

أهمية الصورة المتحركة عبر اليوتيوب في التوعية البيئية

دراسة تحليلية لعينة من الفيديوهات خلال حرائق الغابات بالجزائر في 2021

The importance of the YouTube animation in environmental awareness
Analytical study of a sample of videos during the forest fires in Algeria in 2021زينة مرمول¹

كلية علوم الإعلام والاتصال-جامعة الجزائر 3

Zinamermoul19@gmail.com

كهينة سلام

كلية علوم الإعلام والاتصال-جامعة الجزائر 3

Sellamkahina1@gmail.com

تاريخ الوصول 2022/01/16 القبول 2022/10/18 النشر على الخط 2022/11/05

Received 16/01/2022 Accepted 18/10/2022 Published online 05/11/2022

ملخص:

تهدف دراستنا هذه، إلى التعرف على أهمية الدور الذي يمكن أن يجسده موقع "اليوتيوب" من خلال الصورة الرقمية المتحركة في التوعية البيئية، وهذا في ظل النقلة النوعية في مجال وسائل الاتصال المرئية، وكل ما تتيحه التكنولوجيا الرقمية من تطورات شكلا ومضمونا، تزيد المتلقي انبهارا وتجعله أكثر تعلقا بالصوت والصورة والرسم ثلاثي الأبعاد. وقد توصلت الدراسة إلى تأكيد قدرة الصورة الرقمية المتحركة على نشر الوعي البيئي بكل ما تحمله من هيمنة لجماليات الألوان وجاذبيتها، إضافة إلى اعتمادها على الأساليب الإقناعية العقلية والعاطفية بعد فعل المشاهدة في التأثير على الوجدان بنقلها للقضايا البيئية المختلفة، مثل أحداث حرائق الغابات في الجزائر صيف 2021.

الكلمات المفتاحية: الصورة؛ الصورة الرقمية؛ التوعية البيئية؛ المواقع الاجتماعية؛ اليوتيوب.

Abstract:

This study aims to identify the importance of the role that YouTube can embody through the moving digital image in environmental awareness, and this is in light of the qualitative shift in the field of visual communication, and all the developments that digital technology offers in form and content, which increases the fascination of the recipient. And make it more related to sound, image and three-dimensional drawing.

The study confirmed the ability of the animated digital image to spread environmental awareness of all its dominance and appeal to color aesthetics, as well as its reliance on mental and emotional persuasion after viewing to influence conscience by relaying various environmental issues, such as the forest fires in Algiers in the summer of 2021.

Keywords: Photo; Digital image; Environmental awareness; social sites; YouTube.

¹ المؤلف المراسل: زينة مرمول البريد الإلكتروني: zinamermoul19@gmail.com

1. مقدمة:

أدى التسارع التكنولوجي الحاصل على مستوى جميع المجالات إلى تغيير شامل في البنيات الاتصالية المعاصرة؛ إذ تمكنت التكنولوجيات الرقمية الحديثة من جعل الصورة مركز الاهتمام العالمي؛ من حيث إنتاجها آليات استخدامها ووظائفها اللامتناهية في ظل عالم رقمي يتماهى فيه ما هو واقعي بالافتراضي.

إننا حقاً موجودون تحت سلطة الصورة السمعية البصرية، وتحت هيمنة جديدة لوسيلة اتصالية زاوجت بين القدم والجدة في خصائصها المنفردة وجودة صناعتها وقوة تأثيراتها، لما لها من سطوة الحضور اليومي في نقل مختلف الرسائل والأحداث من الواقع المعاش، لاسيما بعد الثورة التي أحدثتها التكنولوجيا التي سهلت عملية إدراج الصورة داخل مستندات برامج الكمبيوتر أو إرسالها عن طريق البريد الإلكتروني أو نشرها داخل المواقع الاجتماعية، وهو ما يعني إتاحة إمكانية الاطلاع عليها لاحقاً¹.

وبما أن "اليوتيوب" كموقع اجتماعي تفاعلي يدمج الصوت مع الصورة بكل ما يحمله من جمالية وجاذبية فهو يتميز بفيديواته المنتشرة في أغلب شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة، كما يسمح بإتاحة مضامينه لكل المتلقين الذين تحولوا من مجرد متلقين سلبين للرسالة إلى فاعلين إيجابيين؛ فلقد استمد الخطاب البصري الرقمي فعاليته وقوته من إمكاناته المتواصلة على منح المتلقين أدوات وآليات عصرية لفرض ذواتهم، وتجسيد هوياتهم وتأكيد اختلافهم عن الآخرين دون قيود أو عوائق؛ حيث أصبحت الصورة الرقمية بناء مركباً لا تحدم التمثيل الأيقوني وحده ولا الصوت كذلك، ولا بقية العناصر التعبيرية، بل أصبح الخلط المشترك بينهما جميعاً متاحاً² فباتت الصورة مجهزة بالصوت والحركة والرسم والكلمة، وبهذا التكامل تمكنت الصورة الرقمية من الانتقال بسرعة في الفضاء الافتراضي -وعبر اليوتيوب- مشحونة بالمعلومات ضمنياً وعلناً³ ومهيمنة على المتلقين بفعل تأثير تقنية المزج بين الصورة والصوت والمؤثرات السمعية البصرية ما مكن من تداولها على المواقع الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي جاعلة المتلقي منتجاً وشريكاً أصيلاً ضمن عملية اتصالية تفاعلية⁴.

وعليه؛ فقد أصبح "اليوتيوب" بهذه الميزات الحصرية قدرته على جلب اهتمام الأفراد نحو مختلف القضايا بما في ذلك قضايا البيئة؛ هذه الأخيرة التي تم عقد العديد من المؤتمرات والندوات حولها من أجل إيجاد حلول لمشكلاتها التي أصبحت تهدد حياته وحياة الأجيال القادمة أيضاً، ولأجل ذلك وجب التركيز على توعية الأفراد حولها باعتبار الإنسان المتسبب الرئيسي في تدهور مواردها واستنزافها، وتحسيسهم بالمخاطر التي تواجهها؛ لكونها منحصرة في ذهن الفرد بنظافة المحيط فقط، بينما هي تتسع إلى ضرورة إحداث تغييرات حقيقية في سلوكياته.

ومن هذا المنطلق؛ فقد عرفت مشكلات البيئة بروزاً واضحاً على المستوى العالمي خاصة مجتمعات العالم الثالث، ولعل الجزائر واحدة من أكثر البلدان التي تعرضت فيها البيئة لتدمير منظومتها واختلال توازنها على يد الإنسان، فلقد شهدت الجزائر موجة حرائق مروعة تداولها صناع المحتوى الرقمي عبر مشاركته العديد من صورها في "اليوتيوب" إدراكاً منهم بأهمية الثروة الغابية والبيئة الطبيعية، فهم في الواقع يمارسون شكلاً من أشكال التوعية البيئية.

وفي ضوء في هذا السياق النظري تم ضبط إشكالية دراستنا وفق التساؤل الرئيسي الآتي: ما أهمية اليوتيوب من خلال الصورة الرقمية المتحركة في التوعية البيئية؟

¹ Bill Jitt : Vers une richesse numérique, Paris, édition Gallimard, 2006, p.13.

² Marie Claude Vettraino : de la bande dessinée à l'image numérique, Paris, Edition Dunod, 2009, pp.3.5.

