

مساهمة الفيسبوك في نشر الوعي البيئي وثقافة الاقتصاد الأخضر

Facebook's contribution to spreading environmental awareness and the culture of the green economy

1/د. بوعكاز فريدة

1-جامعة باجي مختار عنابة (الجزائر) bfarida23@yahoo.fr

تاريخ القبول: 2023/06/13

تاريخ المراجعة: 2023/05/15

تاريخ الاستلام: 2023/04/29

ملخص:

اهتمت هذه الدراسة بالبحث في دور الوسائط الإلكترونية في تشكيل الوعي البيئي من خلال دراسة مساهمة الفيسبوك في معالجة القضايا البيئية ومشكلاتها وذلك من خلال محاولة نشر الوعي البيئي باستخدام الحملات التحسيسية والمنشورات. وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على توجه الجزائر نحو الاقتصاد الأخضر من خلال التوعية عبر الوسائط الجديدة ولا سيما شبكات التواصل الاجتماعي لما تملكه من الخصائص التي تميزها كموقع الفيسبوك من خلال التحسيس بقضايا البيئة وتشكيل الوعي البيئي عبر الحملات الإعلامية التي تستهدف الجمهور، لذلك تسعى هذه الدراسة إلى البحث عن كيفية مساهمة الوسائط الجديدة في توجه الجزائر نحو الاقتصاد الأخضر من خلال بلورة ونشر الوعي البيئي.

الكلمات المفتاح: مساهمة؛ الفيسبوك؛ الوعي البيئي؛ ثقافة؛ الاقتصاد الأخضر.

Abstract:

This study focused on researching the role of electronic media campaigns in shaping environmental awareness by studying the contribution of Facebook in addressing environmental issues and its problems, by trying to spread environmental awareness using awareness campaigns and publications. This study aims to identify Algeria's orientation towards the green economy through awareness through new media, especially social networks, because of the characteristics that distinguish it, such as Facebook. By sensitizing environmental issues and forming environmental awareness through media campaigns that target the public, this study therefore seeks to search for how new media contribute to Algeria's trend towards a green economy through crystallization and dissemination of environmental awareness

Keywords: Facebook; Environmental Awareness; Culture 'Green Economy.

1. مقدمة:

تعد قضايا البيئة والتلوث البيئي من المواضيع التي أثارت اهتمام وسائل الإعلام فقد شهد العقدان الأخيرين اهتماما متزايدا بها في عديد المجتمعات والدول، حيث ظهرت العديد من الحملات الإعلامية التي تسعى جاهدة لنشر الوعي البيئي لدى جميع شرائح المجتمع من خلال توظيف أساليب و إستراتيجيات للتأثير فيهم لتغيير سلوكياتهم اتجاه بيئتهم وذلك من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وأهمها الفيسبوك ، حيث صار يلعب دورا بارزا في جمع وتحرير الأخبار وتبادلها بين المستخدمين، كما لا يمكن إغفال سمة التفاعلية كسمة رئيسية للفيسبوك ساهمت في اتساع نطاقه واستقطابه لجمهور واسع وأدت إلى زوال الحدود الجغرافية وكذا الدولية والوطنية ،لذلك فنشر الوعي البيئي يتوقف على الحملات الإعلامية و لما تبثه من مضامين بيئية لإحداث تأثيرات في الفئات المستهدفة وتعزيز الوعي البيئي لديهم .

وسنحاول من خلال هذه الدراسة تسليط الضوء على شبكات التواصل الاجتماعي وتحديد الدور الذي تؤديه في بلورة وترسيخ الوعي بقضايا البيئة وضرورة المحافظة عليها من خلال ترسيخ سلوكيات ايجابية لدى هذه التطبيقات. حيث يلعب الوعي البيئي دورا كبيرا في تكريس سلوك معين للإنسان تجاه البيئة والمحافظة عليها، من خلال تزويد الفرد بالمعارف والمهارات والقيم والاتجاهات التي تنظم سلوكه وتمكنه من التفاعل مع بيئته الاجتماعية والطبيعية بما يساهم في حمايتها وحل مشكلاتها واستثمارها استثمارا مرشدا ومستداما. وسنحاول في هذه الدراسة البحث عن مكانة ودور الوسائط الجديدة في تحقيق الوعي البيئي. وهذا ما يقودنا لطرح التساؤل التالي:

- كيف يساهم الفيسبوك في نشر الوعي البيئي وثقافة الاقتصاد الأخضر؟

ويمكننا التطرق للموضوع من خلال التساؤلات الفرعية التي تتضمن الآتي:

- ماهي أهم القضايا البيئية المتناولة في الفيسبوك؟
- ماهي آليات ووسائل تجسيد الوعي البيئي في الجزائر؟
- ماهي التحديات والصعوبات التي تواجه وسائل الإعلام في حماية البيئة؟

2. تحديد المفاهيم :

1.2. الوعي البيئي:

هو الإدراك القائم على الإحساس والمعرفة بالعلاقات والمشكلات البيئية، من حيث أسبابها وأثرها ووسائل خلقها. (مذكور، 1975، صفحة 645)

1.1.2. التعريف الإجرائي: هو مدى إدراك الفرد للشؤون والمشكلات البيئية ومدى قدرته على تحليل وتغيير اتجاهاته وتنمية معارفه البيئية والبحث عن سبل خلقها.

