



التوعية البيئية في الجزائر عبر صفحات الفايسبوك –قراءات جديدة في نظرية الأجندة-

Environmental Awareness in Algeria via Facebook Pages - New Readings in Agenda Theory-

شفرور سهام *

جامعة العربي بن مهدي -أم البواقي ، (الجزائر) ، chafrou.siham@univ-ueb.dz

DOI: 10.53284/2120-008-003-004

تاريخ النشر: 2021/10/5

تاريخ القبول: 2020/12/6

تاريخ الاستلام: 2020/10/21

المخلص

جاءت دراستنا لإلقاء الضوء على كيفية نشر التوعية البيئية عبر وسائط الاعلام الجديد و خاصة شبكة الفايسبوك، و مدى قدرتها على ايصال القضايا البيئية و التحسيس بها و تجنيد الجماهير للقيام بالحملات التوعوية و ترتيب أولياتهم ، و ذلك من أجل معرفة الدور الفعال لهذه الصفحات الالكترونية في ترسيخ قيم وثقافات سلوكية تسعى للحفاظ على البيئة كأحد أهم قضايا الاعلام و الشغل الشاغل للعالم جميعا .

كلمات مفتاحية: التوعية البيئية ، الاعلام الجديد ، وسائط الاعلام الجديد.

Abstract:

Our study came to shed light on how to raise environmental awareness through the new media , especially the Facebook network, and the extent of its ability to communicate environmental issues and sensitize them and recruit audiences to conduct awareness campaigns and arrange their priorities, in order to know the effective and effective role of these web pages In establishing values and behavioral cultures that seek to preserve the environment as one of the most important issues of media and the concern of the world.

Keywords:. Environmental awareness, new media, new media

*المؤلف المراسل

1. مقدمة:



برزت في الآونة الأخيرة قضايا جديدة أصبح يطلق عليها بقضايا العصر ، حيث ازداد الاهتمام بها نظرا لما تؤديه من دور كبير على المستوى المحلي و الاقليمي و حتى الدولي ، كقضايا البيئة و الوعي البيئي، و موضوع الاختطاف ، و موضوع حقوق الانسان ..

اذ طرحت شبكات التواصل الاجتماعي نفسها كبديل حقيقي عن وسائل الإعلام التقليدية بعد انتشار شبكة الانترنت عبر مختلف نقاط العالم ، وزيادة الاعتماد عليها لإعادة ترتيب أولويات الجمهور والتأثير على الرأي العام تجاه العديد من القضايا المستحدثة والتي برزت قضايا البيئة من ضمنها اذ اهتمت بمجموعة الموضوعات و المشكلات و الأزمات التي تواجه البيئة سواء الطبيعية أو الاجتماعية و التي تحدث نتيجة وجود بعض الاختلالات في توازن المنظومات البيئية و تؤثر في عناصر و مكونات البيئة كقضايا التلوث بأنواعه ، ارتفاع في درجات الحرارة ، انقراض الحيوانات ..

كما تسعى هذه الثورة التكنولوجية الحديثة الى توعية الجمهور بقضايا البيئة و مواجهة انتهاكات حقوق الانسان البيئية ، فقد أدى الاعلام الجديد بمختلف تطبيقاته ووسائطه دورا مهما في التوعية و التربية البيئية لمختلف هذه القضايا التي كانت مهمشة من قبل ، حيث يعمل على بث و ارساء القيم و الأفكار التي تتناسب و تتلائم مع متطلبات التنمية و تجنيد الجماهير للقيام بمختلف الحملات التحسيسية و بهذا القضاء على الأخطار و ايجاد حل لهذه المشكلات للعودة الى الاتزان المحيطي عن طريق الوعي البيئي .

و لدراسة هذا الموضوع قمنا بطرح الاشكالية البحثية الآتية : كيف يتم نشر التوعية البيئية في الجزائر عبر الصفحات الفيسبوكية للجمعيات البيئية في ظل نظرية الأجندة؟
و للإجابة على التساؤل المحوري سنعالج الموضوع انطلاقا من المحاور الآتية:

المحور الأول : مفهوم نظرية الأجندة و العوامل المؤثرة في ترتيب الأولويات

المحور الثاني : مكانة وسائط الاعلام الجديد و قدرتها على اعادة تشكيل الجمهور و ترتيب أولياته منافسة بذلك الاعلام التقليدي .

المحور الثالث : مدى قدرة الفيسبوك على اوصول قضايا البيئة بالجزائر و التحسيس بها و تجنيد الجماهير القيام بالحملات للحفاظ على البيئة

ثانيا : أهداف الدراسة

- معرفة أهم العوامل التي تؤثر في ترتيب أولويات الجمهور المستخدم للوسائط الاعلامية
- معرفة قدرة وسائط الاعلام الجديدة على اعادة تشكيل الجمهور مقارنة بذلك الاعلام التقليدي.