³ شاكر عبد الحميد، عصر الصورة، سلسلة عالم المعارف، الكويت، 2006 ص 25.

⁴ كريس باركر، التلفزيون والعملة والهويات الثقافية، تر: علا أحمد صلاح، مجموعة النيل العربية، 2006، ص 94.

2. الإجراءات المنهجية للبحث

1.2 . تساؤلات البحث:

وفي ضوء التساؤل الرئيسي تدرج التساؤلات الفرعية التالية:

1. ما المواضيع التي تداولتها الصور المتحركة عبر اليوتيوب من أجل التوعية البيئية؟
2. ما مصادر المعلومات التي اعتمدت عليها الصور المتحركة عبر اليوتيوب والمتعلقة بحرائق الغابات في الجزائر صيف 2021؟
3. ما أسلوب الإقناع المعتمد في الصور المتحركة عبر اليوتيوب لنشر التوعية البيئية؟
4. ما الأهداف المبتغاة من خلال الصور المتحركة عبر اليوتيوب؟
5. ما هي فئات الجمهور التي استهدفتها الصور المتحركة عبر اليوتيوب لنشر التوعية البيئية؟
6. ما اللغة المستعملة في الصور المتحركة عبر اليوتيوب؟
7. ما هي الشخصيات التي تم التفاوض معها من خلال الصور المتحركة عبر اليوتيوب؟
8. ما طرق تفاعل المستخدمين مع الصور المتحركة عبر اليوتيوب؟

2.2 أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة في أهمية الموضوع في حد ذاته؛ إذ يعد حضور موضوع حرائق غابات الجزائر صيف 2021 في الصور المتحركة عبر اليوتيوب قضية هامة والتي اشتعلت عبر وسائل التواصل الاجتماعي عن طريق مشاركة المدونين لصور وفيديوهات خاصة بالحرائق على "اليوتيوب" وهي تلتهم الثروة الغابية والحيوانية في الجزائر، كما تكمن أهمية الدراسة في أهمية الصورة الرقمية المتحركة وما تلعبه من أدوار في مختلف القضايا ومنها نشر الوعي البيئي والحفاظ على البيئة وقدرتها التأثيرية على الأفكار والآراء والقناعات.

3.2 . أهداف الدراسة تهدف الدراسة إلى:

1. رصد أهم المواضيع التي يتم تداولها في الصور المتحركة عبر اليوتيوب والتي من شأنها توعية الأفراد وتصويب سلوكياتهم اتجاه البيئة.
2. معرفة المصادر التي اعتمد عليها المدونون من خلال الصورة المتحركة على اليوتيوب في معلوماتهم حول حرائق الغابات في الجزائر صيف 2021؟
3. الوقوف على أهم أساليب الإقناع المعتمدة في الصور المتحركة على اليوتيوب لنشر التوعية البيئية.
4. رصد الأهداف المبتغاة من خلال الصور المتحركة عبر اليوتيوب ؟
5. تحديد فئات الجمهور المستهدفة في الصور المتحركة عبر اليوتيوب؟
6. الكشف عن اللغة المستعملة في الصور المتحركة عبر اليوتيوب؟
7. معرفة الشخصيات التي تم التفاوض معها في الصور المتحركة عبر اليوتيوب؟
8. رصد طرق تفاعل المستخدمين واستجاباتهم لمضامين التوعية البيئية في الصور المتحركة عبر اليوتيوب ؟

4.2 . منهج الدراسة:

انطلاقاً من طبيعة دراستنا التحليلية، والتي تتضمن جمع المعلومات وتبويبها في جداول، ثم تحليلها كمياً وكيفياً فإن أنسب منهج لهذه الدراسة هو المنهج الوصفي، كونه جهد علمي منظم يهدف إلى الحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة¹، وتتطلع هذه الدراسة إلى

¹ مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2000، ص128.

وصف وتحديد الدور الذي تلعبه الصورة الرقمية المتحركة (اليوتيوب) في التوعية بمخاطر حرائق الغابات في الجزائر على البيئة الطبيعية، كما يناسب الدراسة في فهم كيفية نظر المدونين للبيئة الطبيعية.

5.2 . مجتمع البحث وعينته:

من المؤكد أن دراسة مجتمع البحث بشكل كلي تتباه الكثير من الصعوبات والعراقيل خاصة إذا كان يتميز بالضخامة والاتساع، ويقصد بـ "مجتمع الدراسة المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة"¹ وعليه؛ يتمثل مجتمع بحثنا في مجموع الصور الرقمية المتحركة (الفيديوهات على اليوتيوب) والمتعلقة بأحداث حرائق الغابات في الجزائر صيف 2021.

وقد عمدت الباحثة إلى اختيار عينة قصدية؛ فخبرة الباحث تعد أساس اختيار نوع العينات، كما أن معرفته بهذه المفردة أو تلك، تمثل مجتمع البحث²، ونظرا لكثرة الفيديوهات التي تداولت الحرائق التي اجتاحت العديد من الدول في العالم فقد وقع الاختيار على الفيديوهات التي عُيّنِت بحرائق الغابات في الجزائر صيف 2021، كونها دمرت العديد من الأنواع الحيوانية والنباتية المتواجدة في الغابات الجزائرية مما سيؤثر على توازن النظام البيئي في العالم بصفة عامة، والجزائر بصفة خاصة إضافة إلى اختيار "اليوتيوب" كنموذج لتحديد دور الصورة الرقمية المتحركة في التوعية البيئية عامة والتوعية بمخاطر حرائق الغابات بصفة خاصة؛ وذلك باستغلال الخصائص الرقمية للصورة؛ كونها وسيلة قوية التأثير، خاصة وأنها توثق الأحداث بالصوت والصورة والحركة.

وتم اختيار 15 فيديو على اليوتيوب لقنوات إعلامية ومدونين هواة وجدنا أنها تخدم أهداف الدراسة وتتناول بشكل مباشر أحداث حرائق الغابات في الجزائر لصيف 2021 في عدة مناطق في الجزائر.

6.2 . أدوات الدراسة:

اعتمدت الدراسة استمارة تحليل المحتوى كأداة من أدوات البحث العلمي، كما أنها الأنسب لهذا النوع من الدراسات فتحليل المضمون هو "وصف وتحليل النص الكلي للكشف عن مضمونه"³، كما يقوم على وصف منظم ودقيق لمحتوى نصوص مكتوبة أو مسموعة⁴.

1/ تحديد فئات التحليل:

يوجد نوعان من فئات التحليل، الأول يعرف بفئة المضمون (ماذا قيل؟)، وأما الثاني فهو متعلق بالشكل (كيف قيل؟)، وبما أن الفيديوهات على اليوتيوب سمعية بصرية؛ فقد حددنا فئات التحليل الخاصة بالشكل والمضمون كما يلي:

أ/ فئات المضمون (ماذا قيل) ويسمىها "برلسون" فئات محتوى الاتصال⁵، وهي في دراستنا:

***فئة الموضوع** : تستخدم هذه الفئة بكثرة في تحليل المضمون، والتي تقوم بتصنيفه وفقا للموضوعات التي تدور حولها المادة الإعلامية⁶، وتتمثل في المواضيع التي احتوتها الصور الرقمية المتحركة على اليوتيوب، وتشمل: "التوعية بمخاطر حرائق الغابات على الإنسان والبيئة"، "الأضرار والخسائر البشرية لحرائق الغابات"، "انعكاسات حرائق الغابات في الجزائر"، "أسباب حرائق الغابات في الجزائر، جهود إخماد حرائق الغابات في الجزائر"، "الولايات المتضررة من حرائق الغابات".

