مجلة الدراسات القانونية المقارنة
EISSN:2600-6154 المجلد 07/ العـــدد01 (2021)، ص.ص. 891-914 ISSN:2478-0022

دور الإعلام الإلكتروني في نشر الوعي البيئي وتحقيق التنمية المستدامة – موقع فيسبوك أنموذجا–

The Role of Electronic Media in Spreading Environmental Awareness and Achieving Sustainable Development –Facebook as a model-

وردة خلاف

Ouarda KHELLAF

أستاذة محاضرة قسم أ، جامعة محمد لمين دباغين سطيف 2

Lecturer Class A, University Mohamed Lamine Debaghine Setif 2
khallaf_ouarda@yahoo.fr

إلهام خرشي

Ylhem KHARCHI

أستاذة محاضرة قسم أ، جامعة جامعة محمد لمين دباغين سطيف 2

Lecturer Class A, University Mohamed Lamine Debaghine Setif 2
kharchi_droit@yahoo.fr

تاريخ إرسال المقال: 2020/12/03 تاريخ القبول:2021/02/17 تاريخ النشر:2021/06/28

ملخص:

أمام محدودية دور الإعلام البيئي الكلاسيكي في بلورة ونشر الوعي البيئي وبالتالي تحقيق التنمية المستدامة، كان لا بد من تدعيمه بإعلام جديد يقوم على القبول لدى المستخدمين وعلى التفاعلية وسرعة الانتشار وغير ذلك، وهي الخصائص التي تُميّز مواقع التواصل الاجتماعي لا سيما موقع الفايسبوك الذي بلغ عدد مستخدميه النشطين 2.6 مليار مستخدم كل شهر خلال الثلاثي الأول من سنة 2020، لذلك تسعى هذه الدراسة إلى البحث عن كيفية مساهمة موقع الفايسبوك كأحد تطبيقات الإعلام الإلكتروني في تحقيق التنمية المستدامة من خلال بلورة ونشر الوعي البيئي.

وقد تم التوصل إلى أن الموقع محل الدراسة أكثر المواقع الاجتماعية انتشارا وأسهلها استعمالا، وهو بذلك نوع من الإعلام البيئي الإلكتروني الهام والفعال للتوعية بقضايا البيئة، وأنه يحظى بقبول المستخدمين إذ تستعمله كل فئات المجتمع لا سيما فئة الجامعيين، وأن مستخدميه يفضلون الاطلاع على المواضيع البيئية، إلا أن غموض مضمونها ضعّف من تفاعلهم، لذلك وجب السعي لمحاولة استغلاله بما يخدم بلورة وترقية ونشر الوعي البيئي ومن ثمة تحقيق التنمية المستدامة.

كلمات مفتاحية:

الفايسبوك، التنمية المستدامة، الوعي البيئي، الإعلام البيئي الإلكتروني.

المؤلف المرسل: خلاف وردة Email: khallaf_ouarda@yahoo.fr

Abstract:

Making and spreading environmental awareness; and by extension achieving sustainable development, it has become necessary to develop a new kind of media based, among others, on user acceptance, interactivity and speed; these characteristics distinguish social networking sites, especially Facebook that counted 2.6 billion active users each month during the first trimester of 2020.Based on the aforementioned grounds, this study aims to shed light on how Facebook, as an electronic media application, contributes to achieve sustainable development through the making and the spreading of environmental awareness.

It has been concluded that the site under study is the most widespread social site, and as such is a type of important and effective electronic environmental media to raise awareness of environmental issues, and that its users prefer to learn about environmental issues, but the ambiguity of its content weakens their interaction, so it is necessary to try to exploit it in a way that serves the promotion of Spreading environmental awareness and thus achieving sustainable development.

Keywords:

Facebook; sustainable development; environmental awareness; Environmental Electronic Media.

مقدمة:

يشكل الإعلام الإلكتروني أحد إفرازات تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة، والتي تتم انطلاقا من شبكة الأنترنت وتشمل المواقع الإلكترونية المتخصصة والمدونات وغيرها، ومن ضمن الإعلام الإلكتروني ما يُسمى بالإعلام الاجتماعي أو شبكات التواصل الاجتماعي، والتي كانت بداية لأغراض لا تكاد تتجاوز التواصل والدردشة، لكنها تطورت مع الزمن وأصبحت تُستخدم لأغراض أكثر وعيا نظرا لانتشارها وسهولة استخدامها واستقطابها للجمهور الواسع. ومن بين هذه الأغراض؛ المشكلات البيئية التي أصبحت من المواضيع المطروحة عبر الوسائط الإعلامية الاجتماعية ومنها موقع الفايسبوك، ونظرا لأهمية البيئة ازدهرت مواقع الإعلام البيئي، التي تنشط لتنمية الوعي البيئي، ونشر المعلومات للمهتمين، هذا من جهة، ومن جهة أخرى يُنتظر من الإعلام البيئي أن يلعب دورا كبيرا في حماية البيئة، لكونه أحد أهم أجنحة التوعية البيئية في المجتمعات المعاصرة، وأهم وسيلة لتحقيق التنمية المستدامة المبنية على التناغم بين البيئة وسلامتها والتنمية الاجتماعية والصحية وغير ذلك، ومع ذلك ظل هذا الدور محدودا في الجزائر، فالإعلام البيئي الكلاسيكي لا يولي أهمية للقضايا البيئية إلا في استثناءات، تتعلق بالكوارث والزلازل والانفجارات وغيرها، ولا تتمّ المعالجة إلا بطريقة سطحية تفتقر للشرح والتفسير والتعمق، بل إن الإعلاميين ينفرون من هذا التخصص بسبب جِدَّتِه وتعقده وارتباطه بعديد المجالات الأخرى كالطب وعلوم الأرض والأحياء والرياح والفيزياء والكيمياء وغير ذلك، ولأن المشكلة البيئية لا تشكل سبقا إلا إذا تعلقت بكارثة بيئية أو بأضرار فادحة ناتجة عن التلوث.

لذلك وأمام ثبوت محدودية دور الإعلام البيئي الكلاسيكي في بلورة ونشر الوعي البيئي وتحقيق التنمية المستدامة، فإن هذه الدراسة تهدف إلى:

– الوقوف على مدى قدرة الإعلام البيئي الإلكتروني عبر موقع الفايسبوك على تحقيق التنمية المستدامة من خلال نشر الوعي البيئي.

– توضيح أساليب ومتطلبات بلورة ونشر الوعي البيئي.

– البحث عن خصائص موقع الفايسبوك التي تُلائِم متطلبات بلورة ونشر الوعي البيئي.

– محاولة التوجيه العقلاني لقدرات موقع الفايسبوك نحو خدمة قضايا البيئة والتنمية.

إن الاهتمام بموقع الفايسبوك ودراسة خصائصه وقدراته، واستغلاله في الأدوار التحسيسية والتنموية، قصد توعية الإنسان وترشيد سلوكه والارتقاء به إلى مستوى المسؤولية للمحافظة التلقائية على البيئة، والعمل على تنمية قدراته، من خلال العمل على تهيئة المناخ الملائم لتقبل فكرة تغيير عاداته وسلوكاته البيئية التقليدية التي غالبا ما تكون ملوثة للبيئة ومتلفة لمواردها، يستلزم طرح الاشكالية التالية:

كيف يُساهم موقع الفايسبوك كأحد تطبيقات الإعلام الإلكتروني في تحقيق التنمية المستدامة من خلال بلورة ونشر الوعي البيئي؟

الإجابة على هذه الإشكالية تستلزم تطبيق المنهج الوصفي الضروري لعرض مفاهيم التنمية المستدامة والاعلام البيئي والالكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي وغير ذلك، والمنهج التحليلي الضروري لتحليل الخصائص المميزة لموقع الفايسبوك والمتلائمة مع متطلبات بلورة ونشر الوعي البيئي، إضافة إلى تحليل أساليب الاستغلال والتوجيه العقلاني لقدرات هذا الموقع نحو خدمة قضايا البيئة والتنمية.

وقد تـمّ تقسيم الموضوع إلى محورين، نتناول في المحور الأول الإطار المفاهيمي للإعلام البيئي الإلكتروني الفايسبوكي والتنمية المستدامة، ونتطرق في الثاني إلى فعالية الفايسبوك في بلورة ونشر الوعي البيئي وتحقيق التنمية المستدامة.

المحور الأول: الإطار المفاهيمي للإعلام البيئي الإلكتروني الفايسبوكي والتنمية المستدامة

يُسهم الإعلام بطريقة فعالة في تحقيق التنمية المستدامة، لكونه وسيلة لشرح وتوضيح أبعاد وأهداف وتحديات التنمية المستدامة، وبتنوع المواضيع يتنوع الإعلام من: الإعلام الثقافي والسياسي والرياضي والبيئي وغير ذلك، ويتخذ عدة أشكال على غرار الإعلام الكلاسيكي (التلفزة والإذاعة والجرائد...الخ)، والإعلام الجديد أو الإلكتروني ولا سيّما موقع الفايسبوك الذي يستحوذ – في الوقت الحالي– على اهتمام الأفراد على اختلاف أعمارهم وجنسهم وانتماءاتهم.

أولا: ماهية الإعلام البيئي الإلكتروني الفايسبوكي

لتحديد ماهية الإعلام البيئي الإلكتروني الفايسبوكي يقتضي التطرق بداية إلى تحديد مفهوم الإعلام البيئي (1)، ثم مفهوم الإعلام البيئي الإلكتروني (2)، وأخيرا مفهوم الفايسبوك (3).

1–مفهوم الإعلام البيئي

برز موضوع الإعلام البيئي كنتيجة طبيعية لضغوطات اجتماعية واقتصادية وسياسية على البيئة ومكوناتها، وكذا بسبب انتشار الكوارث والتلوث البيئي والتغيرات المناخية والاحتباس الحراري واتساع ثقب الأوزون وغير ذلك، ومنذ مطلع سبعينيّات القرن الماضي ظهرت الحاجة الملحة لبلورة الوعي البيئي من أجل التحرك نحو خدمة البيئة وقضاياها، والحفاظ على حقوق ومصالح الأجيال القادمة، من خلال الاطلاع على أخبار البيئة والوقوف على مدى تأثير المشاكل والكوارث البيئية المتنامية على الأرض وموجوداتها وعلى سلامة النظام البيئي[1]، ومحاولة معالجتها من الخبراء والمختصين بوضع الحلول الملائمة لكل قضية على حدة.