-التعرف على مدى قدرة شبكة الفايبروك في إيصال أهم القضايا البيئية للجماهير مع تشجيعهم على المحافظة على المحيط.

المحور الأول : مفهوم نظرية الأجندة و العوامل المؤثرة في ترتيب الأولويات

استخدمت نظرية ترتيب الأولويات في العديد من البحوث و الدراسات السابقة ، و لقد تم تجاهلها في الأربعينات و الخمسينات من القرن العشرين ، حيث زعم العديد من الباحثين بأن وسائل الاعلام لا تنجح دائما في تعريف الناس باتجاهاتهم و كيف يفكرون ، و انما تنجح في ابلاغهم فيما يفكرون ، وبالتالي فهي تهتم بدراسة العلاقة التبادلية بين وسائل الاعلام و الجمهور الذي يتعرض لتلك الوسائل.

حدد الباحثون عدداً كبيراً من التعريفات لعملية وضع الأجندة، حيث يعرف (M.Sanchez)

عملية وضع الأجندة في الإعلام بأنها " العملية التي بواسطتها تحدد وسائل الإعلام بما نفكر وحول ماذا نقلق"، ويرى أن أول من لاحظ هذه الوظيفة هو (Lippmann) في العشرينيات من القرن الماضي، وأوضح أن الإعلام هو الذي يهيمن على خلق الصور في أذهاننا وأن رد فعل الجمهور يكون تجاه تلك الصور وليس تجاه الأحداث الفعلية، لذلك فإن وضع الأجندة هي: "عملية تهدف إلى إعادة صياغة جميع الأحداث التي تقع في البيئة المحيطة بنا إلى نموذج بسيط قبل أن نتعامل معها". (عبد، 2008)

و عليه فان هذه النظرية هي اعادة بناء و صياغة الأحداث بما يتناسب مع سياسة المؤسسة و ذلك من أجل تغيير مواقف و اتجاهات الجماهير، بمعنى أن أجندة الجمهور هي انعكاس لأجندة المحتوى الاعلامي.

تقوم الافتراضات الأساسية لنظرية الأجندة أو ترتيب الأولويات على ما يلي:

-تقوم وسائل الاعلام بانتقاء عدد من القضايا و الموضوعات و الأحداث من خلال ما تستقيه من البيئة المحيطة بها لتتنقل أخبار الأحداث اليومية.

-و بسبب المساحة المحدودة أو المدة الزمنية المحددة و التزام الاعلاميين بقيم خبرية معينة ، فان كثيرا من القضايا يتم تجاهلها و لا تصبح جزءا من الأخبار.

-تعطي وسائل الاعلام لبعض الموضوعات و القضايا بروزا أو درجة معينة من الاهتمام أو مكانة خاصة دون الاهتمام بموضوعات و قضايا أخرى .

-يشكل هذا الانتقاء للموضوعات و القضايا و ما يشتمل عليه من مستويات مختلفة من البروز أو المساحة أو المدة المخصصة ما يسمى بأجندة وسائل الاعلام.

-ينتقل هذا الاهتمام بنفس القضايا و الموضوعات من وسائل الاعلام الى الجمهور ، حيث أن الجمهور سوف يستخدم التقييم نفسه عندما يقرر ترتيب أهمية هذه القضايا و الموضوعات بالنسبة له.



و عليه نظرا للدور الذي تؤديه وسائل الاعلام في حياتنا اليومية من أنها مثلا مصدرا للمعلومات و للترفيه و التسلية ،فهذا لا ينفى أن الرسالة اليوم أصبحت لها دور فعال في فهمها و ادراكها وذلك عن طريق الأجندة الخاصة بها (ليندة، 2012، ص194)

العوامل المؤثرة في ترتيب الأولويات:

هناك العديد من الدراسات والبحوث التي اجتهدت في البحث عن العوامل التي يمكن أن تؤثر على قدرة وسائل الإعلام على ترتيب أولويات الجمهور ، ونقصد بالعوامل المؤثرة في ترتيب الأولويات تلك العوامل الوسيطة بين أجندة الجمهور وأجندة وسائل الإعلام ، وهي تؤثر بالسلب والإيجاب على العلاقة بين أجندة الجمهور وأجندة وسائل الإعلام .ويمكن تقسيم هذه العوامل أو المتغيرات الوسيطة - إذا اعتبرنا أن أجندة وسائل الإعلام تمثل المتغير المستقل وأجندة الجمهور تمثل المتغير التابع - إلى متغيرات تتعلق بالقضايا ذلك لأن معظم الدراسات التي تناولت نوع القضية كمتغير وسيط يتوسط العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور أكدت أن وسائل الإعلام أكثر قدرة على وضع أجندة الجمهور بالنسبة للقضايا المجردة البعيدة عن خبرة الفرد ، وأقل قدرة على وضع أجندة الجمهور بالنسبة للقضايا الملموسة ، كما أشارت بعض الدراسات أن وسائل الإعلام تؤثر على بروز الموضوعات الدولية ، بينما يقل تأثيرها بالنسبة للموضوعات المحلية حيث يزيد دور الاتصال الشخصي والتفاعل الاجتماعي ، وأخرى تتعلق بالجمهور ، ذلك أن أجندة الأفراد تختلف عن أجندة المجتمع ، حيث أنه عند تكوين أجندة الأفراد يتم تداخل مجموعة من العوامل مثل :طريقة تقديم الموضوع في وسائل الإعلام ، الاتصال الشخصي ، وشبكة الاتصالات الفردية أو الجماعات المرجعية التي ينتمي إليها الفرد ، بالإضافة إلى مدى اهتمام الفرد بذلك الموضوع ، وأضافت أن دور الجماعات المرجعية يزيد من تأثير وسائل الإعلام على وضع الأجندة إذا كان هناك تشابه بين أجندة الجماعات المرجعية وأجندة وسائل الإعلام .ونحن هنا نقترّب من فكرة انتقال المعلومات على مرحلتين ؛ حيث أكدت بعض الدراسات أن الأفراد الذين يتعرضون بشكل أكبر للوسيلة الإعلامية يقومون بتمرير هذه المعلومات من خلال الاتصال الشخصي إلى من هم أقل تعرضاً لوسائل الإعلام ، وعادة يكون هؤلاء الأفراد أكثر تعليماً ، عمراً ، ولديهم أنشطة سياسية واجتماعية ، و متغيرات تتعلق بوسائل الاعلام حيث اقترح نموذج المستويات (Threshold) وجود أهمية كبيرة لمتغير كثافة التعرض لوسائل الإعلام ، حيث لابد من وجود حد أدنى من التعرض لوسائل الإعلام ، كما تم الربط بين كثافة التعرض لوسائل الإعلام وكل من :كثافة التغطية الإعلامية ، اهتمام الفرد بالموضوع ، حيث لابد من وجود حد أدنى من التعرض لضمان إدراك الأفراد للموضوع على أنه مهم وبالتالي حدوث التأثير ، وتأكد ذلك لدى بعض الباحثين حيث وجدوا أنه كلما زاد مستوى التعرض زاد احتمال حدوث تأثيرات الأجندة (فوزي، 2017، ص 45-47-49)

المحور الثاني : مكانة وسائط الاعلام الجديد و قدرتها على اعادة تشكيل الجمهور و ترتيب أولياته منافسة بذلك الاعلام التقليدي



ظهرت وسائل الاعلام الجديد في الجزء الأخير من القرن العشرين وشملت دمج وسائل الاعلام التقليدية التي كانت مستقلة في الماضي ، هذه الثورة التكنولوجية ساهمت في تغيير نوعية الاتصال و تجاوزت الحدود الزمنية و المكانية ، و خلقت التفاعل بين الناس وسمحت لهم بمشاركة أفكارهم و آرائهم المختلفة ، فالإعلام الجديد اليوم هو اعلام تعددي بلا حدود و متعدد التقنيات و التطبيقات ، فموجبه يمكن لوسائل الاعلام أن تقدم لكل شخص ما يريد و في الوقت الذي يريد ، كما أن هذه الأخيرة تراعي اهتمامات جمهورها المستخدم و ترتب أولياته و عليه فالإعلام الجديد هو:

يعرف قاموس التكنولوجيا الرفيعة (**High-Tech Dictionary**) (الإعلام الجديد بشكل مختصر ويصفه بأنه "اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة. (دليو، 2003، ص21)

كما يشير المفهوم أيضا إلى " الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية ، بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الأنترنت و تبادل المعلومات ، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع أصواتهم وأصوات مجتمعاتهم إلى العالم أجمع". (الصادق، 2008، ص31)

بمعنى أن الاعلام الجديد هو استخدام التقنيات و الوسائط و التطبيقات الحديثة المرتبطة أو غير مرتبطة بالأنترنت من أجل إنتاج المضامين الاعلامية و تبادل الأفكار و الرسائل بين طرفي العملية الاتصال.

أما مفهوم وسائط الاعلام الجديد يحيل " بأنه ظاهرة متعددة الأبعاد ، و لعل المعنى الأكثر ارتباطا يتعلق ببعدها الجدة و الحداثة كمقابل للبعد القديم ، الى معنى الحركة من اعلام قديم Old Medea الى ميديا جديدة New Medea ، أي من حالة الى حالة أخرى تتجسد في حركة خطية للزمن يلغي فيها القديم للجديد، و يرى البعض هذا الاتجاه أن دلالات التحول هذه مرتبطة بسياق أضحي فيه التغيير سمة من سمات المجتمعات الحديثة ، اذ هو يحيل أيضا الى التحول من الحداثة (Modernity) الى ما بعد الحداثة (Post-Modernity) و من المحلية الى العولمة ، و من الطور الصناعي الى الطور ما بعد الصناعي ، و في هذا السياق الحضاري تمثل وسائط الاتصال الجديدة رمزا لديناميكية الحركة الشاملة ، و من جهة أخرى يحمل المفهوم حمولة ايديولوجية تحيل الى أفضلية الحديث عن القديم .