2.2. الفيسبوك: هو عبارة عن شبكة اجتماعية يمكن الدخول إليها مجانا، وتديره شركة "الفيسبوك" محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها فيمكن للمستخدمين الانضمام للشبكات التي تنظمها المدينة، أو جهة للعمل أو المدرسة أو الإقليم وذلك من اجل الاتصال مع الآخرين والتفاعل معهم. (الدليمي، 2011، صفحة 123)

1.2.2. التعريف الإجرائي:

هو موقع اجتماعي تفاعلي يتيح التواصل لمستخدميه من خلال واقع افتراضي للالتقاء الأصدقاء والمعارف والأهل بمائل الواقع الطبيعي من خلال تكوين علاقات مع الأصدقاء من مختلف الأعمار والأجناس ومن كافة أنحاء العالم تجمعهم اهتمامات ونشاطات مشتركة بالرغم من اختلاف وعيهم وتفكيرهم وثقافتهم.

3.2. الاقتصاد الأخضر:

بأنه واحد من الأسباب التي تؤدي إلى تطور ونمو البشرية وسيصبح المجتمع عادلا في توزيع الموارد وتحقيقه سوف يؤدي بشكل ملحوظ إلى التقليل من الأخطار والندرة البيئية وكما يعرف أيضا بأنه هو ذلك الاقتصاد الذي توجد في نسبة صغيرة من الكربون ويتم فيه استخدام الموارد بكفاءة. (صبيحة، صفحة 88)

1.3.2. التعريف الإجرائي:

الاقتصاد الأخضر هو ناتج تحسن الوضع الاقتصادي مع الحد من المخاطر البيئية وندرة الحياة البيئية، والذي يؤدي إلى تحسين المساواة بين الإنسان ورفاهته الاجتماعي. الاقتصاد الأخضر هو نموذج للتنمية الاقتصادية على أساس التنمية المستدامة ومعرفة الاقتصاد البيئي وهو نوع من الطرق المنظمة لإنشاء مجتمع وبيئة نظيفة ترفع من المستوى الاقتصادي وتدفع المجتمع نحو حياة أفضل، وتحافظ على موازنة البيئة من جميع أشكال التنوع البيئي.

3. وسائل تنمية الوعي البيئي:

هناك العديد من وسائل تنمية الوعي البيئي منها ما يلي: (محمد، 2017، صفحة 335):

- وسائل مقروءة: صحافة، محلات، كتب، كتيبات، ملصقات، نشرات.

- وسائل مسموعة: راديو، أشرطة، أقراص ليزر (CD)، المحاضرات، خطب، ندوات، مؤتمرات.

- وسائل مرئية: تلفزيون، معارض، إنترنت، أفلام، قنوات فضائية متخصصة، رسائل الهاتف الجوال متعددة الوسائط.

- وسائل شخصية: مقابلات، زيارات، محادثات.

- وسائل التواصل الاجتماعي: هناك عدة وسائل منها:

التكنولوجيا بمختلف أشكالها تساهم في نشر الوعي البيئي بشكل كبير بين الصغار والكبار بين مختلف شرائح المجتمع وهذا ينتج عنه سلوك إيجابي نحو البيئة التي يعيش فيها الفرد والحيوان والنبات.

1.3 وسائل الإعلام:

أصبح الاتصال الجماهيري قوة مؤثرة في حياة المجتمعات، ويلعب دورا هاما في مواجهة الكوارث والأزمات البيئية التي تعاني منها، وهناك تفاعل مستمر بين وسائل الاتصال الجماهيري والمجتمع حيث يؤثر ويتأثر بها باعتباره عنصرا لا يتعد عن الكيان الاجتماعي والثقافي والاقتصادي، ويدخل في مختلف أوجه النشاط و أصبح لوسائل الإعلام دورها

الواضح في تكوين الصور الذهنية والتي تعكس واقع هذه الكوارث و الأزمات وغيرها، فوسائل الإعلام تؤثر في اتجاهات الأفراد ومواقفهم بما ينعكس على سلوكياتهم. (ابراهيم م.، 2008، صفحة 35)