¹ سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، الأسس والمبادئ، عالم الكتب، القاهرة، د ت، ص 127.

² عادل مرابطي، عائشة نحوي، العينة في دراسة الظاهرة الاجتماعية، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، غرداية، العدد 4، 2009، ص 99.

³ علي عبد الرزاق جلي، المناهج الكمية والكيفية في علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2000، ص - ص 142 - 143.

⁴ ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2007، ص 11.

⁵ رشدي طعيمة، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، ص 63.

⁶ سمير محمد حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي - بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، 2007، ص 265.

فئة الأهداف: تتمثل فيما يريد المرسل الوصول إليه، وتشمل: تغطية أحداث حرائق الغابات في الجزائر عبر فيديوهات اليوتيوب، نقل حجم الكارثة التي أملت بالثروة الغابية والحيوانية في الجزائر، التوعية بمخاطر حرائق الغابات في العالم وفي الجزائر بصفة خاصة.

***فئة المصدر:** حيث تجيب على السؤال: إلى من تنسب الأقوال أو التصريحات؟ أو ما هو مرجع أو المصدر الذي تنسب إليه مادة المحتوى؟

وقد اعتمد المدونون على عدة مصادر منها: صفحات الفيسبوك، القنوات الإعلامية، مصادر ذاتية.

***فئة أساليب الإقناع:** يستهدف بها المرسل التأثير على أكبر عدد من المشاهدين، وإقناعهم بالأفكار التي يتبناها المحتوى الموجه لهم، ويمكن القول أنها تمثل أساليب الإغراء التي يتم استخدامها لإقناع الجمهور.

وتتمثل في أساليب عاطفية مثل استخدام الموسيقى، استخدام المشاهير، وأساليب عقلية مثل: الإحصاءات الصور، الصور الرقمية المتحركة عبر فيديوهات كاليوتيوب... الخ.

ب- فئة الشكل: (كيف قيل؟) وتعني بالفئات التي تجيب على السؤال "كيف قيل؟" من خلال القوالب والأنماط التي قدمت من خلالها المحتوى حيث تشمل:

***فئة اللغة المستخدمة:** وتعد من أهم الفئات في عملية التحليل نتيجة لما يترتب عليها من نتائج مرتبطة بمدى فهم الرسالة الإعلامية ومدى استيعابها من طرف جمهور القراء أو المستمعين أو المشاهدين.

فالمواد الإعلامية العربية يمكن تقديمها مثلا بعدة مستويات كفصحى التراث، الفصحى المبسطة، عامية ويستهدف تحليل اللغة المستخدمة التعرف على النمط اللغوي السائدة في تقديم معلومات معينة ومدى استخدام المستويات اللغوية لنوع الجمهور المستهدف¹.

وتم تحديد اللغات التالية: اللغة العربية، اللغة الفرنسية، اللهجة العامية الجزائرية.

***فئة الفاعل:** وتتمثل في الأشخاص الذين يظهرون في المحتوى: مواطنون، شخصيات سياسية، إعلامية... الخ

***فئة طرق التفاعل:** وتهتم بكيفية تفاعل مستخدمي اليوتيوب من مشاركات، تعليقات، إعجاب، المشاهدات والمتابعة.

2/ تحديد وحدات التحليل:

كما اعتمدت الدراسة على وحدات القياس التالية:

-وحدة الفكرة: ويصطلح على تسميتها أيضا بوحدة الموضوع، وتعتبر من أكثر وحدات تحليل المضمون استخداما في مادة الاتصال والموضوع في صورته المختصرة عبارة عن جملة بسيطة أو فكرة تدور حول مسألة معينة².

- وحدة المشهد: المشهد هو مجموعة اللقطات التي تدور في مكان واحد وزمان واحد حتى ولو تخطت الكاميرا ذلك المكان إلى مكان آخر قريب منه، مادام الحدث متصلا في المكان ولم ينتقل إلى غيره، وسواء طالت مدته أو قصرت فإنه يعد وحدة متكاملة خاصة للقياس³.

7.2 . مفاهيم الدراسة:

7.2 . 1 الصورة:

ورد العديد من التعاريف الاصطلاحية للصورة لأنها موجودة في كل العلوم، من الإعلام والاتصال، إلى الأدب، وإلى التعليمية، لهذا سنتناول مجموعة من التعاريف كما يلي:

¹ سمير محمد حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي، مرجع سابق، ص 269.

² عاطف عدلي العبد، زكي أحمد عزمي، الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام، دار الفكر، القاهرة، ط3، 1999، ص 208.

³ نصير بوعلي، التلفزيون الجزائري وأثره على الشباب الجزائري، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، دت، ص 93.

فأما عند الغرب فكلمة صورة تمتد إلى الكلمة اليونانية (icon) التي تعني التشابه والتماثل، وقد ترجمت إلى (imago) في اللغة اللاتينية و (image) في اللغة الإنجليزية واللغة الفرنسية لكن مع اختلاف النطق، وهو ما يذهب إليه "جون مدلتون مري" حيث إن كلمة "صورة (image) يمكن أن تتصل من قريب بالكلمة التي اشتقت منها، وهي: (imagination) أي ملكة التصور والتخيل بصفة عامة، وفي ذلك يمكن أن نلخصها من اقتصارها على الدلالة البصرية المحدودة، ونوسع آفاق هذه الدلالة - كما يقول - يمكن أن تكون: أقوى وأعظم آلة في يد ملكة التصور¹.

وحسب رولان بارث " فإن الصورة هي نسق دلالي تواصلية مرتبط بالنسق الفكري، وهي عبارة عن نسق خطاب رمزي² " كما يرى بأنها: " إذا كانت اللغة نتاج تواضع جماعي فهناك أيضا لغة فتوغرافية متواضع عليها تشتمل على علامات وقواعد ودلالات لها جذور في التمثيلات الاجتماعية والايديولوجية السائدة³.

7.2 . 2 الصورة الرقمية:

يمكن تعريف الصورة الرقمية بأنها " تلك الصورة التي تم تجزئة عناصرها إلى دقائق متناهية في الصغر، تسمى عناصر الصورة بيكسل (pixels) وكل بيكسل مفردة يعبر عنها على حدة بأرقام ثنائية تحدد كل من إحداثياتها الأفقية والرأسية والقيم اللونية بها⁴. وهي تجسيد للصور الثنائية الأبعاد، وتتكون الصور الرقمية من البيكسالات التي تعتبر أصغر وحدة في الصورة؛ حيث إن كل صورة هي مصفوفة تحتوي على صفوف وأعمدة من البيكسالات، ويتحدد وضوح الصورة الرقمية بصغرها ودقتها، وتنقسم إلى "الصور الثنائية" وفيها اللونين (الأبيض-الأسود) " والصورة المتدرجة الرمادية" التي تحتوي على الأبيض والأسود مع تدرجات الرمادي، و "الصورة الملونة" وهي التي تدعم الألوان (الأخضر الأحمر والأزرق)⁵.