أ–تعريف الإعلام البيئي

يُعرَّف الإعلام البيئي على أنّه عملية إنشاء ونشر الحقائق العلمية المتعلقة بالبيئة من خلال وسائل الإعلام بهدف ايجاد درجة من الوعي البيئي وصولا إلى التنمية المستدامة، كما أنه مرتبط باستخدام كافة وسائل الإعلام المكتوبة والمرئية والمسموعة لإيصال المعلومات والحقائق المتعلقة بقضايا البيئة إلى أفراد المجتمع، كما يُعرّف أيضا على أنه الإعلام الذي يهدف إلى تشكيل الوعي البيئي لدى الجماهير وزيادة اهتمامهم بقضايا البيئة وإتاحة الفرصة لهم لاكتساب المعلومات والخبرات المختلفة، التي تدعم لديهم القيم والمعارف والاتجاهات البيئية الايجابية، بما يضمن سلوكيات ايجابية محتملة يمكن توقعها مستقبلا حيال قضايا البيئة، انطلاقا من القاعدة العريضة من الجماهير التي نجح الإعلام في تحويلها من جموع سلبية إلى فئات مهمة إزاء مجتمعها وقضاياه لا سيما البيئية منها[2].

يتضح من خلال التعاريف السابقة بأن الوعي البيئي ينشأ نتيجة لنشر الحقائق العلمية المتعلقة بالبيئة، ولزيادة الاهتمام بقضاياها، ولاكتساب المعلومات والخبرات المختلفة، وبأنه لا ينشأ تلقائيا بل تسهم في تكوينه مؤسسات معينة على غرار الإعلام، إلا أن الإعلام البيئي ليس المسؤول الوحيد عن تكوين هذا الوعي، فللتربية البيئية التي يتلقاها الفرد في الأسرة والمدرسة والجامعة والمسجد ودور الثقافة وفي كل مؤسسات المجتمع المدني دور أساسي في ذلك، وللثقافة البيئية التي تُعبّر عن المعرفة التي يكتسبها الفرد، من خلال تفاعله مع بيئته ومن تراكم المعارف والتجارب في هذا المجال ومن تَدرُّبُه على حل مشاكلها ووقايتها دور مهم أيضا، كما تُسهم الملتقيات والتظاهرات والدورات التي تنظمها الهيئات الحكومية بنصيب وافر في اكساب الأفراد الخبرة والدراية الضرورية لمشاكل البيئة، لذلك فإن الوعي البيئي هو نتاج عوامل موضوعية ومؤسساتية مختلفة.

ب– أهداف الإعلام البيئي

يهدف الإعلام البيئي إلى إيقاظ ضمير المجتمع على مرّ الأجيال المتعاقبة بل والعالم أجمع، بقرع ناقوس الخطر من أجل الحفاظ على البيئة، وإقامة التوازن بينها وبين التنمية وصولا إلى التنمية المستدامة، وقد ذكرت آخر التقارير بأن ذوبان الغطاء الجليدي لكوكب الأرض نتيجة لتغير المناخ العالمي، وارتفاع درجة حرارة الأرض بأكثر مما كان متوقعا، سيسمح بتدفق مياه الجليد داخل البحار والمحيطات متسببة في ارتفاع منسوب مياه البحر، وهو الأمر الذي يُهدد أمن وسلامة دول بأكملها، وسيُجبر آلاف العائلات على مغادرة منازلها، وربما سيرغمها على الهجرة البيئية، كما يُتوقع أن تتسبب

هذه الظواهر البيئية في اختفاء أنواع مختلفة من النباتات والحيوانات، لذلك فقد تجاوز الحق في الإعلام البيئي اليوم البيئة ليُلامس مسائل الديمقراطية والتشاركية التي تعتبر شروطا أساسية للتنمية المستدامة والحوكمة الجديدة التي تقتضيها[3]، وبناء على ما سبق يهدف الإعلام البيئي إلى[4]:

1) الأهداف العامة

- توعية المواطنين والجماعات بالمشكلات البيئية المؤدية إلى الإخلال بالتوازن البيئي وتشخيصها، وتحديد وسائل الوقاية منها وصولا إلى الممارسات الذاتية وتداولها تلقائيا لحفظ البيئة ووقايتها.
- إشعار السلطات والهيئات الوطنية من أصحاب القرار بأهمية المعضلة البيئية بهدف العمل على سن التشريعات الخاصة بحماية البيئة وإقرار التوازن بين التنمية والبيئة.
- تحريك الرأي العام بشأن القضايا البيئية وتوعية المواطنين حول القضايا المحلية وتبيان مدى أهمية مشاركتهم فيها.
- معالجة القضايا المهمة في المجتمع وتقديمها بشكل مبسط وشامل يناسب شرائح المجتمع ومتغيراته.
- تهيئة الفكر لمناقشة القضايا البيئية وجعل المواطنين عناصر بناء في المجتمع.
- إعداد المواطنين أفرادا وجماعات لتقبل فكرة تغيير السلوك التقليدي وتعديله إذا كان مدمرا للبيئة ومواردها، ورفع وعيّه بأهمية تغيير هذا السلوك.

وهذه الأهداف تتطلب تعبئة وسائل الإعلام بشكل وظيفي بعيدا عن التصنع الإعلامي بغية التأثير في مشاعر الناس واتجاهاتهم، ومساعدتهم على فهم الطابع المعقد للبيئة الطبيعية في تداخلها مع البيئة الصناعية، والذي يُعبّر عن تفاعل الإنسان مع المكونات الحيوية (البيولوجية) والاجتماعية والثقافية والاقتصادية للبيئة، ولأن البيئة لم توجد لتبقى عذراء وقد خُلق الإنسان ليعمّر الأرض بالمحافظة على التوازن الطبيعي.

2) الأهداف الخاصة

تتمثل الأهداف الخاصة للإعلام البيئي في توفير المعلومات الصادقة والواضحة للقراء، وتشمل هذه المعلومات[5]:

- معلومات عامة يحتاجها الجمهور العام حول البيئة.
- معلومات عملية وفنية تقدم للمختصين والمسؤولين وأصحاب القرار.
- المعلومات العلمية التربوية التي تقدم إلى التربويين، ومن أنواعها:
  - معلومات علمية بيئية تتعلق بالطبيعة والوسط الجغرافي.
  - معلومات تشريعية تشمل القوانين الناظمة للتعامل مع البيئة.
  - معلومات إدارية تتعلق بالمؤسسات والمنظمات المسؤولة جزئيا أو كليا عن قضايا البيئة.
  - معلومات عن التجارب ومحاولات حل مشاكل البيئة، في مستويات مختلفة محلية إقليمية عربية عالمية.

لذلك يمكن القول بأن الإعلام البيئي القوي يملك توجيه الجماهير من أجل تشكيل قوى ضاغطة لحث أصحاب القرار على انتهاج سياسة إنمائية متوازنة تحترم البيئة وتحافظ على مواردها الطبيعية، ويشمل هذا التوجه العلماء والمفكرين والمثقفين وحثهم على وضع قدراتهم الإبداعية للحفاظ على الطبيعة[6]، والحد من تلوث البيئة على مر الزمن. وقد ساعدت النقلة النوعية الكبيرة في سرعة تدفق وتناول المعلومات المتعلقة بالبيئة والتنمية على زيادة الوعي البيئي بمشكلات البيئة. كما أبدت الأجهزة الإعلامية المختلفة اهتماما بالغا بها، نتيجة لمشكلات التلوث والكوارث البيئية الشائعة، على غرار تحطم ناقلة النفط أموكوكاديس في 17 مارس 1978، وحادث "ثري مايل آيلاند" في هاريسبورغ بولاية بنسلفانيا، وتسرب بئر النفط في خليج المكسيك، وكارثة تشيرنوبل 1986 شمال أكرانيا، هذه الكوارث التي تستمر في تهديد البشرية بشكل لافت في الوقت الراهن، فقد شهدت سنة 2020 لوحدها العديد منها، من ذلك تسونامي اليابان في 12 فيفري 2020، وزلزال أزمير التركية بقوة 6.6 درجات الذي تسبب في حدوث تسونامي ضرب تركيا الغربية بتاريخ 30 أكتوبر 2020.

2– مفهوم الإعلام البيئي الإلكتروني

إن إضافة الوسيط الإلكتروني للإعلام البيئي يجعل منه إعلاما بيئيا إلكترونيا، لذلك نوضح مفهوم الإعلام الإلكتروني (أ)، ثم نتطرق لمفهوم الإعلام البيئي الإلكتروني (ب).

أ– الإعلام الإلكتروني

يُعرَّف بأنه مصطلح يضم كافة تقنيات الاتصال والمعلومات الرقمية، التي جعلت من الممكن انتاج ونشر واستهلاك وتبادل المعلومات من خلال الأجهزة الإلكترونية، أو هو الإعلام الذي يتم عبر الطرق الإلكترونية وعلى رأسها الأنترنت. يحظى هذا النوع من الإعلام بحصة متنامية في المجال الإعلامي، وذلك نتيجة لسهولة الوصول إليه وسرعة إنتاجه وتطويره وتحديثه، كما يتمتع بمساحة أكبر من الحرية الفكرية، فإذا كان معروفا أن نشأة أي وسيلة إعلامية جديدة لا تلغ ما سبقها من وسائل، فالمذياع لم يلغ الصحيفة والتلفاز لم يلغ المذياع، فإن كل طرق الإعلام المستحدثة تخصم الكثير من جمهور الطرق التقليدية، وتغيِّر أنماط استخدامه وفقا لإمكانيات الوسيلة الجديدة[7].

فاليوم لم يعد الشباب يهتم لا بالتلفاز ولا بالمذياع ولا بالصحف، بل أن كبار السن لا يهتمون بهذه الوسائل إلا قليلا، فكل ما يبحثون عنه يجدونه في أجهزة حديثة متنوعة الأحجام والتقنيات توفر لهم ميزات الخصوصية والسرعة، وتعرض عليهم الأخبار المستعجلة والمهمة لحظة وقوعها.

