

# تأثير مبادرة اتحضر للأخضر على النية السلوكية لمستخدمي الفايسبوك للاهتمام بالبيئة دراسة شبه تجريبية

د. سارة شوقي المقدم\*

## ملخص:

هذه دراسة استطلاعية تهدف لاستكشاف العلاقة بين اتجاهات الجمهور المصري وسلوكه نحو القضايا البيئية التي تتم مناقشتها عبر الفايسبوك. اختارت الباحثة المنهج شبه التجريبي لمعرفة تأثير متغير السن والاستعداد المسبق للحفاظ على البيئة على اتجاهات الجمهور نحو البوستات الخاصة بالقضايا البيئية على الفايسبوك ورد فعلهم نحوها. بالإضافة إلى استكشاف تأثير هذه البوستات على نيتهم في تبني سلوكيات تحافظ على البيئة تحت مظلة نظرية السلوك المخطط Theory of Planned Behavior. تم اختيار حملة تقليل استخدام الأكياس البلاستيكية التابعة لمبادرة "اتحضر للأخضر" كمثال للقضايا البيئية. وتم تنفيذ الدراسة على 35 من طالبات كلية الإعلام وخريجياتها. وكان من أهم نتائج الدراسة عدم وجود دليل على ارتباط الاتجاه الإيجابي نحو القضايا البيئية بالاتجاه الإيجابي نحو بوستات تقليل استخدام الأكياس البلاستيكية أو بنية عينة الدراسة في تغيير سلوكياتهم للحفاظ على البيئة. كما تشير النتائج إلى أن مشاركة البوستات الخاصة بالحفاظ على البيئة أو التعليق عليها لا يرتبط بتغيير سلوك الفرد لتبني عادات تحافظ على البيئة.

## المقدمة

يواجه العالم العديد من المشاكل البيئية الحرجة مثل مشكلة الاحتباس الحراري واستخدام البلاستيك وتلوث المحيطات والبحار. وقد ظهر تأثير عادات المجتمع الحديث على البيئة بشكل كبير عند توقف الحياة الطبيعية وقت ذروة انتشار فيروس كورونا<sup>1</sup>. وتواجه جمهورية مصر العربية العديد من التحديات في مجال الحفاظ على البيئة، أهمها مكافحة تلوث الهواء والماء. وتشير الأبحاث والتقارير إلى أن تلوث الهواء والماء يكلفان مصر الكثير بسبب تأثيرهما الكبير على الصحة والزراعة<sup>2</sup>.

توجد بعض الجهود لعكس تأثير التلوث على البيئة مثل سن القوانين لحماية البيئة<sup>3</sup>، وتوقيع اتفاقيات دولية للحد من تلوث البيئة<sup>4</sup>، وانتشار المنتجات الصديقة للبيئة<sup>5</sup>، إلا أن توعية الأفراد بالسلوكيات المحافظة على البيئة مازالت واجبة، وأحدى الطرق المهمة للوصول إلى أكبر عدد من الناس هي مواقع التواصل الاجتماعي.

فقد ساعدت مواقع التواصل الاجتماعي على انتشار القضايا والأفكار بين الأفراد بعيداً عن قنوات الاتصال التقليدية. حيث إن 4.88 بليون شخص يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي

\*مدرس بقسم الإعلام بكلية الألسن والإعلام – جامعة مصر الدولية

الآن، أي أكثر من نصف سكان العالم ومنهم 2.8 بليون مستخدم فعال علي الفيسبوك شهرياً<sup>6</sup>، مما يجعلها أكثر الوسائل فاعلية في نشر الأفكار.

ومن مميزات، أو عيوب، هذا التواصل غير الرسمي هو خلط الأخبار والمعلومات بالمشاعر الحقيقية والقوية للأفراد، مما يعطي هذه الأخبار بعداً أعمق وتأثيراً أكبر لدى المتابعين. وقد تم إطلاق مصطلح تيار الأخبار العاطفية Affective Emotional Stream على هذه النوعية من الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي باختلافها<sup>7</sup>.

كما ساعدت مواقع التواصل الاجتماعي على خلق صور قوية لتكون رمزاً للحركات السياسية والاجتماعية المختلفة، مما ساعد على انتشار هذه القضايا وجذب الاهتمام إليها، خاصة في القضايا البيئية التي ليس لها صور قوية ترتبط في أذهان الجمهور بحياتهم اليومية<sup>8</sup>.

أتاحت مواقع التواصل الاجتماعي للأفراد قدرة تكييف الأخبار لتصبح أكثر خصوصية لتناسب أهدافهم فيما يطلق عليها أطر العمل الشخصي أو أطر السلوك الشخصي Personal Action Frames، وبالتالي تجعل المتلقي أكثر تضامناً مع المحتوى الإنساني للخبر وأكثر تفاعلاً<sup>9</sup>.

وقد أثر ذلك على المنظمات غير الحكومية مع ظهور منظمات معتمدة على العلاقات الافتراضية الضعيفة المبنية عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي بين أفرادها وتنسيق أنشطتهم ذات الهدف الموحد Connective Action يطلق عليها المجموعات الشعبية Grassroots Groups. وتختلف هذه المنظمات عن المنظمات التقليدية في أنها لا تركز على تداول الأفكار بين النخبة فقط ولكن تشجع نطاق واسع من المشاركة وتبادل الآراء لتكون حلقة الوصل من الانتقال من الأنشطة عبر الفضاء الافتراضي للأنشطة على أرض الواقع<sup>10</sup>.

#### الدراسات السابقة

تناولت الدراسات السابقة الخاصة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي العديد من المحاور، ويمكن تلخيصها في المحاور التالية:

#### المحور الأول: استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في قضايا البيئة

مواقع التواصل الاجتماعي هي من أهم وسائل التواصل في الوقت الحالي. فقد سهلت التكنولوجيا الحديثة التواصل بين الأفراد مما ساعد الأشخاص الذين لديهم اهتمامات موحدة في إيجاد مجتمعات كاملة تساند هذه الاهتمامات حول العالم. وبالنسبة لقضايا البيئة، فقد ساعدت مواقع التواصل الاجتماعي على نشر الوعي البيئي<sup>11</sup> وتنسيق الجهود بين المجموعات المهتمة بالبيئة المختلفة، مما أدى لانتشار أكبر لأفكارهم وآرائهم وقوة أكبر لأنشطتهم<sup>12</sup>.

وقد تم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي سابقاً في الحملات البيئية للتواصل بين الأفراد في البيئة الداخلية والخارجية. فقد تم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لنشر المعلومات عن القضايا البيئية، وتشجيع الحوار عن القضايا البيئية بين أفراد المجتمعات المختلفة. كما تم استخدامها لتنسيق الأنشطة الخاصة بالتظاهر والاحتجاجات المدنية والتواصل بين الأفراد المهتمين بالبيئة<sup>13</sup>.

كما تم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في محاولة تغيير سلوكيات الأفراد للحفاظ على البيئة<sup>14</sup>. فتوجد بعض الدلالات إلى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات وزيادة التعليق على الأخبار البيئية تؤدي إلى تغيير في سلوكيات الأفراد نحو الحفاظ على البيئة<sup>15</sup> وزيادة المشاركة المدنية لقضايا المجتمع المختلفة<sup>16</sup> منها القضايا البيئية<sup>17</sup>. كما أن ظاهرة المؤثرين Influencers عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرهم على اتجاهات المستخدمين وسلوكه تم استخدامها لتغيير سلوك المتابعين للحفاظ على البيئة، وإن كان بشكل ضعيف حتى الآن<sup>18</sup>. ولكن السؤال الذي يجب طرحه هنا هو ما مدى فاعلية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تحقيق هذه الأهداف؟

#### المحور الثاني: الاتجاهات نحو قضايا البيئة مقارنة بالسلوك المؤدي للحفاظ على البيئة

لا يوجد تعريف موحد لمصطلح الاتجاهات البيئية، ولكن أكثرهم انتشاراً هو تعريف جيفورد وسوسمان Gifford and Sussman والذي يتلخص في أن الاتجاهات البيئية هي أي اتجاه ينم عن قلق أو اهتمام بالقضايا البيئية<sup>19</sup>.

وينقسم الاتجاه إلى ثلاثة مكونات، المكون المعرفي (حجم المعرفة بالقضايا البيئية)، والمكون العاطفي (مشاعر القلق والاهتمام بالقضايا البيئية)، والمكون السلوكي (النية للقيام بسلوك يحافظ على البيئة). وقد يكون الاتجاه الإيجابي نحو قضايا البيئة نتيجة للرضا في الحصول على قبول المجتمع أو الظهور بمظهر جيد أمام أقران الفرد<sup>20</sup>، وليس نتيجة معرفة الفرد بأهمية قضايا البيئة واهتمامه بها.

والاتجاه الإيجابي نحو الحفاظ على البيئة لا يؤدي بالضرورة إلى سلوك يحافظ على البيئة. فالعوامل الاقتصادية والثقافية وسياسات الدولة تؤثر بشكل مباشر على تبني السلوكيات المحافظة على البيئة<sup>21</sup>. بناءً على نظرية السلوك المسبب Theory of Reasoned Action ونظرية السلوك المخطط Theory of Planned Behavior، فإن القيام بسلوك معين يعتمد على العرف الخاص بالمجتمع واتجاهات الفرد تجاه هذا السلوك<sup>22</sup>. ونيته للقيام بسلوك معين مرتبط بتفاعل هذه الأعراف مع الاتجاهات الخاصة بكل فرد<sup>23</sup>.

كما أنه يجب التفرقة بين أنواع السلوك المختلفة. فتوجد سلوكيات ذات تكلفة عالية على الفرد، أي تتطلب مجهوداً أكبر أو وقتاً أطول أو مشقة في الحياة اليومية إذا ما تم تبنيها مثل المشاركة في المظاهرات أو التنازل عن بعض الرفاهيات مثل امتلاك سيارة خاصة، وسلوكيات ذات مجهود قليل ولكن تأثيرها على البيئة قليل مثل ترشيد استهلاك الكهرباء والمياه بداخل المنزل وإعادة تدوير المخلفات<sup>24</sup>، وسلوكيات مساندة للبيئة عبر العالم الافتراضي فقط ولا تمتد للواقع، مثل مشاركة أخبار تتعلق بالقضايا البيئية أو التعليق عليها أو إمضاء الالتماسات الرقمية أو التبرع عبر وسائل التواصل الرقمية<sup>25</sup>.

