الإعلام الرقمي وتنمية المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة في المجتمع السعودي

د.جهاد مصطفي كرم درويش[1] د. ماجد عبد العزيز عبد الرحمن العبد العظيم[2]

1- كلية الإعلام، الجامعة الإسلامية-نيسوتا الامريكية، gehadmostafak@gmail.com

2- كلية الآداب، جامعة الملك فيصل-السعودية، malabdulathim@kfu.edu.sa

تاريخ الإيداع: 2024/02/01 **تاريخ المراجعة:** 2024/03/03 **تاريخ القبول:** 2024/03/03

ملخص

تهدف الدراسة إلى التعرف على دور الإعلام الرقمي في تنمية المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة في المجتمع السعودي، وذلك في ظل التطورات الحالية في الأنثروبولوجيا الرقمية، فقد تم استخدام المنهج، كما تم استخدام منهج دراسة الحالة لمركز العمل التطوعي في الأحساء، وقد اعتمدت الدراسة على أداتي الملاحظة والمقابلة التي طبقت علي عينة قصدية من العاملين بمركز العمل التطوعي بالإحساء وعددهم 22 مفردة ، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن العاملين في مركز العمل التطوعي بالأحساء يدركون القضايا البيئية التي يتم نشرها عبر وسائل الإعلام الرقمي في ظل العصر الرقمي الحالي، ، كما أن الغالبية العظمى من المبحوثين في عينة الدراسة يعتقدون أن للإعلام الرقمي دورًا فعالًا في تعزيز الثقافة البيئية في عصر الأنثروبولوجيا الرقمية، من خلال توفير المعرفة والتثقيف بالقضايا البيئية في المناسبات البيئية عبر وسائل الإعلام الرقمي.

الكلمات المفاتيح: اعلام رقمي، تنمية،امسؤولية اجتماعية، أنثروبولوجيا رقمية.

Digital media and the development of social responsibility towards the environment in Saudi society

Abstract

The study aims to identify the role of digital media in developing social responsibility towards the environment in Saudi society, in light of current developments in digital anthropology. The approach was used, and the case study approach was used for the Voluntary Work Center in Al-Ahsa. The study relied on two observation tools. The interview was applied to a purposive sample of workers at the Voluntary Work Center in Al-Ahsa, numbering 22 individuals, One of the most important findings of the study is that workers at the Voluntary Work Center in Al-Ahsa are aware of the environmental issues that are disseminated through digital media in light of the current digital age, and the vast majority of respondents in the study sample believe that digital media has an effective role in promoting environmental culture. In the era of digital anthropology, by providing knowledge and education on environmental issues at environmental events via digital media.

Keywords: Digital media, development, social responsibility, digital anthropology.

Médias numériques et développement de la responsabilité sociale envers l'environnement dans la société saoudienne.

Résumé

L'étude vise à identifier le rôle des médias numériques dans le développement de la responsabilité sociale envers l'environnement dans la société saoudienne, à la lumière des développements actuels de l'anthropologie numérique. Cette approche a été utilisée, ainsi que l'approche d'étude de cas, pour le Centre de travail volontaire d'Al-Ahsa. L'étude s'est appuyée sur deux outils d'observation. L'entretien a été appliqué à un échantillon délibéré de travailleurs du Centre de travail volontaire d'Al-Ahsa, comptant 22 personnes. L'une des conclusions les plus importantes de l'étude est que les travailleurs du Centre de travail volontaire d'Al-Ahsa sont conscients des problèmes environnementaux. Questions qui sont diffusées par les médias numériques à la lumière de l'ère numérique actuelle, et la grande majorité des personnes interrogées dans l'échantillon de l'étude estiment que les médias numériques jouent un rôle efficace dans la promotion de la culture environnementale. À l'ère de l'anthropologie numérique, en fournissant des connaissances et une éducation sur les questions environnementales lors d'événements environnementaux via les médias numériques.

Mots-clés: Médias numériques, développement, responsabilité sociale, anthropologie numérique.

المؤلف المرسِل: د.جهاد مصطفي كرم درويش، gehadmostafak@gmail.com

مقدمة:

تشهد وسائل الإعلام الرقمية تحولًا واضحًا داخل المجتمع، حيث أصبحت المسيطرة على السوق الإعلامية. فبعد تحول العديد من الصحف العالمية من صحف ورقية إلى صحف إلكترونية، وازدياد الاعتماد على المحطات التلفزيونية والإذاعية على الإعلام الرقمي، وانتشار مواقع التواصل الاجتماعي، أصبحت هذه الوسائل جزءًا رئيسيًا من الحياة اليومية للناس. فلا يمكن للناس الاستغناء عنها، إذ أصبحت مسيطرة على حياتهم ومعيشتهم. و أدى التغيير المستمر للسلوك الإنساني في التعامل مع البيئة الرقمية إلى صعوبة وضع تعريف لعلم الأنثروبولوجيا الرقمية حيث أصبحت الظواهر الاجتماعية الرقمية تحتاج إلى فهم طبيعة السلوك الإنساني الاجتماعي مع العالم الرقمي .

كما يساعد الإعلام الرقمي على سرعة الوصول إلى المعلومات العامة، وخاصة المعلومات البيئية التي تساعد في تشكيل المسؤولية الاجتماعية والاتجاهات نحو البيئة لدى الأفراد. ويتم ذلك من خلال زيادة وعيهم بالأوضاع البيئية وقضاياها، التي أصبحت منتشرة في العالم كله. ومن مميزات وسائل الإعلام الرقمي عن الوسائل التقليدية، هو أنها تتميز بتفاعلية أكبر مع المتلقي، لا تقتصر فقط على المحتوى الرقمي.

وتأتي المسؤولية الاجتماعية في مقدمة المسؤوليات التي يتضمنها الإعلام الرقمي، وتليها المسؤوليات الاقتصادية، ما يعكس رؤية أفراد المجتمع تجاهه. ومع التطور السريع للمجتمع وزيادة السكان، تظهر الأضرار الجسيمة للبيئة المحيطة بالمجتمع بسبب عوامل اجتماعية، سواء كانت عوامل اجتماعية أو أنظمة مجتمعية، مما يؤدي إلى الإضرار بالمجتمع بأشكال مختلفة أو إعاقة التنمية في ذلك المجتمع.

فقد أصبح توظيف الإعلام الرقمي في دعم برامج وثقافة المسؤولية الاجتماعية أمرًا ضروريًا، ولم يعد من الأمور التي يمكن تجاهلها، نظرًا لتحول المؤسسات والأفراد بسرعة مذهلة نحو العالم الرقمي. وقد أصبح هذا الموضوع محط اهتمام الباحثين .

وتؤكد الدراسات على أن نشر تقارير المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة عبر الإنترنت يساعد في نشر التثقيف والتوعية البيئية، ويساعد في تعزيز وجهة نظر إيجابية لدى مستخدمي الإنترنت تجاه الشركات والمؤسسات التي تتبنى تطبيقات المسؤولية الاجتماعية في خدماتها وبرامجها وعملياتها نحو البيئة وقضاياها، ويظهر من خلال المفهوم العالمي للمسؤولية الاجتماعية والتجارب الدولية في قطاع الإعلام البيئي الرقمي، أن دور مؤسسات الإعلام التقليدية والرقمية أصبح محوريًا في عملية التثقيف والتوعية لمجال البيئة. وفي المملكة العربية السعودية، بدأ مفهوم المسؤولية الاجتماعية يأخذ جانبًا من الاهتمام في الآونة الأخيرة، حيث أدركت المؤسسات الإعلامية ومؤسسات الدولة أن القدرة المالية وحدها لم تعد كافية، وتنبهت إلى أهمية الدور الذي يمكن أن تلعبه في المجتمع من خلال توجيهه وتثقيفه بيئيًا. وبدأت المؤسسات الإعلامية في التوسع في نشاطاتها، من خلال تقديم برامج وندوات ومبادرات مجتمعية، تهدف إلى إرساء العمل الجماعي والتطوعي وحماية البيئة. ويعد هذا بحد ذاته ظاهرة حضارية تشكل مسارًا صحيحًا نحو تعميق ونشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية والاهتمام بالبيئة، لتحقيق أهداف التنمية المستدامة. ولذلك، يجب دراسة دور الإعلام الرقمي وتأثيره في رفع الوعي والمسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة، خاصة في عصر الأنثروبولوجيا الرقمية التي تسعى إلى التثقيف المجتمعي.