ب– الإعلام البيئي الإلكتروني

هو نوع جديد من الإعلام البيئي يتفق مع المفهوم القديم في المفهوم والمبادئ العامة والأهداف، ويختلف عنه من حيث اعتماده على وسيط اتصالي جديد هو الأنترنت، يسمح بإيصال المضمون البيئي إلى الجمهور المستهدف عبر الشبكة بأشكال متمايزة ومؤثرة بطريقة أكبر وبأسلوب مقنع، نظرا لتوافر سمة التفاعلية التي غالبا ما تكون غائبة في نموذج الاتصال البيئي التقليدي الذي يكون في اتجاه واحد. فالأنترنت كقناة للإعلام الجديد تُتيح تقديم المضامين والرسائل

الاتصالية البيئية بطريقة الكترونية رقمية عبر شبكة المعلومات الدولية، دون اللجوء إلى محطات البث أو المطابع وبطرق تجمع بين النص والصورة والصوت، وتكسر في نفس الوقت الحاجز بين المرسل والمتلقي، بحيث يمكن للمتلقي أن يرد الفعل مباشرة، ويمكن أن يتفاعل مع الرسائل والمضامين البيئية التي يستقبلها إما مع إدارة الموقع أو مع متلقين آخرين، يجمعهم الاهتمام البيئي، بحيث تنحصر هذه العملية الالكترونية البيئية في استخدام الأنترنت تحديدا[8].

بناء على ما سبق يمكن التمييز بين الإعلام البيئي التقليدي والإلكتروني كما يلي:

3) إن مصادر المعلومات البيئية محتكرة في وسائل الاتصال التقليدية على غرار التلفزة والإذاعة والصحف وغير ذلك، بينما تكون هذه المصادر حرة ومتاحة ويمكن الولوج إليها من أي مكان وفي أي وقت ومن طرف جميع الأشخاص، وقد تشكل بحد ذاتها مصدرا للمعلومة بالنسبة للوسائط التقليدية.

4) إن الفاعلين الأساسيين في الإعلام البيئي التقليدي هم هيئات رسمية، على غرار وزارة البيئة والمديريات المختصة في المجال البيئي ووزارات مختلفة كوزارة الصناعة والثقافة والسكن، والهيئات البيئية المستقلة وغيرهم، وبالإضافة إليهم ينشط فاعلين آخرين في مجال الإعلام البيئي الإلكتروني على غرار الأفراد بمختلف شرائحهم ومستوياتهم وانتماءاتهم ومنظمات المجتمع المدني والجمعيات البيئية والباحثين والمختصين في الشأن البيئي وغيرهم.

5) إن الإطار الجغرافي للإعلام البيئي التقليدي محدود غالبا بالحدود الجغرافية للدولة، بينما يخاطب الإعلام البيئي الإلكتروني كل سكان المعمورة، وهو ما من شأنه أن يسهم في تنمية الوعي والاحساس بأهمية حماية كوكب الأرض والمحافظة على توازنه.

3– مفهوم الفايسبوك

يشكل الفايسبوك القسم الأساسي ضمن مواقع التواصل الاجتماعي، لذلك يجدر بنا توضيح مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي ثم مفهوم موقع الفايسبوك.

أ– مواقع التواصل الاجتماعي

لقد تطورت الحياة الاجتماعية بفعل التكنولوجيا الحديثة، فحل محل الاتصال وجها إلى وجه الاتصال الوسيطي، الذي تغلغل في كل مناحي الحياة، فأصبح الشخص مزدوج الشخصية، فهو الفرد الطبيعيّ في الواقع الطبيعي، والافتراضي في الواقع الافتراضي، الذي يُتيحه الاتصال عبر الشبكة أو عبر مواقع التواصل الاجتماعي، التي تُعرّف بأنها منظومة من الشبكات الإلكترونية تسمح للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات[9]، وهي بذلك تُشير إلى حالة من التنوع في الأشكال والتكنولوجيا والخصائص التي حملتها الوسائل المستحدثة عن التقليدية، لا سيما فيما يتعلق بإعلاء حالات الفردية والتخصيص، وهما خاصيتان تأتيان نتيجة لميزة رئيسية هي التفاعلية، فإذا كان الإعلام الجماهيري والإعلام واسع النطاق هو سمة القرن العشرين، فإن الإعلام الشخصي والفردي هو سمة القرن الجديد. وهو الإعلام الذي أحدث انقلابا في النموذج الاتصالي الموروث، حيث يسمح للفرد العادي بإيصال رسالته بطريقة واسعة الاتجاهات، وليس من أعلى إلى أسفل وفق النموذج

الاتصالي التقليدي، فضلا عن تبني هذه المواقع لتطبيقات الواقع الافتراضي وتحقيقها لميزات الفردية والتخصيص وتجاوز مفهوم الدولة الوطنية والحدود الدولية.

وبناء على ما سبق يمكن تقسيم مواقع التواصل الاجتماعي إلى[10]:

6) شبكة الأنترنت Online وتطبيقاتها: مثل الفيسبوك، التويتر، اليوتيوب، مواقع الدردشة، البريد الإلكتروني...الخ.

7) تطبيقات قائمة على الأدوات المحمولة المختلفة كأجهزة الهاتف الذكية.

8) أنواع قائمة على منصة الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون "مواقع التواصل الاجتماعي للقنوات والإذاعات والبرامج" التي أضيفت لها ميزات مثل التفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب.

ب– موقع الفايسبوك

هو من أشهر مواقع الترابط الشبكي الاجتماعي، وهو موقع يشترك فيه عدد كبير من المستخدمين من كل أنحاء العالم، عبر إنشاء حسابات خاصة بهم باستخدام البريد الالكتروني تمكنهم من التواصل المباشر ببعضهم ومشاركة الاهتمامات والفعاليات.

وقد خرج الفايسبوك إلى الوجود في سنة 2004 على يد طالب أمريكي من جامعة هارفورد وهو مارك زوكربيرج، ويعني الفايسبوك باللغة العربية "كتاب الوجوه"، وكان يهدف من وراء إنشائه في ذلك الوقت إلى التواصل بين الطلبة بعد التخرج، ليصبح اليوم بعد أن كان أداة اجتماعية ترفيهية وسيلة للتغيير السياسي[11] ولرفع الوعي البيئي ومن خلاله تحقيق التنمية المستدامة، فقد أصبح الفايسبوك يخصم جزءا معتبرا من وقت المستخدم، يقدر بساعة أو ساعتين كأدنى حد إلى ست ساعات كمعدل يومي، يتشارك من خلاله مع غيره في نشر الصور ومتابعة آخر الفيديوهات والأخبار العاجلة والدردشة والتعليقات والتعارف على الأصدقاء، لا سيما وأن الهواتف الذكية سهلت كثيرا الدخول إلى الفايسبوك، وجعلته متاحا لجميع فئات المجتمع وفي أي مكان وزمان. لذلك من المنطقي أن يبحث الخبراء والمختصون على السبل والطرق العلمية الكفيلة باستغلاله بما يتيح توجيه سلوك مستخدمي هذا الموقع للاهتمام بقضايا المجتمع الأساسية على غرار القضايا البيئية.

ثانيا: مفهوم التنمية المستدامة

تعددت تعاريف التنمية المستدامة لذلك سنقتصر على أشهرها (1)، ثم نتطرق إلى شروطها القانونية (2)، وهي الشروط التي فرض المشرع على الإدارات البيئية والمستثمرين والأفراد اتباعها حماية للبيئة من جهة وتحقيقا للتنمية المستدامة من جهة أخرى.

1– تعريف التنمية المستدامة

تم ابتكار مصطلح التنمية المستدامة كمحاولة للتوفيق بين وجهات النظر المختلفة بين الدول المصنِعة والدول النامية، حول الأهمية التي يجب أن تعطى للاعتبارات البيئية ضمن السياسات الاقتصادية، بعد تزايد وتعقد المشاكل البيئية

نتيجة للنشاط الصناعي والتنموي القائم ولمدة طويلة على قيم ومعتقدات مفادها أن الموارد موجودة في الطبيعة بصورة لا متناهية، الأمر الذي شجع على استغلالها بل استنزافها وهدرها، وفي هذا الإطار قدمت اللجنة العالمية للبيئة والتنمية برونـد تلاند ضمن تقريرها (مستقبلنا المشترك) الذي اعتمدته الجمعية العامة للأمم المتحدة سنة 1991[12]، تعريفا للتنمية المستدامة بأنها: "التنمية التي تلبي الاحتياجات الحالية الراهنة دون المساومة بقدرة الأجيال المقبلة في تلبية حاجاتهم"[13].

يمكن تقديم ملاحظتين بخصوص هذا التعريف:

تتعلق الأولى بالعمومية التي يتصف بها تعريف التنمية المستدامة، والتي شجعت كل الحكومات تقريبا على تبنيها، لكن بسياسات تعكس التزامات مختلفة اتجاه الاستدامة، والتي يمكن أن تعني أشياء مختلفة بل ومتناقضة حيال قضايا بيئية، وجوهرية كالتغيّر المناخي والتدهور البيئي، لذلك بات انجاز التنمية المستدامة يتطلب أمرا من اثنين، إما تقليص حجم طلب المجتمع على موارد الأرض، وإما زيادة حجم الموارد تقليصا للفجوة بين العرض والطلب، فكيف يمكن التوحيد التدريجي للمطلوب من الموارد والمعروض منها؟

وتتعلق الثانية بالخصائص التي نستشفها من هذا التعريف، حيث إنّ للتنمية المستدامة على الأقل ثلاثة خصائص، تتمثل الأولى في أنها ظاهرة عبر جيلية، أي أنها عملية تحويل من جيل إلى جيل، وهو ما يتطلب فترة زمنية تمتد من 25 إلى 50 سنة، وتتمثل الثانية في مستوى القياس، فالتنمية المستدامة تحدث في مستويات متفاوتة عالمية وإقليمية ومحلية، ومع ذلك فما يعتبر مستداما على المستوى المحلي، قد لا يكون كذلك على المستوى العالمي، وما يثبت هذا التناقض الجغرافي عمليات تحويل النتائج السلبية من بلد أو من منطقة معينة إلى بلدان أو مناطق أخرى (تحويل النفايات إلى بلدان العالم الثالث، استغلال الغاز الصخرى في عين صالح ورفض البرلمان الفرنسي القيام بتلك العملية على الأراضي الفرنسية)، أما الخاصية الثالثة فتتمثل في تعدد مجالات التنمية المستدامة وهي على الأقل المجال الاقتصادي والاجتماعي والبيئي[14].

2– الشروط القانونية للتنمية المستدامة

يعلم الجميع أن تقليص الطلب ممكن وزيادة موارد الأرض أمر صعب بل قد يكون مستحيلا، لذلك وضع القانون عدة شروط لتعزيز التنمية المستدامة، لكن السؤال المطروح يتعلق بمدى انعكاس هذه الشروط القانونية على الواقع، وهو ما سنتناوله فيما يلي.