#### المحور الثالث: العوامل المؤثرة على العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهات وسلوكيات الجمهور نحو قضايا البيئة

يعتبر السن من أكثر العوامل التي تمت دراسة تأثيرها على الاتجاهات نحو الحفاظ على البيئة وتبني سلوكيات صديقة للبيئة. وبالرغم من أن نتائج هذه الدراسات متناقضة في الكثير من الأحوال<sup>26</sup>، شهد العالم في السنين القليلة الماضية اهتماماً كبيراً من الأجيال الأصغر سناً بمجال حماية البيئة والحفاظ عليها<sup>27</sup>، وقد تم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لتنظيم عدد من

الحملات الناجحة على مستوى العالم والتي حظيت باهتمام إعلامي كبير، مثل حملة الجمعة للمستقبل #FridaysForFuture والتي نظمها طلبة المدارس بداية من أغسطس 2018 بقيادة جريتا ثانبيرج، ذات الـ 15 عامًا آنذاك، لمقاطعة المدارس يوم الجمعة احتجاجًا على التراخي في سن القوانين للحفاظ على البيئة<sup>28</sup>. وقد يرجع ذلك لكون وسائل التواصل الاجتماعي قناة مناسبة لإعطاء صوت لمن لا صوت له في صناعة القرار<sup>29</sup>. ولكونها تعمل خارج القنوات السياسية المعروفة على عكس مجموعات الضغط ومجموعات المصالح<sup>30</sup>.

أيضًا، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر عاملاً مؤثرًا على اتجاهات الجمهور نحو القضايا البيئية. فبالرغم من أن بعض الدراسات تشير إلى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لا تؤثر في نشر الوعي بالقضايا البيئية وبالتالي لا تؤثر على تغير الاتجاه نحو الحفاظ على البيئة<sup>31</sup> ولا على السلوك<sup>32</sup>، إلا أن دراسات أخرى تشير إلى كون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عاملاً أساسيًا في نشر الوعي البيئي<sup>33</sup> وحتى تغير السلوك تجاه الحفاظ على البيئة<sup>34</sup>. وقد يرجع ذلك إلى أن بعض الدراسات ركزت على عدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فقط بدون الأخذ في الاعتبار طبيعة المحتوى الذي يتم التعرض له. ويؤيد نموذج Communication Mediation هذا الرأي، كما أن الدراسات في المجال السياسي أكدت على عدم وجود علاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية في حين أن التعرض للمحتوى السياسي يؤثر على زيادة المشاركة في القضايا السياسية والاجتماعية<sup>35</sup>.

كما أن العديد من الدراسات تناولت متغير المستوى المادي في تبني سلوكيات تحافظ على البيئة أو تضر بها. ففي بعض الحالات، بالرغم من انتشار المعرفة بكيفية الحفاظ على البيئة، لا يقوم الأفراد بتبني هذه السلوكيات لغلاء أسعار السلع البديلة المحافظة على البيئة<sup>36</sup>. وفي حالات أخرى يستخدم الفرد الواحد العديد من الأجهزة التي تضر بالبيئة عن طريق هدر استهلاك الطاقة بسبب ارتفاع مستوى معيشة الفرد، مثل أن يستخدم البيت الواحد أكثر من جهاز تكييف أو تلفزيون أو ثلاجة أو غسالة أو سخان في نفس الوقت.

ومن المتغيرات المؤثرة أيضًا المستوى التعليمي للأفراد. فكلما زاد المستوى التعليمي زاد الاتجاه الإيجابي نحو الحفاظ على البيئة<sup>37</sup>. وقد يرجع ذلك إلى زيادة المعلومات الخاصة بأضرار تلوث البيئة على كل نواحي الحياة.

وأخيرًا، أشارت بعض الدراسات إلى أن الإناث أكثر معرفة بقضايا البيئة ومشاكلها وكما أنهن الأكثر اهتمامًا بها من الرجال. وقد يكون تفسير ذلك كون طبيعة الإناث تميل لكونها أكثر تعاطفًا وتفاعلاً مع البيئة المحيطة بها، وبالتالي فهي أكثر قلقًا من التأثيرات السلبية على البيئة من الرجل<sup>38</sup>.

#### المحور الرابع: تحديات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في مناقشة قضايا البيئة

بسبب انتشار مواقع التواصل الاجتماعي وحجم الأخبار الكبير المتداول عليها ظهر عدد من المشكلات المرتبطة بحجم الأخبار المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي مثل مشكلة تشبع الأخبار و مشكلة انتشار الأخبار الزائفة<sup>39</sup>.

ففي وسط آلاف الأخبار المتنوعة اليومية، يجب أن تنافس الأخبار الخاصة بقضايا البيئة قضايا أكثر تأثيراً على الحياة اليومية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، مثل القضايا الاقتصادية والاجتماعية، أو أخبار خاصة باهتمامات المستخدمين، مثل الفن والرياضة. ذلك بالإضافة إلى أن القضايا البيئية نادراً ما يكون لها صور أو فيديوهات معبرة وقوية في وسط تتحكم فيه الصور المرئية وتسيطر على اهتمام المستخدمين<sup>40</sup>.

كما أن معظم الدراسات تؤكد على تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على زيادة وعي الجمهور<sup>41</sup>، وزيادة التواصل بين الأفراد في مناطق جغرافية متفرقة<sup>42</sup>، ولكن لا يوجد دليل قوي على تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على تغيير سلوك الجمهور للحفاظ على البيئة<sup>43</sup>، ولكن قد تكون مواقع التواصل الاجتماعي إحدى وسائل نشر السلوكيات المحافظة على البيئة ولكن ليست الوسيلة الوحيدة<sup>44</sup>.

ذلك بالإضافة إلى أن معظم الدراسات قامت بالتركيز على تويتر Twitter كمثال على مواقع التواصل الاجتماعي، بالرغم من أن فايسبوك هو أكبر موقع تواصل اجتماعي استخداماً في العالم<sup>45</sup>. ويرجع ذلك لسهولة الحصول على المعلومات من تويتر في مقابل فايسبوك لدراساتها. وقد تعارضت نتائج الدراسات القليلة التي تناولت الفايسبوك عن تأثيره على زيادة الوعي البيئي، فبينما أشارت بعض الدراسات إلى ضعف تأثير الفايسبوك في زيادة الوعي بالقضايا البيئية على عكس تويتر<sup>46</sup>، في حين أشارت دراسات أخرى على فاعليته<sup>47</sup>.

وأخيراً، توجد مشكلة ضعف انتشار الأخبار البيئية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعدم استمرار الاهتمام بالقضايا المطروحة على مواقع التواصل الاجتماعي لمدة طويلة. فقد ظهر مصطلح التريند Trend ليعبر عن موضوع يشهد ارتفاعاً في شعبيته على واحد أو أكثر من مواقع التواصل الاجتماعي لفترة زمنية محدودة ثم يختفي بعد ذلك<sup>48</sup>. وتختلف هذه الفترات الزمنية ولكن في الأغلب لا تستمر طويلاً، حتى أن بعض المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي يدعون أن أول 6 ساعات من نشر أي بوست على الفايسبوك يحدد مدى انتشاره وبعد ذلك فهو لن ينتشر<sup>49</sup>. ومع انتشار ثقافة التريند لدى الجمهور، خاصة الجمهور الأصغر سناً، فإن حتى المواضيع البيئية التي يهتم بها الجمهور في فترة من الفترات لا تحظى بالاهتمام لوقت طويل ويفتر الحماس تجاهها بعد فترة<sup>50</sup>. كما أن هناك بعض الاتهامات بأن مواقع التواصل الاجتماعي تقع تحت سيطرة الشركات الكبرى والتي تستخدم خوارزمية هذه المواقع في تقليل نشر البوستات الخاصة بالمنظمات البيئية<sup>51</sup>.

#### مبادرة اتحضر للأخضر وتقليل استخدام الأكياس البلاستيكية:

مبادرة اتحضر للأخضر هي مبادرة رئيس الجمهورية في التي بدأت في يناير 2020 ضمن جهود مصر لتحقيق رؤية 2030. وتهدف هذه المبادرة إلى نشر ثقافة حماية البيئة، وخاصة بين الشباب، بشكل يضمن استدامة الموارد الطبيعية في جمهورية مصر العربية. وقد تنوعت مشاريع هذه المبادرة بين نشر "أهمية التشجير وإعادة تدوير المخلفات وترشيد استهلاك الغذاء والطاقة، وبين الحد من استخدام البلاستيك، والحفاظ على الكائنات البحرية، والحد من تلوث الهواء، وحماية المحميات الطبيعية"<sup>52</sup>.

ومشكلة استخدام الأكياس البلاستيكية من أكثر المشاكل التي تؤثر على الموارد الطبيعية والصحة في مصر. طبقاً لمبادرة "اتحضر للأخضر" فإن مصر تستهلك ما يقرب من 14 مليار كيس بلاستيك سنوياً ولا يتم إعادة تصنيع إلا 1% فقط من هذه الكمية. أما الأكياس التي لا تتم إعادة تدويرها فتجد طريقها إلى البحر أو يتم دفنها في التربة، وفي كلتا الحالتين فإن أضرارها عظيمة. فحسب تقرير الصندوق الدولي لتمويل الطبيعة World Wide Fund for Nature WWF لعام 2018، فإن مصر هي رابع أكبر دولة تلويثاً للبحر المتوسط بعد تركيا وأسبانيا وإيطاليا، حيث إن مصر تلقي ما يقارب من 77 طنًا من البلاستيك في البحر المتوسط كل عام<sup>53</sup>.

ووفقاً لتقرير للأمم المتحدة نشر في عام 2021 عن حجم استهلاك البلاستيك في مصر، فإن مصر تستهلك ما يقرب من 5.4 مليون طن سنوياً، منها 22% من البلاستيك ذي الاستخدام الواحد أي ما يقرب من 1.188 مليون طن سنوياً. نصيب استخدام الأكياس البلاستيكية من هذا الرقم حوالي 18% وحجم استخدام الزجاجات البلاستيكية 28% من مجموع حجم استخدام البلاستيك ذي الاستخدام الواحد<sup>54</sup>. مما يجعل هذه المشكلة من أهم المشاكل البيئية التي تواجهها مصر والعالم في الوقت الحالي.

ومن أجل هذا فإن هذه الدراسة تركز على مشكلة استخدام الأكياس البلاستيكية وتم اختيار حملة "اتحضر للأخضر" التي تدعو لتقليل استخدام الأكياس البلاستيكية لتكون ممثلاً عن القضايا البيئية المتداولة عبر الفيسبوك.

### مشكلة الدراسة

ركزت الدراسات السابقة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي ولكن الدراسات التي تناولت تأثير استخدام هذه المواقع على النية بالقيام بالسلوك كانت قليلة واعتمدت على استمارات الاستبيان. كما أن عددًا قليلاً من هذه الدراسات تناول الفيسبوك بالرغم من كونه أكثر مواقع تواصل اجتماعي استخداماً حتى الآن. ولهذا فإن مشكلة الدراسة تتلخص في (1) دراسة تفاعل الجمهور مع البوستات الخاصة بالقضايا البيئية عبر الفيسبوك في الحياة اليومية ودوافعهم لإبداء الإعجاب أو المشاركة أو التعليق على أحد هذه البوستات. بالإضافة إلى (2) دراسة تأثير البوستات الخاصة بمبادرة "اتحضر للأخضر" بالنسبة لتقليل استخدام الأكياس البلاستيكية على نية الجمهور في تغيير سلوكهم للحفاظ على البيئة. وأخيراً، (3) دراسة تأثير متغيرات السن والاتجاه الإيجابي نحو البيئة على نية الجمهور في تقليل استخدام الأكياس البلاستيكية.