مشكلة البحث:

أصبحت المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام الرقمية تجاه البيئة واحدة من أكبر التحديات التي تواجه المجتمع، ومؤسسات الدولة والمنظمات الدولية والإقليمية. إذ ساهم حجم النشاطات البشرية بشكل كبير ومباشر في تلوث البيئة واختلال مكونات النظام البيئي. ولذلك، يلعب الإعلام الرقمي دورًا فعالًا في توعية المجتمع بكل التغيرات البيئية الحادثة، مما يدل على أهمية دور الإعلام الرقمي في المجتمع.

وفي ظل هذه التغيرات، لم يعد دور وسائل الإعلام الرقمي يتوقف عند نقل المعلومات تجاه البيئة، بل يتعدى ذلك إلى تفعيل المسؤولية الاجتماعية وتثقيف الناس حول أهمية الاهتمام بقضايا البيئة وتقديم حلول لها. ولذلك، تهدف هذه الدراسة إلى دراسة المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام الرقمية تجاه البيئة، ومدى توافر الوعي والمسؤولية المجتمعية المواكبة لوتيرة التغير والتقدم، وحاجة الأفراد والمجتمعات لإشعارهم بحجم المسؤولية الملقاة على عاتقهم في ظل الأنثروبولوجيا الرقمية، وتنطلق هذه الدراسة من التساؤل الرئيسي ما دور الإعلام الرقمي في تنمية المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة في المجتمع السعودي، في ظل التطورات الحالية في الأنثروبولوجيا الرقمية؟

وينبثق عن هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية التالية :

– ما الدور التنموي الذي يقوم به الإعلام الرقمي نحو البيئة في المجتمع السعودي في ظل التطورات الحالية في الأنثروبولوجيا الرقمية؟

– ما واقع المسئولية الاجتماعية للإعلام الرقمي نحو القضايا البيئية في المملكة العربية السعودية في ظل التطورات الحالية في الأنثروبولوجيا الرقمية؟

– ما المعوقات التي تواجه تنمية المسئولية الاجتماعية لدى وسائل الإعلام الرقمي نحو البيئة السعودية في ظل التطورات الحالية في الأنثروبولوجيا الرقمية؟

أهداف الدراسة:

– تهدف الدراسة إلى التعرف على دور الإعلام الرقمي في تنمية المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة في المجتمع السعودي، وذلك في ظل التطورات الحالية في الأنثروبولوجيا الرقمية.

وتتفرع منه عدة أهداف فرعية:

– التعرف على الدور التنموي الذي يقوم به الإعلام الرقمي تجاه البيئة في المجتمع السعودي.

– دراسة واقع المسؤولية الاجتماعية للإعلام الرقمي تجاه قضايا البيئة في المملكة العربية السعودية.

– تحديد المعوقات التي تواجه تنمية المسؤولية الاجتماعية للإعلام الرقمي تجاه البيئة.

– عرض سبل الاستفادة من وسائل الإعلام الرقمي في تنمية المسؤولية الاجتماعية للحفاظ على البيئة السعودية.

أهمية الدراسة:

– تقدم هذه الدراسة مجموعة من الأطر النظرية للاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة في إطار الإعلام الرقمي، مما يوفر واقعًا نظريًا يمكن للمهتمين الاستفادة منه في تحسين أطر الاهتمام بالمجالات البيئية.

– وتعتبر هذه الدراسة ذات أهمية بالغة نظرًا لندرة الدراسات التي تهتم بمجال الإعلام الرقمي للتعامل مع قضايا ومشكلات البيئة في المملكة العربية السعودية.

الدراسات السابقة:

1. دراسة شحاتة (2022) بعنوان تأثير الممارسات الأنثروبولوجية الرقمية في الإبداع التشاركي لإدارة العلامة التجارية عبر الأنترنت [1]: تهدف الدراسة إلى التعرف على تأثير الممارسات الأنثروبولوجية الرقمية في الإبداع التشاركي لإدارة العلامة التجارية عبر الأنترنت، وتقديم تصور لنموذج مقترح لإدارة العلامة التجارية عبر الأنترنت بتفعيل الممارسات الأنثروبولوجية الرقمية ، ولتحقيق هدف البحث تم الاعتماد على المنهج الوصفي في الدراسة لوصف المفاهيم المرتبطة بموضوع الدراسة، تم إجراء دراسة استطلاعية من خلال أداة الاستبانة لجمع البيانات اللازمة لاستطلاع عينة البحث التي قوامها (100) مفردة وكانت من خلال استجوابهم عن الممارسات الأنثروبولوجية الرقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والتعرف على اتجاهات تعاملهم وتفاعلهم مع العلامات التجارية رقمياً، وتوصل البحث إلى عدد من النتائج أهمها: أن العلاقات الاجتماعية التي تتم من خلال التكنولوجيا الرقمية من أكبر التحديات التي تظهر أمام إدارة العلامة التجارية عبر الأنترنت، فالعلامات التجارية تتطور لكنها تفتقر إلى التحديد المنهجي للتحديات الرئيسية المتعلقة بإدارتها في البيئة الرقمية خصوصاً مع وجود مركزية الإنسان في العالم الرقمي، حيث توجد علاقة بين نوع الممارسة الأنثروبولوجية الرقمية التي يقوم بها المستخدم وتعزيز قيمة الإبداع التشاركي لإدارة الهوية الاجتماعية للعلامة التجارية عبر الأنترنت، وإن الإبداع التشاركي باستخدام المنصات الافتراضية موضوعاً متعدد الاتجاهات ، ولكنه يوفر العديد من الفوائد للعلامات التجارية (ميزة تنافسية – زيادة الولاء للعلامة التجارية – الخروج من مرحلة الوعي إلى مرحلة التأييد للعلامة التجارية).

2. دراسة رزق (2021) بعنوان تبني المؤسسات الصحفية المصرية للمسؤولية البيئية ودورها في زيادة وعي والتزام العاملين بها[2]:

هدفت الدراسة إلي التعرف على مدي تبني المؤسسات الصحفية المصرية للمسؤولية البيئية، ودورها في زيادة الوعي والتزام العاملين بها داخل العمل، حيث استخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي، واعتمدت الدراسة في جمع البيانات على أدوات الاستبانة، والمقابلة العلمية المتعمقة، والملاحظة بالمشاركة، وطبقت الدراسة على عينة قوامها (380) مفردة بمؤسسات (الأخبار، والوفد، واليوم السابع)، و إجراء مقابلات مع (12) مفردة من القيادات بالمؤسسات محل الدراسة، خلال الفترة الزمنية من أول يونيو وحتى أول أغسطس 2020 . وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، من أهمها: وجود مسؤولية بيئية لدى المؤسسات الصحفية– محل الدراسة– بنسبة % 61.6 ، وأن درجة التزام المؤسسات– محل الدراسة بالحفاظ على البيئة جاءت متوسطة، وكانت أكثر المؤسسات الصحفية التزامًا بالحفاظ على البيئة هي اليوم السابع.