أ– تقييم مدى التأثير البيئي

تقييم التأثير البيئي هو نظام يسمح بتقدير النتائج المتوقعة لبعض المشاريع، ومن ثمّة فهو وسيلة فعالة لتفادي بعض الآثار السلبية في إطار الإمكانيات التكنولوجية المتوفرة والشروط الاقتصادية المعقولة، وقد ميّز المشرع الجزائري بموجب المادة 15 من القانون رقم 03-10 بين دراسة التأثير وموجز التأثير، وحدّد المشاريع التي تخضع لأحدهما مسبقا وحسب الحالة، وهي مشاريع التنمية والهياكل والمنشآت الثابتة والمصانع والأعمال الفنية الأخرى، وكل الأعمال وبرامج

البناء والتهيئة، التي تؤثر بصفة مباشرة أو غير مباشرة فورا أو لاحقا على البيئة، لا سيما على الأنواع والموارد والأوساط والفضاءات الطبيعية والتوازنات الإيكولوجية وكذلك على إطار ونوعية المعيشة[15].

يتعلق الأمر بدراسات تقوم بها مكاتب الدراسات بطلب من المستثمر صاحب المشروع، بعد موافقة الوالي المختص وفتح التحقيق العمومي وتعين المحافظ المحقق حول الجدوى البيئية للمشروع، حيث يبيّن المكتب المختار الآثار السلبية التي يمكن أن تترتب عن استغلال المشروع والبدائل المقترحة، وهذا تطبيقا لنصوص المواد 15 و16 من القانون رقم 03-10 السالف الذكر، والمواد 3 و6 من المرسوم التنفيذي رقم 07-145 المتعلق بتحديد مجال تطبيق ومحتوى وكيفيات المصادقة على دراسة وموجز التأثير على البيئة، المعدل والمتمم بموجب المرسوم التنفيذي 18-255 المؤرخ في 9 أكتوبر 2018[16].

يتبيّن مما سبق بأن دراسات التأثير البيئي تتعلق بحماية البيئة وتعزيز التنمية المستدامة، لأن الرخصة لا تمنح للمستثمر من طرف الوالي أو وزير البيئة حسب طبيعة المشروع، إلا بصدور تقرير ايجابي عن مكتب الدراسات وعن المحافظ المحقق المعيّن من طرف الوالي لهذا الغرض، الذي يؤكد بأن المشروع لن يضر بالبيئة، وبالتالي فإنه يحافظ على موارد الطبيعة للأجيال القادمة. هذا من الناحية القانونية النظرية لكن من الناحية الواقعية تظهر دراسات التأثير البيئي ناقصة وغير دقيقة خاصة بعد مرور وقت طويل عليها، وأنها مجرد وثيقة بسيطة تملأ بمجموعة من المعلومات للحصول على الترخيص، وهذا هو الواقع المعيش في الكثير من الدول، إضافة إلى أن إعطاء صلاحية إجراء الدراسات لمكاتب الدراسات تجعل من المستثمر خصما وحكما في نفس الوقت، فلا نتصور أن يقوم بدراسة لا تخدم مصالحه ولو على حساب البيئة[17].

ب– فعالية مشاركة المواطنين في حماية البيئة

التنمية المستدامة ميثاق يُقر بمشاركة جميع الجهات ذات العلاقة في اتخاذ قرارات جماعية من خلال الحوار، خصوصا في مجال التخطيط ووضع السياسات وتنفيذها، فالتنمية المستدامة تبدأ في المستوى المحلي، ويتطلب تحقيقها بشكل فاعل توفير شكل مناسب من أشكال اللامركزية، والتي تُمكِّن الهيئات الرسمية والشعبية كالمواطنين والجمعيات من المشاركة في خطوات إعداد وتنفيذ ومتابعة خطط التنمية[18]. وعلى الرغم من أهمية مبدأ المشاركة في تحقيق التنمية المستدامة فإنه محاط بعدة قيود تحد من فعاليته، من ذلك وضع القيود القانونية والتنظيمية أمام تمتع المواطن بحقه في المعلومة البيئية[19]، وما لذلك من تأثير على الحق في المشاركة في حماية البيئة، فلا مشاركة بدون إعلام، وقد تضمنت المادة 7 من القانون 03-10 المتعلق بحماية البيئة في إطار التنمية المستدامة الحق العام في الإعلام البيئي، وهو يعبر عن حق كل شخص طبيعي أو معنوي في الحصول عن المعلومات المتعلقة بحالة البيئة، كما تضمنت المواد 8 و9 من نفس القانون الحق الخاص في الإعلام البيئي، وهو يعبر عن حق كل شخص طبيعي أو معنوي في تبليغ السلطات العمومية بالأخطار التي تهدد الصحة العمومية، وفي الحصول على المعلومات المتعلقة ببعض الأخطار التي يتعرضون لها في بعض مناطق الإقليم، وكذا تدابير الحماية التي تخصهم. ومع ذلك ورغم أهمية الحق في الإعلام البيئي في تمتع الأشخاص ببيئة سليمة، ورغم أن الفقرة

الأخيرة من المادة 9 نصت على أن تحدد شروط هذا الحق وكذا كيفيات تبليغ المواطنين بتدابير الحماية، عن طريق التنظيم، وبعد مرور حوالي 17 سنة على صدور القانون المتضمن لهذا الحق، فإن المراسيم التنظيمية لم تصدر إلى غاية اليوم.

ضف إلى ذلك أن المشرع الجزائري اكتفى بالآليات الكلاسيكية للمشاركة كالتحقيق العمومي ولم يعتمد على الآليات التي تكرس الديمقراطية التشاركية في المجال البيئي، كالاستفتاء الشعبي والتشاور والمناقشة العمومية، وإن استعمل مصطلح التشاور في بعض القوانين فإنه لم يرق به إلى المعنى الحقيقي لهذه الكلمة. وحتى بالنسبة للتحقيق العمومي الذي نص عليه المشرع الجزائري فقد أحاطه بمجموعة من الشروط والإجراءات جعلت منه مجرد تزيين للمحيط القانوني[20].

وبالتالي فإذا كانت التنمية المستدامة تعني المحافظة على موارد الطبيعة للأجيال القادمة، فإن شروطها القانونية لا تعكس إمكانية تحقيقها على أرض الواقع، بل تسمح على العكس من ذلك باستغلال المشاريع الاستثمارية التنموية المضرة بالبيئة.

المحور الثاني: فعالية الفايسبوك في بلورة ونشر الوعي البيئي وتحقيق التنمية المستدامة

تتطلب معالجة موضوع دور الفايسبوك في بلورة ونشر الوعي البيئي وتحقيق التنمية المستدامة، التطرق إلى مسألتين جوهريتين تتعلق الأولى بمتطلبات وأساليب بلورة ونشر الوعي البيئي، والثانية تتعلق بمدى استجابة الفايسبوك لمتطلبات وأساليب بلورة ونشر الوعي البيئي.

أولا: متطلبات وأساليب بلورة ونشر الوعي البيئي

يُعرَّف الوعي البيئي بأنه الوعي الوقائي الذي يمنع حدوث الخلل أو المشكلة، والوعي العلاجي الذي يواجه به الفرد المشكلات الفعلية الناجمة عن سوء الاستخدام، والأضلاع الثلاثة للوعي البيئي الكامل هي الحكومة بأجهزتها والمجتمع بكافة هيئاته ومؤسساته، والأفراد الذين يشكلون حماة البيئة الفعلية، في حالة توافر المعرفة والادراك والفهم الصحيح لدورهم اتجاهها، أو يمثلون صناع التلوث في حالة غياب الوعي وسوء الفهم وفقدان الاحساس بالمسؤولية اتجاه البيئة، ذلك الوعي الذي يصل بالأفراد إلى مرحلة اكتساب السلوكيات والعادات السوية والقيم المطلوبة التي تساعد على التعامل الايجابي المستمر والاستخدام الصحي السليم للطبيعة وعناصرها، ونشر مفاهيم المواطنة الايكولوجية.

ومما سبق يتبيّن بأن للوعي البيئي عدة مكونات، تتمثل في التعليم البيئي الذي يعني خلق الإطارات السياسية والاقتصادية والفنية والعلمية القادرة على التعامل مع المشاكل البيئية من خلال أساليب علمية مختلفة، والثقافة البيئية والتي نقصد بها خلق وعي عام على مستوى الدول والذي غالبا ما يكون موجها للطبقة المثقفة والعاملة من خلال الكتب والنشرات والمقالات العلمية المبسطة، وأخيرا الإعلام البيئي وهو شامل لكافة شرائح المجتمع لطرح أفكار محددة، وأسلوب طرح هذه الأفكار لا بد أن يكون متغير ليناسب كافة المستويات[21].

1– متطلبات بلورة ونشر الوعي البيئي

باعتبار أن الوعي البيئي هو الخطوة الأولى في تكوين الاتجاهات البيئية التي تتحكم في سلوك الفرد، وباعتباره وظيفة تنبئية لما يمكن أن يصدر عن سلوكه اتجاه البيئة مستقبلا، فإن بلورته تقوم على عدة متطلبات[22]:

– يرتكز الوعي البيئي على ضرورة تحديد مسؤولية الأفراد اتجاه المنظومة البيئية من خلال التزود بالمعلومات والمعارف اللازمة وتطوير المهارات وصقلها لمواجهة المشكلات البيئية.

– يتطلب الوعي البيئي تلازم جانبين اثنين، الجانب المعرفي والجانب الوجداني، وبالرغم من اتصال الجانب المعرفي بالجانب الوجداني إلاّ أنّه مشبّع بالنواحي المعرفية المختلفة.

– لا يتطلب تكوين الوعي البيئي وتنميته بالضرورة تربية بيئية نظامية، لأن البيئة المحيطة بالفرد لها أثرها الفعال في ذلك.

– لا يتضمن الوعي البيئي سلوكا ايجابيا نحو البيئة في كل الظروف، إذ أن هناك الكثير من الأفراد على وعي تام بالأخطار البيئية، إلا أنهم لا يتخذون إزاءها سلوكيات ايجابية.

2– أساليب الإعلام البيئي في بلورة ونشر الوعي البيئي

يخاطب الإعلام عقول العامة والخاصة بمختلف مستوياتهم الثقافية والفكرية، ويشكل ركيزة أساسية في توجيه الانشغالات والعواطف لدى الجمهور، لكونه يتخذ طرائق المناقشة والحوار والاقناع، لذلك فبإمكانه الاضطلاع بتحريك الاهتمام الجماهيري بجرائم البيئة، وبلورة رأي قادر على التصدي لها، ولهذا السبب تعد وسائل الإعلام البيئي من أكثر المؤسسات التربوية قدرة على نشر الوعي البيئي بين أفراد المجتمع، كما يلي:

– تنفيذ محاضرات متخصصة وندوات وحلقات بحث ومؤتمرات وورش عمل لنشر التوعية وزيادة التعليم في مختلف قضايا البيئة.