### أهداف الدراسة

- 1- معرفة حجم التعرض للقضايا البيئية أثناء التصفح اليومي لمواقع التواصل الاجتماعي.
- 2- استكشاف رد فعل الجمهور عند التعرض للأخبار أو البوستات البيئية عبر الفيسبوك.
- 3- معرفة دوافع الجمهور عند إبداء الإعجاب أو المشاركة أو التعليق على أحد البوستات الخاصة بالقضايا البيئية.

4- قياس تأثير متغير السن والاتجاه الإيجابي نحو البيئة على نية الجمهور في تبني سلوك يحافظ على البيئة عند التعرض لبوست حملة اتحضر للأخضر.

5- قياس فاعلية بوستات مبادرة اتحضر للأخضر الخاصة بالدعوة لتقليل استخدام الأكياس البلاستيكية على نية الجمهور في تبني هذا السلوك.

#### أهمية الدراسة

1- تساعد الدراسة على فهم دوافع المصريين وسلوكهم في استخدام الأكياس البلاستيكية ذات الاستخدام الواحد.

2- تضيف الدراسة معرفة عن سلوكيات المصريين نحو البيئة في إطار نظرية السلوك المخطط.

3- تستهدف الدراسة زيادة المعرفة عن تأثير الفيسبوك على السلوك البيئي لدى المصريين.

4- تضيف الدراسة للتراكم المعرفي الخاص باستخدام المنهج شبه التجريبي.

#### الإطار النظري للدراسة:

#### نظرية السلوك المخطط (TPB): Theory of Planned Behavior

نظرية السلوك المخطط هي نظرية في مجال علم النفس تطورت عن نظرية الفعل المسبب

Reasoned Action Theory والتي طورها مارتن فيشباين وايزيك اجزين<sup>55</sup> Martin

Fishbein and Icek Ajzen، وتحاول تفسير السلوك البشري المخطط وليس السلوك

التلقائي أو السلوك الجماعي أو السلوك المدفوع بالعاطفة. فهي نظرية تعتمد على أن القرار

الخاص بالقيام بسلوك معين هو قرار عقلي يتم التفكير فيه قبل تنفيذه. قام بتطوير هذه النظرية

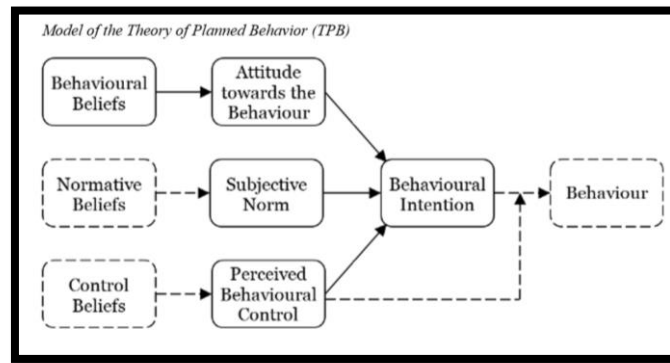
الباحث اسحاق اجزين<sup>56</sup> Icek Ajzen وهو أحد الباحثين اللذين طوروا نظرية الفعل المسبب.

وقد كانت نظرية الفعل المسبب تحاول التنبؤ بعملية اتخاذ القرار للقيام بالسلوك. وقد حددت

النظرية سببين يدفعان البشر للقيام بأي سلوك عقلائي هما الاتجاه نحو السلوك الخاص بالفرد

و المعايير الخاصة بكل مجتمع. وقد جاءت نظرية السلوك المخطط لتزيد عليهما متغير مدى

اقتناع الفرد بنسبة تحكمه في القيام بالسلوك.



نموذج رقم (1)

### نظرية السلوك المخطط<sup>57</sup>

ويعتبر الاتجاه من العوامل الداخلية التي تعبر عن اتجاه الفرد أو تقييمه للسلوك سواء كان إيجابياً أم سلبياً. والاتجاه من أهم وأقوى عناصر التأثير على السلوك لاعتماده على الاعتقادات الشخصية للفرد، وكلما كان الاتجاه محددًا وواضحًا كلما كانت علاقة الترابط بينه وبين السلوك واضحة<sup>58</sup>.

أما معايير المجتمع، فهي تعبر عن إحساس الفرد بالضغط المجتمعي للقيام بالسلوك من عدمه. وقد يكون هذا الضغط من الأصدقاء أو من شخص مقرب أو قدوة للفرد. وقد كان هذا المتغير يعتبر أضعف المتغيرات تأثيرًا على التنبؤ بالسلوك<sup>59</sup>، ولكن مع التغيرات التكنولوجية الكبيرة وتأثير مواقع التواصل الاجتماعي الكبير على المستخدمين فقد يصبح لهذا المتغير تأثير أكبر.

أما متغير السيطرة السلوكية فيعتمد على اعتقاد الفرد في إمكانية القيام بالسلوك، وذلك يعتمد على صعوبة القيام بالسلوك بالنسبة للفرد أو عدم وجود مصادر مساعدة للقيام بالسلوك، فهو يعتمد على إمكانات الفرد والمصادر المتاحة له ووجود فرص للقيام بالسلوك<sup>60</sup>. لذا بشكل كبير فإن السلوك البشري يكون بدافع المصلحة الذاتية والتقييم العقلاني للسلوك<sup>61</sup>. ولذلك كلما اعتقد الفرد بوجود عقبات أمامه للقيام بالسلوك أو خبرات سابقة بصعوبة القيام بالسلوك كلما قلت احتمالية القيام بالسلوك<sup>62</sup>.

وقد تختلف نسبة تأثير هذه المتغيرات على السلوك باختلاف السلوك نفسه. فقد اختلفت نتائج الدراسات بين قوة الاتجاهات وقوة الضغط المجتمعي وقوة سهولة تنفيذ السلوك في التنبؤ بالسلوك نفسه. في حين أن سهولة تنفيذ السلوك من أكبر المتغيرات تأثيرًا على قيام الجمهور في الصين باستخدام بدائل للأكياس البلاستيكية<sup>63</sup>، إلا أن الاتجاهات مؤشر قوي للنية بتبني سلوكيات تحافظ على البيئة<sup>64</sup>.

وقد قام العديد من الباحثين بدراسة متغيرات أخرى قد تقوم بالتأثير على السلوك منها التجربة السابقة والاعتقاد بكفاءة الفرد للقيام بالسلوك والحصول على نتيجة مرضية وغيرها<sup>65</sup>. كما قام عدد من الدراسات بقياس متغيرات وسيطة قد تؤثر على النية السلوكية وبالتالي على السلوك نفسه بطريقة مباشرة أو غير مباشرة في مجال البيئة. من هذه المتغيرات المعرفة البيئية Environmental Knowledge والتي تؤثر على اتجاهات الجمهور نحو البيئة وتعتبر من المؤشرات التي قد تتنبأ بالقيام بالسلوك المحافظ للبيئة<sup>66</sup>. أخلاقيات البيئة Environmental Ethics<sup>67</sup>، والتي تركز على مفهوم الصواب والخطأ فيما يخص البيئة وكون الإنسان خادمًا للبيئة ومسؤول عن الحفاظ عليها، ومتغير القلق نحو البيئة<sup>68</sup> Environmental Concerns والذي تم تعريفه على أنه الشعور بالقلق نحو البيئة، وكلا المتغيرين قد يؤثر على الاتجاهات نحو السلوك المحافظ للبيئة.

كما قام بعض الباحثين بدراسة متغير الذكاء العاطفي<sup>69</sup> Emotional Intelligence والذي يشير إلى قدره الفرد على فهم المشاعر واستيعابها واستخدامها أو التحكم فيه. والشخص ذو الذكاء العاطفي لديه القدرة على التكيف مع البيئة بشكل كبير، وهذا يساعد على تكوين نية السلوك المحافظ على البيئة Intentions Pro-Environment لديه. وقد اهتم الباحثون



بهذا المتغير لا اعتقادهم بأن أي سلوك لا يعتمد على العقل فقط ولكن يجب أن يكون له بعد عاطفي عند اتخاذ القرار بالقيام بأي سلوك.

وقد لاقت النظرية بعض الصعوبات في تفسير العلاقة بين النية السلوكية والقيام بالسلوك. فقد لاحظ العلماء أن النية السلوكية لا تصل دائما إلى القيام بالسلوك، وقد حاول الباحثون تفسير وجود هذه الفجوة بأن وجود نية لتنفيذ السلوك محددة، عن طريق متى وأين وكيف سيتم القيام بالسلوك، أكثر دقة بالتنبؤ بالقيام بالسلوك نفسه. كما أنها تساعد على بناء التزام بالسلوك والوصول به ليكون سلوكًا روتينيًا دائمًا ولا يحتاج إلى التفكير والتخطيط بعد ذلك مما يساعد على استدامته<sup>70</sup>.

وقد تم اختيار نظرية السلوك المخطط لهذه الدراسة لأن القيام بسلوك يحافظ على البيئة مثل تقليل استخدام الأكياس البلاستيكية سلوك يحتاج إلى التفكير من الفرد ووجود نية مسبقة للقيام به. فهو ليس سلوكًا ناتجًا عن عاطفة أو سلوكًا جماعيًا. ولهذا فإن تساؤلات الدراسة وفروضها هي:

#### تساؤلات الدراسة

- س1- ما حجم البوستات الخاصة بالقضايا البيئية التي تصل إلى عينة الدراسة يوميًا مقارنةً بالأخبار الأخرى؟
- س2- هل يتم ملاحظة البوستات الخاصة بقضايا البيئة على الفيسبوك من قبل عينة الدراسة؟
- س3- ما هو أول رد فعل لعينة الدراسة عند رؤيتهم لبوست عن أحد القضايا البيئية؟
- س4- ما تقييم عينة الدراسة لبوستات تقليل استخدام الأكياس البلاستيكية التابعة لمبادرة اتحضر للأخضر؟
- س5- ما تأثير بوستات تقليل استخدام الأكياس البلاستيكية على نية عينة الدراسة في استخدام بدائل أخرى؟
- س6- ما تأثير متغيرات السن والميل المسبق نحو الحفاظ على البيئة على نية عينة الدراسة تبني تقليل استخدام الأكياس البلاستيكية واستخدام بدائل أخرى؟
- س7- ما تأثير متغير محتوى البوست على نية عينة الدراسة تبني تقليل استخدام الأكياس البلاستيكية واستخدام بدائل أخرى؟

#### فروض الدراسة

- ف1: كلما زاد الاتجاه الإيجابي نحو البيئة زادت النية السلوكية لتقليل استخدام الأكياس البلاستيكية.
- ف2: كلما زاد إحساس الفرد بضغط المجتمع المصري في الحفاظ على البيئة زادت النية السلوكية لتقليل استخدام الأكياس البلاستيكية.
- ف3: كلما زاد إحساس الفرد بسهولة تنفيذ استبدال الأكياس البلاستيكية ببدائل أخرى زادت النية السلوكية لتقليل استخدام الأكياس البلاستيكية.