3. دراسة يحياوي (2019) بعنوان المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات آلية لتدعيم نظم الإدارة البيئة[3]:

هدفت الدراسة إلي التعرف على أهمية الممارسة الاجتماعية للمؤسسة لأصحاب المصالح والبيئة على المستوى الدولي مستخدمة المنهج الوصفي التحليلي، وتوصلت الدراسة إلى أن الاهتمامات البيئية وتحقيق التنمية المستدامة هي جزء لا يتجزأ من ممارسات وتطبيقات المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات والشركات، وأن المؤسسة التي تطبق أساليب وأدوات المسؤولية الاجتماعية تحترم البيئة وتواجه التزاماتها البيئية بما يتناسب مع دورها ووظيفتها الاقتصادية، فالالتزام البيئي هو جزء من الالتزام الاجتماعي ككل ولا يكتمل إلا به.

4. **دراسة (ارسانيوس ،2018)** بعنوان المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة في بعض المواقع الإلكترونية للمؤسسات[4]:

هدفت الدراسة إلي التعرف على واقع المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة في المواقع الإلكترونية للمؤسسات الصحفية (بوابة الأهرام الإلكترونية– موقع اليوم السابع الإلكتروني– بوابة الوفد الإلكترونية)، وقياس أثرها في تناول الإعلام للقضايا البيئية في هذه المواقع الإلكترونية للمؤسسات الصحفية على تنمية المسئولية البيئية لدى الجمهور، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي لعينة المواقع المذكورة ومنهج المسح لعينة عشوائية من المطلعين على المواقع الإلكترونية قوامها 450 فردًا؛ لتطبيق استمارة استطلاع آراء واهتمامات الجمهور فيما تقدمه المواقع الإلكترونية للمؤسسات الصحفية، وعينة لتطبيق مقياس المسئولية البيئية قوامها 100 فرد، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: ندرة تناول قضايا البيئة في المواقع الإلكترونية الثلاثة استخدام الدراسات العلمية ، وقلة استخدام النسب والإحصائيات إلا فيما يتعلق بقضية التغيرات المناخية، وكانت أبرز القضايا التي تم تناولها في القضايا البيئة في فترة الدراسة هي قضية التغيرات المناخية، وأن هناك تأثيرًا كبيرًا للمعالجة على (الوعي– الاتجاه– السلوكيات– المشاركة).

5. **دراسة كموش (2016)** بعنوان الإعلام الجديد في البيئة الرقمية قراءة في تغير الممارسة الإعلامية[5]:

هدفت الدراسة إلى رصد دور الإعلام الجديد في البيئة الرقمية. واستندت الدراسة إلى ثلاثة محاور رئيسة، تناول المحور الأول الإعلام من خلال المفهوم والخلفيات النظرية في سياق التكنولوجيا الرقمية الحديثة، حيث يصنف البعض الإعلام الجديد وفقاً لثلاثة أنماط، النمط الأول: يمارس فيه الإعلام الجديد بتقنية تقليدية، مثل، البرامج الحية، وبرامج الحوار الحية التفاعلية، والفقرات الصباحية، على القنوات التلفزيونية أو برامج تلفزيون الواقع. النمط الثاني: التأثير الإعلامي بتقنية جديدة، مثل، الصحف الإلكترونية، والخدمات الإعلامية على النقال. النمط الثالث: تطبيق الإعلام الجديد بتقنية مختلطة، بما يذيب الفارق المفترض بين الإعلام الجديد والتقليدي، مثل، النسخ الإلكترونية للصحف الورقية، أو فتح فضاءات لإعلام المواطن داخل فضاءات تلفزيونية. وكشف المحور الثاني عن الممارسة الكلاسيكية والحديثة في وسائل الإعلام من حيث التأثيرات والعلاقات المتبادلة، فقد نتج عن اندماج تقنيات الاتصال الحديثة كالحاسوب والهواتف الذكية والشبكات والوسائط المتعددة بالإعلام الجديد، وسائل عديدة منها، مواقع التشبيك الاجتماعي، والمدونات الشخصية، وموسوعات الويكي، ومنتديات الحوار. وناقش المحور الثالث وسائل الإعلام في البيئة الرقمية من حيث الفرص والتحديات، فوسائل الإعلام المعاصرة تعرف تغييرات مهمة على مستوى البنى التحتية، كما أن كل المؤشرات –تقريباً– تنبئ بأفق إيجابي لوسائل الإعلام في بيئة رقمية متعاظمة التطور، مثل، زيادة فرص الحرية في الفعل الاتصالي والإعلامي الجديد، وكذلك ازدياد نسبة تشاركية الأفراد في صياغة وتكوين المضامين الإعلامية، كل ذلك أسهم في تقليص القضايا والتحديات التي تواجه الإعلام، كمصداقية البيانات الصحفية التي يديرها الأفراد واحترافيتها، ومسألة الهوية الافتراضية، والاختراق والهيمنة، التي تجد أرضاً خصبة في الفضاءات الإلكترونية.

6. **دراسة (Budka, Kremser (2009** بعنوان تغطية القضايا البيئية والاحتباس الحراري في بنجلاديش[6]:

هدفت الدراسة إلى رصد التغطية الإعلامية القضايا البيئية في الصحف اليومية في بنجلاديش التي تواجه هجمة ظاهرة الاحتباس الحراري، حيث اعتمدت الدراسة على فحص محتوى البيئة في ثلاث صحف يومية وطنية (صحيفتان باللغة البنغالية وواحدة باللغة الإنجليزية) خلال شهر يونيو 2007 ، وأظهرت النتائج أن الصحافة

البيئية هي حقل فرعي قوي في وسائل الإعلام في بنجلاديش، وتبنيها للمشاكل البيئية يعكس الاتجاهات الاجتماعية والسياقات الاقتصادية والسياسية العامة للدولة، وتوصلت الدراسة إلى أن الصحفيين البيئيين في بنجلاديش اعتمدوا على مناهج وبرامج محددة وذات بنود واضحة لنشر الوعي البيئي؛ مما مكنهم من التحالف مع المنظمات الحكومية وغير الحكومية، بالإضافة إلى ذلك تطبيق تلك الصحف سياستها البيئية داخل مبانيها بشكل واضح، ويعود ذلك إلى رغبتهم في البدء بأنفسهم ليصبحوا قدوة للمجتمع.

7. **دراسة خامرة (2007 م)** بعنوان "المسؤولية البيئية والاجتماعية، مدخل لمساهمة المؤسسة الاقتصادية في تحقيق التنمية المستدامة " حالة سوناطراك[7]:

هدفت الدراسة إلي التعرف على المسؤولية البيئية والاجتماعية بديلا عن أدوات الضبط التقليدية للسياسة البيئية، وكيف يمكن قياس المسؤولية البيئة والاجتماعية للمؤسسة الاقتصادية وقدرة تحمل هذه المؤسسات للمسؤولية البيئية والاجتماعية، فقد سلطت الدراسة الضوء على المؤسسات الاقتصادية والتزاماتها البيئية والاجتماعية بهدف المساهمة في تحقيق التنمية المستدامة وذلك من خلال إبراز مجموعة من الإجراءات الطوعية الكفيلة بتحقيق ذلك إلى جانب مراعاة السياسات البيئية الأخرى المعروفة بالسياسات البيئية الضبطية، واستخدمت هذه الدراسة المنهج الوصف والتحليلي وكذلك استخدمت منهج دراسة الحالة لإسقاط الجانب النظري على واقع المؤسسة محل الدراسة، ويمكن الاستفادة منها في الجانب النظري والعلمي وكذلك في مجموعة الإجراءات الطوعية تجاه البيئة .

التعريف الإجرائي لمصطلحات الدراسة:

مفهوم المسؤولية الاجتماعية:

يطلق مصطلح المسؤولية الاجتماعية على عملية توحيد الاعتبارات والرعاية البيئية والاجتماعية لمؤسسات الأعمال، مع أنشطتها وعملياتها وتفاعلاتها مع ذوي المصلحة، وذلك على أساس طوعي [8].

ويشير مفهوم المسؤولية الاجتماعية إلى الاهتمام الذي توليه مؤسسات الدولة للتنمية المستدامة، والعمل بالتعاون مع العاملين وأسرهم والمجتمع المحلي والمجتمع بشكل عام، بهدف تحسين نوعية الحياة، وتحقيق الفوائد للمؤسسة وللتنمية [9].