– تنفيذ البرامج الإذاعية والتلفزية التي تكشف الحقائق البيئية للمواطن وتُبصّره بدوره ومسؤولياته اتجاه مشكلات البيئة.

– تسخير الصحافة لنشر الوعي البيئي عبر مقالاتها وتحقيقاتها ورسومها الكاريكاتورية وغير ذلك من الأساليب.

– تشجيع الأفراد على زيارة المتاحف والمعارض وحدائق الحيوانات والمحميات الطبيعية التي تشكل مصادر هامة للمعلومات البيئية للناس بكافة فئاتهم.

– تشجيع المواطنين على تشكيل النوادي والجمعيات المهنية والهيئات ذات الأهداف البيئية، والانخراط فيها، ودعم برامجها والعمل على انجاح مشاريعها.

– انجاح برامج التوعية الصحية والأسرية وبرامج التثقيف الجماهيري التي تنفذها المؤسسات الحكومية المختلفة كوزارات التربية والتعليم العالي والصحة والزراعة والطاقة والسياحة ...الخ[23].

– تدعيم الاتجاهات الايجابية المحابية للحفاظ على البيئة وحماية مواردها.

– تكوين الآراء حول الموضوعات البيئية لا سيما الجديدة منها، وتغيير الاتجاهات السلبية حيال الحفاظ على سلامة البيئة. فهل تتوافق خصائص الفايسبوك مع هذه المتطلبات والأساليب؟

ثانيا: مدى استجابة الفايسبوك لمتطلبات وأساليب بلورة ونشر الوعي البيئي

للوقوف على مدى استجابة الفايسبوك لمتطلبات بلورة ونشر الوعي البيئي، يقتضي الأمر دراسة خصائص الفايسبوك (1)، وجمهور الإعلام البيئي والفايسبوك (2)، والمواضيع الأكثر جذبا لمستخدمي الفايسبوك (3).

1– خصائص الفايسبوك

يتمتع موقع الفايسبوك كموقع للتواصل الاجتماعي بعدة خصائص:

أ–قبول الموقع لدى المستخدمين

يشهد العصر الحالي انفتاح وتطور في مجال العلوم والتكنولوجيا التي تتعلق بالأنترنت، حيث استحدثت العديد من المواقع والبرامج التي توفرها الأنترنت لمستخدميها، وصاحب ذلك تطورا مستمرا لوسائل الاتصال وصولا إلى مواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت أكثر المواقع استخداما، مقارنة بالمواقع العامة ومواقع الدردشة والمواقع المتخصصة والمنتديات والمدونات، ويرجع الاستخدام الكبير لهذه المواقع إلى انتشارها الواسع واستقطابها لجماهير واسعة، حيث صارت تشكل شبكة اجتماعية افتراضية كاملة يتبادل أفرادها الاهتمامات والأنشطة المتعددة عبر الشبكة العنكبوتية، ومن ضمن هذه المواقع الفايسبوك الذي يعتبر أشهر موقع للتواصل الاجتماعي استنادا إلى:

– عدد المستخدمين الجدد الذين يرتادونه شهريا، وإلى الصور التي يتم تحميلها، حيث بلغ عدد المستخدمين النشطين لهذا الموقع 2.6 مليار مستخدم كل شهر خلال الثلاثي الأول من سنة 2020[24]، وتجاوز عددهم في الجزائر 16 مليون مستخدم خلال 2017، كما يتم تحميل 14 مليون صورة إلى الموقع يوميا[25].

– واستنادا أيضا إلى سهولة الاستخدام حيث أصبح فضاء تواصليا بين الأهل والأصدقاء، يوفر فضاء إعلاميا حرا وثريا بالمعلومات التي يمكن أن يتحصل عليها مستعمل الفايسبوك بسهولة وحينيّة وبتكلفة قليلة[26]، بالإضافة إلى الأدوار الإعلامية والاجتماعية والتوعوية والتحسيسية في إطار الحملات الصحية والبيئية وغيرها.

وتزداد أهمية الفايسبوك من سنة لأخرى حيث تستخدمه فئات كبيرة من الشباب وغيرهم ولفترات طويلة خلال اليوم للاستفادة من خدمات مختلفة كالتعارف ونشر الفيديوهات والتعليقات والمشاركة في النقاشات حول المواضيع المختلفة.

ب– تطبيقاته المختلفة

يمتاز الفايسبوك بأنه من أكثر الوسائل الاجتماعية قدرة على العمل ضمن تطبيقات عدة مثل اليوتيوب والدردشة والتويتر وخدمات الهاتف النقال وغير ذلك، بل إنه يتيح لصاحب الموقع خلق التطبيق الذي يرغب فيه، وهذا ما يساعد القائم بالحملة التوعوية على ربط الفايسبوك بمواقعه على الأنترنت وربطه بالوسائل الاجتماعية الأخرى ووسائل الاتصال المختلفة.

وقد ذكر موقع عرب هاردوير جميع تطبيقات الفايسبوك وما يمكنها القيام به نذكر منها:

9) تطبيقي الفايسبوك والفايسبوك لايت: يمثلان واجهة موقع التواصل الاجتماعي، ويُمكنان من التفاعل مع الأصدقاء، ورؤية الإشعارات ومشاهدة مقاطع الفيديو وغيرها.

10) تطبيقات ماسنجر: هي تطبيقات خاصة بخدمات رسائل الفايسبوك.

11) تطبيق مدير صفحات الفايسبوك: يستخدم لإدارة الصفحات، ويتيح التفاعل مع المتابعين بشكل أفضل، ومشاهدة إشعارات الصفحة، والرد على الرسائل الخاصة، ومشاهدة الاحصائيات...الخ.

12) تطبيق الدراسة: هو تطبيق حصري للاستخدام من قبل المعنيين ببرنامج التعلم الذكي من فايسبوك.

13) بالإضافة إلى الواتساب والانستجرام وغيرهما.

ت– استخدامه في المجال البيئي

الفايسبوك من الوسائط الإعلامية الجديدة السريعة الانتشار والسهلة الوصول للفئات المستهدفة في أي مجال، تُتيح المداومة على استخدامه فرص التحكم الجيد فيه، والاطلاع على كل خباياه، واستغلاله بطرح القضايا والأفكار المهمة مهما كان نوعها، ومشاركتها مع المتابعين، ما من شأنه أن يُفيد المستخدم ومتابعيه على السواء. كما يُتيح الاستمرار في إدارة الصفحات الفايسبوكية ومتابعتها في الاطلاع على الكثير من المعلومات في شتى المجالات بما فيها المجال البيئي، سواء كان ذلك على المستوى المحلي أو العالمي. وبالنظر إلى قاعدته العريضة من المستخدمين يمكن استخدامه في:

– رفع الوعي البيئي بين الجمهور، والقيام بالحملات التوعوية المكثفة لمحاربة التصرفات الضارة بالبيئة، وفي توعية المستخدمين بمخاطر التدهور البيئي وبأخطار النفايات.

– يمكن تسخيره أيضا في إطار الاهتمام بالقضايا البيئية باستخدام الألوان والتصاميم والشعارات التي تدعو للمحافظة على البيئة، وبالاهتمام بالبعد البيئي في تغطية الأحداث التي لها صلة بالبيئة، ولها تأثير على صحة الإنسان وعلى الكائنات الحية الأخرى وبخاصة الأنواع المهددة بالانقراض.

– حث الجماهير على ترشيد استخدام التقنيات الحديثة حتى لا تتحول إلى مصدر جديد للتلوث البيئي، ولاستنزاف الطاقة والموارد الطبيعية، وفي هذا الإطار تشير التقارير إلى أن عملية البحث الواحدة باستخدام محرك "جوجل"، تستهلك قدرا من الطاقة بما يكفي لتشغيل مصباح كهربائي لمدة ساعة.

– دعم الشركات التي تستخدم الطاقات المتجددة في نشاطاتها وتشجيع المستخدمين على توفير الطاقة من خلال تعديل وضبط إعدادات الأجهزة الإلكترونية التي يستخدمونها (نمط موفر للطاقة).

– نشر مفهوم الرفاهية الحديثة المتوافقة مع البيئة.

– عرض المبادرات الرائدة والتجارب الناجحة في مجال التوعية البيئية والمحافظة على البيئة[27].

– يمكن استخدامه في حث الشباب على الانخراط في الجمعيات البيئية النشطة عبر الفايسبوك، ذلك أن نسبة قليلة منهم فقط منخرطة في هذا النوع من الجمعيات، لا سيما وهم أكثر الشرائح استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي، وأنهم أكثر فئات المجتمع حيوية وقدرة ونشاطا، وإحساسا بالجديد ورغبة في التغيير.

– يمكن إشراك الأعداد الكبيرة من المستخدمين في القضايا البيئية بشكل خاص وفي قضايا التنمية المستدامة بشكل عام.

هذا ويشهد الواقع الافتراضي على مساهمة هذا الموقع في الأنشطة الاتصالية البيئية التوعوية، وفي الحملات التطوعية للمحافظة على البيئة على غرار حملات التشجير، وفي التحسيس بمخاطر التلوث البيئي، و التحسيس بأضرار النفيات والتغير المناخي ووباء كورونا وغير ذلك، إذ يزخر فضاء الفايسبوك في الفترة الراهنة بالمنشورات والتوجيهات والفيديوهات والمحاضرات الموجهة من الأطباء والخبراء والأخصائيين والجمعيات والهيئات الرسمية ومختلف شرائح المجتمع لتوعية المواطن بمخاطر هذا الوباء المعدي وبكيفية الوقاية منه.

2– جمهور الإعلام البيئي والفايسبوك

نتطرق إلى هذا الموضوع للوقوف على مدى احتواء جمهور الفايسبوك لجمهور الإعلام البيئي.