و يحيل مفهوم وسائط الاتصال الجديدة الى البعد الذي ينطلق من رؤية استشرافية تعني بأن عالما جديدا لا مكان فيه للقديم ، وتستمد هذه الرؤية من الاعتقاد القاطع في التنبؤ بالمستقبل" (وردة، الشريف ، 2019 ، ص42)

حيث يرصد الدكتور سعود كاتب الاعلام الجديد من مداخل عدة في التغيير في أنماط السلوك و الاندماج بين وسائل الاتصال و يبدأ أولا بمقارنة الاعلام القديم و يجد في التفاعلية أو مظاهر التميز عند الجديد على القديم و يصل الى أن تكنولوجيا الاعلام الجديد جعلت من حرية الاعلام حقيقة بالنسبة للعالم العربي الذي كان و لازال يشكو منذ مدة طويلة من تحيز الاعلام



الغربي ضده ومن عدم قدرته على اىصال صوته و صورته الحقيقة الى تلك المجتمعات الغربية فانه لم يعد أمامه أي عذر ، فالإعلام الجديد و بشكل خاص الانترنت فتحت المجال أمام الجميع بدون استثناء و بدون قيود لوضع ما يريدونه على الشبكة ليكون متاحا أمام العالم لرؤيته ،المهم أن يكون هناك استعداد حقيقي للاستثمار في هذه الوسيلة و الأهم من ذلك استثمارها بالشكل المناسب هذه العناصر جميعها أخذت في التفاعل مع بعضها البعض بشكل يؤثر على الدور الذي تلعبه المعومات في حياتنا و هذا ينطبق بشكل أساس على الكيفية التي تستخدم بها وسائل الاعلام ، فلا يمكن لوسائل الاعلام الجديد اليوم الاستغناء عن وسائل الاعلام القديمة فلا يتحقق لها الراجح الا اذا استخدمت الاعلام التقليدي و أشارت اليه و نقلت عنه .

(بشرى، 2011 ، ص19)

فنشوء المجتمع المعلوماتي يهيئ لتعميم ظاهرة التحول من تقديم(الخدمات الاعلامية) للمتلقي (السليبي) في عملية الاتصال الجماهيري ،الذي يتلقى المعلومات الموجهة اليه دون مشاركة ايجابية واضحة منه في جوانب اختيار أو اعداد أو في أساليب نشر تلك المعلومات ، الى مشاركة عناصر التركيبة الاجتماعية الفاعلة جميعها في عملية اختيار و اعداد و تخزين و توجيه و نشر والافادة من المعلومات ، و المشاركة المؤثرة في عملية التبادل و التفاعل الاعلامي داخل المجتمع الواحد بعناصره و شرائحه كلها ،و بين المجتمعات المختلفة بشكل عام ، بما يوفر فرص التحوار و التفاهم و التفاعل .(حسام،انتصار، 2011، ص 21)

ففي السابق كانت قدرة المستخدمين على التفاعل تقتصر على دائرة رجع الصدى لمحتوى المنشور على المواقع الإلكترونية عبر إضافة التعليقات وتدوين الملاحظات على سجلات الزوار مثلا .ثم انتقلت بعد ذلك العلاقة إلى التحرر نسبياً مع وجود المنتديات ومجموعات الأخبار والقوائم البريدية ، غير أنها لم تتح للجمهور حرية الممارسة الإعلامية المطلقة والتي لم تتوفر لهم إلا بعد ظهور المدونات وما تبعها بعد ذلك من ظهور لشبكات التواصل الاجتماعي ومواقع الفيديو التشاركية كاليوتيوب والموسوعات الحرة مثل ويكيبيديا ، وهذه المواقع تمثل عناصر الانتقال إلى مرحلة ما بعد التفاعلية ،فالمتلقي في وسائل الإعلام الجديد يقوم بعمل فاعل في اختيار المحتوى ، والتفاعل معه ، فإنه يتميز بدرجة عالية من الانتباه والتركيز ، بخلاف التعرض لوسائل الإعلام التقليدي الذي يكون عادةً سلبياً و سطحياً. (علي، 2011 ، ص113)

فوسائل الاعلام الجديد أعادت تشكيل خارطة العمل الاعلامي و الاتصالي و جاءت لتقضي على هيمنة وسائل الاعلام التقليدية ، فهي لا تقتصر على مجرد خاصية التفاعل التي تتيح للمرسل و المستقبل عملية تبادل الأدوار و لكن أحدثت نوعية في المحتوى الاتصالي متعدد الوسائط و الذي يشتمل على الصور و النصوص و الفيديوهات في الكثير من المجالات .