## منهج الدراسة

تم استخدام المنهج التجريبي للإجابة عن أسئلة الدراسة. وتم تقسيم عينة الدراسة حسب السن والميول ناحية الحفاظ على البيئة بناءً على تقييم أفراد العينة لأنفسهم ما إذا كانوا من مناصري البيئة أو من غير المهتمين بقضايا البيئة. وقد أنشأت الباحثة حسابًا وهميًا على الفايسبوك والاشتراك في عدد من الجروبات المهمة بمواضيع مختلفة مثل السياسة والرياضة والفن والموضة والصحة والاقتصاد، وبالطبع البيئة.

بدأت التجربة بالطلب من أفراد عينة الدراسة تصفح الحساب الوهمي لمدة 10 دقائق مع حرية قيامهم بإبداء الإعجاب أو التعليق أو مشاركة أي بوست وتمت ملاحظة مدى انتباههم للبوستات البيئية ورد فعلهم لها سواء بالتجاهل أم القراءة أم إبداء الإعجاب أم المشاركة أم التعليق عليها مقارنة مع البوستات الأخرى. وتم إنشاء هذا الحساب لدراسة رد فعل الأفراد محل الدراسة على البوستات المتعلقة بالقضايا البيئية في بيئة شبه مماثلة للواقع.

بعد الانتهاء من التصفح الحر، تم توزيع استبيان لقياس معرفتهم واتجاهاتهم وسلوكهم تجاه البيئة ليكون الاستبيان قياسًا متكاملًا للوعي البيئي. يوجد العديد من المقاييس التي تهدف لقياس اتجاهات الجمهور نحو البيئة وسلوكيات الحفاظ عليها<sup>71</sup>. قامت الباحثة باستخدام مقياس الاتجاهات نحو البيئة Environmental Attitudes Scale والذي قام بتطويره تافلي وأتيس Tafli T. and Ates A. في عام 2016 لقياس اتجاهات عينة الدراسة نحو القضايا البيئية. هذا المقياس اشتمل على 5 محاور يتم قياسها عن طريق 18 عبارة تعبر عن مكونات الاتجاه المعرفية والحسية والسلوكية. المحور الأول خاص بالاتجاهات نحو مشاكل البيئة ويعبر عنه 5 عبارات، أما المحور الثاني فهو عن الاتجاهات نحو استهلاك الطاقة ويعبر عنه 4 عبارات، في حين أن المحور الثالث يركز على الاتجاهات نحو المخلفات ويعبر عنها 4 عبارات. المحور الرابع والخامس مرتبطان ببعضهما فالمحور الرابع يركز على الاتجاهات نحو المسؤولية البيئية، من خلال 3 عبارات، وأخيرًا المحور الخامس خاص باتجاهات الجمهور نحو القيام بمساندة المنظمات البيئية، وذلك من خلال عبارتين فقط. وقد قامت الباحثة بدمج بعض العبارات واستبعاد البعض الآخر لضعف ارتباطه بالمجتمع المصري. كان مجموع العبارات المستخدمة لقياس اتجاهات عينة الدراسة نحو القضايا البيئية 9 عبارات.

أما عند قياس سلوكيات عينة الدراسة في الحفاظ على البيئة فقد تم استخدام استبيان جامعة ستانفورد عن السلوكيات المؤثرة على التغير المناخي The Stanford Climate Change Behavior Survey. يحتوي هذا الاستبيان على 72 سؤال تغطي 4 محاور وهي سلوكيات استهلاك الكهرباء والطاقة في المنزل (19 سؤالاً)، وسلوكيات استخدام المواصلات والتنقل (10 أسئلة)، والمخلفات الخاصة بالفرد وطرق التخلص منها (13 سؤالاً)، وأخيرًا سلوكيات استهلاك الطعام (30 سؤالاً). قامت الباحثة باستبعاد الأسئلة الخاصة باستهلاك الطعام لبعدها عن موضوع الدراسة، كما تم استبعاد الأسئلة الخاصة بالتدفئة لعدم صلاحيتها للمجتمع والمناخ المصري. تم استخدام 20 سؤال كمؤشرات عن سلوكيات عينة الدراسة في الحفاظ على البيئة.

بعد انتهاء أفراد العينة من الاستبيان تم عرض بوست من حملة تقليل الأكياس البلاستيكية التابعة لمبادرة "اتحضر للأخضر" وسؤالهم عن مضمونه وعناصره المختلفة من كتابة واستخدام الكرتون والموسيقى والمعلومات التي تم استعراضها، وما إذا أثرت على نيتهم في تبني السلوكيات المحافظة على البيئة. كل بوست اشتمل على فيديو وتعليق على الفيديو عبارة عن ملخص للمعلومات بداخل الفيديو.

رسالة البوستات الثلاثة واحدة وهي تقليل استخدام الأكياس البلاستيكية للحفاظ على البيئة ولكن مضمون البوستات اختلف. البوست الأول كان يركز على إعطاء معلومات عن حجم استخدام المصريين للأكياس البلاستيك وعدد السنين التي يأخذها الكيس البلاستيك في التحلل، لذا فإن هذا البوست اعتمد على إعطاء معلومات للجمهور. أما البوست الثاني فقد ركز على الأضرار الصحية للبلاستيك على البشر واعتمد على إثارة الخوف لدى الجمهور. البوست الأخير استهدف إعطاء حلول بديلة للأكياس البلاستيكية وفوائد هذه الحلول، فهو لم يركز على المشكلة ولكن ركز على الحل. تم عرض كل بوست على 12 من أفراد العينة وتم توزيعهم بشكل متساوٍ حسب السن والميول نحو الحفاظ على البيئة، ما عدا البوست الذي ركز على بدائل الأكياس البلاستيكية حيث تم عرضه على 11 فقط من أفراد عينة الدراسة.

#### مجتمع الدراسة وعينتها

استهدفت الدراسة طلبة الجامعة من الجنسين من كلية الإعلام من جامعة واحدة ومقارنتهم بخريجي نفس الكلية كمثلين عن الفئة الأكبر عمراً. تم تحديد كلية وجامعة واحدة لتحديد متغيرات المستوى العلمي والتخصص العلمي والمستوى الاجتماعي. وتم استخدام العينة التطوعية لجمع عينة الدراسة، حيث تم نشر إعلان عبر مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالباحثة لطلب متطوعين للاشتراك في الدراسة من خريجي كلية الإعلام. كما تم إرسال بريد إلكتروني لطلبة كلية الإعلام بالجامعة التي تعمل بها الباحثة لطلب متطوعين من طلبة الكلية للاشتراك في الدراسة، وكان مجموع العينة 35 مفردة. قسمت العينة إلى 18 مفردة من سن 18-25 و17 مفردة من سن 35-45. وكانت كل المتطوعات من الإناث. وكان مجموع من يصفن أنفسهن بأنهن من المهتمات بالبيئة والحفاظ عليها 17 من مجموع العينة، في حين أن 18 الأخريات أقررن بأنهن غير مهتمات بالقضايا البيئية بشكل كبير.

#### نتائج الدراسة

استمرت التجربة 3 أيام وتم تنفيذها على 35 فرد كلهم من الإناث. يرجع كونهن كلهن من الإناث إلى كون عينة الدراسة عينة تطوعية ولم يتقدم أي من الذكور للتطوع في هذه التجربة. تم تقسيم أفراد العينة بناءً على وصفهن لأنفسهن سواء كن مناصرات للبيئة، وعددهن 17، أو غير مهتمات بالبيئة، وعددهن 18. كما تم تقسيمهن بناءً على السن لينقسمن إلى 18 طالبة جامعية من كلية الإعلام كلهن بين 19 و21 سنة وكلهن غير متزوجات، و17 خريجة لكلية الإعلام يتراوح سنهن بين 35 و38 سنة ومنهن 16 خريجة متزوجة. تم تقسيم عينة الدراسة إلى 12 مجموعة طبقاً للجدول التالي:

**جدول رقم (1) توزيع عينة الدراسة**

المجموع	السن بين 35 و38 سنة		السن بين 19 و21 سنة		
	غير مهتمات بالبيئة	مناصرت للبيئة	غير مهتمات بالبيئة	مناصرت للبيئة	
12	3	3	4	2	تم تعرضهن لبوست به معلومات عن حجم استهلاك البلاستيك وتدويره في مصر
12	3	3	3	3	تم تعرضهن لبوست عن أضرار البلاستيك على صحة الفرد
11	2	3	3	3	تم تعرضهن لبوست عن البدائل المتاحة للأكياس البلاستيك وفوائدها
35	8	9	10	8	المجموع

أولاً: الإجابة عن تساؤلات الدراسة:

**1- اتجاهات عينة الدراسة نحو قضايا البيئة:**

تم قياس مستوى الوعي البيئي لدى أفراد العينة عن طريق سؤالهم عن أهم القضايا البيئية التي يواجهها المجتمع المصري وما إذا كانت القضايا البيئية يجب أن تكون لها الأولوية الآن وما إذا كانوا يعترفون بدور الأفراد في الحفاظ على البيئة بجانب الدولة. وقد كانت إجابات 33 منهم تشير إلى معرفة ودراية بأهم القضايا البيئية وطرق حلها. ويشير ذلك إلى ارتفاع وعي أفراد عينة الدراسة بالقضايا البيئية واعترافهم بأهميتها. وقد كان رأي عينة الدراسة أن أهم مشاكل البيئة تلوث الهواء وتليها مشكلة الاحتباس الحراري وفي المرتبة الثالثة مشكلة استخدام البلاستيك.

**جدول رقم (2) رأي عينة الدراسة عن أهم القضايا البيئية التي يجب حلها**

الاختبار الأول	الاختبار الثاني	الاختبار الثالث	ما أهم القضايا البيئية
6	6	3	استهلاك البلاستيك
9	7	4	تلوث الهواء
2	3	4	تلوث المياه
7	8	4	الاحتباس الحراري
2	-	5	ندرة المياه
-	2	3	التصحر
9	9	9	لا أعلم مشاكل البيئة

وبالرغم من تصريح 17 من أفراد عينة الدراسة بكونهم مناصرين للبيئة، إلا أن 2 فقط سجلوا نتائج عالية على مقياس الاتجاهات والسلوك نحو الحفاظ على البيئة المستخدم في الدراسة، مما يشير إلى عدم ارتباط نظرهم لأنفسهم بالسلوكيات الحقيقية التي يمارسونها في الحياة اليومية.