ولا يخفى على أحد مدى أهمية الإعلام في توجيه السلوك الفردي والجماعي نحو الحفاظ على البيئة، من خلال وسائله السمعية أو البصرية، وكذا إمكانية جمعه لأكثر عدد ممكن من أفراد المجتمع على رأي واحد، من خلال التأثير والإقناع بمختلف الوسائل الدرامية والواقعية وحتى الهزلية، هذا فضلا عن الأساليب الأخرى كعقد الملتقيات الفكرية وصناعة فرص الحوار والتشاور وتبادل الأفكار حول القضايا التي تجمع الجميع ويتعامل الإعلام مع مشكلات البيئة بواسطة خلق الإحساس لدى المواطن بضرورة الاهتمام بها والحفاظة عليها، من خلال تقوية اهتمام الجماهير بقضايا البيئة ومشكلاتها، وذلك انطلاقا من أن الإنسان هو أكثر الكائنات الحية فاعلية و تأثيرا في النظام البيئي، وبالتالي تعمل وسائل الإعلام على تكوين العلاقة السوية بين الإنسان والبيئة، بحيث يتكون لديه الوعي البيئي المتكامل، فالوعي الوقائي هو الذي يمنع حدوث الخلل أو المشكلة، أما الوعي العلاجي فهو الذي يواجه به الفرد المشكلات الفعلية الناجمة عن سوء الاستخدام، كما يمكن للإعلام أن يلعب دورا هاما في الضغط على الحكومات في بعض الدول لإنشاء أجهزة تعنى بمشكلات . (بوزراع، 2010، صفحة 141).

فالإعلام يعنى بتزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعدهم في مواجهة الكوارث والأزمات البيئية والتعامل معها بوعي يزيد من فعالية الفرد، ويرفع مستوى أهليته وأدائه، من خلال الرسائل التي يثبها على أعداد كبيرة من الناس، وتتميز وسائل الإعلام بقدرتها الفائقة على نشر الحقائق والمعلومات والأرقام والإحصائيات عن الكوارث البيئية بسرعة كبيرة، وبالتالي تعرف بها فور حدوثها وتزيد من معلومات الناس عنها بما يشكل الوعي لديهم حيالها.

ويضاف إلى جملة العوامل السالفة الذكر عوامل أخرى تساهم وإن كانت بطريقة غير مباشرة في بلورة ونشر الوعي البيئي والتي نذكر منه. (ابراهيم، 2008، صفحة 36)

2.3 أهم القضايا البيئية المثارة في الفيسبوك:

يعتبر الإنسان أهم عامل حيوي في إحداث التغيير البيئي والإخلال الطبيعي البيولوجي، فمنذ وجوده وهو التقدم العلمي يتعامل مع مكونات البيئة وكلما توالى الأعوان ازداد تحكما وسلطانا على البيئة، وخاصة بعد أن يسر له والتكنولوجيا مزيدا من فرص أحداث التغيير في البيئة وفقا لازدياد حاجاته المعيشية.

و يستأثر كل من الاحتباس الحراري والتغيرات المناخية والتلوث والتنوع الحيوي باهتمام جماهير موقع الفيسبوك في مناقشة هذه المشكلات البيئية وخاصة الاهتمام الكبير بالكوارث الطبيعية، وفيما يلي سنعرض أهم القضايا البيئية المثارة في موقع الفيسبوك:

أ- الاحتباس الحراري:

ترتبط مخاطرها بارتفاع درجة حرارة سطح الأرض على المدى الطويل، وتعمل عدد من الغازات الموجودة في الغلاف الجوي بشكل طبيعي على حدوث نفس العملية التي تحدث في الصوب الزجاجية فهي تساعد على احتفاظ الأرض بجزء من

حرارة الشمس عن طريق الاحتفاظ بتلك الأشعة الحرارية ومنعها من الخروج من الغلاف الجوي للأرض، بعد ظهور التصنيع واستخراج الطاقة من الفحم والغاز الطبيعي إلى جانب قطع الأشجار للاستفادة من الأراضي للزراعة والري، ساهمت هذه العوامل في ارتفاع نسبة حرارة الشمس التي يتم منعها من الخروج من الغلاف الجوي للأرض، كما نجد أن التأثيرات الأساسية لظاهرة الاحتباس الحراري على الإنسان تتمثل في التغيرات المناخية، وهذا ما يؤدي إلى اختلال التوازن الطبيعي (ر به ع، 2000، صفحة 276).

ب - التلوث:

الذي يعرف على أنه "عملية تراكم لبعض العناصر والمركبات في البيئة وبشكل يؤدي إلى الإضرار بهذه البيئة، والعناصر الحية المختلفة المرتبطة بها مثل الإنسان والحيوان والنبات. (ر به ع، 2000، صفحة 45)

وترجع مشكلة التلوث البيئي في العالم الثالث إلى عدة عوامل منها اتساع الصناعة في هذه الدول في فترة الستينات والسبعينات، وتعاني من مشكلة التلوث البيولوجي الناجمة عن التخلف والفقر، ويظهر ذلك من خلال أساليب الصرف الصحي المتخلفة، وأساليب جمع القمامة وتنقية مياه الشرب، إضافة إلى إلقاء الدول المتقدمة نفاياتها الصناعية في مياه دول العالم الثالث أو دفنها في أراضيها جدد مقابل الحصول على تعويض مالي. (حفطي، 2003، صفحة 200).

ج- الكوارث الطبيعية: هي دمار كبير يحدث بسبب حدث طبيعي منطوي على مخاطرة مثل الزلازل وغيرها من الظواهر الطبيعية التي تسبب دمار كبير للممتلكات والبشر، وتختلف الكوارث حسب نسبة السكان المحيطة بظاهرة طبيعية منطوية أو قابلة للحصر.