و هذا ما جعل جمهور المستخدمين هو من يرتب أجندة أولوياته ، ويختار المواضيع والقضايا التي يريد طرحها للتداول والنقاش ، خاصة مع هذا الظهور الكبير لأشكال الاتصال وتطبيقاته و التي أصبحت تحدد طبيعة التأثيرات على المستخدمين .



وفي المجال البيئي ، لعب الفايسبوك كصورة من صور الاعلام الحديث أدوار فاصلة في فتح آفاق واسعة لممارسة مختلف الأنشطة البيئية ، كنشر العديد من القضايا التي تخص البيئة ، و قيام الناشطين البيئيين بالحملة التوعوية التحسيسية بالمخاطر التي تهدد البيئة ، و ذلك من خلال السماح للأشخاص و المستخدمين الالكترونيين بإبداء رأيهم و أفكارهم مباشرة الى جمهور عالمي بسهولة و يسر.

المحور الثالث: مدى قدرة الفايسبوك على اىصال قضايا البيئة و التحسيس بها و تجنيد الجماهير القيام بالحملة للحفاظ على البيئة.

شاركت وسائل الاعلام الجديدة بالجزائر في وضع الأجندة من خلال تسليط الضوء على الكثير من القضايا المهشمة في وسائل الاعلام التقليدي و جعلها مهمة للمجتمع و التفكير فيها و مناقشتها و معالجتها، و تجنيد الجماهير القيام بحملات النظافة والحفاظ على المحيط عبر مختلف الولايات الجزائرية و قيادة حملات قوية ، ففي السنوات الأخيرة ظهرت العديد من المؤسسات الاعلامية في مجال السمعي البصري المتخصصة في التوعية و التوجيه تستهدف بالدرجة الأولى أطفال المدارس و الشباب و المرأة و ذلك لتغيير سلوكهم الى الايجاب تجاه البيئة، هذا لأن تلاميذ المدارس متأثرين بوسائل الاعلام الحديثة و التي تعتبر أسلوبا نظاميا بيداغوجيا في التربية و التوعية البيئية ، و عليه فالمواقع الالكترونية أصبحت اليوم تكمل التلاميذ و الأسرة خاصة في تربية الأطفال و تنشئتهم تنشئة بيئية ، و ذلك من خلال توجيه برامج التلميذ الى خدمة التربية البيئية ، و عليه المدرسة اليوم لها دور فعال في مجال التربية و نشر الوعي البيئي .

حيث أن الوسائل و الوسائط الاعلامية الجديدة تتميز بسرعة الانتشار و سهولة الوصول للفئات المستهدفة في أي مجال من مجالات الحياة ، و لذلك أصبح من الأهمية بإمكان استخدام و توظيف هذه الوسائط في نشر الوعي البيئي بين الجماهير. و من خلال الوسائط الجديدة يمكن تثقيف و توعية الجماهير بأهمية المحافظة على البيئة و تشجيعهم على المشاركة في الأنشطة التي تحافظ على البيئة من التلوث، و القيام بحملات توعوية مكثفة لمحاربة السلوكيات الضارة بالبيئة و التي قد تنتشر في مجتمع من المجتمعات و تؤثر سلبا على البيئة و على الكائنات الحية .

و من الأدوار الهامة للإعلام الجديد في الحفاظ على البيئة توعية المستخدمين بمخاطر التدهور البيئي على الكرة الأرضية وتوعيتهم بمخاطر التلوث البيئي و النفايات و خاصة النفايات الالكترونية التي يزداد حجمها باستمرار بل و يتضاعف نتيجة التقنيات الحديثة التي تدخل الأسواق كل يوم ، و اقبال الجماهير على اقتناء المنتجات الجديدة ، و التخلص من المنتجات القديمة التي تحتوي على مواد ضارة بالبيئة مثل المعادن الثقيلة كالزئبق و الرصاص و الكاديوم. (مُجَد، 2011، ص 98)

فالعديد من الجمعيات البيئية نشطت اعلاميا عبر الشبكة الفايسبوكية من خلال نشرها للحملات التحسيسية حول المحافظة على الغابات و التشجير ، و قيام المواطنين و تلاميذ المؤسسات بحملات توعوية و حماية الثروة الغابية بهدف ترسيخ ثقافة حماية البيئة



، و تنظيم عدة أنشطة بيئية لتنظيف المدارس و الأحياء ، هذا اضافة الى القيام بحماية الموارد المائية و تنظيفها من مختلف الملوثات التي قد تصيبها ، كما تساهم هذه الجمعيات في تنظيم ورشات عمل و دورات تكوينية حول الكثير من المشكلات كرسكلة النفايات التي من شأنها اكساب المواطنين ثقافة بيئية و تعزيز التربية البيئية في الوسط المجتمعي و المدرسي ، و ذلك بالترشيد حول رمي النفايات في أماكنها المخصصة و تشجيعهم على القيام بعملية تدوير النفايات و القيام بتنظيم مسابقات داخل المدارس من أجل اشراك التلاميذ في المجهودات و المبادرات الرامية الى حماية البيئة و خاصة في مجال حماية الغطاء النباتي الغابي ، اضافة الى تنظيم أيام دراسية من شأنها التحسيس بالمخاطر التي تضر البيئة و المشكلات التي تهددها و بالتالي تعمل هذه الجمعيات البيئية على التشجيع على الأعمال التطوعية للحد من الأخطار التي تهدق البيئة و الانسان جراء انتشار النفايات سواء كانت المنزلية أو الطبية و غيرها ، و التي تهدد الصحة العمومية و المحيط بصفة عامة ، كل هذا يعمل على تغيير الاتجاه السلبي للإنسان فيصبح مواطنا واعيا مسؤولا على تنظيف المكان الذي يعيش فيه من أجل ضمان استمرار بقاءه سليم.