وتعني المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال أن البعد الاجتماعي والأخلاقي يجب أن يكون بجانب البعد الاقتصادي، وأن تحقيق النمو في الأرباح والعوائد يجب أن يتم في إطار التزام دائم بمتطلبات التنمية المجتمعية، وتحسين نوعية ومستوى وظروف الحياة لأفراد المجتمع[10].

وتعني المسؤولية الاجتماعية التزام المؤسسة تجاه المجتمع الذي تعمل به، وتتمثل هذه المسؤولية في المساهمة في مجموعة واسعة من الأنشطة الاجتماعية، مثل محاربة الفقر، وتحسين الخدمات الصحية، ومكافحة التلوث، وخلق فرص عمل، وحل مشكلات الإسكان والمواصلات، وغيرها[11].

ويشير أحد الباحثين إلى أن المسؤولية الاجتماعية تتمثل في اختيار المؤسسة بصورة طوعية لأنشطة تتعلق بالمجتمع والمالكين، وذلك من خلال تنفيذ هذه الأنشطة جنبًا إلى جنب مع الأهداف الاقتصادية والربحية[12].

وتعرف الباحثة المسؤولية الاجتماعية عمليًا كما تقوم بها مؤسسات الدولة، وخاصة مؤسسات الإعلام الرقمي، حيث تتمثل في الأمور الاجتماعية التي يتم مراعاتها من قبل أفراد المجتمع، مما يؤدي إلى عملية تنمية وتثقيف بيئي، وتنمية شاملة في شتى مجالات الحياة.

مفهوم التنمية:

يشير مفهوم التنمية إلى القدرة على زيادة الموارد البشرية والاقتصادية والاجتماعية، بهدف تحقيق نتائج أعلى للإنتاج وتلبية الاحتياجات الأساسية لغالبية أفراد المجتمع، وتمكينهم من ممارسة حقوقهم أمام الدولة. ويعني ذلك تعزيز هذه الموارد وتطويرها، وتوجيهها بطريقة فعالة لتحقيق التنمية المستدامة وتحسين مستوى حياة الناس.) [13].

يشير مفهوم التنمية إلى القدرة على زيادة الموارد البشرية والاقتصادية والاجتماعية، بهدف تحقيق نتائج أعلى للإنتاج وتلبية الاحتياجات الأساسية لغالبية أفراد المجتمع، وتمكينهم من ممارسة حقوقهم أمام الدولة. ويعني ذلك تعزيز هذه الموارد وتطويرها، وتوجيهها بطريقة فعالة لتحقيق التنمية المستدامة وتحسين مستوى حياة الناس[14].

كما تعرف بأنها مجموعة من العمليات التي يمكن بها توحيد جهود أفراد المجتمع والحكومة، لتحسين أحوالهم الاقتصادية والاجتماعية والثقافية في المجتمع المحلي، ودعمهم للاندماج في حياة المجتمع، بهدف تحقيق التقدم والنمو المستدام. وتتضمن هذه العمليات تحسين البنية التحتية وتوفير الخدمات الأساسية، وتوفير فرص العمل وتعزيز الاستثمار، وتعزيز المشاركة المجتمعية وتطوير المهارات، وتعزيز الثقافة والتراث وتعزيز القيم الاجتماعية المشتركة[15].

مفهوم البيئة:

تعرف البيئة على أنها كل ما يحيط بالإنسان من أشياء مادية وغير مادية، والتي تؤثر فيه ويؤثر فيها من خلال استجابته لتلك المؤثرات. وتشمل البيئة العوامل البيولوجية، والفيزيائية، والكيميائية، والاجتماعية والثقافية، والاقتصادية، والسياسية، والتي تؤثر على صحته وسلامته ورفاهيته، وتجعله قادراً على التكيف معها أو الشعور بها أو الاستجابة لها. وتشمل العوامل المادية في البيئة الطبيعية، مثل الهواء والماء والتربة والنباتات والحيوانات، وكذلك العوامل البنية التحتية للحياة الحضرية، مثل البنية التحتية للطرق والمباني والمرافق العامة. وتشمل العوامل غير المادية القيم والمعتقدات والتقاليد والعادات والتصورات الثقافية، وكذلك العوامل الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والتي تؤثر على سلوك الأفراد واستجابتهم للبيئة[16].

كما يشير مفهوم البيئة إلى الوسط الفيزيائي والكيميائي والحيوي الذي يحيط بالإنسان ويتفاعل معه بكل ما فيه من موارد اجتماعية ومادية ومقومات حياتية مختلفة، ويستخدمها الإنسان بدوره لإشباع حاجاته وضمان بقائه. وبذلك، تكون البيئة هي مجموع الموجودات المتصلة بالإنسان والتي تؤثر عليه ويؤثر فيها، وتشمل العوامل الطبيعية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية والسياسية. ويتحدث مفهوم البيئة عن تفاعل الإنسان مع هذه العوامل واستخدامها، ويشير إلى أهمية الحفاظ على التوازن البيئي وتحسين جودة الحياة في البيئة التي يعيش فيها الإنسان[17].

مفهوم الانثربولوجيا الرقمية:

تعد الأنثروبولوجيا الرقمية فرعًا من فروع علم الأنثروبولوجيا، وتهتم بدراسة التكنولوجيات الجديدة وكيفية تطبيقها واستخدامها في المجتمع والثقافة والتفاعلات في الفضاء الافتراضي. وتهدف هذه الفروع من الأنثروبولوجيا إلى ابتكار منهجيات وتقنيات جديدة لدراسة السلوك البشري في البيئة الرقمية، وتحليل المجال الاتصالي للثقافات والمجتمعات من خلال الكمبيوتر. وتعتمد الأنثروبولوجيا الرقمية على الأساليب والتقنيات الحديثة مثل تحليل البيانات والذكاء الاصطناعي والواقع الافتراضي والتعلم الآلي، وتتطلع إلى فهم تأثير تلك التقنيات على السلوك البشري والتفاعلات الاجتماعية والثقافية في المجتمعات الرقمية[18].

وتعرف الأنثروبولوجيا الرقمية بأنها دراسة للعلاقة بين البشر وتقنية العصر الرقمي، وهي تخصص دراسي حديث لا يزال يحمل مجموعة متنوعة من الأسماء والتأكيدات. وتشمل هذه التخصصات الأنثروبولوجيا الرقمية، والإثنوغرافيا الرقمية، وعلم الإنسان السيبراني، والأنثروبولوجيا الافتراضية. وتهدف هذه التخصصات إلى فهم تأثير التكنولوجيا الرقمية على السلوك البشري والتفاعلات الاجتماعية والثقافية في المجتمعات الحديثة، وتستخدم الأدوات والتقنيات الحديثة مثل البيانات الضخمة والذكاء الاصطناعي والواقع الافتراضي لتحليل هذه العلاقة. وتعد هذه التخصصات مجالًا واعدًا لدراسة البشر وتفاعلاتهم مع التكنولوجيا في عصرنا الحالي، وتساعد على فهم تأثير الثورة الرقمية على الثقافة والمجتمع والعلاقات البشرية (Kremse, p1,2004)[19].

الإجراءات المنهجية للدراسة:

منهج الدراسة:

تم في الدراسة الحالية استخدام المنهج الوصفي لدراسة الواقع الفعلي للإعلام الرقمي والقضايا البيئية التي تؤثر على المجتمع في عصر الأنثروبولوجيا الرقمية. كما تم استخدام منهج دراسة الحالة لمركز العمل التطوعي في الأحساء. يستخدم المنهج الوصفي عادة لوصف الظواهر والصفات والحالات، ويساعد على فهم الواقع بشكل دقيق وشامل. بينما يستخدم منهج دراسة الحالة لتحليل حالة معينة بعمق، ويساعد على فهم الظروف والعوامل المؤثرة في هذه الحالة. ومن خلال استخدام هذين المنهجين، يمكن للدراسة تحليل تأثير التكنولوجيا الرقمية على القضايا البيئية والمجتمعية، وتوصية بالحلول والإجراءات اللازمة للتعامل مع تلك القضايا.