وإن المهمة التي يسعى الإعلام البيئي إلى إنجازها، تتمثل في توظيف وسائل الإعلام التقليدية والجديدة وتطويرها بهدف حماية البيئة والمحافظة على جودة الحياة، والتنبيه لمختلف الكوارث الطبيعية المحتملة وحماية التنوع الحيوي، والتوقف عن تدخل الإنسان بتوازنه، وكشف الجهات التي تسبب بتلوث البيئة وتدميرها بشتى السبل. (خلف، 2016، صفحة 30)

ويشكل الإعلام باختلاف تقسيماتها -الفيديو- محركا لخلق أري عام وبناء اتجاهات عملية، وصياغة واقتراح الحلول، وبوسع الإعلام الجديد التفاعلي أن يتجاوز تدني اهتمام وسائل الإعلام بالبيئة، فالكثير يشترك في صناعة الخبر والقصة والرأي والوعي، وبمقدور الجمهور أن يلجأ إلى "الفيسبوك" و"تويتر" والمدونات لنقل رسائلنا الكثيرة.

ويتحول الإعلام الجديد بوسائله كالفيسبوك إلى أحد أهم وسائل الضغط والمطالبة بتفعيل القوانين، وإصلاح الخلل، والمحاسبة، ومنع المزيد من التدهور للبيئة، وهو مصدر بث الوعي للجمهور والكشف عن الحقائق، والإشارة إلى المخاطر الأضرار الجانبية للغذاء والماء والهواء والدواء.

4. أهمية الوعي البيئي:

شهد العالم بعد قيام الثورة الصناعية ارتفاع تركيز غازات الدفيئة بمقدار يزيد عن الثلث من الحد الطبيعي، مما عزز من تأثير الاحتباس الحراري وبالتالي ارتفاع درجات الحرارة على سطح الأرض، وما يتبعها من تغيرات مناخية قاسية ومتطرفة مثل الأعاصير، والجفاف، وحدوث الفيضانات، وانقراض لبعض الكائنات الحية نتيجة عدم تكيفها مع الظروف الجوية الجديدة

السائدة، بالإضافة لما ينتج عن هذه الغازات من تلوث للهواء، والماء، والأراضي، وبالتالي التأثير على جودة الغذاء، وما يتبع ذلك من تأثيرات على صحة الإنسان وسلامته، وبذلك فإن كل ما سبق يدل بشكل كبير على الأثر الأكبر للنشاطات البشرية الضارة على البيئة، وبالتالي تأثير نشر الوعي البيئي بين البشر في المحافظة على صحة البيئة والإنسان. وتعد عملية إزالة الغابات والأشجار كذلك من أسوأ الممارسات البشرية المضرة بالبيئة والتي تجب مواجهتها بنشر الوعي البيئي حول ذلك، حيث تعد الأشجار من المصادر الرئيسية للغذاء، وبعض المواد الخام لصناعة الدواء، كما أنها تمتص ثاني أكسيد الكربون الموجود في الجو والمضر للبيئة وتستخدمه في عملية البناء الضوئي، وبالتالي فإن إزالتها تؤدي إلى زيادة نسبته في الغلاف الجوي وتعزيز تأثير الاحتباس الحراري على البيئة، كما يجب على الإنسان كذلك الحفاظ على وجود الكائنات الحية المفيدة له خاصة، وحمايتها من الانقراض، كالتحلل المسؤول عن تلقيح العديد من أنواع المحاصيل الغذائية، والذي يساعد على استدامة وصول الغذاء للبشر، وبالتالي فإن انقراضه يعني اختلال عملية تلقيح النباتات، وبالتالي التأثير على وجود الإنسان، وهو الأمر الذي يؤكد على ضرورة تحمل المجتمع لمسؤولية نشر الوعي البيئي، للتقليل من سلوكيات البشر السلبية، وانعكاساتها الضارة على البيئة.

4.1 نشر مفهوم الوعي البيئي:

يجب على المهتمين بنشر الوعي البيئي في المجتمع الحرص أولاً على التزود بالفهم والمعرفة الكافيين حول القضايا البيئية المختلفة، ويكون ذلك بالاطلاع على الأخبار المتعلقة بالبيئة، وقراءة المنشورات والكتب المتعلقة بها، للتزود بالمعلومات اللازمة لذلك، إضافة إلى حضور الندوات العلمية، والدورات الإلكترونية، والمقالات العلمية، وغيرها من الأدوات المعرفية الأخرى، حيث يساعد ذلك على اكتساب المعرفة اللازمة، وبالتالي القدرة في إيصال المعلومة الصحيحة وإقناع الآخرين حول خطورة القضايا البيئية التي تواجههم، كما يُنصح باختيار القضايا البيئية الأكثر تأثيراً على المجتمع أولاً، ثم الانتقال من خلالها نحو القضايا البيئية الأخرى، فجميع المشاكل البيئية مترابطة ومتشابكة.