تقنيا يمكن أن تتحقق الصورة الرقمية بفضل خصائص الحاسب الآلي وقدرته على تحويل النظام الأيقوني إلى تيار متصل من النبضات الكهربائية التي توزع على عينات صغيرة جدا وترقم وفق الأرقام المكافئة الثنائية المتكونة من رقمين: الصفر والواحد، حيث يسمح لقرص الذاكرة على الحاسب استقبالها وتخزينها ثم إعادة عرضها⁶.

7.2 . 3 الوعي البيئي:

الوعي لغة يعني الفهم وسلامة الإدراك، وتشير أيضا إلى إدراك الفرد لذاته وكل ما يحيط به إدراكا مباشرا ويعتبر الوعي أساس كل معرفة⁷.

ويعرف الوعي اصطلاحا بالمعنى السيكلوجي حسب قاموس Le Petit LAROUSSE de la Médecine

" بالمعرفة التي يمتلكها كل واحد حول وجوده، وحول أفعاله والعالم الخارجي⁸

أما الوعي البيئي فيعني الإدراك القائم على الإحساس بالعلاقات والمشكلات البيئية، من حيث أسبابها وأثارها ووسائل حلها⁹.

¹ Delannoy Pierre Aldam, l'image dans le livre de lecture , in communication , 1981 , P:33.

² قدور عبد الله الثاني، سيميائية الصورة، الوراق للنشر والتوزيع، لبنان، 2008، ص 100.

³ فيصل أحر، معجم السيميائيات، دار العربية للعلوم ناشرون، الجزائر، ط1، 2010، ص120.

⁴ طارق بقاء الدين، التصوير الرقمي: الحقائق والأساسيات، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة - الجمهورية اللبنانية، 2009، ص28.

⁵ محمد عبد الحميد، السيد بجنسي، تأثيرات الصورة الصحفية النظرية والتطبيق، عالم الكتاب، ط1، 2004، ص36.

⁶ عبد الفتاح بيومي، الصورة الرقمية في عصر الإنترنت، دار المعارف، القاهرة، 2006، ص8.

⁷ إمام شكري إبراهيم أحمد القطان، الإعلام العربي والوعي السياسي للمراهقين، مركز الإسكندرية للكتاب، د. ط ، 2009، ص111.

⁸ André Donart et Yacquè Bourneuf , Le petit Larousse de la Médecine tome1, 1983, p242.

⁹ إبراهيم مذكور، معجم العلوم الاجتماعية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، مصر، 1975، ص 644.

والوعي البيئي المقصود في الدراسة المستوى المعرفي للأفراد وإدراكهم لأهمية البيئة عن طريق الحفاظ على غاباتها من الحرائق والأخطار التي تواجهها.

7.2. 4 مواقع التواصل الاجتماعي:

الشبكات الاجتماعية أو Social Networks هي عبارة عن مواقع تتيح تبادل المعلومات والأفكار والثقافات والتعارف بين أناس يتشاركون في الفكر والثقافة والتوجه والميولات، ظهرت مع ما يعرف بالجيل الثاني للويب (Web2) تتيح التواصل بين مستخدميها في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم وفقا لاهتماماتهم أو انتماءاتهم (جامعة- بلد- صحافة- شركة).... بحيث يتم ذلك عن طريق خدمات التواصل المباشر كإرسال الرسائل أو المشاركة في الملفات الشخصية للآخرين والتعرف على أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض. وتتنوع أشكال وأهداف تلك الشبكات الاجتماعية؛ فبعضها عام يهدف إلى التواصل العام وتكوين الصداقات حول العالم، وبعضها الآخر يتمحور حول تكوين شبكات اجتماعية في نطاق محدود ومنحصر في مجال معين مثل: شبكات المحترفين وشبكات المصورين وشبكات الإعلاميين¹.

أما زاهي رمضان فيعرفها بأنها "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثمة ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات نفسها"².

7.2. 5 اليوتيوب:

يعتبر نوعا من أنواع مواقع التواصل الاجتماعي، وقد صنف على أنه "أكبر موقع اجتماعي على شبكة الانترنت يسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني"³، حيث تم تأسيسه "عام 2005، مقدا لمستخدميه خدمة مشاركة ما ما يقارب 100 مليون فيديو يتم عرضها يوميا عبر الموقع"⁴ لذلك "غالبا ما يتم الحديث عما إذا كان اليوتيوب، مكتبة أرشيف مختبر، أو وسيط إعلامي مثل التلفزيون وهذا تحديدا ما حدث عندما تطورت وسائل الاعلام التقليدية سابقا، حيث تم مقارنة السينما مع المسرح والتلفزيون مع الإذاعة"⁵.

وهو أحد أشهر المواقع الإلكترونية وثالث أكبر موقع زيارة على شبكة الانترنت حسب تصنيف موقع "اليسكا العالمي" والموقع الأول في عرض ملفات الفيديو، وتقوم فكرة الموقع على إمكانية إرفاق أي ملفات تتكون من مقاطع الفيديو على شبكة الانترنت دون تكلفة مالية فبمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع يتمكن من إرفاق أي عدد من الملفات، وكثير من هذه الملفات يتم إنتاجه لدوافع سياسية أو اجتماعية أو جمالية أو حتى لإيصال رسالة شخصية⁶.

¹ Collée Laurent **sécurité et vie privée sur les réseaux sociaux**, mémoire pour l'obtention du diplôme de master en gestion de la sécurité des systèmes d'information, université de Luxembourg, 2009, p12.

² زاهي رمضان، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، ع 15، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003، ص 23.

³ مصعب حسام قتلوني، ثورات الفيسبوك - مستقبل وسائل التواصل الاجتماعي في التغيير - شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، بيروت، 2014، ص 107.

⁴ عبد الصادق حسن، تعرض الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي عبر الانترنت وعلاقته بوسائل الاتصال التقليدية، قطاع الشؤون الثقافية والاجتماعية، الرياض، 2013، ص 36.

⁵ Patrick Vonderau, The Youtube Reader, MEDIEHISTORISK, Sweden, 2009, P 13.

⁶ نهي السيد عبد المعطي، صحافة المواطن نحو نمط اتصالي جديد، دار الكتاب الجامعي، القاهرة، ط 1، 2015، ص 62.

3. الصورة الرقمية المتحركة وقوة التأثير:

أدت الصورة الرقمية المولدة بالكمبيوتر إلى حصول تغييرات جذرية في الثقافة الإنسانية، نظرا لدورها كمعلومة مع سهولة التعامل معها، وتخزينها وإنزالها؛ إذ فقدت الصورة الزيتية كونها صورا فريدة ووحيدة والصور الضوئية كونها تعبيراً ذكياً لصانعها، في حين لعبت الصور الرقمية الثابتة والمتحركة دورها المعلم لكونها ذات شكل معلوماتي محملة بما¹، لقد باتت الصورة الرقمية بناء مركبا، أي أنها لم تعد تخدم التمثيل الأيقوني وحده ولا الصوت ولا بقية العناصر التعبيرية كل على حدة؛ بل أصبح الخلط المشترك بينهما جميعا متاحا، ويسر تشكل محيطات جديدة مازجة تلك العناصر المنفصلة؛ فتصبح الصورة مصاصة للصوت ومضاف إليها الحركة والرسم والكلمة، وبهذا التكامل تكون الصورة الرقمية جوهرها مختلفا قادر على النشر؛ نظرا لسرعة الانتقال وتوافر لمؤثرات الأخرى بالإضافة إلى المضمون أو المعلومة المحملة ضمنيا وعلنا².