أدوات الدراسة:

استخدمت الدراسة أداتي الملاحظة والمقابلة :

حدود الدراسة:

– الحد المكاني: مركز العمل التطوعي بالإحساء.

– الحد البشري: عينة قصدية من العاملين بمركز العمل التطوعي بالإحساء وعددهم 22 مفردة.

– الحد الزماني: طبقت الدراسة الميدانية في الفترة الزمنية من 2023/10/1 إلي 2023/12/1.

تحليل البيانات الخاصة بالعاملين بمركز العمل التطوعي بالإحساء:

أولا تحليل البيانات الأولية:

– وفقًا لمعطيات الدراسة، فإن غالبية عينة الدراسة تتراوح في الفئة العمرية بين 30 و 35 عامًا، وهم الفئة الأكثر اعتمادًا على الإعلام الرقمي للحصول على المعلومات المتعلقة بالقضايا البيئية. ويمكن أن يعزى ذلك إلى المستوى العالي من الثقافة والتعليم والوعي لدى الشباب، بالإضافة إلى الحماس والطموح والحيوية التي يتمتع بها هؤلاء الأفراد والتي تدفعهم لممارسة الأنشطة المختلفة التي يقدمها المركز. ولا يمكن إنكار دور الشباب في إنجاز مثل هذه الأنشطة، حيث يعتمد المركز بشكل كبير على هذه الفئة في تحقيق أهدافه وإنجاز مهامه المختلفة.

– وفقًا لمعطيات الدراسة حول متغير الجنس، يقرب ثلاثة أرباع حجم العينة من الذكور. ويمكن أن يعزى ذلك إلى خصوصية المجتمع السعودي الذي يتطلب خروج الرجال للعمل في إطار الجمعيات أكثر من النساء، نظرًا لضرورة التواجد الميداني خارج المركز في أي وقت. وأظهرت الدراسة أيضًا أن الفئة الغالبة من العاملين داخل المركز التطوعي تتراوح مدة عملهم بين 6 و9 سنوات، والتي بلغت أكثر من نصف حجم العينة. تليها الفئة التي تتراوح مدة عملها بين 1 و5 سنوات، ثم الفئة التي تتراوح بين 20 و25 سنة.

– بينت الدراسة أن جميع أفراد العينة من الحاصلين على مستوي تعليمي جامعي ويتضح من ذلك أن هذا المستوي التعليمي يؤهلهم للتعامل مع وسائل الإعلام الرقمي بشكل أكثر وعي مع تنمية المسئولية الاجتماعية نحو القضايا البيئية عبر وسائل الإعلام الرقمي مما يؤثر على ثقافتهم البيئية

ثانيا:

جاءت معظم إجابات المبحوثين حول التساؤل " ما مدى استشعار العاملين بمركز العمل التطوعي بالإحساء بالقضايا البيئية التي تعرض عبر وسائل الإعلام الرقمي في ظل الأنثروبولوجيا الرقمية؟" كالآتي:

– يشعر المبحوثون بالمشكلات والقضايا البيئية التي تعرض عبر هذه الوسائل، حيث تزيد من التثقيف البيئي لديهم.

– يعبر المبحوثون عن اهتمامهم الشديد بالقضايا البيئية المعروضة عبر الإعلام الرقمي، ويأملون في أن تقدم هذه الوسائل الرقمية حلولًا لمثل هذه القضايا لتصبح ثقافة حياتية بين أفراد المجتمع.

– يعبر المبحوثون عن اهتمامهم الشديد بالقضايا البيئية التي تعرض عبر وسائل الإعلام الرقمي، ويسعون للتعاون في تقديم أفضل الحلول لهذه القضايا.

– يشعر المبحوثون بتلك القضايا البيئية ويستمرون في التثقيف عنها والاطلاع على كل جديد يعرض عبر الإعلام الرقمي من أجل تقديم الحلول والعلاجات لها.

– يشعر المبحوثون بإحساس قوي تجاه تلك القضايا التي تعرض عبر وسائل الإعلام الرقمي، ويسعون إلى تثقيف أنفسهم ومن حولهم لمعالجة هذه القضايا. ويرون أن الإعلام الرقمي يلعب دورًا هامًا من خلال الحملات الرقمية والمنشورات التي تثقفهم عن البيئة وقضاياها، لكنهم يرون أن هذا الشعور قد يكون مرتبطًا بالظروف مثل التغيرات المناخية والجوائح الطارئة.

– يعبر المبحوثون عن اهتمامهم الشديد ودعوتهم للتعاون بين وسائل الإعلام الرقمي والجهات المختصة بالبيئة لبحث السبل الأفضل لحل هذه المشكلات.

جاءت معظم إجابات المبحوثين عينة الدراسة حول التساؤل "ما هي السبل التي تقدمها وسائل الإعلام الرقمي والتي تستخدمها خلال عملك لتدعيم الثقافة البيئية " كالاتي:

– تقديم المعرفة والتثقيف بالقضايا البيئية خلال المناسبات البيئية عبر الإعلام الرقمي والمشاركة في الفعاليات والمناسبات والأعمال التطوعية الرقمية الخاصة بالقضايا البيئية.

– المشاركة في إقامة دورات رقمية للتثقيف المجتمعي وتنمية المسؤولية الاجتماعية نحو القضايا البيئية وطرق حلها.

– إقامة مجموعة من الحملات الافتراضية البيئية والترويج لها عبر الإعلام الرقمي.

– إقامة معارض وملتقيات رقمية تدعو إلى المحافظة على البيئة.

–إصدار مجموعة من الكتيبات الرقمية لنشر المحتوي التثقيفي الذي يحث على الحفاظ علي البيئة وتعزيز هذه الثقافة.

– استخدام وسائل الإعلام الرقمي للتوعية بالثقافة البيئية.

–حث أفراد المجتمع عبر الإعلام الرقمي على ترشيد استخدام التقنيات الحديثة حتى لا تتحول إلى مصدر جديد للتلوث البيئي، واستهلاك الطاقة والموارد الطبيعية، فالتقليل من استخدام محركات البحث يسهم في ترشيد الطاقة وحماية البيئة.

– نشر هاشتاج عبر صفحتي على الإنترنت لتثقيف الأصدقاء المتابعين حول طرق الحفاظ علي البيئة.

وقد يُعزى دور مركز العمل التطوعي بالأحساء في تعزيز الثقافة البيئية وحماية الثروات الطبيعية للبلد، إلى جهودهم في تنمية المسؤولية الاجتماعية وتعزيز الممارسات الفردية والمجتمعية، وذلك بتوظيف وسائل الإعلام الرقمي في نشر التثقيف حول قضايا البيئة. ويعمل المركز على مخططات مدروسة تهدف إلى تغيير السلوكيات المجتمعية وتقديم حلول لمشكلات البيئة.

ومن بين الأهداف المنشودة من نشاطات المركز الحد من الملوثات والنفايات الضارة بالبيئة وحماية روافد الطبيعة من التلوث، وذلك بنشر التثقيف البيئي والتوعية به عبر وسائل الإعلام الرقمي، وتوجيه المجتمع إلى الممارسات الصحيحة والمسؤولة تجاه البيئة.

جاءت معظم إجابات المبحوثين عينة الدراسة حول التساؤل " ما ممارسات الأنثروبولوجيا الرقمية التي يقوم بها العاملون بمركز العمل التطوعي بالإحساء" كالآتي:

– تطويع مواقع التواصل الاجتماعي لخدمة القضايا البيئية من خلال التعرف على أبرز القضايا وعرض حلولها كنوع من أنواع أسلوب الحياة.