وتقع على عاتق المدارس كذلك مسؤولية كبيرة في نشر الوعي البيئي في المجتمع وذلك بجعل الوعي البيئي جزءاً من المناهج الدراسية التي يتلقاها الأطفال، كما يجب على المعلمين القيام ببعض السلوكيات التي تُظهر الحرص على البيئة والمحافظة عليها، وإظهار ذلك أمام الأطفال، كالحرص الدائم على المحافظة على البيئة، كما يمكن للمدارس وضع أنظمة لإعادة التدوير في الصفوف، لتعليم الطلاب كيفية تدوير النفايات المختلفة، مع تعزيز ذلك من خلال تعليمهم مبادئ إعادة التدوير، إضافة لإقامة نشاطات لغرس الأشجار، وتوعية الأطفال بأهميتها في المحافظة على البيئة، وتشجيع الأطفال على توفير المياه، وإحكام إغلاق الصنابير، وإغلاق جميع الأجهزة الكهربائية والإنارة في حال عدم استعمالها.

و يجب أيضاً تشجيع الآباء على تعليم أطفالهم الممارسات اليومية التي يمكن لهم من خلالها حماية البيئة، مثل إلقاء القمامة في أماكنها المخصصة، وإغلاق صنابير المياه أثناء غسل أسنانهم وأيديهم، وإغلاق الإنارة غير المستخدمة، ومشاركتهم المعلومات المهمة في مجال البيئة ليصبح الأطفال أكثر اطلاعاً وعلى دراية بالقضايا البيئية من حولهم. (فضلي، 2005، صفحة 7)

4.2. أهداف الوعي البيئي: تتمثل أهم أهداف نشر الوعي البيئي فيما يلي:

- توعية الأفراد بمختلف القضايا البيئية وبمشكلاتها التي طرأت عليها من أجل تصحيح المفاهيم الخاطئة حول البيئة وتشجيعهم على المشاركة بالحفاظ على البيئة.
- التحسيس بالأخلاق والسلوكيات التي ينبغي أن يتحلى بها الأفراد في تعاملهم مع البيئة ومواردها.
- إكساب أفراد المجتمع الثقافة البيئية وتأهيلهم ليصبحوا أعضاء فعالين في مجال حماية البيئة بتنمية معلوماتهم البيئية وتنميتها.
- تعريف الأفراد بمختلف الهيئات والمؤسسات والقوانين التي لها صلة بحماية البيئة.
- تأصيل السلوك الحضاري والسليم لدى الأجيال الصاعدة.
- كما يؤدي الوعي البيئي إلى تفعيل العلاقات المجتمعية مع القضايا البيئية وتحديد الوسائل الضرورية لتفعيل المساهمات الاجتماعية في تنفيذ خطط واستراتيجيات حماية البيئة.

5. آليات ووسائل تجسيد الوعي البيئي في الجزائر:

- تتضمن آليات ووسائل تجسيد الوعي البيئي في الجزائر التربية البيئية التي تؤدي إلى رفع مستوى الثقافة البيئية. وتسهم عدة أطراف فاعلة في تجسيد هذا الوعي من بينها المؤسسات الاقتصادية.
- فالتربية البيئية تعتبر عملية تربوية تهدف إلى خلق الوعي ونشر المعلومات وتدريب المعارف وتنميتها فالتربية البيئية تحاول تغيير السلوك، العادات والمهارات والقيم المرشدة لحل المشكلات وصنع القرارات المعرفي من خلال ممارسة أنشطة بيئية في الجانب النظري والميداني للمتعلم أو إنجاز مشروع محدد أساسه المشاركة مما يخلق سلوكيات إيجابية والتزاما شخسيا بحماية البيئة مما يتطلب منهج بيئي معين. تركز التربية البيئية على تدريس الطبيعة الكلية للبيئة من مداخل تعتمد على التخصصات البيئية وتقديم مسار إن إدخال التفكير البيئي ومنهج حل المشكلات البيئية مسألة أساسية، التربية البيئية إلى الأطوار التعليمية المختلفة إذا ما أريد للتلاميذ أن يكتسبوا مهارات تتلاءم والحفاظ على المكون البيئي. وللتربية البيئية ثلاثة أهداف هي :
- تمكين الأفراد من فهم الطبيعة المعقدة للبيئة وتتيح للفرد والمجتمع وسائل إدراك الاعتماد المتبادل بين هذه العناصر المختلفة.
 - تنمية قدرة الفرد على إدراك أهمية البيئة في التنمية الاقتصادية والثقافية وترسيخ الشعور بالمسؤولية الشخصية تجاه البيئة والمحافظة على سلامة وازدهار البيئة الطبيعية والاجتماعية والثقافية. كما تعمل التربية البيئية على نشر المعارف عن وسائل التنمية التي لا تضر بالبيئة.
 - رفع الوعي بالاعتماد المتبادل بين دول العالم وأقاليمه في مجالات الاقتصاد والسياسة والبيئة، وأن الأفعال التي يقوم بها مجتمع معين، قد يكون لها آثار بيئية على المستوى الإقليمي أو العالمي من خلال الآثار التي يتركها هذا الفعل الغير بيئي، وفي مناطق بعيدة مما يرسخ الشعور بالمسؤولية المجتمعية ذات البعد العالمي. وبترسيخ دعائم التربية البيئية، يمكن تحقيق ثقافة بيئية في أوساط المجتمع.

