الحيوي بما يحتويه من موارد؛ سواء فيزيائية أو بيولوجية. أمّا في مفهومها الواسع؛ فتعرّف على أنها تتضمن كل الجوانب الفيزيائية والاجتماعية والاقتصادية. أي أنها تشمل على كل العوامل التي تؤثر على حياة الأفراد والمجتمعات. وبالتالي تؤثر على شكلها النهائي والعلاقات الموجودة بها، وكذلك استمرارها" (غزلان، 2000، ص28).

التوعية البيئية

تُعرّف التوعية البيئية بأنها: "عملية نقل الفرد إلى حالة الوعي البيئي؛ من خلال توضيح المفاهيم والحقائق والقضايا والمشكلات البيئية، وآثارها على حياة الإنسان بهدف تحفيزه وتحقيق الدافعية لديه، وصولاً للسلوكيات والأفعال البيئية الإيجابية. ومن هنا؛ فالتوعية البيئية هي عملية إثارة وتنمية وعي الأفراد تجاه قضايا البيئة، بهدف جعل الفرد يغيّر من السلوكيات التي يقوم بها، والتي تكون ضارة بالبيئة، واستبدالها بسلوكيات أخرى مفيدة للبيئة" (بوسالم، 2011، ص 61).

وأيضاً؛ تمّ تعريف التوعية البيئية بأنها: "عبارة عن برامج أو نشاطات التي توجّه للناس عامة أو لشريحة معينة، بهدف توضيح وتعريف مفهوم بيئي معين، أو مشكلة بيئية لخلق اهتمام وشعور بالمسؤولية، وبالتالي تغيير اتجاههم ونظرتهم، وإشراكهم في إيجاد الحلول المناسبة لمشكلة البيئة." (حافظ، 2017، ص 71).

الفيسبوك

يُعرّف الفيسبوك بأنه: "شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجاوب كبير من الناس، خصوصاً من الشباب في جميع أنحاء العالم، وهي لا تتعدى حدود مدونة شخصية في بداية نشأتها في عام 2004، في جامعة هارفرد في الولايات المتحدة الأمريكية، من قبل طالب يدعى مارك زوكربيرج، فتخطت شهرتها حدود الجامعة، وانتشرت في مدارس الولايات المتحدة الأمريكية المختلفة، وظلت مقتصرة على أعداد من الزوار، حتى عام 2007، حيث حقق القائمون على الموقع إمكانات جديدة لهذه الشبكة؛ ومنها إتاحة فرصة للمطوّرين ممّا زادت هذه الخاصية من شهرة موقع الفيسبوك، بحيث تجاوز حدود الولايات المتحدة الأمريكية إلى كافة دول العالم، وتجاوز عدد المسجلين في هذه

الشبكة في 2010 النصف مليار شخص. يزورها باستمرار ويتبادلون فيما بينهم الملفات والصور ومقاطع الفيديو، ويعلقون على ما ينشر في صفحاتهم من آراء وأفكار وموضوعات متنوعة وجديدة. يضاف إلى ذلك: المشاركة الفعالة، وغالبا ما تكون في المحادثات والدردشات." (الشاعر، 2015، ص 63).

وقد بلغ عدد مستخدمي الفيسبوك شهريا 1.4 بليون مستخدم حسب احصائيات 2018، وهذا ما يعادل نصف عدد السكان المستخدمين للإنترنت بشكل عام عبر العالم (Globeck,2015,p64).

الحركات الاحتجاجية

تُعرف الحركات الاحتجاجية بأنها: "الجهود المنظمة التي تبذلها مجموعة من المواطنين، كممثلين عن قاعدة شعبية تفتقد إلى التمثيل الرسمي، بهدف تغيير الأوضاع أو السياسات أو الهياكل القائمة؛ لتكون أكثر اقترابا من القيم التي تؤمن بها الحركة، قد تكون هذه الحركات محلية أو إقليمية أو عالمية." (الشويكي وآخرون، 2011، ص 30)

كما تعتبر الحركة الاحتجاجية - حسب الشيماء عبد السلام إبراهيم - صورة من صور الحركة الاجتماعية الجديدة، وهناك عدد من الركائز التي يستند إليها مفهوم الحركات الاحتجاجية وهي:

- خلل في بناء القيم الثقافية والأوضاع الاجتماعية والنظام السياسي.
- توفّر الوعي بعدم الرضا على الأوضاع القائمة.
- توفّر الحد الأدنى من القدرة على إحداث التغيير الاجتماعي في الواقع وحدوث مجموعة من الأفعال المتصلة والمستمرة لجماعة معينة من الناس.
- توفّر حدّ أدنى من التنظيم لتعبئة جهد الحركة إلى نشاط ملموس لتحقيق الأهداف المنشودة.
- إيمان الأعضاء بأن الانتماء للحركة يحقق لهم الاستقرار النفسي، والمكانة الاجتماعية المفقودة. (إبراهيم، 2013، ص160).