–مشاركة عدد من المنشورات المعروضة عبر وسائل الإعلام الرقمي على حالتي اليومية (story) عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

– القيام بمبادرات وحملات حول القضايا البيئية ونشرها عبر وسائل الإعلام الرقمي لوصولها إلى أكبر قدر من أفراد المجتمع.

–استعمال الهاشتاج في تصنيف المحتوي الرقمي الذي أقوم بنشره عبر صفحتي الشخصية من اجل زيادة التثقيف بالقضايا البيئية.

وقد ترجع ممارسات العاملين بمركز العمل التطوعي بالأحساء في مجال الأنثروبولوجيا الرقمية إلى تفضيلهم لوسائل الإعلام الرقمي كأسلوب حياة، وارتفاع مستوى تفاعلهم مع هذه الوسائل. حيث يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية لتوطين القضايا البيئية وعرض الحلول الممكنة، كما يشاركون في حملات ومبادرات بيئية تنشر عبر وسائل الإعلام الرقمي للوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور، ويمكن ربط هذا النوع من الممارسات بتعايش الناس عبر الفضاء الافتراضي داخل وسائل التواصل الرقمي، والذي يشكل جزءًا من الأساليب الحياتية الحديثة.

جاءت معظم إجابات عينة الدراسة حول التساؤل "اذكر نشاطاتك داخل مركز العمل التطوعي المتعلقة بقضايا ومشكلات البيئة " كالآتي:

– شاركت مع بلدية الإحساء بوضع عدد من المقترحات الخاصة بتطوير البيئة والأحياء السكنية.

– المشاركة في مبادرات لإعادة تدوير العلب والملابس وغيرها.

– إجراء حملات افتراضية حول التشجير لعدد من المناطق بالأحساء.

– عمل مجموعة من نشرات الإنفوجرافيك حول ملوثات البيئة.

-المشاركة في تنظيف الشواطئ.

-تقديم مجموعة من الندوات الرقمية بالمناطق الصناعية.

-حضور مجموعة الندوات الإلكترونية.

-التعلم من المقالات عبر الإعلام الرقمي المخصصة بالقضايا المتعلقة بالمجال البيئي.

-متابعة الأخبار عبر وسائل الإعلام الرقمي المتعلقة بالقضايا البيئية والمستجدات الخاصة بتقديم الحلول حولها وتناقلها مع الغير.

-حضور المعارض الخاصة بالمجال البيئي مثل معرض أرامكو الخاص بخدمة المجتمع في دوراته الثلاث الأولي.

-إقامة البرامج التطوعية الخاصة بتنظيف المنتزهات والأماكن العامة.

-مبادرات التشجير وزراعة المانجروف.

-إعادة تدوير الأوراق والتعويض باستخدام الحاسب الآلي في حفظ الملفات.

وقد يرجع اهتمام هؤلاء المبحوثين بقضايا البيئة المقدمة عبر وسائل الإعلام الرقمي إلى حرصهم علي رفع الوعي والتثقيف البيئي وزيادة المسؤولية المجتمعية لدى الأفراد والمجتمعات نحو البيئة والاستخدام السليم للموارد الطبيعية، وفهم مشكلات البيئة واكتساب مهارات حلها.

جاءت معظم إجابات المبحوثين عينة الدراسة والتي بلغت ما يقرب من ثلاث أرباع حجم العينة حول التساؤل "اذكر بعض الحملات الرقمية التي اهتم بها المركز والتي تتعلق بقضايا البيئة" كالآتي:

-حملة "لا نملك سوى أرض واحدة" بالتزامن مع يوم البيئة العالمي.

-حملة "لنجعلها خضراء" لمكافحة التصحر.

-مبادرة" السعودية الخضراء"

-حملة أتحضر للأخضر

-حملة رحلة وعي

-حملة اجعلها خضراء

-حملة تشجير المنطقة الشرقية

-شاركت الجمعية في حملة الشرقية خضراء.

-مبادرة لزراعة الشتلات في حملات تطوعية مع أرامكو السعودية .

-مبادرة بالتعاون مع إسكان الخبر بعنوان (تشجير المكان).

-وقد يرجع اهتمام المركز بالمشاركة في هذه الحملات عبر وسائل الإعلام الرقمي إلى المبادرة لرفع مستوى الوعي المجتمعي بالقضايا البيئية وترسيخ الشعور بالمسؤولية الفردية والجماعية للمحافظة على موارد مملكتنا البيئية من خلال نشر السلوكيات الداعمة لاستدامة البيئة لدى مختلف أفراد وفئات المجتمع.

جاءت معظم إجابات المبحوثين عينة الدراسة حول التساؤل "ما مدي الاستفادة من هذه الحملات التي تعرض عبر وسائل الإعلام الرقمي في البيئة المحلية " كالآتي:

-ساهمت هذه الحملات في التثقيف المجتمعي من خلال ترشيد الاستهلاك ورفع مستوي الوعي بالقضايا البيئية وتقليص النفقات.

-التدريب على المحافظة على البيئة.

-تعزيز ثقافة السلامة البيئية.

-ساهمت الحملات التي تعرض عبر الإعلام الرقمي في توضيح سبل إعادة تدوير مخلفات بيئة العمل بما يسهم في المحافظة علي البيئة.

-زيادة المسؤولية الاجتماعية والتثقيف بطرق تدوير الموارد مثل الورق والملابس.

-تعلم أحدث الأساليب والسبل التي تساعد في المحافظة علي البيئة.

ويتضح من إجابات العاملين بمركز العمل التطوعي بالأحساء أن الحملات البيئية التي تعرض عبر وسائل الإعلام الرقمي ساهمت في تنمية وتطوير السلوك الإنساني لدهم وللمجتمع المحيط بهم، وتدريبهم على كيفية التعامل مع بيئتهم. وذلك من خلال زيادة الوعي والتثقيف للمدارك والمهارات والقيم التي تربطهم ببيئتهم، وتحويلها إلى بيئة خالية من المشكلات البيئية.

ويمكن القول إن هذه الحملات تلعب دورًا هامًا في تحفيز المبحوثين والمجتمع المحيط بهم على التفاعل الإيجابي مع القضايا البيئية، وتوجيههم نحو الممارسات الصحيحة والمسؤولة تجاه بيئتهم. وبالتالي، يمكن القول إن استخدام وسائل الإعلام الرقمي في الحملات البيئية يعد أداة فعالة لتحقيق التغيير الإيجابي في المجتمع..

جاءت معظم إجابات المبحوثين عينة الدراسة حول التساؤل "كيف يكون من وجهة نظرك الأخذ بالحسبان قضايا البيئة التي تقدم عبر وسائل الإعلام الرقمي " كالآتي:

-وضع بعض الرسائل الإرشادية سواء كانت هاشتاج أو منشورا أو حملة افتراضية أو فيلما قصيرا أو رسائل الكترونية عبر وسائل الإعلام الرقمي.

-إعداد برامج توعوية رقمية حول ترشيد استهلاك الموارد.

-التوعية بالتدوير الآمن للموارد وإعادة استخدامها.

-تقديم عدد من الخدمات التوعوية الرقمية لتوعية مستخدمي وسائل الإعلام الرقمي بالضوابط الخاصة بالقضايا البيئية.

-متابعة تنفيذ الخطط والبرامج البيئية الرقمية والتطبيق الفعلي لهذه الخطط باعتبارها الناشر الأكبر للثقافة والوعي البيئي.

-الاهتمام بالقضايا البيئية الداخلية والخارجية من خلال القائمين بالخدمات الاجتماعية البيئية.

وقد يتضح من إجابات المبحوثين أهمية تقديم وسائل الإعلام الرقمي لقضايا البيئة. فتطبيق هذه الخدمات الاجتماعية الرقمية المرتبطة بالنظم البيئية يمكن أن يساعد في إدارة المشكلات البيئية المستهدفة بطريقة سليمة، مما يؤدي إلى حماية بيئية أكثر فعالية.