وقد كان من النتائج المثيرة للاهتمام ملاحظة اهتمام عينة الدراسة بتوفير الكهرباء والمياه في المنزل وبالاهتمام بعدم إلقاء المخلفات في الشوارع، حيث أقر 27 من عينة الدراسة أنهم لا يلقون القمامة في الشارع وأقر 30 منهم أنهم يحافظون على تقليل استخدام الكهرباء داخل المنزل و32 أنهم يراعون ترشيد المياه في المنزل. ولكن من ناحية أخرى، أكد 30 من عينة الدراسة بأنهم يفضلون استخدام السيارات الخاصة عن المواصلات العامة أو السيارات

المشتركة إذا ما كان الاختيار متاحًا لهم بغض النظر عن توفير الطاقة أو تقليل نسبة تلوث الهواء. وقد يرجع ذلك لأسباب اجتماعية كون العينة كلها من الإناث.

### جدول رقم (3) جدول خاص بنتائج إجابات عينة الدراسة عن سلوكياتهم الخاصة بالقضايا البيئية

العبارة	دائمًا ما أقوم بهذا السلوك	أقوم بهذا في بعض الأحيان	لا أقوم بهذا مطلقًا
أطفئ أنوار الغرف عند الخروج منها.	30	2	3
أستخدم المصابيح الموفرة وليس العادية.	31	4	-
أغلق التلفزيون عند الخروج من الغرفة.	30	3	2
في الصيف أستخدم التكييف طوال اليوم.	33	2	-
في الصيف أستخدم التكييف طوال الليل.	24	11	10
أقوم بانتزاع أقباس الأجهزة الكهربائية التي لا أستخدمها مثل شاحن الهاتف المحمول والتلفزيون.	15	10	10
أحافظ على المياه عند غسل يدي أو وجهي أو الوضوء.	32	3	-
أستغرق أكثر من 10 دقائق أثناء الاستحمام.	20	9	6
لا ألقى بالمهملات في الشارع أو من السيارة.	27	5	3
أقوم بإعادة تدوير مخلفاتي.	5	8	22
أطبع أوراق مستخدمًا الوجه والظهر.	3	20	12
أستخدم الورق بحرص.	3	18	14
أستخدم بدائل للأكياس البلاستيكية.	2	6	27
لا أستخدم الأطباق والأكواب البلاستيكية.	4	14	17
أستخدم الكوب الخاص بي عند شراء القهوة أو الشاي لكي لا أستخدم الأكواب ذات الاستخدام الواحد.	1	2	32
لا أستخدم الشاليموه.	1	28	6
أقوم باستخدام المواصلات العامة للذهاب إلى الجامعة/العمل.	7	13	15
أفضل مشاركة أصدقائي في السيارة توفيرًا للطاقة.	5	25	5
أستخدم السيارة الخاصة يوميًا.	30	5	-
أفضل السير أو استخدام العجلة للقيام بمشاويري القصيرة.	2	10	23

أما فيما يخص السلوكيات الخاصة باستخدام بدائل الأكياس والأطباق والأكواب البلاستيك بالإضافة إلى السلوكيات الخاصة بإعادة تدوير المخلفات، فإن النتيجة جاءت ضعيفة جدا ، حيث أقر 2 فقط من عينة الدراسة أنهم يستخدمون بدائل الأكياس البلاستيكية و5 فقط أقروا بأنهم يقومون بإعادة تدوير مخلفاتهم. والجاذب للنظر هنا أن عينة الدراسة أقرت بأن استخدام البلاستيك هو ثالث مشكلة بيئية تواجه مصر بعد تلوث الهواء وتغير المناخ، ومع ذلك فإن سلوكهم لا يساعد على تقليل المشكلة بالرغم من تأييدهم فكره وجود مسئولية عليهم كأفراد في الحفاظ على البيئة. مما يدل على عدم وجود علاقة بين معرفتهم بأضرار الأكياس البلاستيكية واقتناعهم بحتمية التصرف وبين سلوكهم في الحياة اليومية.

وبعد التعرض لبوستات مبادرة "اتحضر للأخضر" الداعية لتخفيض استهلاك الأكياس البلاستيكية بشكل فردي، فإن 9 فقط من أفراد عينة الدراسة أكدوا بأنهم سيقومون باستخدام البدائل الخاصة بالأكياس البلاستيكية في المستقبل، بالإضافة إلى 2 لا يستخدمون الأكياس البلاستيكية بالفعل. في حين أن 5 من أفراد العينة صرحوا بأنهم لن يقوموا بتغيير سلوكهم في

حجم استخدامهم للأكياس البلاستيكية. باقي أفراد عينة الدراسة وعددهم 19، قالوا إنهم سيقومون بالتفكير في استخدام بدائل الأكياس البلاستيكية ولكن في حالة إذا ما كانت متوفرة وغير مكلفة مادياً وأن تكون عملية بالنسبة إليهم.

## 2- ملاحظة تعامل عينة الدراسة مع بوستات القضايا البيئية:

بدأت التجربة بترك أفراد عينة الدراسة بتصفح الصفحة التي تم فتحها من أجل الدراسة لمدة 10 دقائق وتسجيل ملاحظات عن انتباههم ورد فعلهم تجاه البوستات الخاصة بالقضايا البيئية. ولم تتحكم الباحثة في ترتيب البوستات ونوعها كما يراها أفراد عينة الدراسة، فظهورها يعتمد على وقت نشرها من المصدر وعدد البوستات المنشورة في الوقت نفسه. إلا أن الملاحظ أن أعداد البوستات التي يتم إصدارها من الجروبات المهتمة بالقضايا البيئية، ومن بينها الصفحة الرسمية لحملة "اتحضر للأخضر"، أقل من أعداد البوستات الخاصة بالصفحات السياسية أو الفنية أو الرياضية. وهذا يجعل التعرض للبوستات الخاصة بالقضايا البيئية على الفيسبوك نادراً. وقد أقر أفراد العينة بأنهم لا يتعرضون لبوستات خاصة بالقضايا البيئية على صفحاتهم الشخصية على الفيسبوك إلا نادراً (مرة كل أسبوع).

### جدول رقم (4) جدول ملاحظات الباحثة عند النظر لبوستات القضايا البيئية

الفاعل	لم يتوقف	التوقف من 0 إلى ثانيتين	من 3 إلى 5 ثواني	أكثر من 5 ثواني
إبداء الإعجاب	-	13	3	2
المشاركة	-	1	3	2
التعليق	-	-	-	2
لم يقم بأي فعل	10	7	-	-

وتمت ملاحظة أنه لم تجذب البوستات الخاصة بالقضايا البيئية نظر عينة الدراسة بشكل كبير، فبالرغم من أن 18 من أفراد العينة توقفوا عند البوستات الخاصة بالبيئة إلا أن هذا التوقف لم يستمر إلا لثوانٍ قليلة لا تكفي لقراءة البوست بالكامل. وقد قام كل الـ 18 الذين توقفوا عند البوستات الخاصة بالبيئة بالضغط على زر الإعجاب بالرغم من أنهم لم ينتهوا من قراءة البوست بالكامل. ومن هؤلاء قام 6 بمشاركة البوست مع قيام 2 فقط بتكتابة تعليق مع المشاركة. وبالرغم من أن النتائج تشير إلى أنه كلما زاد الزمن الذي مر على عينة الدراسة في النظر إلى البوست، زاد التفاعل الإلكتروني إلا أن النتائج أيضاً قد تشير في هذا إلى أن رد فعل عينة الدراسة على البوست قد يكون فقط لتعزيز نظرتهم لأنفسهم أمام المجتمع كما تشير الدراسات السابقة<sup>72</sup>، حيث إن الحفاظ على البيئة من إحدى الصفات المستحبة الآن في المجتمع المصري.

يتضح من الملاحظة أيضاً أن أسهل أنواع التفاعل مع البوست هو الضغط على زر الإعجاب ويليه مشاركة البوست ثم يأتي فعل التعليق. ففعل المشاركة أو التعليق كان يأخذ وقتاً أكبر في التفكير من أفراد عينة الدراسة وكان الفرق بين من ضغطوا على زر الإعجاب وبين من قاموا بمشاركة البوست أو التعليق عليه كبير كما ذكر سابقاً. بالإضافة إلى ذلك فإنه توجد علاقة

ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الضغط على زر الإعجاب وبين نية عينة الدراسة في تقليل استخدام الأكياس البلاستيكية. ولكن لا توجد هذه العلاقة عند النظر إلى التعليق على البوست أو مشاركته.

### جدول رقم (5) العلاقة بين الضغط على زر الإعجاب على بوستات القضايا البيئية وبين نية عينة الدراسة في تقليل استخدام الأكياس البلاستيكية

لا	نعم	الضغط على زر الإعجاب	النية السلوكية
1	10		بالتأكيد سأقوم باستبدال الأكياس البلاستيكية
6	13		قد أجرب بدائل أخرى
4	1		لن أقوم بتغيير سلوكي
		0.535	معامل ارتباط سبيرمان
		0.001	مستوى الدلالة

وقد تم سؤال أفراد العينة عن اتجاهاتهم نحو القضايا البيئية وقد كانت إجاباتهم كلهم تشير إلى اتجاهاتهم الإيجابية نحو الحفاظ على البيئة، ولكن لا يرتبط ذلك باتجاهاتهم نحو البوستات الخاصة بالبيئة على الفيسبوك.

### 3- تقييم عينة الدراسة لبوستات اتحضر للأخضر الخاصة بتقليل استخدام الأكياس البلاستيكية:

بشكل عام فإن الآراء حول بوستات حملة تقليل استخدام الأكياس البلاستيكية الخاصة بمبادرة "اتحضر للأخضر" كانت منقسمة، فحين جذبت البوستات نظر 18 من أفراد عينة الدراسة حين قاموا بالتصفح الحر، فهو لم يجذب نظر الـ 17 الآخرين.