منهج وأدوات الدراسة

اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي التحليلي، والذي يعدّ من أساليب التحليل المرتكز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدّد، من خلال فترة أو فترات زمنية معلومة، وذلك من أجل الحصول على نتائج عمليّة تمّ تفسيرها بطريقة موضوعية، وبما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة. (مبيضين، 1999، ص 46).

ويعد المنهج الوصفي التحليلي الأنسب لدراستنا هذه، حيث أنّه سيمكننا من وصف العلاقة بين متغيرات الدراسة والكشف عن أبعاد هذه العلاقة وذلك من خلال تشخيص الظاهرة محلّ الدراسة كما هي في الواقع، بوصفها وصفاً دقيقاً وشاملاً، ممّا يسمح بفهمها حالياً والتنبؤ بتطورها مستقبلاً. خاصة وأنّ ظاهرة التوعية البيئية عبر مواقع التواصل الاجتماعي تعدّ من الظواهر الجديدة التي تستدعي الدراسة والوصف والتحليل.

أما بالنسبة للأدوات؛ فقد اعتمدنا على أداة تحليل المضمون التي تعتبر من أكثر الأدوات البحثية المستخدمة لفهم موضوع وطبيعة الرسائل الإعلامية للصحف والإذاعة والتلفزيون، ووسائل الاتصال التكنولوجية الحديثة. رغبة منّا في الوقوف عند المحتوى الذي تتضمنه عيّنة الدراسة (مضامين صفحة جمعية Green Bike على الفيسبوك) والكشف عن مدى أهمية المواضيع المطروحة فيها، التي تعنى بالتوعية البيئية، والتي من شأنها أن توجه الأفراد وترشدتهم إلى اتباع أسلوب رشيد في التعامل مع البيئة، وذلك باستغلال فترة الاحتجاجات في الجزائر، وما واكبها من رغبة في التغيير في كافة المجالات؛ بما فيها المجال البيئي. ولقد استخدمنا في تحليل مضمون الصفحة وحدة الفكرة، كما اخترنا فئات التحليل حسب موضوع دراستنا.

وقد صنّفت فئات التحليل - حسب بيرسون - إلى نوعين رئيسيين يندرج تحت كل منهما عدد من الفئات التفصيلية، ودور النوع الأول من الفئات الرئيسية حول مضمون مادة الأتصال، أو المعاني التي تنقلها وتسمى بفئات محتوى أو مضمون الاتصال، ويدور النوع الثاني من الفئات الرئيسية حول

الشكل الذي قدم فيه هذا المضمون، وانتقلت من خلال معانيه، ويسمى بفئات شكل الاتصال. (طعيمة، 1987، ص 64).

وعلى هذا الأساس؛ اعتمدنا فئات مناسبة لطبيعة موضوع الدراسة كما يلي:

فئات الشكل:

- فئة شكل المنشورات الخاصة بمواضيع التوعية البيئية التي تعرضها صفحة الجمعية: حيث يمكن أن تكون شكل كتابة، أو كتابة مرفقة بصورة، أو مقطع فيديو، كتابة مرفقة بفيديو، رسومات، رسومات مرفقة بكتابة.
- فئة اللغة المستخدمة: طبيعة اللغة المستخدمة في المنشورات (العربية، الأجنبية).

فئات المضمون:

- فئة أنواع المواضيع: وتهدف هذه الفئة إلى التعرف على أهم المواضيع البيئية التي يتم نشرها وتشمل: المشاكل البيئية، تقديم معلومات بيئية، حملات توعية وتحديات نظافة، نماذج عن نشاطات بيئية على المستوى المحلي والعالمي، تقارير وأخبار إعلامية عن نشاطات الجمعية، مواضيع أخرى.
- فئة أشكال التفاعل مع المنشور: وتتمثل في تفاعلات الجمهور مع المواضيع المنشورة ويشمل ذلك عدد ردود أفعال على المنشورات، التعليقات على المنشورات، عدد المشاركة للمنشورات.
- فئة الجمهور المستهدف: وتتمثل في الجماهير المستهدفة من المنشورات جمهور عام، جمهور خاص.
- فئة الاستمالات المستخدمة: وتشمل استمالات عقلية، استمالات عاطفية.
- ويعدّ مجتمع البحث جميع المفردات التي يدرسها الباحث؛ سواء كانت جمهوراً أو مواد إعلامية، وهذا ما يفرض ضرورة التعرف على ما يحتويه

مجتمع البحث من مفردات. إلى جانب التعرف على تكوينه الداخلي تعرفنا دقيقا، لأن ذلك يعدّ أساس نجاح اختيار العينة فيما بعد. (بن مرسللي، 2005، ص 172) وعليه؛ فقد تمثّل مجتمع البحث في هذه الدراسة؛ في كافة مضامين صفحة جمعية Green Bike على الفيسبوك.