أ– جمهور الإعلام البيئي

الإعلام البيئي يهم كل فئات المجتمع، فالتأثيرات والأضرار الناتجة عن الكوارث أو التلوث لا تميّز بين فئة وأخرى، لذلك فعلى الإعلام أن يتوجه إلى الجماهير لتكون قوى ضاغطة لحث أصحاب القرار على انتهاج سياسة إنمائية متوازنة تحترم البيئة وتحافظ على موارد الطبيعة، كما عليه أن يتوجه إلى العلماء والمفكرين والمثقفين لحثهم على وضع قدراتهم الإبداعية للحفاظ على توازن الطبيعة والحد من تلوّث البيئة، وإلى السياسيين وأصحاب القرار للتشديد على أن مسؤولياتهم لا تنحصر في مجموعة معينة من المواطنين أو في حقبة زمنية محددة. ذلك أن تعاظم دور الإعلام البيئي يكمن في الإنذار المبكر ورصد أي خلل بيئي، وتحريك الرأي العام، وزيادة الوعي البيئي لدى السكان، واسهامه في إصدار التشريعات الايجابية التي تخص البيئة[28]، وعند هذا الحد يمكن القول بأنه يمكن تفعيل الفضاء الرقمي لصالح القضايا البيئية بدفع المواطنين لا سيما الشباب منهم وإشراكهم في الحملات التوعوية وعمليات إصلاح البيئة والدورات التدريبية والمؤتمرات العلمية وعمليات التشجير وغير ذلك.

ب– جمهور الفايسبوك

يستخدم الفايسبوك كوسيلة من وسائل الإعلام البيئي من كل فئات المجتمع، بمختلف مستوياتهم التعليمية والثقافية وتوجهاتهم، فهو يستخدم من الإناث والذكور، لكنه يستخدم بطريقة منتظمة من الذكور أكثر من الإناث، ويمكن ارجاع السبب في ذلك إلى عامل الوقت المتاح، إذ يملك الذكور – غالبا– وقتا أكبر للاستخدام من الإناث، ومن كل الفئات العمرية وبنسب متفاوتة أعلاها الفئة العمرية من 21 إلى 25 سنة بنسبة 50.70% وأدناها الفئة من 16 إلى 20 سنة بنسبة 26.53%، ويستعمل – غالبا– وبنسب عالية ولمدة طويلة من جميع المستويات التعليمية المتوسط والثانوي

والجامعي، أعلاها لدى الجامعيين، دون أن تواجه جميع الفئات أية صعوبات أو عراقيل، وذلك راجع إلى بساطة الاستخدام التي يتميّز بها هذا الموقع، باستثناء الصعوبات التي تواجه مستخدمي جميع المواقع الالكترونية، لا سيما المتعلقة منها بتذبذب الأنترنت، وبالصعوبات اللغوية[29] ذلك أن ما نسبته 80% من مضمون المواد المتاحة على الأنترنت موجود باللغة الإنجليزية. وبالإضافة إلى ما سبق:

– يستخدم الفايسبوك من طرف المتعلمين كما يستخدم من طرف الأميّين.

– إذا كان الفايسبوك يستخدم من كل الفئات العمرية أعلاها الفئة العمرية من 21 إلى 25 سنة وأدناها الفئة من 16 إلى 20 سنة، فهذا يعني بأنه يستخدم بما نسبته 73.47% من كل الفئات العمرية الأكثر من 20 سنة، وهي الفئات البالغة والقابلة للتأثر بحملات ومجهودات رفع الوعي البيئي.

– باعتبار أن جمهور الفايسبوك البيئي يشمل كل الفئات الاجتماعية فإنه موجه لا محالة إلى:

– الطلبة والأساتذة والمثقفين والعلماء وهم الفئات التي بإمكانها التأثير بقسط وافر في رفع الوعي البيئي لدى مختلف فئات المجتمع.

– الصناعيين بالنظر إلى ما يخلفونه من تلوث ومواد سامة وحارقة وقابلة للانفجار وبكميات هائلة توجه للبحر وغازات وأدخنة تُلوث الهواء....الخ.

– السياسيين وأصحاب القرار القادرين على إصدار التشريعات والتنظيمات وإنشاء المؤسسات الكفيلة بحماية البيئة.

– المرأة التي يمكن أن تلعب دورا جوهريا في حماية البيئة أقله؛ فرز النفايات في المنزل، وعدم خلط النفايات المنزلية بالإلكترونية، وتدريب أسرتها على عدم رمي الفضلات في الشارع، أو من نوافذ السيارات، وعدم اشعال النار في الغابات، وعدم تلويث الساحل وغير ذلك.

– الجمعيات البيئية

– والناشطون البيئيون.

فالمنتظر من موقع اجتماعي كموقع الفايسبوك هو مشاركة المعلومة البيئية على نطاق واسع مع كل المنخرطين في النظام التفاعلي، للعلم بها أولا ثم فهمها والتفاعل معها، وعدم حصرها لدى المختصين والأكاديميين، سواء تعلقت هذه المعلومة بتشخيص الواقع البيئي الذي يعاني التلويث والتخريب والاستنزاف، أو بالتكنولوجيا النظيفة والابتكارات التي تسهم في حماية البيئة وصيانتها، فمن شأن ذلك أن يجلب المهتمين الجدد والمتحمسين للعمل في إطار العمل الجمعوي والتطوعي أو المتخصصين المتحمسين للابتكار والاختراع في المجال البيئي. ولا يهم بعد ذلك إن كان التفاعل ايجابيا أم سلبيا، لأنه يشكل في كل الأحوال بداية لتشكُّل ثقافة ووعي بيئي.

3–المواضيع الأكثر جذبا لمستخدمي الفايسبوك

تختلف المواضيع التي تستهوي مستخدمي الفايسبوك بين المواضيع العامة والسياسية والاجتماعية والثقافية والدينية وغير ذلك، باختلاف أعمارهم وجنسهم ومستواهم التعليمي واللغات التي يتقنونها. كما تستهوي المواضيع البيئية التي تتنوع بين التنمية المستدامة والإعلام البيئي والتربية البيئية، وحملات التوعية البيئية وحملات التشجير والنظافة والتعقيم، ومواضيع الطاقات المتجددة النظيفة واستخدامات الطاقة البديلة، نسبة كبيرة من مستخدمي الفايسبوك[30].

بالمقابل لا تسهم نسبة مهمة من مستخدمي الفايسبوك في نشر المواضيع البيئية عبر الموقع، بسبب جِدَّته إذ ما يزال الكثيرون يستخدمونه لمجرد الدردشة والتسلية والتواصل مع الأصدقاء، فقد أثبتت دراسة متخصصة بأن أكثر من نصف المبحوثين المقدر عددهم ب 265 يستخدمون الموقع منذ سنة إلى ثلاث سنوات، وأن نسبة مهمة منهم تقدر بـ 23.01% تستخدمه منذ أقل من سنة، ويرجع سبب تأخر الكثير من الجزائريين في تسجيل الدخول في الفايسبوك إلى ما يلي:

- رغم إنشاء الموقع في فيفري 2004 إلا أن استخدامه كان محدودا، لذلك نجد أن عددا قليلا من الجزائريين من أفراد العينة يستخدمونه منذ أكثر من ثلاث سنوات.
- تنوع أدوار الفايسبوك وكثرة خدماته جعلته يستميل الكثير من الشباب[31].

وفي إطار ترتيب نشر المواضيع البيئية من قبل مستخدمي الفايسبوك، تبرز الصُور والتعليقات في المقدمة وتليها الأخبار البيئية والمقالات بنسبة 10.33%، فيما تحتل الفيديوهات المرتبة الأخيرة، وهنا يمكن ملاحظة النسبة الضعيفة التي تمثل مساهمة مستخدمي الفايسبوك في نشر المواضيع البيئية، وبالتالي في رفع الوعي البيئي من خلال بث الأخبار البيئية والمقالات، رغم ما تمثله هذه الوسيلة من أهمية في بلورة ونشر الوعي البيئي. إلا أنه ينبغي التمييز بهذا الصدد بين المستخدمين العامين من الأفراد لموقع الفايسبوك الذين يقل اهتمامهم بقضايا التوعية البيئية –نظرا لانشغالهم بأغراض العلاقات الاجتماعية والسياسية والرياضية والتواصل العام، وفي الوقت الراهن يسيطر موضوع جائحة كورونا وتطوراته وموجاته وأضراره ولقاحاته على اهتمام مستخدمي الفيايسبوك وغيره من وسائط التواصل الالكتروني في الجزائر وفي العالم–وبين الناشطين البيئيين في الصفحات والمجموعات البيئية وهم منظمات المجتمع المدني وبشكل خاص الجمعيات البيئية، والذين يمارسون أنشطة إعلامية بيئية تفاعلية تهدف إلى رفع مستوى الوعي البيئي لدى مستخدمي موقع الفايسبوك، وتجعلهم أكثر وعيا بقضايا البيئة المحلية والعالمية وبمستجداتها، فيحرصون على تتبع معطيات المؤتمرات والملتقيات الوطنية والإقليمية والمحلية، ومع ذلك يجب الانتباه إلى أن أغلب مضامين المعلومات البيئية عبر الصفحات البيئية غامضة وغير مبسطة شأنها في ذلك شأن المعلومات البيئية في الإعلام البيئي الكلاسيكي، وهي من الأسباب التي ضعّفت الاهتمام بالتفاعل مع صفحات الناشطين البيئيين[32].

الخاتمة:

يُشكل موضوع بلورة ونشر الوعي البيئي وتحقيق التنمية المستدامة محور اهتمام جميع الدول، لما يُشكله من أهمية في المحافظة على البيئة وتحقيق تنمية الإنسان وبقائه، ذلك أن قضية المحافظة على البيئة يجب أن تُلامس وتُخاطب كل الناس

الذين من الممكن أن يتنامى لديهم الوعي البيئي بمختلف الوسائل، وفي سبيل ذلك حاولت هذه الدراسة البحث عن المساهمة التي يمكن للإعلام البيئي الإلكتروني أن يقدمها عبر موقع الفايسبوك في سبيل تحقيق هذه الأغراض الإنسانية. لا سيما وأن التطور الكبير الذي عرفته تكنولوجيا الاتصال، قد أفضى إلى إنتاج وسائل اتصال جديدة، عملت على تغيير علاقات الناس وإشكال تفاعلهم مع بعضهم البعض، وأساليب تأثرهم بمختلف البرامج والحملات والدورات والمحاضرات والندوات التي تضعها تحت متناولهم مختلف الجهات والدوائر والجمعيات والأحزاب وغيرهم.

وقد انطلقت هذه الدراسة من فكرة أن الإعلام البيئي الكلاسيكي يلعب دورا محدودا في مجال التوعية البيئية الضرورية لتحقيق التنمية المستدامة، رغم ما يتوفر لديه من ميزانية وإمكانيات ووسائل مادية وبشرية، بسبب مشاكل وصعوبات مختلفة، وكان الهدف من وراء ذلك هو الوقوف على ما إذا كان بإمكان الإعلام الإلكتروني عن طريق موقع الفايسبوك الذي يحظى بالقبول والتفاعلية والسرعة وسهولة الاستخدام، والذي لا يحتاج إلا لهاتف نقال أو جهاز كمبيوتر موصل بشبكة الأنترنت أن يقوم بهذه المهمة.