ومنه فقد ساعد توافر الكاميرات الرقمية ولاسيما الأجهزة الالكترونية المختلفة، كالهواتف المحمولة على انتشار صحافة المواطن التي جعلت من المواطن الذي توافق وجوده في مكان وقوع حدث ما صحفياً بعد أن تمكن من التقاط صورة أو تسجيل مقطع فيديو يوثق ذلك الحدث، ليحقق بذلك سبقاً صحفياً، وبفعل المزايا التي يتمتع بها الهاتف المحمول كسرعة وسهولة التقاط الصور وإمكانية نشرها مباشرة عبر شبكات التواصل الاجتماعي مثل البيوتوب؛ فنجد اليوم أن وسائل الإعلام تقوم بإعادة نشر الصور أو الفيديوهات التي ترسل لهم من قبل المواطنين³. إذ تحول الهواة إلى صحفيين مصورين يرسلون ملايين الصور عبر البريد الإلكتروني أو عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الإنترنت، وبذلك تعددت تطبيقات نشر الصور الرقمية الثابتة والصور الرقمية المتحركة التي أصبحت تمثل ركنا أساسيا في بنية الشبكة كمعلومة علمية وإعلامية وإعلانية تعليمية⁴ وتوعوية أيضا.

وليس من مبالغة القول أن الصورة الرقمية هي عبارة عن بنية دلالية تروم جذب الفضاء العقلي إلى الفضاء الفيزيائي من خلال استعارة معاني مفاهيمه التقليدية في بناء المفاهيم الفريدة للفضاء المعلوماتي⁵؛ حيث نشأ حول الصور في الويب الكثير من الأدوات والخدمات والمواقع، وكذا برمجيات الحفظ والتوزيع، فموقع "فلكر" أصبح بمثابة ألبوم عالمي لتبادل الصور بين الأشخاص، وخلق مجتمعا علميا لا تفصل بين أجزائه حدود مكانية أو زمانية، فأحداث العالم الكبيرة تجوب الهواتف النقالة والحواشيب والتلفزيونات، مثلما حدث أثناء تفجيرات قطارات الأنفاق في لندن في عام 2005، وأحداث كارثة تسونامي 2004؛ كما ساهمت الصور الرقمية المتحركة في نقل أحداث الحرب على روسيا في فيفري 2022، وقبلها أحداث حرائق الغابات التي اجتاحت مناطق عديدة من العالم، مثل أحداث كحرائق الغابات في الجزائر صيف 2021، حيث اعتمدت الجهات الإعلامية المختلفة وقتها على الصور التي التقطتها كاميرات الهواتف النقالة للمصورين الهواة الذين تم منحهم أدوات عصرية لفرض ذواتهم وبناء هوياتهم وتأكيد تمايزهم عن الآخرين دون أدنى إكراه أو مضايقة أو قيد⁶.

¹ André rouillé : l'image numérique : déficit du siècle Paris : Edition Payet, 2004, p6.

² شاكر عبد الحميد، عصر الصورة، سلسلة عالم المعارف، الكويت، 2006، ص ص 24-25.

³ فؤادة عبد المنعم البكري، الإعلام الدول، القاهرة، عالم الكتب، ط 1، 2011، ص 172.

⁴ مايكل موريسون، XML و HTML احكم قبضتك على شيفرة الويب، تعريب الدار العربية للعلوم، بيروت، 2003، ص 59.

⁵ Jean Baudrillard : l'ère numérique, Paris, Edition Dunod, 1999, p.11.

⁶ Marie Claude Vettraino : de la bande dessinée à l'image numérique, Paris, Edition Dunod, 2009, p.3.

4. التحليل الكمي والكيفي للفيديوهات محل الدراسة.

الجدول 01: يمثل توزيع فئة مواضيع التوعية البيئية عبر اليوتيوب حول حرائق الغابات في الجزائر 2021:

المواضيع	التكرار	النسبة
خسائر وأضرار حرائق الغابات على البيئة الطبيعية	38	18.71%
الخسائر البشرية لحرائق الغابات	36	17.73%
انعكاسات حرائق الغابات في الجزائر	30	14.77%
أسباب حرائق الغابات في الجزائر	24	11.82%
جهود إخماد حرائق الغابات في الجزائر	20	9.85%
الولايات المتضررة من حرائق الغابات	32	15.76%
صور التضامن والتلاحم بين الجزائريين	18	8.86%
نداءات الاستغاثة	5	2.46%
المجموع	203	100%

يتضح من الجدول أن من بين المواضيع التي تم التركيز عليها من خلال عينة الدراسة، يتمثل الأول في " خسائر وأضرار حرائق الغابات على البيئة الطبيعية " بنسبة قدرت بـ 18.71% وهذا بهدف التوعية البيئية والتأكيد على أخطار هذه الحرائق التي تؤدي إلى تدمير الأنظمة البيئية واختلال التنوع البيولوجي وفقدان الكثير من الحيوانات والكائنات الحية، في حين أن الموضوع الثاني كان حول " الخسائر البشرية لحرائق الغابات " بنسبة 17.73 % لتسليط الضوء على أن حرائق الغابات أهلك الإنسان كذلك؛ حيث تعد الأنشطة البشرية أحد أبرز أسباب نشوبها، أما الموضوع الثالث يتمثل في " الولايات المتضررة من حرائق الغابات فكان بنسبة 15.76% وهذا إنما يدل على أن أخطار حرائق الغابات بات يهدد عدة مناطق وبالتالي يؤدي ذلك إلى العديد من الآثار السلبية البيئية والاقتصادية والاجتماعية مثل الاحتباس الحراري، زيادة ثاني أكسيد الكربون في الجو، فقدان سبل العيش للأفراد الذين يعتمدون في عيشهم على الحطب، استنزاف مواطن الحياة البرية والثروة الحيوانية والنباتية...الخ، لذلك لابد من نشر التوعية البيئية حول هذه القضية لفهم مخاطر المشكلات البيئية بشكل جيد.

الجدول 02: فئة مصادر معلومات الفيديوهات

المصدر	التكرار	النسبة
القنوات الإعلامية	5	50%
صفحات الفيسبوك	03	30%
مراسلين	2	20%
المجموع	10	100%

كشفت نتائج الدراسة التحليلية أن أغلب (الصور الرقمية المتحركة) مقاطع الفيديو على اليوتيوب هي لقنوات إعلامية عربية بنسبة 50% وهذا من أجل نقل أحداث حرائق الغابات بصورة صادقة؛ فالتطورات التكنولوجية الحاصلة أدت إلى تطوير أساليب التصوير الرقمي التي استفادت منها الصورة الرقمية المتحركة في نقل مشاهد حية تدل على فضاحة مشهد الغابات وهي تحترق كلياً مخلفة وراءها خسائر كبيرة للثروة الحيوانية والنباتية وخسارة الأرواح البشرية كذلك، في حين أن المصدر الثاني المعتمد عليه في التغطية يتمثل في صفحات الفيسبوك بنسبة 30% وهذه الصفحات تعتمد بالدرجة الأولى على الصورة المتحركة في نقل أحداث حرائق الغابات عن طريق الصوت والصورة اللذان ينقلان الواقع المرئي.