والثقافة البيئية تعني أن يكون لدى الفرد مجموعة من الأفكار والسلوكيات المبنية على أساس الاستغلال العقلاني للموارد وحماية البيئة والاهتمام وتبرز أهمية الثقافة البيئية من خلال تطوير الوعي البيئي وخلق المعرفة البيئية الأساسية في كل، بسلاستها المراحل التعليمية والعملية للفرد والمجتمع لخلق سلوك بيئي إيجابي ودائم لخدمة الأجيال المستقبلية .

6. دور الوسائط الجديدة في نشر الوعي البيئي:

تعتبر وسائل الإعلام الجديدة المتمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي آلية لنشر الوعي والثقافة البيئية ونسبة عالية موقع الفيسبوك الذي يساهم في نشر الوعي البيئي وذلك بنسبة جد عالية قدرت بـ % 74،19 حسب دراسة ميدانية على عينة قدرت بـ 300 فرد أجرتها الباحثة الجزائرية كحيل فييحة ، حيث يؤدي هذا الأخير أدوارا متعددة لا تقتصر فقط على الدور الاجتماعي و الترفيهي و إنما يتجاوزها إلى أدوار أخرى أكثر فاعلية، على غرار الدور العالمي حيث بات وسيلة للاطلاع على المعلومات والأخبار إلى جانب دوره التوعوي في شتى المجالات وكذا الجمعيات الناشطة في المجال البيئي غير أن استخدام هذا الموقع لا يزال في بدايته حيث يمكن الاستفادة من الفضاء الإعلاني الذي يوفره هذا الموقع لبث المعلومات والصور وكل ما من شأنه ترسيخ الوعي البيئي وتعديل السلوكيات الخاطئة حيال المنظومة البيئية وإحلال أسس سليمة للوعي والثقافة البيئية عن طريق الصفحات والمجموعات الفيسبوكية الخاصة بالشأن البيئي.

7. التحديات والصعوبات التي تواجه وسائل الإعلام في حماية البيئة:

من أهم الصعوبات التحديات نذكر:

- غياب سياسية إعلامية واضحة تعمل على التنسيق بين السلطات المعنية بحماية البيئة، الجمعيات البيئية، ووسائل الإعلام لترتيب الأولويات البيئية التي على أساسها تبنى إستراتيجية التوعية البيئية مستمدة من الواقع الجزائري

- تدزع الإدارة بالسر الإداري في معظم الأحيان في مواجهة طلبات الإطلاع التي يتقدم بها الأشخاص والمؤسسات والجمعيات، إذ ترى الإدارة أن اشتراك المواطنين والجمعيات في المعلومات التي بحوزتها هو اقتسام للسلطة، لذلك تعتبر الإدارة أن الحق في الإعلام يخرق مبدأ السرية الإدارية ويسمح للمحكوم بالتدخل في تسيير المصالح العامة، ومعرفة هوية صاحب القرار وهو بذلك يؤثر في روح العمل الإداري الذي يعتبر عمال حياديا وغير شخصي.

- غياب الكوادر الإعلامية المؤهلة والقادرة على تناول البيئة و مشكلاتها على رأس قائمة مشكلات الإعلام البيئي، حيث تخلو أكثر وسائل الإعلام من المحررين أو الخبراء المختصين في قضايا البيئة وغالبا ما يغطي تلك القضايا محررون وصحفيون يفتقرون إلى المعارف والقدرات العلمية التي تشكل الركيزة الرئيسة للعمل ، وفهم الأوجه المختلفة للمشكلات البيئية في أبعادها السياسية والاقتصادية والاجتماعية، ناهيك عن عدم امتلاك القدرة على صياغة الخطاب الإعلامي الملائم ليا، ومن المعروف في مجال الإعلام البيئي عالميا أن الصحفيين الذين يتخصصون في قضايا البيئة يحتاجون فضال عن التأهيل العلمي الذي يعد أساسيا، إلى دورات تدريبية مكثفة ومتواصلة .

- غياب التبادل المعرفي بين المشرفين على الصفحات البيئية في الصحف والخبراء والمهتمين والجمعيات المعنية، الأمر الذي ينتج عنه أحيانا معالجة سطحية لقضايا البيئة إضافة إلى غياب التنسيق بين وسائل الإعلام نفسها، وغياب بنك معلومات

الأمر الذي يؤدي إلى عدم وجود إطار معرفي حقيقي للبيئة في وسائل الإعلام، فمعظم الإعلاميين لا يعرفون ما هي القطاعات المندرجة تحت البيئة ولا يستطيعون تمييز مدى ارتباط العديد من القطاعات التنموية بقضايا البيئة.