وقد قمنا باختيار عينة قصدية من هذه المضامين، إذ تعرفنا العينة القصدية بأنها: " تلك التي يختار الباحث مفرداتها عمدا وعن قصد؛ اعتقادا منه بأنها تمثل مجتمع دراسته." (الحزيران، 2004، ص 90)، كما تعدّ العينة القصدية نوعا من العينات غير الاحتمالية، والتي يقوم فيها الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكّمية؛ تبعا لما يراه من سمات تتوفر في هذه المفردات والتي تخدم أهداف البحث. (بن مرسللي، 2005، ص 686).

ومن خلال ملاحظتنا وتبعنا مدة معتبرة لهذه الصفحة؛ وجدنا أنّها أكثر نشاطا وتفاعلا بصفة منتظمة بالقضايا البيئية، وقد استغلت فترة الحركة الاحتجاجية لنشر مضامين هدفها التعريف أكثر بأفكارها حول التوعية البيئية، والتشجيع على انتهاج السلوك الرشيد في التعامل مع البيئة، وهو ما من شأنه أن يعطي نتائج أكثر دقة وخدمة لأهداف البحث، وعليه؛ فقد اخترنا -قصدا - عينة الدراسة مضامين فترة ثلاث أشهر (من مارس إلى غاية جوان) وذلك لأنها الفترة التي بدأت صفحة الجمعية في وضع مضامين بيئية ذات علاقة بالحركة الاحتجاجية بالجزائر، وهو ما من شأنه أن يساعد في الإجابة عن مشكلة الدراسة، إضافة إلى أنّها الفترة التي أجريت فيها الدراسة التحليلية من قبلنا.

الدراسات السابقة

- دراسة بعنوان: الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي (دراسة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك أنموذجا) للباحثة كيجل فتيحة 2011.
- وقد تمثلت إشكالية الدراسة في التساؤل الذي قامت بطرحه الباحثة وهو كالتالي:
- كيف يؤدي استخدام موقع الفاسبوك كأحدى تطبيقات الإعلام الجديد إلى نشر الوعي البيئي لدى جمهور المستخدمين الجزائريين؟
- لتصل بذلك إلى مجموعة من النتائج نلخص أهمها فيما يلي:
- تعدّ مواقع التواصل الاجتماعي أكثر المواقع استخداما من قبل المبحوثين، تليها المواقع العامة ثم مواقع الدردشة، والمواقع المتخصصة، وأخيرا كل من المنتديات والمدونات.
- تقدر نسبة المبحوثين الذين تستهويهم المواضيع البيئية عبر الفيسبوك بـ 55.19%.
- يساهم 44.39% من المبحوثين في نشر مواضيع بيئية.
- تعدّ الصور أكثر أنواع مساهمات المبحوثين فيما يخص البيئة، تليها التعليقات ثم المقالات والأخبار بنسب أقل، وأخيرا الفيديوهات كنوع آخر من المساهمة.
- يرى 74.19% من المبحوثين بأن موقع الفيسبوك يساهم في نشر الوعي البيئي.
- تعدّ أكثر الإشباعات الاجتماعية المحققة للمبحوثين في المجال البيئي هي التعرف على أشخاص لهم اهتمامات بيئية بنسبة 61.21%، ثم المساهمة في الحملات البيئية التطوعية التي يتم إطلاقها عبر الموقع بنسبة 38.70%.
- دراسة بعنوان: آثار وسائل التواصل الاجتماعي على سلوك حماية البيئة لدى الجمهور للباحثين Roshandel Arbatani T, Labafi S, Robati M. 2014.
- وقد انطلقت الدراسة من إشكالية تم طرحها في التساؤل التالي:

- ما مدى فعالية وسائل التواصل الاجتماعي في خلق وتطوير موقف الحماية البيئية لدى الجمهور؟
- وأهم ما توصلت إليه الدراسة؛ ما يلي:
- المعلومات المقدمة في وسائل التواصل الاجتماعي؛ غيرت موقف الجمهور نحو ضرورة حماية البيئة.
- عبر الجمهور عبر وسائل التواصل الاجتماعي عن تعاطفهم الشديد عن الضرر الذي لحق بالبيئة.
- الجماهير على استعداد لاتخاذ تدابير لحماية البيئة.
- أصبحت الجماهير أكثر مسؤولية من حيث السلوك البيئي، وهذا يظهر في بعض الممارسات الإيجابية.
- دراسة بعنوان: الإعلام البيئي الإلكتروني عبر موقع الفيسبوك، ودوره في تحقيق التنمية المستدامة للباحثة مهري شفيقة 2016.
- وقد انطلقت الباحثة من إشكالية طرحتها في شكل التساؤل التالي:
- كيف يسهم الإعلام البيئي الإلكتروني في نشر ثقافة التنمية المستدامة عبر موقع الفيسبوك؟
- وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:
- تنامي الاهتمام بموضوع البيئة من قبل الناشطين البيئيين عبر موقع الفيسبوك، حيث يعتبر وسيلة هامة للناشطين البيئيين، غير أن هذا الاهتمام لا يزال ضئيلاً.
- الإعلام البيئي عبر موقع الفيسبوك كوسيلة لتحقيق التنمية؛ لا يزال يفتقد للكادر الإعلامي المتخصص والمتمرس والمؤهل في الإعلام البيئي. من خلال بناء استراتيجية اتصالية بيئية قادرة على الاستهداف الجيد للمستخدمين.
- يمارس نسبة كبيرة من الناشطين البيئيين أنشطة إعلامية بيئية تفاعلية؛ تهدف إلى رفع مستوى الوعي البيئي العام لدى مستخدمي موقع الفيسبوك.

- ويمكن القول بأنّ: الدراسات السابقة جميعها قد تقاطعت -إلى حد كبير -وموضوع دراستنا، وبذلك فقد تمّ الاستفادة من هذه الدراسات في الجانب التحليلي للدراسة وبالتحديد في النتائج والتوصيات.

موقع الفيسبوك والتوعية البيئية في ظلّ الاحتجاجات الجزائرية

بناءً على الخصائص التي يتمتع بها موقع الفيسبوك في مجال التوعية؛ فقد تمّ استغلال هذا الموقع من قبل مختلف المستخدمين بالجزائر؛ أفرادا وهيئات (جمعيات) في توعية الأفراد بالبيئة، وحثّهم على انتهاج سلوكيات رشيدة.

وفي ظلّ ما تعرفه الجزائر في الفترة الأخيرة من حركات احتجاجية عُرفت باسم الحراك؛ اندلعت في 22 شباط/فبراير 2019 في عديد المدن الجزائرية للمطالبة بعدم ترشّح الرئيس عبد العزيز بوتفليقة لفترة رئاسية خامسة (الاحتجاجات الجزائرية 2019)؛ فقد زامن ذلك مجموعة من النشاطات التي يسهر على تنفيذها أفراد وجمعيات تدعو إلى القيام بعمليات تنظيف على مستوى العديد من الولايات، وذلك في كل يوم جمعة، أين تتمّ حملات للتنظيف التطوعية الواسعة؛ بمشاركة عديد الأفراد من مختلف الأعمار والفئات، حيث أن هذه الممارسات والأفعال التي تكمن في تنظيف الشوارع وصبغ الأرصفة التي كانت يتواجد فيها المتظاهرون، ولاسيما بعد انتهاء من المسيرات السلمية. - بتصرف - (حكيمة. ق، 2019).

التعريف بجمعية Green Bike (velo clubannaba)

جمعية الدراجة الخضراء: هي جمعية رياضية تنشط في حماية البيئة تقع بـ حي الخروبة فيلا رقم 58 مدينة عنابة تحمل شعار "الرياضة في خدمة البيئة".



عرض و تحليل بيانات الدراسة التحليلية

الجدول رقم 1: يمثل توزيع شكل المنشورات الخاصة بمواضيع التوعية

البيئية على صفحة جمعية Green bike على الفيسبوك.

النسبة %	التكرار	شكل المنشورات الخاصة بمواضيع التوعية البيئية
00	00	كتابة
74	146	كتابة وصورة معا
08	16	فيديو
15	31	كتابة وفيديو معا
01	03	رسم
02	04	كتابة ورسم معا
100	196	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين.

يتضح من الجدول رقم (1) والمتعلق بشكل المنشورات الخاصة بمواضيع التوعية البيئية، بأن إرفاق الكتابة مع الصورة كانت أكثر الأشكال المميّزة لصفحة جمعية Green Bike على الفيسبوك، وذلك بنسبة 74٪. يليها إرفاق الكتابة مع الفيديو؛ وذلك بنسبة 15٪.