وبالتالي، يمكن القول أن استخدام وسائل الإعلام الرقمي في نشر التثقيف البيئي يعد أداة هامة للوصول إلى جمهور واسع، وتوعية المجتمع بأهمية حماية البيئة وتشجيعهم على المشاركة الفعالة في التحديات البيئية.

جاءت معظم إجابات المبحوثين حول التساؤل "كيف تري نشاط المركز في تنمية المسؤولية المجتمعية نحو قضايا البيئة في المجتمع "كالآتي:

-ساهم المركز في تقديم أنشطة تحافظ على البيئة داخليا وخارجيا مثل إعادة التدوير وتوفير أجهزة صديقة للبيئة وتوفير أماكن ملائمة للبيئة النظيفة.

-ساهم المركز في التركيز على التعامل الرقمي لتقليص استخدام الأوراق مما يؤدي إلى الحفاظ على البيئة.

-يقوم المركز بدور بارز فهو من أوائل المهتمين بقضايا البيئة.

-يقوم المركز بدور متميز وفعال في حث المجتمع على الحفاظ على البيئة من خلال الحملات التطوعية الافتراضية والمشاركة في اليوم العالمي للبيئة وساعة الأرض.

-يقوم بدور فعال في المشاركة في الفعاليات والحملات التوعوية التي تعرضها وسائل الإعلام الرقمية.

ويتضح من إجابات المبحوثين أن العاملين بمركز العمل التطوعي يسعون لتنمية التثقيف الإنساني تجاه البيئة وتحسينها، وذلك بضرورة المحافظة على أمن وسلامة صحة الأفراد والمجتمعات، ونشر ثقافة المحافظة على البيئة وتجنب التلوث. ويتم ذلك بتفعيل دور المجتمع المحلي بجميع مؤسساته في تكوين وعي بيئي يواجه مختلف التغيرات التي يشهدها المجتمع، والتي قد تؤدي إلى تفاقم المشكلات البيئية والاختلالات في مكوناتها الطبيعية، والتي قد تخلف العديد من الأمراض والأوبئة الخطيرة.

ويمكن القول إن تنمية التثقيف الإنساني تجاه البيئة يعد أمرًا ضروريًا لتحقيق التنمية المستدامة في المجتمعات، وتحسين جودة الحياة للأفراد. وتلعب وسائل الإعلام الرقمي دورًا هامًا في نشر هذه الثقافة وتوعية المجتمع بضرورة المحافظة على البيئة وتجنب التلوث، وتشجيعه على المشاركة الفعالة في حماية البيئة وتحسينها..

جاءت معظم إجابات المبحوثين في عينة الدراسة حول التساؤل "برأيك ما طبيعة اهتمام المركز وتركيزه على النظافة بالبيئة المحيطة للمستفيدين وتوعيتهم (أثناء وبعد) الخدمة كالتالي:

-يهتم المركز بشكل كبير بالنظافة البيئية وذلك من خلال زيارات الباحثين والباحثات لصندوق دعم المشاريع البيئية، وتوعية المستفيدين بأهمية النظافة البيئية وجعلها شرطًا لدعم أي مشروع منزلي.

-يشجع المركز استخدام المواد الصديقة للبيئة ويقوم بتوزيع هذه المنتجات، بالإضافة إلى إعادة تدوير المخلفات.

-ينظم المركز حملات توعوية إعلامية حول البيئة.

-يقدم المركز خدمات للمستفيدين مثل التوعية والتحفيز على النظافة البيئية ومتابعة وتنفيذ الخطط الموضوعة لتحقيق الهدف المنشود وهو نظافة البيئة المحيطة.

وقد يظهر من الاهتمام المتبادل للمركز بالنظافة البيئية أنها تهدف إلى تدريب المستفيدين على الاهتمام بالنظافة والحفاظ على البيئة، وتنمية الشعور بالمسؤولية وغرس القيم البيئية الإيجابية. كما يسعى المركز إلى تشجيع المبادرات التطوعية لخدمة البيئة، مما يعزز الوعي البيئي ويحسِّن جودة الحياة للأفراد.

جاءت إجابات المبحوثين حول التساؤل" ما الحلول من وجهة نظرك المقترحة لرفع مستوي المسئولية الاجتماعية للمركز تجاه البيئة " كالآتي:

-التركيز على وسائل الإعلام الرقمي لما لها من دور عظيم في رفع مستوي المسئولية الاجتماعية للأفراد تجاه البيئة سواء كانت داخل أو خارج الجمعية مع رفع مستوي المنظمات والمؤسسات العامة.

-إنشاء جمعية افتراضية متخصصة بالوعي البيئي.

-إعداد دراسات عن مستوي الوعي البيئي رغبة في تقليص الفجوة.

-إشراك الطلاب في حملات حماية البيئة الرقمية باستمرار.

-وضع لوائح وقوانين حازمة لمن يلوث البيئة أو يسيء استخدام الموارد.

-زيادة التعاون والشراكة بين وسائل الإعلام الرقمي والمؤسسات المعنية بالمجال البيئي.

-إنشاء نظم بيئية رقمية من خلال الجهات المعنية ودعمها من خلال الجمعيات الأهلية.

-تنظيم عدد من اللقاءات والمؤتمرات الافتراضية عالميا والمتعلقة بالمجال البيئي.

-الدعوة عبر وسائل الإعلام الرقمي إلى استخدام الأدوات صديقة البيئة.

النتائج:

-يتضح من النتائج التي تمت الإشارة إليها أن مركز العمل التطوعي في الأحساء يستهدف فئة الشباب الذين تتراوح أعمارهم ما بين 30 و35 عامًا، والذين يتمتعون بالحيوية والقدرة على القيام بالأعمال التطوعية بحماس وحيوية.

-توضح النتائج التي تمت الإشارة إليها أن العاملين في مركز العمل التطوعي بالأحساء يدركون القضايا البيئية التي يتم نشرها عبر وسائل الإعلام الرقمي في ظل العصر الرقمي الحالي، ويسعون جاهدين لتقديم أفضل الحلول لهذه المشكلات بالتعاون مع الجهات المختصة في شؤون البيئة.

-توضح النتائج التي تمت الإشارة إليها أن الغالبية العظمى من المبحوثين في عينة الدراسة يعتقدون أن للإعلام الرقمي دورًا فعالًا في تعزيز الثقافة البيئية في عصر الأنثروبولوجيا الرقمية، من خلال توفير المعرفة والتثقيف بالقضايا البيئية في المناسبات البيئية عبر وسائل الإعلام الرقمي، والمشاركة في الفعاليات والمناسبات والأعمال التطوعية الرقمية الخاصة بالقضايا البيئية.

-تشير النتائج التي أشار إليها المبحوثون عينة الدراسة إلى أن الممارسات الأنثروبولوجية الرقمية التي يقوم بها العاملون في مركز العمل التطوعي بالأحساء تتمثل في تطوير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لخدمة القضايا البيئية، من خلال التعرف على أهم المواقع وعرض الحلول المقترحة لهذه المشكلات كأسلوب حياة، ومشاركة عدد من المنشورات المعروضة عبر وسائل الإعلام الرقمي على حساباتهم الشخصية اليومية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وإطلاق مبادرات وحملات حول القضايا البيئية ونشرها عبر وسائل الإعلام الرقمي للوصول إلى أكبر قدر من أفراد المجتمع، واستخدام الهاشتاج لتصنيف المحتوى الرقمي الذي يتم نشره على صفحاتهم الشخصية لزيادة التوعية بالقضايا البيئية.

-تشير النتائج التي تمت الإشارة إليها حول الأنشطة التي يقوم بها العاملون داخل مركز العمل التطوعي المتعلقة بقضايا ومشكلات البيئة إلى مشاركتهم مع بلدية الأحساء في وضع عدد من المقترحات الخاصة بتطوير البيئة والأحياء السكنية، والمشاركة في مبادرات لإعادة تدوير العلب والملابس وغيرها، وتنظيم حملات افتراضية حول التشجير لعدد من المناطق بالأحساء، وإنتاج مجموعة من النشرات الإعلامية الرقمية عن ملوثات البيئة..