وقد تمّ التوصل إلى النتائج التالية:

– إن موقع الفايسبوك أكثر المواقع الاجتماعية انتشارا وأسهلها استعمالا، يوفر فضاء للتعارف والحوار والتعليقات وتبادل الصور والأفكار وتوعية الجماهير في مختلف المجالات السياسية والثقافية الاجتماعية والبيئية وغير ذلك، وهو بذلك نوع من الإعلام البيئي الإلكتروني الهام والفعال للتوعية بقضايا البيئة.

– إن موقع الفايسبوك الذي يتمتع بقبول المستخدمين حيث تستعمله كل فئات المجتمع من شباب وكهول ونساء ورجال ومتعلمين وأُميين وصناعيين ومسؤولين وغيرهم، والذين يحبذون عدة مواضيع منها المواضيع البيئية، بإمكانه أن يلعب دورا متميزا في بلورة ونشر الوعي البيئي وتحقيق التنمية المستدامة.

– إن فئة الجامعيين هي أكثر الفئات المتعلمة استخداما لموقع الفايسبوك.

– إن مستخدمي الفايسبوك يفضلون الاطلاع على المواضيع البيئية، لكن غموض مضمون المعلومات البيئية ضَعَّفَ من تفاعلهم مع صفحات الناشطين البيئيين.

– إن نسبة مهمة من مستخدمي الفايسبوك لا يسهمون في نشر المواضيع البيئية وبالتالي في رفع البيئي، بسبب جدة الموقع بالنسبة إليهم وبالتالي تأخر الكثير منهم في التسجيل فيه، وبسبب تعدد خدماته التي جعلت نسبة مهمة من مستخدميه تستهويهم خدمات أخرى كالدردشة والتسلية وربط العلاقات، بل وإلى ضعف التنشئة الاجتماعية البيئية أيضا. وهو ما يشكل عائقا أمام الاستفادة من هذا الموقع الاجتماعي الواسع الاستخدام رغم ما يوفره من فضاءات تفاعلية، في رفع الوعي البيئي ومن وراء ذلك تحقيق التنمية المستدامة.

– إن اهتمام أغلبية الناس بمواضيع الترفيه والتسلية والرياضة والطبخ والأخبار العامة، يستحوذ على نسبة عالية من التفاعل، ويؤثر سلبيا على حجم الاهتمام بالقضايا البيئية.

– ضعف عدد المنخرطين في الجمعيات البيئية الناشطة عبر الفايسبوك.

الاقتراحات

يمكن تقديم الاقتراحات التالية بناء على النتائج السابقة:

– محاولة استغلال موقع الفايسبوك باعتباره أكثر المواقع انتشارا واستخداما وتفاعلية في خدمة أغراض بلورة وترقية ونشر الوعي البيئي ومن ثمة تحقيق التنمية المستدامة، من خلال التخطيط العقلاني لهذا الاستغلال، من قبل الهيئات المختصة والخبراء والجمعيات الناشطة في المجال البيئي، ومن خلال مشاركة المعلومة البيئية مع كل المنخرطين في النظام التفاعلي، وعدم حصرها لدى المختصين والأكاديميين، فمن شأن ذلك أن يجلب مهتمين جدد بحماية البيئة.

– تخصيص فضاء الفايسبوك لتنظيم الحملات الإعلامية البيئية بخصوص المواضيع الهامة والطارئة وذات الأولوية، على غرار حملات النظافة والتشجير، والتصحر والاحتباس الحراري، والطاقات البديلة والتكنولوجيا النظيفة، والتنوع البيولوجي والاستهلاك الأخضر وغير ذلك.

– كون فئة الجامعيين هي أكثر الفئات المتعلمة استخداما لموقع الفايسبوك، فبإمكانها تركيز جهودها في ترقية التوعية البيئية، لا سيما الطلبة والأساتذة المختصين في القانون البيئي وعلوم البيئة والإعلام البيئي والتربية البيئية وغير ذلك.

– تشجيع مستخدمي الفايسبوك على الانخراط في الجمعيات البيئية الناشطة عبر هذا الموقع، من خلال توسيع وجودها الالكتروني بحيث تصبح نشاطاتها ورسائلها وخطاباتها ودعواتها متاحة في كل المجموعات.

– محاولة الناشطين البيئيين على صفحات الفايسبوك تبسيط المعلومات والأخبار البيئية التي يتداولونها وتحليلها بما يُسهِّل التفاعل معها من طرف مستخدمي الموقع، ومن قبيل ذلك نشر الصور والفيديوهات.

– من المهم جدا توسيع وتشجيع التواصل والتنسيق بين الإعلاميين البيئيين والخبراء والمختصين والمهتمين بالشأن البيئي، من أجل خلق انسجام ووعي بين المصدر وناقل المعلومة، فيحصل الفهم والوعي لدى المتلقي.

– تشجيع الصحفيين وترغيبهم في التكوين في المجال التقني، والاختصاص في المجال البيئي، ذلك أن هذا الاختصاص ينفر منه الكثيرون باعتبار أن القضايا البيئية هي قضايا معقدة ومتشابكة، تعتمد على المصطلحات والأرقام والاحصائيات، كما أنها لا تشكل سبقا إلا إذا شكّلت كوارث طبيعية.

– تبقى مختلف مؤسسات التنشئة الاجتماعية الأخرى من أُسرة ومدرسة ومسجد، مسؤولة عن بناء مواطن واع ومسؤول بيئيا يسهم في نشر رسالة حماية البيئة بمختلف الوسائل ومنها الوسائط البيئية الإلكترونية.

وفي الأخير يمكننا القول بأن التنمية المستدامة لن تتحقق في الجزائر ولا في غيرها من الدول، إلا باحترام البيئة، وأن حماية البيئة والمحافظة عليها، تقتضي بلورة وترقية الوعي البيئي لدى جميع أفراد المجتمع رجالا ونساء كبارا وصغارا، لذلك فإن نجاح موقع الفايسبوك في توسيع هذا الدور التوعوي، لا يمكن أن يكون وليد مرحلة معينة في حياة الإنسان، بل إن العمل يجب أن ينطلق من جميع الفواعل الاجتماعية والدينية والتعليمية والثقافية وبمختلف الوسائل على أن يستمر مدى الحياة.

المصادر والمراجع

أولا: باللغة العربية

I. النصوص القانونية

14) قانون رقم 03-10 ، المتعلق بحماية البيئة في إطار التنمية المستدامة، المؤرخ في 19 جويلية 2003م، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد43، 20 يوليو 2003م.

15)المرسوم التنفيذي رقم 07-145، المتعلق بتحديد مجال ومحتوى وكيفيات المصادقة على دراسة وموجز التأثير على البيئة، المؤرخ في 19 ماي 2007م، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 34 لسنة 2007م، المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 18-255، المؤرخ في 9 أكتوبر 2018م، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 62، أكتوبر 2018م.

II. الكتب

1) جمال الدين السيد علي صالح، الإعلام البيئي بين النظرية والتطبيق، مركز الاسكندرية للكتاب، مصر، 2003م.

2) سناء محمد الجبور ، الإعلام الجديد، أطفالنا للنشر والتوزيع، الجزائر، ط-1، 2015م.

3) سناء محمد الجبور، الإعلام البيئي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011م.

4) طه الفضل طه، الإعلام الإلكتروني في السودان، الواقع والتحديات، سلسلة البحوث والدراسات، مركز الخرطوم للإعلام الإلكتروني، أكتوبر 2013م.

5) وردة خلاف، سمير شوقي، الإعلام البيئي في الجزائر بين نقص الاحترافية وتحدي مواجهة الأخطار البيئية، كتاب الأبحاث الكاملة، الملتقى الدولي الخامس للعلوم الإنسانية والاجتماعية والرياضية، المنظم من طرف جامعة هيت التركية ومركز احترام العلوم بتركيا ومركز المدار المعرفي للأبحاث والدراسات، حول موضوع العلوم الإنسانية والاجتماعية والرياضية، المنظم بتاريخ 23- 25 مارس 2019م، تركيا، أنطاليا، ISBN978-605-81236-7-0.

III. الرسائل والمذكرات الجامعية

- **رسائل الدكتوراه**

1) عبد الغني حسونة، الحماية القانونية للبيئة في إطار التنمية المستدامة، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه علوم، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الموسم الجامعي 2012-2013م.

2) مذكرات الماجستير

3) ناريمان ابراهيم شاقورة، تأثير وسائل التواصل الاجتماعي والاتصال الحديثة على التغيير السياسي في المنطقة العربية 2011-2014، رسالة ماجيستير ، جامعة القدس، 2014م.

4) فتيحة كيحل، الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي، دراسة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي، موقع الفايسبوك أنموذجا، مذكرة ماجيستير، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2011-2012م، الجزائر.

5) فوزي بن موهوب، إجراء دراسة التأثير كآلية لحماية البيئة، مذكرة ماجيستير، تخصص قانون عام، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، 24 أفريل 2012م.

6) زينة بوسالم، المعالجة الإعلامية لمشكلات البيئة في الصحافة الجزائرية، جريدة الشروق نموذجا، مذكرة ماجيستير، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة منتوري قسنطينة، تخصص وسائل الإعلام والتنمية المستدامة، 2010-2011م، الجزائر.

7) مريم نريمان نومار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر، مذكرة ماجستير ، تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة الحاج لخضر باتنة، ، 2012م.

IV. المقالات المنشورة في المجلات العلمية الأكاديمية المحكمة

1) أمال مهري، التوجه من الإعلام البيئي إلى الاتصال المسؤول في إطار التنمية المستدامة لدى المؤسسة الاقتصادية، مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة محمد لمين دباغين سطيف 2، العدد 19، ديسمبر 2014م، الجزائر.

2) إلهام خرشي، تمكين الحق في الحصول على المعلومة البيئية، آليات التفعيل والحدود"، مجلة جيل حقوق الإنسان، العام الرابع، العدد 15، يناير 2017م، لبنان.

3) شفيقة مهري، الإعلام البيئي الإلكتروني عبر موقع الفايسبوك ودوره في تحقيق التنمية المستدامة، مجلة العلوم الاجتماعية جامعة سطيف 2، العدد 23، ديسمبر 2016م، الجزائر.