ويمكن أن يعود ذلك إلى خاصية دمج الوسائط (multimédias) التي تمتاز بها مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة، والتي من شأنها أن تزيد من إمكانية التأثير على المستخدمين وإقناعهم بالأهداف التي تمّ رسمها مسبقا، وقد تنوّعت الصور المدرجة بين صور حقيقية لمختلف نشاطات الجمعية، وكذلك حملات التوعية والنظافة التي تقوم بها تزامنا مع الحركة الاحتجاجية (التطريف نهاية المظاهرات)، إضافة إلى مواضيع أخرى متنوعة. أما الفيديوهات؛ ففي مجملها فيديوهات بثّ مباشر، وأمّا الرسومات فتعلقت في مجملها بلوغو الجمعية.

الجدول رقم 2: يمثل توزيع طبيعة اللغة المستخدمة في المنشورات

النسبة٪	التكرار	طبيعة اللغة المستخدمة في المنشورات
93	180	العربية
07	13	الأجنبية
100	193	المجموع

المصدر: من اعداد الباحثين

يتضح من الجدول رقم (2)؛ والمتعلق بتوزيع طبيعة اللغة المستخدمة في منشورات الجمعية على الفيسبوك بأنه تم استخدام اللغة العربية في جلّ منشورات الجمعية وذلك بنسبة 93٪، وقد يرجع ذلك إلى طبيعة اللغة التي يعتمدها الجمهور الموجّه إليه هذه المنشورات (الجمهور الجزائري) وهي اللغة العربية، مع استعمال بعض العبارات باللهجة العامية باستعمال الكتابة العربية،

إضافة إلى أن عملية الإقناع تعتمد - بشكل كبير - على طبيعة اللغة التي يجب أن تكون مفهومة من قبل الجمهور المستهدف لضمان نجاح الأهداف.

الجدول رقم 3: يوضح توزيع مواضيع التوعية البيئية على صفحة الجمعية

النسبة%	التكرار	مواضيع التوعية البيئية
06	12	المشاكل البيئية
02	04	تقديم معلومات بيئية
40	77	حملات توعية وتحديات نظافة
22	44	نماذج عن نشاطات بيئية على المستوى المحلي والعالمي
18	35	تقارير وأخبار إعلامية عن نشاطات الجمعية
12	24	مواضيع أخرى
100	196	المجموع

المصدر: من اعداد الباحثين

يُتضح من الجدول رقم (1) لتوزيع المواضيع ؛ بأنّ مواضيع حملات التوعية وتحديات النظافة أكثر المواضيع تكرارا على صفحة الفيسبوك الرسمية للجمعية بنسبة 40%. تليها نماذج عن نشاطات بيئية على المستوى المحلي والعالمي بنسبة 22%، ثم تقارير وأخبار إعلامية عن نشاطات الجمعية بنسبة 18%، تليها مواضيع أخرى (متنوعة)، المشاكل البيئية، وتقديم معلومات بيئية في المراتب الأخيرة على التوالي.

وهذا ما يقودنا إلى القول بأن جمعية Green Bike تستخدم صفحتها الرسمية على الفيسبوك كمنبر إعلامي (إعلام بديل) لأجل نشر التوعية البيئية، وذلك من خلال التركيز على التعريف بحملاتها التوعوية التي تقوم بها على مدار السنة، وكذلك أنشطة النظافة التي عادة ما تكون في شكل تحديات؛ على سبيل المثال الحملات والتحديات التي زامنت الحركة الاحتجاجية بالجزائر منذ 22 فيفيري، حيث عبّرت عنها الجمعية في شكل

هاشتج(#):# تحب بلادك؛ نظف بلادك، # الشعب الحرّ هو من يصنع الحرية ولا يطلبها، # وحدة الشعب، # حراك البسمة والأمل. إضافة إلى ذلك تقديم نماذج عن نشاطات بيئية على المستوى المحلي والعالمي لغرس روح المسؤولية في الجماهير مثال على ذلك: الحملة التيلاندية "زرع الأشجار بجمع النواة"، حملة تبسكية "حملة نظافة وتبجيرة" الخاصة بجمعية أمل غيزن جرية بتونس، حملة "طالب نظيف في جامعة نظيفة" التي تزامنت مع عيد الطالب 19 ماي على مستوى العديد من الجامعات الجزائرية.

الجدول رقم 4: يمثل توزيع أشكال تفاعل الجمهور المستخدم مع منشورات

الجمعية

النسبة%	التكرار	أشكال تفاعل الجمهور المستخدم
32	189	ردود أفعال
35	194	تعليقات
33	191	مشاركة
100	574	المجموع

المصدر: من اعداد الباحثين

من خلال الجدول رقم (4)؛ والذي يمثل أشكال تفاعل الجمهور المستخدم مع منشورات الجمعية على صفحة الفيسبوك، يتضح لنا بأن التعليق على المنشورات كان أكثر أشكال التفاعل؛ وذلك بنسبة 35٪، تليها مشاركة المنشورات بنسبة 33٪، ثم ردود الأفعال بكافة أشكالها (j'aime, j'adore, haha, woh, triste, grr) على التوالي بنسبة 32٪.