### جدول رقم (6) تقييم عينة الدراسة لعناصر البوست الخاص بمبادرة اتحضر للأخضر

الخريجات		الطالبات		تقسيم عينة الدراسة	رأي عينة الدراسة في عناصر البوست
اتجاه سلبي	اتجاه إيجابي	اتجاه سلبي	اتجاه إيجابي		
8	2	4	2	أبدوا إعجابهم	معلومات جديدة
-	7	6	6	لم يعجبوا بها	
-	-	-	-	رأي محايد	
4	4	5	1	أبدوا إعجابهم	وجهة نظر مختلفة
4	5	5	7	لم يعجبوا بها	
-	-	-	-	رأي محايد	
5	7	7	8	أبدوا إعجابهم	الكارتون أسلوب جيد
3	2	3	-	لم يعجبوا بها	
-	-	-	-	رأي محايد	
2	3	7	5	أبدوا إعجابهم	لموسيقى جيدة
5	6	1	3	لم يعجبوا بها	
1	-	2	-	رأي محايد	

وعند عرض البوستات عليهم بشكل فردي وسؤالهم عن رأيهم فيها، أبدى 17 من أفراد العينة، منهم 12 ممن سنهم يتراوح بين 19 و22 سنة، إعجابهم بالموسيقى الموجودة في الفيديو الخاص بالبوست، في حين لم ترق الموسيقى ل15 من أفراد العينة، و3 لم يكن لهم رأي. وانقسم رأيهم أيضًا في إذا ما أضاف لهم البوست معلومات جديدة، ف19 قالوا إنه لم يضيف أي جديد بينما 16 صرحوا بأنه أضاف إليهم معلومات لم يعرفوها من قبل. من ناحية أخرى اتفق 27 من أفراد العينة على إعجابهم باستخدام أسلوب الكارتون في الفيديو الموجود بالبوست.

#### جدول رقم (7) نية عينة الدراسة في تبني سلوك تقليل استخدام الأكياس البلاستيكية

التأكيد لن يقم بتقليل استخدام الأكياس البلاستيكية	يوجد احتمال في تبني استخدام بدائل للأكياس البلاستيكية	بالتأكيد سيقم باستخدام بدائل للأكياس البلاستيكية	نية عينة الدراسة	
			تقسيم عينة الدراسة	
-	1	5	لهن اتجاه إيجابي	طالبات
1	7	2	لهن اتجاه سلبي	
1	5	3	لهن اتجاه إيجابي	خريجات
3	4	1	لهن اتجاه سلبي	

أما عن نيتهم في تقليل استخدام الأكياس البلاستيكية في المستقبل، فأكد 11 من أفراد العينة رغبتهم في استخدام البدائل وقال 5 إنهم لن يقوموا بتغيير سلوكيات استخدامهم لصعوبة ذلك عليهم، أما الـ19 الآخرون فصرحوا بأنهم سيقومون بتقليل استخدامهم إذا ما كانت البدائل متوفرة أمامهم ولن تحملهم عبئًا ماديًا أو أن يسبب استخدامها مشقة عليهم.

#### 4- تأثير متغيرات السن والميل نحو الحفاظ على البيئة ومضمون البوست على نية عينة الدراسة في تقليل استخدام الأكياس البلاستيكية:

لم يكن لمتغير السن تأثير كبير على اتجاهات عينة الدراسة نحو القضايا البيئية أو رأيهم في بوست مبادرة اتحضر للأخضر أو نيتهم في تبني سلوك تقليل أعداد الأكياس البلاستيكية. ولكن كان هناك فرق بسيط بين السن الأصغر والسن الأكبر في الانتباه إلى بوستات القضايا البيئية، حيث استوقف البوست 10 من الخريجات بينما استوقف البوست 8 فقط من الطالبات. ولكن في كلتا الحالتين لم يكن الانتباه إلا لثوانٍ معدودة.

وعند سؤالهم عن رأيهم في بوست اتحضر للأخضر، كان هناك اختلاف عند سؤالهم إذا ما أضاف البوست معلومات جديدة لهم، فكما هو موضح في الجدول رقم (6)، صرح 12 من أفراد العينة الذين يتراوح سنهم بين 19 و22 سنة بأن البوست لم يضيف لهم أية معلومة، وقد كان منهم 6 ممن لا يهتمون بالقضايا البيئية، في حين أن 10 من أفراد العينة الذي يتراوح سنهم بين 35 و40 قالوا إنه أضاف معلومات لم يسبق لهم معرفتها ومن هؤلاء الـ10 كان 8 منهم ممن لا يهتمون بالقضايا البيئية في حياتهم اليومية.



كما كان هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مضمون البوست وبين إقرار عينة الدراسة أن البوست أضاف إليهم معلومات جديدة عند مستوى دلالة 0.05 ولكنها علاقة متوسطة القوة، أو نظرة جديدة لموضوع استخدام الأكياس البلاستيكية عند مستوى دلالة 0.001 وهي علاقة قوية نسبياً كما هو موضح في جداول رقم (8) و(9).

**جدول رقم (8) العلاقة بين مضمون البوست وإقرار عينة الدراسة بأنه أضاف معلومات جديدة لهم**

لا	نعم	أضاف البوست معلومات جديدة نوع مضمون البوست
8	4	بوست ركز على المعلومات
8	3	بوست ركز على البدائل
3	9	بوست ركز على صحة الفرد
		معامل ارتباط سبيرمان 0.346
		مستوى الدلالة 0.042

**جدول رقم (9) العلاقة بين مضمون البوست وإقرار عينة الدراسة بأنه أضاف نظرة جديدة لموضوع الأكياس البلاستيكية**

لا	نعم	أضاف البوست نظرة جديدة نوع مضمون البوست
10	2	بوست ركز على المعلومات
11	0	بوست ركز على البدائل
3	9	بوست ركز على صحة الفرد
		معامل ارتباط سبيرمان 0.520
		مستوى الدلالة 0.001

فقد أقرت عينة الدراسة التي تعرضت للبوست الذي ركز على أضرار الأكياس البلاستيكية على صحة الفرد أنها كانت معلومات جديدة لم يعرفوها من قبل أكثر من أفراد العينة الذين تعرضوا للبوست الذي ركز على بدائل الأكياس البلاستيكية أو البوست الذي ركز على حجم استخدام الأكياس البلاستيكية في مصر بشكل عام.

وكما هو موضح في الجدول رقم (7)، كان للسن تأثير على نية الأفراد في تبني بدائل الأكياس البلاستيكية. فمن الـ 5 الذين رفضوا تغيير حجم استخدامهم للأكياس بعد التعرض لبوست مبادرة اتحضر للأخضر كان 4 منهم سنهم يتراوح بين 35 و40.

مما يشير إلى أنه بالرغم من اعتراف الفئة الأكبر عمراً بأهمية المعلومات التي قدمها البوست واتجاههم الإيجابي نحوه، إلا أن هذا لا يرتبط بتغيير سلوكهم لتقليل استخدام الأكياس البلاستيكية.

وإذا تم النظر إلى الميل المسبق نحو البيئة، فإن تأثيره على تبني سلوك تقليل استخدام الأكياس البلاستيكية ظهر فقط بين أفراد العينة الأصغر سناً. حيث صرح 8 ممن لديهم ميل إيجابي

نحو الحفاظ على البيئة أنهم حتمًا سيقومون باستخدام بدائل للأكياس البلاستيكية في حياتهم اليومية بعد رؤيتهم للبوست في مقابل 3 فقط ممن لا يهتمون بقضايا البيئة، وكان منهم 5 من أفراد العينة الأصغر سنًا.

#### جدول رقم (10) تقييم عينة الدراسة للمعلومات التي احتواها بوست مبادرة اتحضر للأخضر مقارنة بمضمون البوست

لم يشمل معلومات جديدة	شمل معلومات جديدة	تقييم عينة الدراسة
8	4	مضمون البوست بوست معلومات فقط
8	3	بوست تقديم بدائل للأكياس البلاستيكية
3	9	بوست إثارة الخوف على صحة الفرد

إذا ما تم النظر لمتغير مضمون البوست، فتشير النتائج إلى أن البوست الذي ركز على استخدام إثارة الخوف على الصحة اختلفت نتائجها عن البوست الذي كان مضمونه إعطاء معلومات عن حجم الاستخدام أو البوست الخاص بتقديم البدائل. من بين الـ 12 الذين تعرضوا لهذا البوست من أفراد العينة، أقر 9 بأنه أعطاهم معلومات جديدة في مقابل 4 فقط ممن تعرضوا لمضمون المعلومات المجردة أقرروا بالشيء نفسه و 3 ممن تعرضوا لمضمون تقديم البدائل كحل للمشكلة.

#### جدول رقم (11) نية عينة الدراسة في تبني سلوك تقليل استخدام الأكياس البلاستيكية مقارنة بمضمون البوست

نية عينة الدراسة	بالتأكيد سيقومون باستخدام بدائل للأكياس البلاستيكية	يوجد احتمال في تبني استخدام بدائل للأكياس البلاستيكية	بالتأكيد لن يقوموا بتقليل استخدام الأكياس البلاستيكية
مضمون البوست	5	7	-
بوست معلومات فقط	3	6	2
بوست تقديم بدائل للأكياس البلاستيكية	3	6	3
بوست إثارة الخوف على صحة الفرد			

بالرغم من ذلك فإن 3 فقط ممن تعرضوا لمضمون الخوف أقرروا بأنهم سيقومون بتقليل استخدام الأكياس البلاستيكية. كما أن 3 فقط ممن تعرضوا للبوست الخاص بتقديم الحل أقرروا بأنهم سيقومون باستخدام هذه البدائل في المستقبل. أما البوست الخاص بتقديم إحصاءات ومعلومات عن حجم المشكلة فأقر 5 ممن تعرضوا له بأنهم بالتأكيد سيقومون بتقليل استخدام الأكياس البلاستيكية في المستقبل.

#### ثانيًا: اختبار فروض الدراسة:

المتغير التابع في كل فروض الدراسة كان متغير النية السلوكية والذي تم قياسه عن طريق سؤال مباشر لكل عينة الدراسة إذا ما كان لديهم نية لتقليل استخدام الأكياس البلاستيكية في حياتهم اليومية بعد تعرضهم للبوست الخاص بحملة "اتحضر للأخضر".

**الفرض الأول:** كلما زاد الاتجاه الإيجابي نحو البيئة زادت النية السلوكية لتقليل استخدام الأكياس البلاستيكية.

المتغير المستقل: الاتجاه نحو البيئة

تم قياس الاتجاه نحو البيئة بسؤال عينة الدراسة عن اتجاههم نحو البيئة ثم تم استخدام مقياس الاتجاهات نحو البيئة Environmental Attitudes Scale وتم تقسيم العينة لأفراد لهم اتجاه إيجابي واتجاه سلبي.

**جدول رقم (12) العلاقة بين الاتجاه نحو البيئة ونية عينة الدراسة في تقليل استخدام الأكياس البلاستيكية**

الاتجاه نحو البيئة النية السلوكية	اتجاه إيجابي	اتجاه سلبي
بالتأكيد سأقوم باستبدال الأكياس البلاستيكية	3	8
قد أجرب بدائل أخرى	11	8
لن أقوم بتغيير سلوكي	3	2
معامل ارتباط سبيرمان	0.265	
مستوى الدلالة	0.124	

ولكن لم تكن هناك علاقة ارتباط واضحة بالنسبة لاتجاه عينة الدراسة نحو القضايا البيئية ونيتهم في تقليل استخدام الأكياس البلاستيكية كما هو موضح في الجدول رقم (12).

ولذلك لم تثبت صحة الفرض الأول.