في حين تدوينات المراسلين لم تتوان هي الأخرى في رصد ما تعرضت له غابات الجزائر والبيئة من دمار، وهذا بنسبة قدرت بـ 20%.

الجدول 3: فئة الأساليب الإقناعية

المصدر	التكرار	النسبة
الأساليب العقلية	117	54.41 %
الأساليب العاطفية	98	45.58 %
المجموع	215	100 %

عكست النتائج المبينة في الجدول اهتمام الصور الرقمية المتحركة من خلال فيديوهات اليوتيوب بالأساليب العقلية والعاطفية، غير أن نسبة استخدام الأساليب العقلية كانت الغالبة؛ حيث قدرت بـ 54.41 %، في حين بلغت نسبة الأساليب العاطفية 45.58 %، وهوما يرجع إلى طبيعة الحدث الذي يتطلب تقديم تأثيرات على مستوى عقول المتلقين من أجل التوعية والتحسيس بمخاطر حرائق الغابات على البيئة.

الجدول 4: فئة الأساليب العقلية

الأساليب العقلية	التكرار	النسبة
صور ومقاطع فيديو	75	64.10 %
تقديم إحصاءات وتقارير	28	23.93 %
تصريحات	14	11.96 %
المجموع	117	100 %

يتجلى من خلال النتائج المبينة في الجدول أعلاه أن الأساليب العقلية في تنزيلات المدونين استخدمت " مقاطع الفيديو (الصور الرقمية المتحركة) ومشاهد حية تعبر عن الدمار الذي لحق بالثروة الغابية والحيوانية والخسائر البشرية من خلال معايشة البيئة وتحسس مشكلاتها، وبالتالي تحقيق حماية شاملة لها، وهذا بنسبة تقدر بـ 64.10 %، تليها "الإحصاءات والتقارير" بنسبة 23.93 %، إضافة إلى استخدام التصريحات بنسبة 11.96 % في محاولة لتأكيد خطورة الأحداث من شهود عيان.

الجدول 5: فئة الأساليب العاطفية

الأساليب العاطفية	التكرار	النسبة
مقاطع موسيقية	46	46.93 %
الأساليب اللغوية	31	31.63 %
الشعارات	21	21.42 %
المجموع	98	100 %

يتبين أن استخدام مقاطع موسيقية من خلال الأساليب العاطفية بلغت 46.93 % نظرا لقوة الموسيقى في استمالة المشاعر والعواطف خاصة الموسيقى التي تعبر عن الحزن والأسى والتي توظف الوعي بخطورة مشكلة أو قضية معينة مثل حرائق الغابات، وكذلك "الأساليب اللغوية" بنسبة 31.63 % من خلال استخدام الكناية والتشبيه لتقريب المعاني وتأكيداتها، بينما بلغت نسبة الشعارات المستخدمة في الأساليب العاطفية 21.42 %

الجدول 06: فئة اللغة المستخدمة في الفيديوهات.

اللغة	التكرار	النسبة
اللغة العربية الفصحى	41	47.12 %
اللهجة العامية الجزائرية	25	28.73 %
اللهجة العامية لدول عربية أخرى	16	18.39 %
الفرنسية	5	5.74 %
المجموع	87	100 %

من قراءة معطيات الجدول يتضح أن محتويات الفيديوهات محل الدراسة تغلب عليها اللغة العربية الفصحى بـ 47.12 % ونجد ذلك في فيديوهات القنوات الإعلامية والمراسلين الصحفيين إلى رفع الوعي المجتمعي لكل فئات المجتمع؛ حيث تتسم اللغة العربية بسهولة فهمها، وبالتالي إيصال الرسالة التوعوية إلى أكبر عدد ممكن من المشاهدين، في كانت اللهجة العامية الجزائرية بـ 28.73 %، وهذا من خلال فيديوهات أرسلها مواطنون جزائريون عايشوا الحدث وأرادوا تنوير الرأي العام بالآثار السلبية لحرائق الغابات، وبما أن المضامين موجهة للجزائريين، فطبيعي جدا استخدام اللهجة الجزائرية من أجل تبسيط المعلومة للمشاهد البسيط ونشر الوعي البيئي.

الجدول 07: فئة طريقة التفاعل

طريقة التفاعل	التكرار	النسبة
الإعجابات	1232	0.03 %
المشاهدة watch	2113563	59.10 %
التعليقات comment	4562	0.12 %
المشاركة share	1453250	40.64 %
المتابعة	3214	0.08 %
المجموع	3575821	100 %

أظهرت النتائج المبينة أن جل التفاعلات كانت عن طريق المشاهدة watch بنسبة قدرت بـ 59.10 %، وهو بطبيعة الحال يعود إلى أن أغلب الصور الرقمية المتحركة عبر موقع اليوتيوب تم تداولها من أجل تغطية أحداث حرائق الغابات في الجزائر، وإيصالها إلى كل المشاهدين في العالم وهو ما يؤكد على أهمية الدور الذي تضطلع به الصور الرقمية المتحركة ووظيفتها في نقل مختلف الأحداث والمعلومات والتي منها القضايا البيئية، أما نسبة المشاركة share فقدت بـ 40.64 %؛ حيث تعبر عن قيام المشاهدين للفيديوهات بمشاركة أحداث حرائق الغابات في الجزائر، وهي خاصية تتميز بها الصورة الرقمية المتحركة عن طريق اليوتيوب مما يساهم في خلق وعي بيئي عالمي بضرورة الحفاظ على البيئة وغاباتها، في كانت نسبة التعليقات ضئيلة مقارنة ببقية النسب الأخرى، حيث بلغت 0.12 % وتمثلت في الدعاء للجزائر بالحفظ والستر، معاتبة الإنسان الذي يعد السبب الرئيسي في هذه خسارة الأرواح والثروة الحيوانية والنباتية.

الجدول 08: فئة الأطراف المتحاور معها حول المحتوى.

الأطراف	التكرار	النسبة
مكلف بالإعلام والاتصال بالحماية المدنية	3	9.37 %
محافظوا الغابات	2	6.25 %
مراسلون من مختلف الدول	9	28.12 %
المدير العام للغابات في الجزائر	1	3.12 %
شهود عيان	15	46.87 %
أفراد من الجيش الوطني الشعبي	2	6.25 %
المجموع	32	100 %

بالنظر إلى المعطيات الواردة في الجدول، أن أكثر الأطراف التي تمت محاورتهم عبر هذه الفيديوهات تتمثل في شهود العيان؛ أي من قلب الكارثة بـ 46.87 % وهم في الغالب مواطنون احتزقت بيوهم وعاشوا هول الحرائق؛ كما تم التحاور مع مراسلين وصحفيين من دول مختلفة نقلوا الأحداث عبر عدسات كاميراتهم بـ 28.12 % أما المرتبة الثالثة فتمثلت في المكلفين بالإعلام على مستوى مصالح الحماية المدنية بنسبة قدرت بـ 9.37 % والحديث عن أسباب هذه الحرائق وتقديم بعض النصائح والإرشادات لمواطنين، إضافة إلى الحديث مع أطراف أخرى من أجل توعية المواطنين من أخطار حرائق الغابات وهذا ما يدل على أن التوعية البيئية مهمة الجميع.