ويمكن القول من خلال ملاحظتنا لصفحة الجمعية؛ بأن أغلب متبعيها يتفاعلون مع منشوراتها بشكل كبير، خاصة في ظل الحركة الاحتجاجية، وهذا يعكس اهتمامهم بالمواضيع المطروحة حول البيئة والتوعية بها في خضم الوعي الذي عرفه المجتمع، تزامنا مع هذه الحركة خاصة ما تعلق بالجانب

التوعية البيئية عبر مواقع التواصل الاجتماعي إيمان بوبصلتة ونصر الدين غراف

البيئي من جهة؛ وأيضا بطريقة طرح هذه المواضيع واعتماد دمج الوسائط من صور وفيديوهات، وأيضا استعمال عبارات تحفيزية من جهة أخرى.

الجدول رقم 5: يمثل توزيع الجمهور المستهدف من منشورات الجمعية على

صفحة الفيسبوك

النسبة%	التكرار	الجمهور المستهدف
93	184	جمهور عام
07	12	جمهور خاص
100	196	المجموع

المصدر: من اعداد الباحثين

من خلال الجدول رقم(5)؛ والذي يمثل الجمهور المستهدف من منشورات الجمعية على صفحة الفيسبوك؛ يتضح لنا بأن المنشورات استهدفت أكثر الجمهور العام، وذلك بنسبة 93%، ثم الجمهور الخاص (فئات معينة) بنسبة 07%. ومنه؛ يمكن أن نفسر ذلك بأن الجمعية توجهت بمنشوراتها لكافة أفراد المجتمع بمختلف فئاته، وذلك لرفع روح المسؤولية لديهم حول البيئة وحال تدهورها تزامنا مع الوعي السياسي والاجتماعي الذي تعرفه البلاد، كما أن الجمعية قد خصصت منشورات معينة لجمهور خاص سواء تعلق الأمر بالنساء أو الأطفال أو فئة الطلبة أو فئة ذوي الاحتياجات الخاصة المنخرطين في الجمعية أو المتطوعين لمشاركتهم الواسعة في حملات التوعية والنظافة التي تقوم بها في الفترة الأخيرة (فترة الحركة الاحتجاجية).

الجدول رقم 6: يمثل توزيع الاستمالات المستخدمة في منشورات الجمعية

النسبة%	التكرار	الاستمالات المستخدمة في منشورات الجمعية
32	41	استمالات عقلية
68	89	استمالات عاطفية
100	130	المجموع

المصدر: من اعداد الباحثين

من خلال الجدول أعلاه رقم (6) والذي يمثل الاستمالات المستخدمة في منشورات الجمعية، يتّضح لنا أنّ الاستمالات العاطفية هي أكثر الاستمالات استخداما للتأثير على الجمهور المستخدم وذلك بنسبة 68٪، بينما الاستمالات العقلية تم استخدامها بنسبة 32٪، وقد تنوّعت الاستمالات العاطفية في منشورات الجمعية بين استعمال الصور والفيديوهات وأيضا العبارات، حيث أنّ جلّ المنشورات عبارة عن صور أو فيديوهات تصاحبها عبارات وشعارات تتسم بطابع العاطفة، ورفع روح المسؤولية والتحفيز. وخاصة في إطار التزامن مع الحركة الاحتجاجية، حيث استغلت الجمعية منشوراتها باستعمال عبارات تُعبر عن الحالة الراهنة التي تمرّ بها البلاد وأيضا مستمدة من بعض الشعارات التي تُرفع في المظاهرات. ومثال عن ذلك نجد: من أجلك عشنا يا وطني، في السلم حماة مياديننا، 15 دقيقة سوف تجعلك مواطنا صالحا ومفخرة لنا جميعا، نموت كي يحيا الوطن يحيا لمن؟، نحن الوطن إن لم يكن بنا كريما آمنا، ولم يكن محترما ولم يكن حرا نظيفا فلا عشنا ولا عاش الوطن، دائما واقفين من أجلك يا جزائر مارناش حابسين، من أجل غد أنظف وأجمل، لازم نترباو قاع... الخ. أمّا بالنسبة للاستمالات العقلية: فتمّ الاعتماد على إعطاء نماذج عن حملات عالمية للنظافة، وأيضا تقديم معلومات عن المشاكل البيئية، إضافة إلى الاستشهاد بالنصّ الديني على سبيل المثال: إمامة الأذى عن الطريق شعبة من شعب الايمان.