- غياب استطلاعات الرأي التي تحدد مستويات الوعي البيئي لدى شرائح المختلفة للجمهور العام والنوعي والتي تساعد في رسم السياسة الإعلامية الخاصة بالبيئة، وتتيح للقائمين بالاتصال حسن اختيار المضامين البيئية والأساليب الإعلامية الملائمة لتوصيل الرسالة البيئية إلى جمهورها.

- غياب التحفيز المادي للإعلاميين البيئيين، إذ أن معظم من يغطي القضايا البيئية في وسائل الإعلام يعتبر وضعه الوظيفي المادي والمعنوي متدنيا، في مقابل الحوافز المغرية التي تشجع الإعلاميين على الانخراط في الأنماط الإعلامية الأخرى كالإعلام السياسي أو الرياضي أو الفني أو الديني، وما ينطوي عليه العمل في الأنماط من شهرة ونجاح وأضواء مقارنة بالعمل في مجال الإعلام البيئي.

8. الحملات الإعلامية عبر الفيسبوك:

تعد الحملات الإعلامية وسيلة مهمة للوصول إلى أكبر شريحة مهمة من الجمهور المستهدف وبتكرير عالي، لأنها تراعي وسائل تلقيه ومناطق تواجده واستخدام الأسلوب الأمثل الذي يساهم في التأثير عليه وتحقيق الأثر المطلوب إحداثه، ما يجعل من التخطيط المسبق للحملات الإعلامية من أهم الخطوات التي من شأنها تحقيق النجاح لها وانطلاقا من هذا الواقع تحرص نساء الحملات الإعلامية على توظيف خبراتها واستثمار الخبراء والمتخصصين في هذا المجال من أجل تقديم أفضل أنواع الخدمة في هذا المجال لعملائها لتحقيق أهداف الحملة، فهي إحدى الأدوات المستخدمة في التأثير على وعي واتجاهات وسلوك الجمهور المستهدف بغية التغيير والتطوير حيث ينتج عنها تغيرات في المعرفة والاتجاهات والسلوك.

فمن بين أهداف الحملات الإعلامية الموجودة عبر الفيسبوك أنها تركز على موضوع يعينه يخص البيئة والتأثير على اتجاهات الجمهور المستهدف بشأن الحملة، وكذا الوصول إلى أفراد المجتمع وذلك من خلال تفاعلهم عبر الفيسبوك وكذا محاولة الانتقال إلى أرض الواقع بعد انتشائها لدى مستخدمي الفيسبوك، فقد استطاع هذا الأخير بنشر الثقافة البيئية وتنمية الوعي البيئي لدى الأفراد وتفعيل مشاركة المنظمات والهيئات والمؤسسات المعنية بقضايا البيئة في أنشطة الاتصال البيئي ودعم شعورها بالمسؤولية تجاه هذه القضايا، وكذا وضع قضايا البيئة ضمن أولويات اهتمام الجمهور العام وزيادة المساحة التي تشغلها في الاتصال الاجتماعي وأخيرا رفع مستويات المعرفة والوعي بقضايا البيئة لدى قطاعات الجمهور المختلفة وتغيير السلوك الإيجابي نحو مشكلات البيئة. (ر به م، اقتصاديات الحوار والبيئة، 2000، صفحة 276)

8.1. فعالية الفيسبوك في بلورة ونشر الوعي البيئي :

تتطلب معالجة موضوع دور الفيسبوك في بلورة ونشر الوعي البيئي، التطرق مسألة جوهرية تتعلق الأولى بمتطلبات وأساليب بلورة ونشر الوعي البيئي، والثانية تتعلق بمدى استجابة الفيسبوك لمتطلبات وأساليب بلورة ونشر الوعي البيئي.

2.8 متطلبات نشر الوعي البيئي:

يعرف الوعي البيئي بأنه الوعي الوقائي الذي يمنع حدوث الخلل أو المشكلة، والوعي العلاجي الذي يواجه به الفرد المشكلات الفعلية النابضة عن سوء الاستخدام، والأضلاع الثلاثة للوعي البيئي الكامل لدى الحكومة بأجهزتها والمجتمع بكافة بيئات ومؤسسات، والأفراد الذين يشكلون البيئة الفعلية، في حالة توافر الدعوة والإدراك والفهم الصحيح لدورهم إيذاها، أو صناعات التلوث في حالة غياب الوعي وسوء الفهم وفقدان الإحساس بالمسؤولية تجاه البيئة، ذلك الوعي الذي يصل بالأفراد إلى مرحلة اكتساب السلوكيات والعادات السوية والقيم المطلوبة التي تساعد على التعامل الغابي المستمر والاستخدام الصحي السليم للطبيعة وعناصرها، ونشر مفاهيم المواطنة الايكولوجية. (اليونسكو، 1977، صفحة 61) وباعتبار أن الوعي البيئي هو الخطوة الأولى في تكوين الإعدادات البيئية التي تتحكم في سلوك الفرد وباعتباره وظيفة تنبؤية، لكن يصدر عن سلوك تجاه البيئة مستقبلا إذا فإن نشر الوعي البيئي يقوم على عدة متطلبات. هي: (كيحل، 2011، صفحة 97)