**الفرض الثاني:** كلما زاد إحساس الفرد بضغط المجتمع المصري في الحفاظ على البيئة زادت النية السلوكية لتقليل استخدام الأكياس البلاستيكية.

المتغير المستقل: ضغط المجتمع المصري

تم قياس متغير ضغط المجتمع المصري عن طريق مجموعة من الجمل ذات مقياس من 5 نقاط، تتراوح بين أوافق بشدة ولا أوافق بشدة، تعبر عن رأي عينة الدراسة في حجم الاهتمام بالقضايا البيئية في المجتمع المصري ومسئولية الحفاظ على البيئة.

**جدول رقم (13) العلاقة بين الإحساس بضغط المجتمع ونية عينة الدراسة في تقليل استخدام الأكياس البلاستيكية**

الإحساس بضغط المجتمع النية السلوكية	يوجد ضغط من المجتمع	لا يوجد ضغط من المجتمع
بالتأكيد سأقوم باستبدال الأكياس البلاستيكية	9	2
قد أجرب بدائل أخرى	11	8
لن أقوم بتغيير سلوكي	2	3
معامل ارتباط سبيرمان	0.293	
مستوى الدلالة	0.089	

وتشير النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 90% ولكنها علاقة ضعيفة.

لذا فقد تم التحقق من صحة الفرض الثاني ولكن قد يحتاج إلى المزيد من البحث في الدراسات المستقبلية.

الفرض الثالث: كلما زاد إحساس الفرد بسهولة تنقيذ استبدال الأكياس البلاستيكية ببدايل أخرى زادت النية السلوكية لتقليل استخدام الأكياس البلاستيكية.

المتغير المستقل: سهولة استبدال الأكياس البلاستيكية

لدراسة هذا المتغير تم إدراج تأثير التعرض لبوست حملة "اتحضر للأخضر" الذي ركز على إعطاء معلومات عن بدائل الأكياس البلاستيكية وفوائدها وتوافرها مقارنةً بالتعرض للمضامين الأخرى.

جدول رقم (14) العلاقة بين مضمون البوست ونية عينة الدراسة في تقليل استخدام الأكياس البلاستيكية

مضمون البوست النية السلوكية	المعلومات	البدايل	الخوف على الصحة
بالتأكيد سأقوم باستبدال الأكياس البلاستيكية	5	3	3
قد أجرب بدائل أخرى	4	7	8
لن أقوم بتغيير سلوكي	3	1	1
Contingency Coefficient		0.304	
مستوى الدلالة		0.467	

تشير النتائج إلى أن طرح البدائل أمام عينة الدراسة لم يؤثر على نيتهم في تقليل استخدام الأكياس البلاستيكية. وقد يرجع ذلك إلى أن البوست الخاص بطرح البدائل ذكر سهولة الحصول على البدائل ولكن لم يركز عليها وبالتالي لم يقتنع أفراد عينة الدراسة بسهولة استخدام بدائل الأكياس البلاستيكية وتوافرها في حياتهم اليومية. كما أن البوست الذي ركز على الخوف على صحة الأفراد كان له تأثير شبه مماثل.

لذا فلم يتم التحقق من صحة الفرض الثالث.

#### مناقشة نتائج الدراسة:

تشير نتائج الدراسة إلى أن الفايسبوك قد لا يكون أفضل موقع تواصل اجتماعي مناسب لتغيير سلوك الجمهور المصري بالنسبة للقضايا البيئية، فبالرغم من أن الفايسبوك قد يكون وسيلة فاعلة في نشر الوعي البيئي لدى المستخدمين إلا أن قلة البوستات التي يتم نشرها عبر الصفحات المهتمة بالبيئة لا تجعل القضايا البيئية من أولويات المستخدمين، فهم لا يتعرضون لها بشكل كبير على عكس القضايا الأخرى. وقد يرجع السبب لكون الجمهور المصري ينظر للفايسبوك كموقع للتواصل الاجتماعي بشكل أساسي. ولكن في جميع الحالات فإن الجمهور المصري غير مهتم بشكل عام بالبحث عن بوستات القضايا البيئية عبر الفايسبوك.

وعدم الاهتمام هذا يتضح أكثر عند استعراض الأنشطة التي يقدم عليها الجمهور المصري تجاه القضايا البيئية. فنتائج الدراسة تشير إلى أن أغلب الأنشطة الداعمة لقضايا البيئة تكون عبر الفضاء الافتراضي وليس على أرض الواقع، وحتى هذه الأنشطة تعتمد على الإعجاب بالبوست فقط. حيث إن مشاركة أفراد عينة الدراسة للبوستات الداعمة لقضايا البيئة كانت قليلة ولم تتم عن اقتناع كامل بالبوست، حيث إن الضغط على زر المشاركة تم قبل الانتهاء من قراءة البوست بالكامل أو مشاهدة الفيديو المصاحب بالكامل. ويتفق هذا مع الدراسات السابقة أيضًا أنه إذا ما كانت نظرة المجتمع إيجابية نحو القضايا البيئية، كما هو الحال الآن في مصر، فإن بعض الأنشطة التي يقوم بها الأفراد تكون في سبيل الحصول على رضا المجتمع وليس الاقتناع بالنشاط نفسه.

كما تشير نتائج الدراسة إلى أنه بالرغم من ارتفاع الوعي بالقضايا البيئية إلا أن السلوكيات الخاصة بالحفاظ على البيئة مازالت قليلة. وأشارت النتائج إلى أن ارتفاع الوعي الخاص بقضايا البيئة مرتبط باتجاه أفراد العينة الإيجابي نحو الحفاظ على البيئة ولكن لا يرتبط ارتفاع الوعي الصحي ولا الاتجاه الإيجابي نحو الحفاظ على البيئة بسلوك الأفراد المحافظ على البيئة. وتتفق هذه النتائج مع نتائج الدراسات السابقة التي أشارت إلى أن السلوك المحافظ على البيئة يتأثر بعوامل أخرى مثل سهولة تنفيذ هذا السلوك أو العوامل الاقتصادية المرتبطة بتنفيذ السلوك أو تأثير تنفيذ السلوك على راحة الفرد.

كما أن هذه الدراسة لم تجد ارتباطًا واضحًا بين السن وبين اتجاهات وسلوك الأفراد في الحفاظ على البيئة مما لا يتفق مع الدراسات السابقة التي تشير إلى أن الأجيال الأصغر سنًا الآن أكثر اهتمامًا بالبيئة ومراعاة لها، ولكن قد يكون تفسير ذلك أن الأجيال الأصغر سنًا ترتبط أكثر بالقضايا أو المواضيع بشكل مؤقت ولا يمتد لفترات طويلة كما هو الحال مع التريند. فلأنه لا يوجد تريند خاص بالقضايا البيئية وتقليل استخدام البلاستيك في وقت الدراسة فإن اهتمام أفراد عينة الدراسة قليل.

#### الخاتمة:

تعتبر هذه دراسة استكشافية استخدمت المنهج شبه التجريبي هدفها إلقاء الضوء على عادات استهلاك الجمهور المصري للأخبار الخاصة بالقضايا البيئية عبر الفايسبوك. وتم اختيار المنهج شبه التجريبي لاختبار تأثير سلوك أفراد عينة الدراسة بعد تعرضهم لبوستات حماية البيئة. وقد تم تنفيذ التجربة على 35 سيدة وفتاة من طالبات كلية الإعلام وخريجياتها بأحد الجامعات الخاصة. وتم اختيار هذه العينة لتحديد متغيرات التعليم والمستوى الاجتماعي والوعي بالقضايا البيئية، على أن تتم ملاحظة تأثير متغيرات السن والميل المسبق نحو الحفاظ على البيئة بالإضافة إلى مضمون البوست الخاص بالقضايا البيئية على اتجاهات الجمهور نحو تناول هذا النوع من القضايا عبر الفايسبوك وعلى نيتهم في تبني سلوكيات محافظة على البيئة. وكان من أهم نتائج الدراسة عدم وجود دليل على ارتباط ارتفاع الوعي بالقضايا البيئية بالاتجاه الإيجابي نحو بوستات تقليل استخدام الأكياس البلاستيكية أو بنية عينة الدراسة في تغير

سلوكياتهم للحفاظ على البيئة. كما تشير النتائج إلى أن مشاركة البوستات الخاصة بالحفاظ على البيئة أو التعليق عليها لا يرتبط بتغيير سلوك الفرد لتبني عادات تحافظ على البيئة.

#### قيود الدراسة:

تعتبر هذه الدراسة دراسة استطلاعية استخدمت المنهج شبه التجريبي، ومن المهم ذكر كل الصعوبات التي واجهت الدراسة للاستفادة منها في تنفيذ الدراسات الشبه التجريبية في المستقبل. ومن أكبر قيود الدراسة أنه لم يتم تحديد متغير المعرفة البيئية بين أفراد عينة الدراسة ولا متغير السلوك السابق، حيث تمت دراسة متغير الاتجاه المسبق نحو البيئة فقط.

تم أيضاً تنفيذ هذه الدراسة على 35 مفردة فقط مما لا يتيح تعميم النتائج على الجمهور. وكانت العينة غير متوازنة لاعتذار المفردة الأخيرة من العينة الأكبر سناً بعد بدء تنفيذ الدراسة. كما أن أفراد العينة كانوا كلهم من الإناث مما لم يعط أية معلومات عن اتجاهات وسلوك الذكور من الجمهور المصري نحو القضايا البيئية المتداولة عبر الفيسبوك.

ومن تحديات الدراسة الأخرى إعادة خلق البيئة الطبيعية للصفحات الخاصة بموقع الفيسبوك، حيث إن الصفحة التي تم إنشاؤها لم تحتوي على أي أخبار اجتماعية أو أي إعلانات لعدم وجود أي أصدقاء عليها أو أي معلومات شخصية. كما أن الصفحات الحقيقية تعتمد على تفضيل المستخدم لمحتوى معين، فإذا ما كان غير مهتم أساساً بالقضايا البيئية فلن يتعرض لها عبر مواقع التواصل الاجتماعي إلا نادراً أو عبر أحد أصدقائه. وهذا قد يؤثر على نتائج الدراسة حيث إن المحتوى الخاص بالقضايا البيئية يواجه منافسة شديدة لمجرد الظهور على صفحات الأفراد.

وأخيراً، فإن هذه الدراسة ركزت على مشكلة واحدة من مشاكل البيئة وهي استخدام الأكياس البلاستيكية، مما لا يسمح بتعميم نتائج الدراسة على الحملات الخاصة بقضايا البيئة الأخرى كلها عبر الفيسبوك أو مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة.