خاتمة:

إنّ موقع الفيسبوك كأحد أهم مواقع التواصل الاجتماعي من حيث الانتشار والاستخدام، وأيضا لما يوفّره من خصائص ومميّزات سمحت للعديد من المؤسسات بما فيها مؤسسات المجتمع المدني كالجمعيات طرح موضوع البيئة والتوعية البيئية؛ لتغيير سلوكيات الأفراد تجاه بيئتهم، واحترام ثروات أوطانهم والمحافظة عليها.

وقد تمّ استخدامه من قبل العديد من الجمعيات بالجزائر على غرار الجمعية عينة الدراسة باتخاذها منبرا لتجسيد مفهوم الإعلام البيئي الإلكتروني؛ الذي يهدف إلى تحقيق الوعي البيئي من خلال الإحاطة بجلّ المعلومات البيئية والتعريف بمختلف الأنشطة والحملات التي تساهم في القضاء على المشاكل البيئية، وقد استغلت الجمعيات البيئية المرحلة الأخيرة التي تعرفها الجزائر من احتجاجات (شعبية) وتغييرات على الساحة السياسية؛ وما صاحبها من وعي لتكثيف حملاتها التوعوية، ورفع روح المسؤولية من أجل القضاء على المشاكل البيئية.

وبعد عرض البيانات المتحصل عليها وتحليلها، تمكّننا من استخلاص جملة من النتائج يمكن إيجاز أهمّها فيما يلي:

- يعدّ موقع الفيسبوك من بين أهمّ وأشهر مواقع التواصل الاجتماعي التي يمكن الاعتماد عليها، وتوظيفها في نشر التوعية البيئية، نظرا لكثرة مستخدميه. وهذا ما تؤكّده الباحثة كيحل فتيحة في دراستها "الإعلام الجديد وتشكيل الوعي البيئي" بأنّ موقع الفيسبوك يحتلّ الرتبة الأولى من حيث الاستخدام لدى المبحوثين، يليه موقع اليوتيوب في الرتبة الثانية، ثم موقع تويتر، وأخيرا؛ كلّ من ماي سبايس وفليكر، وحسب 74.19٪ من المبحوثين أكّدوا بأنّ موقع الفيسبوك يساهم في نشر الوعي البيئي.
- تعدّ مواضيع حملات التوعية والنظافة من أهمّ المواضيع التي تنشرها جمعية Green Bike على صفحتها على موقع الفيسبوك، وذلك في شكل تحديات. كما تُركّز الجمعية أيضا على تقديم أمثلة حيّة عن أفكار مجسدة لحملات عالمية ودولية، وكذلك حملات محلية متزامنة مع فترة الحركة الاحتجاجية.
- يوظف القائمون على صفحة جمعية Green Bike على موقع الفيسبوك خاصية دمج الوسائط المتعدّدة، حيث تم طرح مواضيع التوعية البيئية في شكل صور وكتابة وفيديوهات (بثذ مباشر).

- يستخدم القارئون على صفحة جمعية Green Bike على الفيسبوك كل من الاستمالات العقلية والعاطفية في تقديم المضامين لنشر التوعية البيئية؛ في ظل الأحداث التي تعيشها البلاد في الفترة الأخيرة (الحركة الاحتجاجية).
 - يستهدف القارئون على صفحة جمعية Green Bike على الفيسبوك من خلال منشوراتهم كافة أفراد المجتمع بمختلف فئاته، كما تستهدف منشورات الجمعية أيضا؛ جماهير معينة كالنساء والأطفال والطلبة، وأعضاء الجمعية. إضافة إلى بعض الشخصيات ذات التأثير الاجتماعي (رياضيين وفنانين تشكيليين).
 - تتنوع أشكال تفاعل مستخدمي صفحة جمعية Green Bike مع مواضيع التوعية البيئية، بين ردود أفعال وتعليقات تتراوح بين السلب والإيجاب، بناء على ما يتم نشره من مشاكل بيئية وسلوكات إيجابية؛ مصاحبة للاحتجاجات (حملات التنظيف والتوعية، القيام بالتنظيف بعد التظاهر) إضافة إلى مشاركة المنشورات.
- ولقد توصلنا في الأخير إلى جملة من التوصيات والمقترحات العملية التي قد تساهم بشكل أو بآخر في تعزيز دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية البيئية. ويمكن إيجازها فيما يلي:
- ضرورة تكثيف حملات التوعية البيئية كأهم وأول خطوة، وإشراك كافة مؤسسات المجتمع من أسرة ومسجد ومؤسسات حكومية، ومؤسسات مجتمع مدني ووسائل الإعلام.
 - العمل على تكامل الجهود بين وسائل الإعلام التقليدية والحديثة؛ في الوصول إلى أكبر عدد من الجمهور وضمان روح المسؤولية تجاه البيئة والمحافظة عليها.
 - ضرورة دمج مواقع التواصل الاجتماعي ضمن نشاطات المؤسسات الحكومية ومؤسسات المجتمع المدني، التي تعمل على نشر التوعية البيئية.