- يركز الوعي البيئي على ضرورة يزيد مسؤولية الأفراد تجاه المنظومة البيئية من خلال التزود بالمعلومات والدعامة اللازمة وتطوير المهارات وصقلها لمواجهة المشكلات البيئية.
 - يتطلب الوعي البيئي تلازم جانبين اثنين، الجانب المعرفي والجانب الوجداني، وبالرغم من اتصال الجانب المعرفي بالجانب الوجداني إلا أنهم من النواحي المعرفية المختلفة.
 - لا يتطلب تكوين الوعي البيئي وتنميته بالضرورة تربية بيئية نظامية، لان البيئة المحيطة بالفرد لها أثرها الفعال في ذلك.
 - لا يتضمن الوعي البيئي سلوكا ايجابيا نحو البيئة في كل الظروف، إلا أن هناك الكثير من الأفراد على وعي تام بالأخطار البيئية إلا أنهم لا يتخذون إزاءها سلوكيات إيجاب
9. خلاصة:

يؤدي الإعلام البيئي دورا هاما في نشر وترسيخ الوعي البيئي في الوطن العربي بصفة عامة والجزائر بصفة خاصة رغم التحديات والصعوبات التي تواجهه، ويستمد الإعلام مكانته في المجال البيئي انطلاقا من قدرته الفائقة على حشد الجماهير من مختلف الفئات والشرائح، ومساهمته في غرس الثقافة البيئية التي تهدف إلى تعديل السلوكيات الخاطئة حيال المنظومة البيئية وعقلنة السلوك الإنساني نحو البيئة و إحلال أسس سليمة للوعي والثقافة البيئية وصولا إلى تحقيق التنمية المستدامة، ولكي تتحقق التنمية المستدامة بأبعادها الاقتصادية، البيئية، الإنسانية، الاجتماعية، الإدارية والتقنية البد من الأخذ في الاعتبار أن هذا الهدف لا يتحقق إلا من خلال منظومة متكاملة للعمل المتوازن بين الدولة ووسائل الإعلام المختلفة وشبكات التواصل الاجتماعي والوسائط الجديدة .

ومن خلال ما سبق يمكن القول أن للوعي البيئي أهمية بالغة في التأثير على سلوكيات الأفراد فهو يمثل مجالا من مجالات الوعي بصيغه عامة، فهو يمثل معرفة الفرد لأهمية البيئية وإدراكه لخطورة مشاكلها على حياته، وتعلمه كيفية التعامل مع هذه المشاكل، فهناك العديد من الفاعلين والمؤسسات التي تساهم في نشر الوعي البيئي وكذا وسائل الإعلام بصفة عامة وشبكات التواصل الاجتماعي لما لها من تأثير في العديد من المجالات.

10. قائمة المراجع:

- إبراهيم مذكور. (1975). معجم العلوم الاجتماعية. مصر : لهيئة المصرية العامة للكتاب.
- بخوش صبيحة. اتحاد المغرب العربي بين دوافع التكامل الاقتصادي و المعوقات السياسية (1989_2007). عمان :
- دار و مكتبة الحامد للنشر و التوزيع.
- حسان حفطي. (2003). علم اجتماع التنمية. مصر : دار المعرفة الجامعية .
- عبد الباسط خلف. (2016). قضايا التغيير المناخي في وسائل الإعلام الفلسطينية غياب أم تغيب؟ (العدد 31).
- عبد الرزاق محمد الدليمي. (2011). الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية . الأردن: دار وائل.
- عبد الكريم عبد ربه. (2000). اقتصاديات الحوار والبيئة. مصر : دار المعرفة الجامعة.
- عهدي فضلي. (2005). تكنولوجيا الإعلام والبيئة . مصر ، القاهرة : دار التحرير .
- فتيحة كيحل. (2011). تأليف الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي، دراسة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي (موقع الفاييس بوك نموذجاً)، مذكرة ماجستير، باتنة، جامعة محمد لخضر، 2011. باتنة ، جامعة محمد لخضر .
- لطفي عطية إيناس محمد. (2017). تأليف أثر برنامج مقترح في التربية البيئية في مجال العلوم على تنمية بعض المفاهيم والأخلاقيات البيئية لدى طلاب كليات التربية، رسالة ماجستير منشورة. جامعة الزقازيق.
- محمد عبد الكريم عبد ربه. (2000). اقتصاديات الحوار والبيئة . مصر : دار المعرفة الجامعة .
- محمد معوض إبراهيم. (2008). تكنولوجيا الإعلام، تطبيق على الإعلام في بعض الدول العربية. مصر : دار الكتاب الحديث .
- مؤتمر اليونسكو. (1977). اتجاهات التعليم البيئي بين المكونات لمدينة تلبس بالاتحاد السوفياتي .
- ياسين بوزراع. (2010). دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين. (رسالة ماجستير، المؤدي) قسم علم الاجتماع جامعة منتوري، قسنطينة.