الجدول 09: فئة الأهداف:

الأهداف	التكرار	النسبة
نقل أحداث حرائق الغابات	68	38.63 %
التوعية بمخاطر الحرائق وانعكاساتها على البيئة	65	36.93 %
كشف المتسببين في الحرائق	43	24.43 %
المجموع	176	100 %

أظهرت نتائج الدراسة أن المدونين من خلال فيديوهات اليوتيوب (الصور الرقمية المتحركة) هدفهم نقل أحداث حرائق الغابات في الجزائر وتوثيقها بمقاطع فيديو حية من عين المكان، وهذا بنسبة 38.63 % وهو ما يعني أن الصورة الرقمية المتحركة (اليوتيوب) تعتبر وسيلة لنقل آخر الأخبار والأحداث المهمة التي تجري في العالم سياسية كانت أو اقتصادية أو اجتماعية أو أخبار الكوارث الطبيعية والبيئية ما يساهم في التعريف بالمشكلات البيئية ونشر الوعي البيئي بين المشاهدين.

كما يتضح من النتائج أن المدونين يهدفون إلى التوعية بمخاطر حرائق الغابات وانعكاساتها على البيئة بنسبة 36.93 %، وأغلب هؤلاء المدونون هم نشطاء بيئيون عملوا من خلال مقاطع الفيديو على التأكيد على الأثر السلبي للحرائق على الغابات والبيئة والأشجار المعمرة والغطاء النباتي والتنوع الحيوي لكائنات حية نادرة أو مهددة بالانقراض.

الجدول 10: فئة العناصر المدعمة للفيديوهات

العناصر الإخراجية	التكرار	النسبة
عناوين بارزة في الأسفل	19	29.23 %
عناوين متضمنة في الصور	15	23.07 %
صور	27	41.53 %
خرائط	4	6.15 %
المجموع	65	100 %

تعتبر الصور أكثر العناصر حضوراً في الفيديوهات محل الدراسة بنسبة قدرت بـ 41.53 % بتكرار قدر بـ 27 صورة، وهذا ما يتماشى مع طبيعة موقع اليوتيوب كون مضامينه سمعية بصرية فإنه من الضروري دعم المحتوى بالصور التي تزيد من مصداقية نقل الأحداث، وإضافة للصور نجد طريقة إدراج العناوين البارزة أسفل المضامين بنسبة 29.23 % والتي كانت بالبنط العريض حيث تبقى المشاهد على دراية بأهم ما يحدث إذ تتغير العناوين بالانتقال إلى مضامين أخرى لها علاقة بموضوع حرائق الغابات في الجزائر؛ حيث في الغالب تتضمن العناوين هوية الاطراف المتحاور معها وأبرز ما يحدث في مختلف الولايات المتضررة من الحرائق.

5. خاتمة:

لعبت الصورة المتحركة عبر اليوتيوب دوراً بارزاً في نقل أحداث حرائق الغابات في الجزائر لسنة 2021 وأصبح استغلالها في المجالات التوعوية ضرورة لا مناص منها؛ لاسيما وأنها أعادت فيها تشكيل وظائفها التقليدية في ظل ما تتمتع به من خصائص الصوت والحركة، وفي ظل طغيان التكنولوجيا الرقمية وسلطة الميديا الجديدة عبر تطبيقاتها التفاعلية؛ بحيث غدت منبراً هاماً لنشر مختلف الأفكار، وتشكيل القنوات والسلوكات البيئية السليمة، كما اكتسبت جمهوراً جديداً مغايراً يتنافس على نشر الوعي البيئي، ومشاركة مختلف القضايا البيئية على الشبكات الاجتماعية، وعبر الهواتف الذكية، مثل فيديوهات الغابات وهي تحترق كلياً من أجل إقناع المشاهد بالمشكلات التي تعانيها البيئة، وضرورة تصحيح السلوكات السلبية تجاهها.

وعليه؛ وبعد عرض البيانات المتحصل عليها وتحليلها، توصلنا إلى استخلاص النتائج التالية:

* يعد موقع "اليوتيوب" من خلال الصورة المتحركة من أهم مواقع التواصل الاجتماعي الذي يعتمد على خاصية دمج الوسائط وبالتالي مساهمته في نقل مشكلات البيئة كما في الواقع، وتوظيفها في نشر التوعية البيئية.

* تعد مواضيع "خسائر وأضرار حرائق الغابات على البيئة الطبيعية"، "الخسائر البشرية"، "الولايات المتضررة من حرائق الغابات" من أهم المواضيع التي تداولتها الفيديوهات؛ حيث تم طرحها في شكل خاصية دمج الوسائط (فيديوهات، صور، كتابة).

* ركزت الصور المتحركة عبر اليوتيوب على الأسلوب العقلي في تناول قضية حرائق الغابات في الجزائر، وذلك باستخدام صور ومقاطع فيديو، وكذلك "الأساليب اللغوية" بهدف التأثير على المشاهد وإقناعه بضرورة حماية الثروة الغابية والحيوانية وتوعيته بضرورة الحفاظ على البيئة.

* تبين من نتائج التحليل أن فيديوهات اليوتيوب تتمتع بمميزات وخصائص الصورة الرقمية المتحركة الاتصالية ما جعلها أداة فعالة للتوعية البيئية من خلال نقل أحداث حرائق الغابات في الجزائر 2021 عبر الفضاء الرقمي الافتراضي وتوثيقها بمقاطع سمعية بصرية (فيديوهات) ساهمت في إيصال صوت نشطاء بيئيين.

*ساهمت الصورة الرقمية المتحركة من خلال اليوتيوب في خلق فضاء يمارس فيه المشاهد دوره في التوعية البيئية "صحافة المواطن" فبفضل الصورة الرقمية المتحركة تمكن كل المستخدمين في الفضاء الرقمي من مشاركة مقاطع فيديوهات حرائق الغابات في الجزائر والدعوة إلى نشر الوعي البيئي حول العالم.

* اللهجة الجزائرية هي الغالبة على فيديوهات اليوتيوب بشكل واضح في التعبير عن مضامين هذه الفيديوهات وأيضا في شهادات وتصريحات المواطنين المتواجدين في الولايات المتضررة من الحرائق.

* بينت التفاعلات أن مشاهدة مقاطع الفيديو -عينة الدراسة- كانت من أكثر الآليات الموظفة من طرف المستخدمين على موقع اليوتيوب فهي الأداة الرئيسية في التواصل، وهو ما يبرز أهمية الصورة الرقمية المتحركة في تبادل توعية مستخدمي هذا الموقع بضرورة المحافظة على الثروة الغابية التي تتعرض باستمرار إلى الحرائق التي يتسبب فيها الإنسان بالدرجة الأولى.

كما توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من المقترحات والتوصيات التي قد تساهم في تعزيز وتفعيل دور "اليوتيوب" والصورة الرقمية المتحركة في التوعية البيئية؛ إذ بالإمكان عددها كما يلي:

- العمل على استغلال الخصائص الرقمية للصورة ومواقع التواصل الاجتماعي خاصة "اليوتيوب" ضمن مختلف الأنشطة الاتصالية البيئية للمؤسسات الحكومية وغير الحكومية ومؤسسات المجتمع المدني.
- ضرورة التكامل بين وسائل الاتصال التقليدية والحديثة من أجل تحقيق بيئة مستدامة تضمن حق الأجيال الحالية دون المساس بحق الأجيال القادمة.
- استغلال المساحات الإشهادية
- رية على موقع اليوتيوب في التوعية البيئية وتشجيع المنتجات الصديقة للبيئة.