-توضح النتائج التي تمت الإشارة إليها في الدراسة حول بعض الحملات الرقمية التي اهتم بها المركز والتي تتعلق بقضايا البيئة، مثل حملة "لا نملك سوى أرض واحدة" بالتزامن مع يوم البيئة العالمي، وحملة "لنجعلها خضراء" لمكافحة التصحر، ومبادرة "السعودية الخضراء" وحملة "تحضر للأخضر"، وحملة "اجعلها خضراء". وبينت النتائج أن هذه الحملات ساهمت في التثقيف المجتمعي من خلال ترشيد الاستهلاك ورفع مستوى الوعي بالقضايا البيئية وتقليص النفقات، وتعزيز ثقافة السلامة البيئية. كما ساهمت الحملات التي تعرض عبر الإعلام الرقمي في توضيح سبل إعادة تدوير مخلفات بيئة العمل بما يسهم في المحافظة على البيئة، وزيادة المسؤولية

الاجتماعية والتثقيف بطرق إعادة تدوير الموارد مثل الورق والملابس، وتعلم أحدث الأساليب والسبل التي تساعد في المحافظة على البيئة.

–توضح النتائج التي تمت الإشارة إليها حول نشاط المركز في تنمية المسؤولية المجتمعية نحو قضايا البيئة في المجتمع، أن المركز يساهم في تقديم أنشطة تحافظ على البيئة داخليًا وخارجيًا، مثل إعادة التدوير وتوفير أجهزة صديقة للبيئة وتوفير أماكن ملائمة للبيئة النظيفة. كما يقوم المركز بدور فعال في حث المجتمع على الحفاظ على البيئة من خلال الحملات التطوعية الافتراضية والمشاركة في اليوم العالمي للبيئة وساعة الأرض.

–وتوضح النتائج أيضًا أن العاملين في المركز يحاولون تنمية التثقيف الإنساني تجاه البيئة وتحسينها، من خلال ضرورة المحافظة على أمن وسلامة صحة الأفراد والمجتمعات ونشر ثقافة المحافظة على البيئة. ويقوم المركز بتفعيل دور المجتمع المحلي بجميع مؤسساته في تكوين وعي بيئي يواجه مختلف التغيرات التي يشهدها المجتمع، والتي قد تؤدي إلى تفاقم تلوث البيئة والاختلال في مكوناتها الطبيعية، والتي قد تخلف العديد من الأمراض والأوبئة الخطيرة.

التوصيات:

بناءً على النتائج التي حصلت عليها الدراسة،

توصي الدراسة بما يلي:

–تفعيل دور الإعلام الرقمي في تعزيز اتجاهات أفراد المجتمع وتنمية المسؤولية الاجتماعية نحو البيئة وتنمية الوعي لديهم لرفع الشعور بالمواطنة لدى الأفراد المستفيدين، مما يساعد على تفعيل الدور الوقائي لحماية البيئة وتحقيق التنمية المستدامة بما يتوافق مع رؤية المملكة العربية السعودية 2030.

–تدعيم ثقافة التطوع لدى الأفراد بالتنسيق مع وسائل الإعلام والاتصال الحديثة والمؤسسات التعليمية والدينية تجاه البيئة، حيث يمكن أن يساهم التطوع في تعزيز الوعي البيئي لدى الأفراد وتوعيتهم بأهمية الحفاظ على البيئة وتحسينها.

–تنظيم حملات إعلامية رقمية بيئية للمواضيع الهامة الطارئة أو ذات الأولوية بالتعاون مع الجهات المعنية، حيث يمكن أن تساعد هذه الحملات في تحقيق أهداف متعددة، منها تعزيز الوعي البيئي وتنمية المسؤولية الاجتماعية وتحفيز الأفراد على المشاركة في الحملات التطوعية والمبادرات البيئية، وتعزيز مفهوم المواطنة البيئية .

قائمة المراجع:

1- شحاتة،إلهام(2022) تأثير الأنثروبولوجيا الرقمية في الإبداع التشاركي لإدارة العلامة التجارية عبر الأنترنت، مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية،ع4 ،مج 7،الجمعية العربية للحضارة والفنون الإسلامية.

2- رزق،عادل،جابر ،فيروز (2021) يالمؤسسات الصحفية المصرية للمسؤولية البيئية ودوره في زيادة وعي والتزام العاملين بها، مجلة البحوث الإعلامية،ع57،مج1،،جامعة الأزهر، كلية الإعلام.

3- يحياوي،نصيره، مراد،مهدي (2019) المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الآلية لتدعيم نظم الإدارة البيئية، مجلة العلوم الاجتماعية، المجلد 7،عدد 32 ،جامعة عمار ثليجي الأغواط، كلية العلوم، الجزائر.

4- أرسانيوس،جيهان(2018) المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة في بعض المواقع الإلكترونية للمؤسسات الصحفية وأثرها على تنمية المسئولية البيئية لدى الجمهور، رسالة ماجستير غير منشورة ،معهد الدراسات والبحوث البيئية ،جامعة عين شمس، القاهرة.

5- كموش،مراد (2016) الإعلام الجديد في البيئة الرقمية قراءة في تغير الممارسة الإعلامية المؤتمر الدولي الحادي عشر: التعلم في عصر التكنولوجيا الرقمية، مركز جيل البحث العلمي، لبنان.

6- Budka, Philipp and Manfred Kremser. 2004. "CyberAnthropology—Anthropology of CyberCulture", in Contemporary issues in socio-cultural

7- خامرة ،الطاهر، المسؤلية البيئية و الاجتماعية مدخل لمساهمة المؤسسة الاقتصادية في تحقيق التنمية المستدامة ،حالة سوناطراك،رسالة ماجستير،كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية،جامعة قاصدي مرباح ، الجزائر.

8- شاهين،ياسر (2009م)،البعد البيئي للمسئولية الاجتماعية للقطاع الخاص الفلسطيني، جامعة فلسطين الأهلية، فلسطين، بيت لحم.

9- ناصر،محمد جودت (2014 م)،المسئولية الاجتماعية وأخلاقيات العمل، جامعة دمشق، سوريا، دمشق.

10- خضور،رسلان،المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال، ندوة علمية حول التنمية الاقتصادية والاجتماعية، دمشق، سوريا،2011/1/25-2011/1/28.

11- الغالبي،طاهر (2015) المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال،دار وائل للنشر والتوزيع،ط 4 ،الأردن

12- الروابدة،محمد (2010) مستوى ممارسة المسؤولية الاجتماعية ومعوقات تطبيقها في المؤسسات العامة بالأردن، مجلة العلوم الاجتماعية، مجلس النشر العلمي.

13- قاسم،خالد (2007) إدارة البيئة والتنمية المستدامة في ظل العولمة المعاصرة، الدار الجامعية، الإسكندريةأبو النصر،مدحت (2007) إدارة وتنمية الموارد البشرية (الاتجاهات المعاصرة)،مجموعة النيل العربية،القاهرة.

14- أبو النصر،مدحت (2007) إدارة وتنمية الموارد البشرية (الاتجاهات المعاصرة)،مجموعة النيل العربية،القاهرة.

15- شفيق،محمد (1998)البحث العلمي (الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية)،المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية.

16- الدمنهوري،م حمد (2014م) البيئة والمجتمع، دار الإعصار العلمي، الأردن، عمان.

17- الحلو،عقيل، إبراهيم ،عبد الرسول، وآخرون (2013)،الآثار الاقتصادية للتلوث البيئي المخاطر، والمعالجات، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، العدد 1 ،المجلد 15 ،كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة القادسية، العراق-

18- شحاته، إلهام عبد الرحمن إبراهيم، تأثير الأنثروبولوجيا الرقمية فى الابداع التشاركى الأدارة العلامة التجارية عبر الأنترنت مجلة العمارة والفنون والعلوم الانسانية ع4،جمهورية مصر العربية.