فالجمعيات التي تعمل في المجال البيئي راعت ترتيب أولويات جمهورها المتبع لصفحاتها الفيسبوكية من خلال حجم التعليقات الموجودة على منشوراتها ، و هذا بهدف تغيير السلوك الذهني للمستخدم نحو اتجاه ايجابي، و لذلك استخدمت أجندة خاصة بالجمهور ككل ، و هذا ما وضحته نظرية ترتيب الأولويات باعتبارها عملية تحدد الوسائل الاتصالية بواسطتها ما يفكر الانسان و ما يرسخ الصور في أذهانه ، و تربيته تربية بيئية تحفزه للمشاركة في حل المشكلات البيئية و بذلك تكوين مواطن بيئي ايكولوجي ، و هذا ما يساهم في معرفة صناع القرار البيئي و مدى وعيهم بقضايا البيئة و مشكلاتها في الجزائر.

كذلك الناشطين و المختصين بالصفحات البيئية الفيسبوكية يراعون ترتيب أولويات المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي مع الاهتمام بمضامين بيئية جادة هذا لأن الأجندة تهتم بدراسة العلاقة التبادلية بين وسائل الاعلام و الجمهور الذي يتعرض لتلك الوسائل ، و هذا لا ينفي أن الرسالة اليوم أصبحت لها دور فعال في فهمها و ادراكها و ذلك عن طرق الأجندة الخاصة بها

حيث أطلق شباب على مواقع التواصل الاجتماعي ، حملة غرس 40 مليون شجرة في كل ولايات الوطن في شهر أكتوبر/ تشرين الأول القادم ، تعويضاً للخسائر الفادحة التي قلّصت من المساحات الغابية في البلاد ، و أتت هذه الفكرة استناداً إلى فكرة شجرة لكل مواطن ، إذ يهدف مطلقو هذه المبادرة إلى غرس أشجار بعدد سكان البلاد. وفي هذا السياق ، نشرت صفحة "مبادرة 40 مليون شجرة" على صفحتها بموقع التواصل فيسبوك "إثيوبيا غرست أكثر من 350 مليون شجرة في يوم واحد ، في إحدى أكبر العمليات التطوعية في العالم لتعويض ما خسره البلد من مساحات غابية ، مبادرة مماثلة تنطلق في الجزائر لتحقيق عدد 40 مليون شجرة شهر أكتوبر ، هل يمكننا رفع التحدي؟" وربط شباب الصفحة ، مبادرة التشجير بالحراك الشعبي ، معتبرين أن المبادرة هي امتداد لثورة الشعب ضدّ الفساد الذي طال البلاد ، يستطرد المنشور : "الثورة والحراك يجب أن يمسّ جميع مناحي الحياة في الجزائر من محاربة التجارة الفوضوية للفحم و حرائق الغابات إلى عمليات التشجير." (نصر الدين، 2019)



و من أهم الجمعيات التي تنشط في المجال البيئي على المستوى الوطني : جمعية حماية التراث و البيئة التي تعمل للحفاظ على البساتين و صيانة مجاري المياه ، و إحياء التويزة ، و التشجير ، نظافة المحيط ، جمعية الآمال لحماية البيئة و المحيط ، جمعية الأفاق للمحافظة على البيئة و الآثار ، جمعية أصدقاء البيئة ، الجمعية الوطنية لحماية البيئة و مكافحة التلوث ، الجمعية الجزائرية للتراث و البيئة و ترقية المناطق الصحراوية ، جمعية البيئة و مكافحة التصحر ، جمعية الواحة الخضراء ، جمعية ايكولوجيا لحماية البيئة ، جمعية حماية البيئة و التنمية المستدامة ، جمعية النشاط البيئي ، جمعية الحياة للحفاظ على الغابات ، جمعية التويزة بالجزائر ، جمعية الجزائر البيضاء ، جمعية الأمل لحياة البيئة ، جمعية حماية البيئة الكوكب الأزرق-قالمة- ، جمعية حماية البيئة لولاية غليزان ، جمعية حماية البيئة لولاية غرداية ، جمعية حماية البيئة لولاية بومرداس. (research1504.blogspot.com ، 2019)