- ضرورة استغلال مؤسسات المجتمع المدني والمؤسسات الحكومية ذات الاختصاص (المجال البيئي) للحركة الاحتجاجية بالجزائر، وما تمخّض عنها من ارتفاع لمستوى الوعي في تكثيف الحملات التوعوية والقيام بأنشطة نظافة، باستخدام الميديا الجديدة لما تتوفر عليه من خصائص كفيلة بالوصول إلى أكبر عدد من المهتمين في ظرف وجيز، وبأقل التكاليف.
- ضرورة تقديم الجمعيات لنشاطاتها على وسائل الإعلام وعلى مواقع التواصل الاجتماعي بصفة دورية ومنتظمة، وباتباع استراتيجية اتصالية مبنية على أسس علمية من شأنها جعل موضوع التوعية البيئية من أهم المواضيع التي يتم الاهتمام بها، باعتبارها أحد أهم المجالات التي تساهم في الوصول إلى تحقيق التنمية المستدامة. وهذا ما يتماشى والنتيجة التي توصلت إليها الباحثة مهري شفيقة في دراستها بأنّ الاعلام البيئي عبر موقع الفيسبوك كوسيلة لتحقيق التنمية؛ لايزال يفتقد للكادر الإعلامي المتخصص والمتمرس والمؤهل في الإعلام البيئي. من خلال بناء استراتيجية اتصالية بيئية قادرة على الاستهداف الجيد للمستخدمين.

قائمة المراجع

- الاحتجاجات الجزائرية، <https://bit.ly/1qW9P4d>، تاريخ التصفح 30 4، 2019.
- بن ابراهيم الشاعر عبد الرحمان. (2015). مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الانساني، عمان، دار صفاء للنشر.
- بن مرسللي أحمد. (2005) مناهج البحث في علوم الاعلام والاتصال، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية.
- بوسالم زينة. (2011). المعالجة الاعلامية لمشكلات البيئة في الصحافة الجزائرية. قسنطينة: جامعة منتوري.
- الحزيران محمد عبد العزيز. (2004). البحوث الاعلامية: أسسها، أساليبها، مجالاتها، الرياض مكتبة الملك فهد للنشر.
- الشويكي عمرو وآخرون. (2011). الحركات الاحتجاجية في الوطن العربي (مصر - المغرب - لبنان - البحرين) ، لبنان، مركز دراسات الوحدة العربية.
- طعيمة رشدي (1987). تحليل المحتوى في العلوم الانسانية مفهومه أسسه استخداماته، دار الفكر العربي.

- عبد ربه محمد عبد الكريم علي ، غزلان عزت محمد ابراهيم. (2000). اقتصاديات الموارد والبيئة، الاسكندرية، دار المعرفة الجامعية.
- عبد السلام إبراهيم الشيماء. (2013). سوسيولوجيا الحركات الاحتجاجية. مجلة الديمقراطية ع52. ص 160.
- عبيدات محمد، أبو نصار محمد، مبيضين عقلة. (1999). منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، عمان، دار وائل للنشر.
- علي حافظ كرم. (2017). الاعلام وقضايا البيئة، الجنادرية للنشر والتوزيع.
- ق حكيمه. حملات تطوعية شبانية واسعة عقب المسيرات السلمية -ثورة النظافة -. <https://bit.ly/3486Jhv>، تاريخ التصفح 30. 4. 2019.
- كيجل فتيحة. (2011). الاعلام الجديد ونشر الوعي البيئي -دراسة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك نموذجا -، باتنة، جامعة الحاج لخضر.
- مهري شفيقة. (2016). الاعلام البيئي الالكتروني عبر موقع الفيسبوك ودوره في تحقيق التنمية المستدامة. مجلة العلوم الاجتماعية جامعة سطيف ع2. ص 201 -212.
- Boyd Danah ,Nicole Ellison(2007). Social Network Sites- Definition,History, and Scholarship, Journal of Computer-Mediated Communication, Issue 13, University of Indiana, p211.
- Jennifer Globeck(2015) Intorduction to Social Media Investigation -A Hands-on Approach ,USA, ,Elsevier Inc.
- L'environnement, <https://bit.ly/1zeqkv6>, consulté le 05/10/2019.
- Roshandel Arbatani T, Labafi S,Robati M.(2014). Effects of Social Media on the Environmental Protection Behaviour of the Public (Case Study: Protecting Zayandeh-Rood River Environment), journal of environment research. faculty of managment.university of Tehran,issue(2), p239- 243.