6. الملاحق:

الجدول 1: يوضح مجموع الفيديوهات

رقم الفيديو	اسم الفيديو	الجهة الناشرة	زمن الفيديو	تاريخ النشر
01	حرائق الغابات تستعر في الجزائر	الشرق نيوز للأخبار	02:07 د	2021/08/11
02	حرائق الغابات تصل الجزائر	الحدث	01:49 د	2021/08/05
03	حرائق الجزائر تتسع	قناة الجزيرة	02:13 د	2021/08/12
04	الجزائر / 100 حريق في يوم واحد... هل هو عمل مدبر	الغد	02:40 د	2021/08/10
05	حرائق الغابات تعود إلى الجزائر من جديد وتيزي وزو	قناة النهار تيفي	06:35 د	2021/08/10
06	كرونة لوجيا حرائق الغابات في الجزائر من سنة 2017 إلى 2021	صفحة القرة بوللي 24 على الفيسبوك	0:56 د	2021/08/10
07	الشارع الجزائري انتفض لمساعدة كل المتضررين من	صفحة الحدث الجزائري على	00:36 د	2021/08/11

2021/08/10	0:55 د	صفحة قناة الحياة على الفيسبوك	كروولوجيا حرائق الغابات في الجزائر 2017 / 2021	08
2021/08/13	04:14 د	مراسل قناة الغد حسان الجزائري	بعد السيطرة على تيزي وزو حرائق الغابات في الجزائر شرقا بفعل الرياح	09
2021/08/18	02:49 د	مراسل قناة الشرق عبد الباسط تيكاري	الجزائر. حرائق الغابات تودي بحياة 26 شخصا	10

المصدر: إعداد الباحثة

6. قائمة المراجع:

• المؤلفات:

1. إبراهيم مذكور، معجم العلوم الاجتماعية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، مصر، 1975، ص 644.
2. إمام شكري إبراهيم أحمد القطان، الإعلام العربي والوعي السياسي للمراهقين، مركز الإسكندرية للكتاب، د. ط، 2009، مصر، ص 111.
3. ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي، دار صفاء للنشر والتوزيع عمان، ط 1، 2000، ص 48.
4. رشدي أحمد طعيمة، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 2004، ص 63.
5. سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، الأسس والمبادئ، عالم الكتب، القاهرة، 1995، ص 127.
6. سمير محمد حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي - بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، 2007م، ص 265.
7. شاكر عبد الحميد، عصر الصورة، سلسلة عالم المعارف، الكويت، 2006، ص 25.
8. طارق بهاء الدين، التصوير الرقمي: الحقائق والأساسيات، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة - الجمهورية اللبنانية، 2009، ص 28.
9. عاطف عدلي العبد، زكي أحمد عزمي، الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام، دار الفكر، القاهرة، ط 1، 1993، ص 208.
10. عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد: دراسة في مداخل النظرية وخصائصه العامة، الأردن، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، دار الشروق، 2011، ص 9.
11. عبد الصادق حسن، تعرض الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي عبر الانترنت و علاقته بوسائل الاتصال التقليدية، قطاع الشؤون الثقافية والاجتماعية، الرياض، 2013، ص 36.
12. عبد الفتاح بيومي، الصورة الرقمية في عصر الإنترنت، دار المعارف، القاهرة، 2006، ص 8.
13. عبد الله الغدامي، الثقافة التلفزيونية سقوط النخبة وبروز الشعبي، المركز الثقافي العربي، بيروت 2004، ص 521.
14. عبد الله عمر الفراء، تكنولوجيا التعليم والاتصال، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ط 4 1999، ص 371.

15. علي عبد الرزاق جلبي، المناهج الكمية والكيفية في علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، القاهرة 2000، ص- ص 142- 143.
16. فؤاد عبد المنعم البكري، الإعلام الدولي، القاهرة، عالم الكتب، ط1، 2011، ص172.
17. فيصل أحر، معجم السيميائيات، دار العربية للعلوم ناشرون، الجزائر، ط1، 2010، ص120.
18. قدور عبد الله الثاني، سيميائية الصورة، الوراق للنشر والتوزيع، لبنان، 2008، ص100.
19. كريس باركر، التلفزيون والعملة والهويات الثقافية، تر:علا أحمد صلاح، مجموعة النيل العربية، لبنان، 2006، ص 94.
20. لبلى أحمد جرار، الفيسبوك والشباب العربي، مكتبة الفلاح، عمان، 2012، ص 37.
21. مايكل موريسون، XML و HTML احكم قبضتك على شيفرة الويب، تعريب الدار العربية للعلوم، بيروت، 2003، ص 59.
22. محمد عبد الحميد، السيد بهنسي، تأثيرات الصورة الصحفية النظرية والتطبيق، عالم الكتب، القاهرة ط1 2004، ص36.
23. مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2000، ص128.
24. مصعب حسام قتلوني، ثورات الفيسبوك - مستقبل وسائل التواصل الاجتماعي في التغيير - شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، بيروت، 2014، ص 107.
25. نصر الدين لعياضي، الاتصال والإعلام والثقافة، عتبات التأويل، كتاب الرافد، دائرة الثقافة والإعلام، الشارقة، العدد 86، جانفي 2015، ص33.
26. نصير بوعلي، التلفزيون الجزائري وأثره على الشباب الجزائري، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، 2000، ص 93.
27. نهي السيد عبد المعطي، صحافة المواطن نحو نمط اتصالي جديد، دار الكتاب الجامعي، القاهرة ط1، 2015، ص62.
- المقالات:
28. حلمي خضر ساري، تأثير الاتصال عبر الانترنت في العلاقات الاجتماعية (دراسة ميدانية في المجتمع القطري) مجلة الجامعة، دمشق، المجلد 24، العدد الأول+ الثاني، 2008، ص 307.
29. زاهي رمضان، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، ع15، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003، ص23.
30. عادل مرابطي، عائشة نحوي، العينة في دراسة الظاهرة الاجتماعية، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، غرداية، العدد4، 2009، ص 99.
31. لحبيب بن عربية، عبد القادر بلعابد، مساهمة التربية البيئية في تشكيل الوعي البيئي، مجلة التنمية البشرية، العدد 08، نوفمبر 2017، ص-ص 123-124.

32. André Donart et Yacquè Bourneuf , Le petit Larousse de la Médecine tome1, 1983, p242.
33. André rouillé, l'image numérique, déficit du siècle ,Paris : Edition Payet, 2004, p6.
34. Bill Jitt, Vers une richesse numérique, Paris, édition Gallimard, 2006, p.13.
35. Collée Laurent, sécurité et vie privée sur les réseaux sociaux, mémoire pour l'obtention du diplôme de master en gestion de la sécurité des systèmes d'information, université de Delannoy Luxembourg. 2009,p12.
36. Jean Baudrillard , l'ère numérique, Paris, Edition Dunod, 1999, p.11
37. Marie Claude Vettraino : de la bande dessinée à l'image numérique, Paris, Edition Dunod, 2009, pp.3.5.
38. Patrick Vonderau, The Youtube Reader, mediehistorisk, National Library of Sweden, Sweden, 2009, P 13.
39. Pierre Alban Delannoy ,l'image dans le livre de lecture in communication Éd, seuil, paris,1981, P:33