و بعض المجموعات البيئية : مجموعة شباب و بيئة للألفية الثالثة ، مجموعة جمعية مواطنة و تنمية مستدامة ، مجموعة جمعية البيئة من أجل التنمية المستدامة ، مجموعة منتدى التربية البيئية و التنمية المستدامة ، مجموعة شباب أفرار من أجل تنمية مستدامة. وفيما يلي بعض عناوين الصفحات الخاصة بالجمعيات والمنظمات البيئية على المستوى الوطني لحماية البيئة التي اضحت تعرف التفافا من قبل الشباب بغية تحقيق ثقافة بيئية شاملة وهي:

—جمعية حماية البيئة وتهيئة الإقليم في إطار التنمية المستدامة بأرزو (Apeatdd) وتضم الصفحة الخاصة بهذه الجمعية 203 مشترك ، وهي تساهم في التوعية البيئية من خلال إطلاق الحملات التحسيسية لتنظيف الأحياء و كذا الشواطئ بمنطقة وهران وضواحيها ، وهي من ضمن جمعيات

المجتمع المدني ولها مقر إلى جانب نشاطها عبر موقع الفيسبوك.

—جمعية البيئة والمجتمع جيغل :وتضم الصفحة الخاصة بها 212 مشترك وشعارها بيئتنا حياتنا وتعنى هذه الجمعية بدورها بحماية البيئة البحرية ، وكذا المناطق الحضرية و الأحياء على مستوى ولاية جيغل

—الجمعية الجزائرية للتراث و البيئة وتحسين المناطق الصحراوية فرع حاسي مسعود وتضم 144 عضو، وتهتم هذه الجمعية بحماية المناطق الصحراوية من التلوث الصناعي بفعل الشركات النفطية بالإضافة إلى حماية الثروة الحيوانية (الإبل) والطابع الجمالي للمناطق الصحراوية . (شفيقة، 2016 ، ص210)

إن الحفاظ على البيئة وترقيتها ومنع تدهورها من الأهداف الحقيقية للمشاركة الجماهيرية الفاعلة، ولا يتم ذلك ما لم تتوفر الهياكل التنظيمية التي تحتوي المواطنين وجهودهم لخدمة القضايا البيئية على أسس فكرية وثقافية فاعلة، من خلال الجمعيات الوطنية البيئية التي حملت في طياتها جملة من الأهداف والمبادئ التي تسعى لتحقيقها من خلال مجموعة من الوسائل والأساليب، إلا أنّ هذه الأهداف محفوفة بعوامل عديدة منها من كان سندا لها ولنجاحها، ومنها من كان سبب لفشلها أو الحد من نجاحها وفعاليتها.



تعمل الجمعيات الوطنية المعنية بالبيئة على تعميم الثقافة البيئية والوعي البيئي وزرعهما في مختلف الفئات الاجتماعية قصد اكسابهم سلوك ووعي بيئي يمكنهم من إدراك مدى خطورة المشكلات البيئية وكيفية المشاركة في حلها وبالتالي ضمان صحة المواطن ببيان الأسباب الرئيسية للأضرار التي تهدد الانسان في بيئته ، وذلك في إطار حملات التوعية على مستوى مختلف شرائح المجتمع ، فمصدر الثقافة البيئية هو التربية والتعليم والوعي بالسلوك البيئي الذي هو جزء لا يتجزأ من السلوك الاجتماعي ، فكلما كان الوعي البيئي مرتفع لدى المواطن كلما انعكس ذلك إيجابا على سلوك تجاه بيئته ومحيطه . (سعد، 2017 ، ص 64)

حيث تسعى الجمعيات الوطنية المعنية بالبيئة والمحيط الذي يعيش به الإنسان لتحقيق ذلك من أجل تنمية الرابطة الحسية الشعورية والوجدانية لديه عند قيامه بمختلف مهامه المجتمعية ، وذلك عن طريق منح الإنسان مجمل حقوقه وعلى رأسها البيئة وبشكل ذلك باعث لارتياح وتعزيز الثقة لدى الفرد والآخرين على حدٍ سواء للاقتداء ببعضهم البعض وبالتالي تحقيق المواطنة البيئية ، وترشيد سلوك المواطن للحفاظ على المصادر البيئية وحماية المحيط البشري في كنف سلوكٍ حضاري.