4) محمد خليل رفاعي، الإعلام البيئي والشؤون البيئية في الصحافة السورية، دراسة تحليلية لصحف (البعث، الثورة، تشرين)، خلال النصف الأول من عام 2008م، مجلة جامعة دمشق، المجلد 27، العدد الثالث والرابع، 2011م، سوريا.

5) نسمة مسعودان، الإعلام ودوره في التثقيف البيئي في الجزائر، مجلة العلوم الإسلامية، الجامعة العراقية، العدد الحادي عشر، 2015م.

V. الندوات العلمية

1) وردة خلاف، الآليات الإجرائية لتفعيل حق المواطنين في المشاركة لحماية البيئة، مداخلة مقدمة في إطار الندوة العلمية الثانية حول دور المجتمع المدني في حماية البيئة، المنظمة، بتاريخ 14 فيفري 2018م، من طرف فرقة

البحث حقوق الإنسان والبيئة بالتعاون مع كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة محمد لمين دباغين سطيف 2 ، الجزائر.

VI. المراجع الالكترونية

1) عبد الله بن جمعان الغامدي، التنمية المستدامة بين الحق في استغلال الموارد الطبيعية والمسؤولية عن حماية البيئة، متوفر على الموقع: http://csrsa.net/post/648.11/10/2019

ثانيا: باللغة الفرنسية

I.Les Livres

1) Jadot Benoit, (sous-direction), la participation du public au processus de décision en matière d'environnement et d'urbanisme, actes du colloque organisé le 27 mai 2004, par le centre d'étude du droit de l'environnement des facultés universitaires Sait- Louis- Bruylant, Bruxelles, 2005.

2) Hervé Macquart, les grandes questions de l'environnement, édition l'étudiant, Paris, 2009.

3) Michel Prieur, droit de l'environnement, 4 e édition, Delta, Dalloz, 2001, p. 64 ; Nicole Démoutier.

II.Les Sites Internet

http://csrsa.net/post/648.11/10/2019. 17h.

1) David Kirkpatrick, The Facebook Effect: The inside Story of the Company That Is Connecting the World, blue rider press, 2020, amazon.com/facebook-Inside-story-Steven-Levy/10/06/2020.

2) Jean Baril, droit d'accès à l'information environnementale : pierre d'assise du développement durable, Vertigo, la revue en science d'environnement, hors-série 6, décembre 2009, https, www. Erudit.org/fr/revue/vertigo/2009, 12-02-2019.

3) Nombre d'utilisateurs de Facebook dans le monde, journaldunet.com/nombre-d-utilisateurs-de-facebook-dans-le-monde/ 03-06-2020.

ثالثا: باللغة الإنجليزية

4)Wasinee Kittiwongvivat, Rakkanngan Pimonpha, Facebooking your Dream, Master Thesis, 912 School of sustainable development of society and technology Faculty, Malardalen University Sweden, 28 mai 2010

الهوامش

[1]– أمال مهري، التوجه من الإعلام البيئي إلى الاتصال المسؤول في إطار التنمية المستدامة لدى المؤسسة الاقتصادية، مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة محمد لمين دباغين سطيف 2، العدد 19، ديسمبر 2014م، الجزائر، ص. 242.

[2]– وردة خلاف، سمير شوقي، الإعلام البيئي في الجزائر بين نقص الاحترافية وتحدي مواجهة الأخطار البيئية، كتاب الأبحاث الكاملة، الملتقى الدولي الخامس للعلوم الإنسانية والاجتماعية والرياضية، المنظم من طرف جامعة هيت التركية ومركز احترام العلوم بتركيا ومركز المدار المعرفي للأبحاث والدراسات، حول موضوع العلوم الإنسانية والاجتماعية والرياضية، المنظم بتاريخ 23– 25 مارس 2019م، تركيا، أنطاليا، ISBN978-605-81236-7-0

[3]- « As Facebook spreads around the globe, it creates surprising effects – becoming instrumental in political protests from Colombia to Iran. David Kirkpatrick, The Facebook Effect: The inside Story of the Company That Is Connecting the World, blue rider press, 2020, amazon.com/facebook-Inside-story-Steven-Levy/10/06/2020. Voir aussi:
Jean Baril, droit d'accès à l'information environnementale : pierre d'assise du développement durable, Vertigo, la revue en science d'environnement, hors-série 6, décembre 2009, https, www. Erudit.org/fr/revue/vertigo/2009, 12-02-2019.

[4]– محمد خليل رفاعي، الإعلام البيئي والشؤون البيئية في الصحافة السورية، دراسة تحليلية لصحف (البعث، الثورة، تشرين)، خلال النصف الأول من عام 2008م، مجلة جامعة دمشق، المجلد 27، العدد الثالث والرابع، 2011م، سوريا، ص. 717.

[5]– نسمة مسعودان، الإعلام ودوره في التثقيف البيئي في الجزائر، مجلة العلوم الإسلامية، الجامعة العراقية، العدد الحادي عشر، 2015م، ص. 361.

[6]– زينة بوسالم، المعالجة الإعلامية لمشكلات البيئة في الصحافة الجزائرية، جريدة الشروق نموذجا، مذكرة ماجيستير، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة منتوري قسنطينة، تخصص وسائل الإعلام والتنمية المستدامة، 2010–2011م، الجزائر، ص. 49.

[7]– طه الفضل طه، الإعلام الإلكتروني في السودان، الواقع والتحديات، سلسلة البحوث والدراسات، مركز الخرطوم للإعلام الإلكتروني، أكتوبر 2013م، ص. 16–17.

[8]– شفيقة مهري، الإعلام البيئي الإلكتروني عبر موقع الفايسبوك ودوره في تحقيق التنمية المستدامة، مجلة العلوم الاجتماعية جامعة سطيف 2، العدد 23، ديسمبر 2016م، الجزائر، ص. 203.

[9]– ناريمان ابراهيم شاقورة، تأثير وسائل التواصل الاجتماعي والاتصال الحديثة على التغيير السياسي في المنطقة العربية 2011–2014، رسالة ماجيستير ، جامعة القدس، 2014م، ص. 26. وأيضا:

Wasinee Kittiwongvivat, Rakkanngan Pimonpha, Facebooking your Dream, Master Thesis, 897School of sustainable development of society and technology Faculty, Malardalen University Sweden, 28 mai 2010, p.20.

[10]– طه الفضل طه، المرجع السابق، ص. 17– 18.

[11]– ناريمان ابراهيم شاقورة، المرجع السابق، ص. 28.

[12]-Michel Prieur, droit de l'environnement, 4 e édition, Delta, Dalloz,2001, p. 64 ; Nicole Démoutier, Hervé Macquart, les grandes questions de l'environnement, édition l'étudiant, Paris, 2009, p. 82.

[13]– عبد الغني حسونة، الحماية القانونية للبيئة في إطار التنمية المستدامة، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه علوم، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الموسم الجامعي 2012– 2013م، ص. 23.

[14]– عبد الله بن جمعان الغامدي، التنمية المستدامة بين الحق في استغلال الموارد الطبيعية والمسؤولية عن حماية البيئة، ص. 8 و9، متوفر على الموقع:
http://csrsa.net/post/648.11/10/2019. 17h.

[15]– قانون رقم 03–10 ، المتعلق بحماية البيئة في إطار التنمية المستدامة، المؤرخ في 19 جويلية 2003م، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 43، 20 يوليو 2003م، ص.6.

[16]– المرسوم التنفيذي رقم 07–145، المتعلق بتحديد مجال ومحتوى وكيفيات المصادقة على دراسة وموجز التأثير على البيئة، المؤرخ في 19 ماي 2007م، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 34 لسنة 2007م، المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 18–255، المؤرخ في 9 أكتوبر 2018م، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 62، أكتوبر 2018م، ص. 3.

[17]– فوزي بن موهوب، إجراء دراسة التأثير كآلية لحماية البيئة، مذكرة ماجيستير، تخصص قانون عام، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، 24 أفريل 2012م، ص. 71- 72- 73.

[18]– عبد الغني حسونة، المرجع السابق، ص. 25.

[19]– إلهام خرشي، تمكين الحق في الحصول على المعلومة البيئية، آليات التفعيل والحدود"، مجلة جيل حقوق الإنسان، العام الرابع، العدد 15، يناير 2017م، لبنان، ص ص. 217- 134.

[20]– وردة خلاف، الآليات الإجرائية لتفعيل حق المواطنين في المشاركة لحماية البيئة، مداخلة مقدمة في إطار الندوة العلمية الثانية حول دور المجتمع المدني في حماية البيئة، المنظمة، بتاريخ 14 فيفري 2018م، من طرف فرقة البحث حقوق الإنسان والبيئة بالتعاون مع كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة محمد لمين دباغين سيف 2 ، الجزائر. وأيضا:

Jadot Benoit, (sous-direction), la participation du public au processus de décision en matière d'environnement et d'urbanisme, actes du colloque organisé le 27 mai 2004, par le centre d'étude du droit de l'environnement des facultés universitaires Sait- Louis- Bruylant, Bruxelles, 2005, pp. 19-20.

[21]– جمال الدين السيد علي صالح، الإعلام البيئي بين النظرية والتطبيق، مركز الاسكندرية للكتاب، مصر، 2003م، ص. 92.

[22]– فتيحة كيحل، الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي، دراسة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي، موقع الفايسبوك أنموذجا، مذكرة ماجيستير، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2011-2012م، ص. 96، 97.

[23]– سناء محمد الجبور، الإعلام البيئي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011م، ص. 204.

[24]-Nombre d'utilisateurs de Facebook dans le monde, journaldunet.com/nombre-d-utilisateurs-de-facebook-dans-le-monde/ 03-06-2020. Voiraussi, Wasinee Kittiwongvivat, Rakkanngan Pimonpha, Facebooking your Dream, Master Thesis, 28 mai 2010, p.23.

[25]– سناء محمد الجبور ، الإعلام الجديد، أطفالنا للنشر والتوزيع، الجزائر، ط-1، 2015م، ص.241، 242.

[26]– مريم نريمان نومار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر، مذكرة ماجستير ، تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة الحاج لخضر باتنة، ، 2012م.

[27]– شفيقة مهري، المرجع السابق، ص. 207-208.

[28]– محمد الجبور سناء، المرجع السابق، ص. 96- 97.

[29]– فتيحة كيحل، المرجع السابق، ص ص. 149- 150- 151- 159.

[30]– المرجع نفسه، ص. 197- 198.

[31]– مريم نريمان نومار، المرجع السابق، ص. 110.

[32]– شفيقة مهري، المرجع السابق، ص. 213.