كما تسعى إلى ترسيخ مبدأ الإعلام ومشاركة المواطن ، اذ تنص جل القوانين الوطنية المتعلقة بالبيئة أو تلك ذات العلاقة بما كقوانين الصحة والمستهلك وغيرها على ضرورة تزويد المواطنين بكافة المعلومات الخاصة بالبيئة وعلى حقهم بالإعلام بهدف الحصول على المعلومات للتعرف على الأخطار التي يمكن أن يتعرضوا لها في بيئتهم ومحيطهم. (سعد، 2017 ، ص 64) ،

خاتمة:

وفي خاتمة الدراسة يمكن القول أن الوعي البيئي أصبح من ضروريات الحياة مادامت المحافظة على البيئة و حمايتها من التلوث صارت من القضايا الهامة على الصعيد الاقليمي و الدولي ، فلا بد من تنمية الثقافة البيئية لدى الجميع من أجل تطور مستقبل الدول و الحضارات حيث توصلت الدراسة الى النتائج الأتية :

- شكل الفيسبوك كأحد وسائط البيئة الاعلامية الرقمية و كنموذج للإعلام الاجتماعي البيئي قناة جديدة من قنوات التعبير الحر التي أتاحت المجال للعديد من الجمعيات البيئية لتنشط عبره و تساهم هذه الأنشطة الاعلامية في نشر التوعية البيئية من أجل الحفاظ على البيئة و حقوق الأجيال القادمة ،

- كما استطاع أن يقوم بأدوار أساسية في حملات التوعية الاعلامية و ذلك لانتشاره الواسع و استخدامه في أغراض شتى بناء على نوعية و ديمغرافية مستخدميه .

- أصبحت العديد من الجمعيات البيئية و المنظمات المحلية و كذا الدولية تشط عبر هذا الموقع و تدعو الى المساهمة في الحملات التطوعية لحماية البيئة ، و ذلك باستخدام الفيديوهات و الصور و الرسومات و الاعلانات ، و ترتيب القضايا وفقا لاهتمامات الجمهور المستخدم الذي يبدي رأيه عن طريق التعليقات و التفاعلات من أجل بلورة الوعي البيئي و الحفاظ على استقرار المحيط.



قائمة المراجع:

- 1- الجبور سناء مُجّد، الاعلام البيئي، دار أسامة للنشر و التوزيع ، (عمان: دار أسامة للنشر و التوزيع ،2011)
- 2- بسام أحمد شريف ، و حمدي وردة ، سلطة وسائط الاتصال الجديدة على وسائل الاعلام التقليدية ،مجلة الأكاديمية للدراسات الانسانية و الاجتماعية ، العدد 21، جانفي 2019
- 3- جميل اسماعيل بشرى، مدخل الاعلام الجديد المفهوم و النماذج،مجلة الباحث العلمي، بغداد،العدد14، 2011
- 4- دليو فضيل، الاتصال مفاهيمه، نظرياته ، وسائله، دار الفجر ، (القاهرة-مصر- : دار الفجر،2003)
- 5- حديد نصر الدين ،09،2019 أوت،مبادرة 40 مليون شجرة..حراك أخضر ضد عصابات الفحم و العقار.تم استرجاعها في 15 أكتوبر، 2019 ، <https://ultraalgeria.ultrasawt.com>
- 5- حسونة نسرين مُجّد عبده، 2008، 24 ديسمبر، نظريات الاعلام و الاتصال . تم استرجاعها 25 أفريل، 2013 www.alukah.net/books/files/book_6269/bookfile/ealam.pdf.
- 6- مهري شفيقة، الاعلام البيئي الالكتروني عبر موقع الفاييسوك و دوره في تحقيق التنمية المستدامة، مجلة العلوم الاجتماعية ، العدد 23، 2016
- 7- عباس مصطفى صادق ، الاعلام الجديد (المفاهيم، الوسائل ،و التطبيقات)، دار الشروق (عمان.الأردن :دار الشروق ،2008)
- 8- عبد الرزاق انتصار ابراهيم ،و السموك صدف حسام، الاعلام الجديد.. تطور الأداء و الوسيلة و الوظيفة ، سلسلة مكتبة الاعلام و المجتمع ، (بغداد : سلسلة مكتبة الاعلام و المجتمع،2011)
- 9- شهاب الدين مُجّد فوزي ،دور التلفزيون في ترتيب أولويات القضايا السياسية لدى الجمهور البحريني ، معهد البحرين للتنمية السياسية ، سلسلة دراسات : معهد البحرين للتنمية السياسية ، 2017)
- 10- شهاب موسى علي، علم اجتماع الاعلام ، درا أسامة للنشر و التوزيع ،(الأردن: دار اسامة للنشر والتوزيع،2011)
- 11- توفيق أحمد سعد، دور الجمعيات الوطنية في التوعية و الحد من المخاطر البيئية (المنظمة الجزائرية لحماية و ارشاد المستهلك و محيطه نموذجاً، ملتقى أليات حماية البيئية .سلسلة كتاب أعمال المؤتمرات ،2017، مركز جيل البحث العلمي ، الجزائر العاصمة .
- 12- ضيف ليندة، الاتجاهات البحثية الجديدة في نظرية الأجندة -من يرتب أولويات وسائل الاعلام؟، مجلة الحكمة، كنوز الحكمة للنشر و التوزيع، العدد العاشر، 2012.

التوعية البيئية في الجزائر عبر صفحات الفيسبوك
-قراءات جديدة في نظرية الأجندة-



27-13 جانفي 2015، تم استرجاعها في 15 نوفمبر 2019، الموقع

الالكتروني: research1504.blogspot.com