## قائمة المراجع

- 1 Christian, D., Dewancker, B., & Chandra, B. (2020). The Impact of Global Events to Environmental Awareness. *Journal of Asian Urban Environment*.
- 2 (2019). Arab Republic of Egypt: Cost of Environmental Degradation: Air and Water Pollution. Washington: The World Bank.
- 3 قانون البيئة. تم استرداده من موقع جهاز شؤون البيئة - وزارة البيئة - جمهورية مصر العربية-[:https://www.eeaa.gov.eg/ar/eg/%D8%A7%D9%84%D9%82%D9%88%D8%A7%D9%86%D9%8A%D9%86/%D9%82%D8%A7%D9%86%D9%88%D9%86%D8%A7%D9%84%D8%A8%D9%8A%D8%A6%D8%A9.aspx](https://www.eeaa.gov.eg/ar/eg/%D8%A7%D9%84%D9%82%D9%88%D8%A7%D9%86%D9%8A%D9%86/%D9%82%D8%A7%D9%86%D9%88%D9%86%D8%A7%D9%84%D8%A8%D9%8A%D8%A6%D8%A9.aspx)؛ الاتفاقيات الدولية متعددة الأطراف. تم استرداده من موقع جهاز شؤون البيئة - وزارة البيئة - جمهورية مصر العربية-[:https://www.eeaa.gov.eg/ar/eg/%D8%A7%D9%84%D9%82%D9%88%D8%A7%D9%86%D9%8A%D9%86/%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AA%D9%81%D8%A7%D9%82%D9%8A%D8%A7%D8%AA%D8%A7%D9%84%D8%AF%D9%88%D9%84%D9%8A%D8%A9.aspx](https://www.eeaa.gov.eg/ar/eg/%D8%A7%D9%84%D9%82%D9%88%D8%A7%D9%86%D9%8A%D9%86/%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AA%D9%81%D8%A7%D9%82%D9%8A%D8%A7%D8%AA%D8%A7%D9%84%D8%AF%D9%88%D9%84%D9%8A%D8%A9.aspx)
- 4 Hopke, J. E., & Paris, L. (2022). Environmental Social Movements and Social Media. In B. Takahashi, J. Metag, J. Thaker, & S. Evans Comfort, *The Handbook of International Trends in Environmental Communication* (pp. 357-372). Oxford: Routledge.
- 5 Jaini, A., Zulkifli, W. F., & Ismail, M. (2021). The Impact of Eco-Friendly Products and Social Media Toward Environmental Awareness: Moderating Role of Knowledge. In B. Alareeni, A. Hamdan, & I. Elgedawy, *The Importance of New Technologies and Entrepreneurship in Business Development: In The Context of Economic Diversity in Developing Countries* (pp. 491-504). Cham: Springer.
- 6 Facebook Stats and Trends. (2022, February 28). Retrieved from Datareportal: <https://datareportal.com/essential-facebook-stats>
- 7 Kaur, A., & Chahal, H. S. (2018). Role of Social Media in Increasing Environmental Issue Awareness. *Journal of Arts, Science & Commerce*, 9(1). doi:10.18843/rwjasc/v9il/03; Hopke, J. E., & Paris, L. (2022). Op-cit.
- 8 Vu, H. T., Blomberg, M., Seo, H., Liu, Y., Shayesteh, F., & Do, H. V. (2020). Social Media and Environmental Activism: Framing Climate Change of Facebook by Global NGOs. *Science Communication*, 1-25. doi:10.1177/1075547020971644.; Hopke, J. E., & Paris, L. (2022). Op-cit.
- 9 Hopke, J. E., & Paris, L. (2022). Op-cit.; Kaur, A., & Chahal, H. S. (2018). Op-cit.
- 10 Scherman, A., Valenzuela, S., & Rivera, S. (2021). Youth Environmental Activism in the Age of Social Media: The Case of Chile (2009-2019). *Journal of Youth Studies*, 1-20. doi:10.1080/13676261.2021.2010691.; Hopke, J. E., & Paris, L. (2022). Op-cit.
- 11 Tlebere, T., Scholtz, B., & Calitz, A. P. (2016). Using Social Media to Improve Environmental Awareness in Higher Education Institutions. In J. Marx Gómez, & B.

- Scholtz , Information Technology in Environmental Engineering. Springer, Cham: Springer Proceedings in Business and Economics. doi:10.1007/978-3-319-25153-0\_9; Scherman, A., Valenzuela, S., & Rivera, S. (2021). Op-cit.
- 12 Brunner, E. (2017). Wild Public Networks and Affective Movements in China: Environmental Activism, Social Media, and Protest in Maoming. *Journal of Communication*, 67, 665-677; DeLuca, K. M., Brunner, E., & Sun, Y. (2016). Weibo, WeChat, and teh Transformative Events of Environmental Activism on China's Wild Public Screens. *International Journal of Communication*, 10, 231-339; Hopke, J. E., & Paris, L. (2022). Op-cit
- 13 DeLuca, K. M., Brunner, E., & Sun, Y. (2016). Weibo, WeChat, and teh Transformative Events of Environmental Activism on China's Wild Public Screens. *International Journal of Communication*, 10, 231-339.
- 14 Hopke, J. E., & Paris, L. (2022). Op-cit.
- 15 Hadler, M., et al. (2022). Measuring Environmental Attitudes and Behaviors. In *Surveying Climate-Relevant Behavior* (pp. 15-35). Cham: Palgrave Macmillan.
- 16 Choia, D.-H., Nah, S., & Chung, D. S. (2021). Social Media as a Civic Mobilizer: Community Storytelling Network, Social Media, and Civic Engagement in South Korea. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 65, 46-65. doi:10.1080/08838151.2021.1897818
- 17 Zhang, N., & Skoric, M. M. (2018). Media Use and Environmental Engagement: Examining Differential Gains From News Media and Socail Media. *International Journal of Communication*, 380-403.
- 18 Okuah, O., Scholtz, B. M., & Snow, B. (2019). A Grounded Theory Analysis of the Techniques Used by Social Media Influencers and Their Potential for Influencing the Public Regarding Environmental Awareness. SAICSIT'19. Skukuza.
- 19 Gifford, R., & Sussman, R. (2012). Environmental Attitudes. In S. D. Clayton, *The Oxford Handbook of Environmental and Conservation Psychology* (pp. 65-80). Oxford: Oxford University Press.; Hadler, M., et al. (2022). Op-cit.
- 20 Smrekar, A. (2011). From Environmental Awareness in Word to Environmental Awareness in Deed: The Case of Ljubljana. *Acta Geographica Slovenica*, 51(2), 277-292; Hadler, M., et al. (2022). Op-cit.
- 21 Gifford, R., & Sussman, R. (2012). Op-cit.
- 22 Ham, M., Horvat, M., & Mrcela, D. (2016). Insights for Measuring Environmental Awarness. *Ekonomski Vjesnik/Econviews*, 159-176.; Vogelaar, A., & Priante, A. (2021). The Role of Social Media Normative Interventions and Environmental Awareness in Intentions to Change Pro-Environmental Behaviors. *The 54th Hawaii International Conference on System Sciences*, (pp. 2728-2737)
- 23 Ru, Z., Wang, S., CHen, Q., & Yan, S. (2018). Exploring the Interaciton Effect of Norms and attitudes on Green Travel Intention: An Empirical Sudy in Eastern China. *Journal of Cleaner Production*, 197(1), 1317-1327. doi:10.1016/j.jclepro.2018.06.293; Kaur, A., & Chahal, H. S. (2018). Op-cit.
- 24 Scherman, A., Valenzuela, S., & Rivera, S. (2021). Op-cit.; Hadler, M., et al. (2022). Op-cit



- 25 Smrekar, A. (2011). Op-cit.
- 26 Wiernik, B. M., Ones, D. S., & Dilchert, S. (2013). Age and Environmental Sustainability: A Meta-Analysis. *Journal of Managerial Psychology*, 28(7/8), 826-856. doi:10.1108/JMP-07-2013-0221.
- 27 Hadler, M., et al. (2022). Op-cit.; Scherman, A., Valenzuela, S., & Rivera, S. (2021). Op-cit.
- 28 Hopke, J. E., & Paris, L. (2022). Op-cit.
- 29 De Leo, F., Gravili, G., & Miglietta, P. P. (2016). Social Media and Environmental Sustainability: An Overview of European Countries. *International Journal of Business and Management*, 11(6), 1-10.; Karpus, C. T. (2018). Fifteen Minutes of Shame: Social Media and 21st Century Environmental Activism. *Villanova Environmental Law Journal*, 29(1).; Hopke, J. E., & Paris, L. (2022). Op-cit.
- 30 Scherman, A., Valenzuela, S., & Rivera, S. (2021). Op-cit.
- 31 Ozdemir, M., & Alkabbanie, R. (2017). Raising Environmental Awareness Among Young Generation Using Social Media: A Case "Green It at Ishik University". *Euroasian Journal of Science & Engineering*, 2(2), 68-79.
- 32 Vogelaar, A., & Priante, A. (2021). The Role of Social Media Normative Interventions and Environmental Awareness in Intentions to Change Pro-Environmental Behaviors. *The 54th Hawaii International Conference on System Sciences*, (pp. 2728-2737)
- 33 Haque, E., Sungsuwan, T., & Sanglimsuwan, S. (2021). Can Social Media Be a Tool for Increasing Tourists' Environmentally Responsible Behavior? *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 38(4), 1211-1222. doi:10.30892/gtg.38428-762; Tlebere, T., Scholtz, B., & Calitz, A. P. (2016). Op-cit.
- 34 Boulianne, S., & Ohme, J. (2021). Pathways to Environmental Activism in Four Countries: Social Media, Environmental Concern, and Political Efficacy. *Journal of Youth Studies*, 1-22. doi:10.1080/13676261.2021.2011845
- 35 Scherman, A., Valenzuela, S., & Rivera, S. (2021). Op-cit; Zhang, N., & Skoric, M. M. (2018). Op-cit.
- 36 Hadler, M., et al. (2022). Op-cit.
- 37 Smrekar, A. (2011). Op-cit.
- 38 Hadler, M., et al. (2022). Op-cit.
- 39 Calibeo, D., & Hindmarsh, R. (2022). From Fake News to Echo-Chambers: On The Limitations of New Media for Environmental Activism in Australia, and "Activist-Responsive Adaptation". *Environmental Communication*, 1-15. doi:10.1080/17524032.2022.2028648
- 40 Brunner, E. A., & DeLuca, K. M. (2017). The Argumentative Force of Image Networks: Greenpeace's Panmediated Global Detox Campaign. *Argumentation and Advocacy*, 281-299. doi:10.1080/00028533.2016.11821875.
- 41 Boulianne, S., & Ohme, J. (2021). Pathways to Environmental Activism in Four Countries: Social Media, Environmental Concern, and Political Efficacy. *Journal of Youth Studies*, 1-22. doi:10.1080/13676261.2021.2011845; Calibeo, D. &

- Hindmarsh, R. (2022). Op-cit. ; Hadler, M., et al. (2022). Op-cit.; Hopke, J. E., & Paris, L. (2022). Op-cit.; Haque, E., Sungsuwan, T., & Sanglimsuwan, S. (2021). Can Social Media Be a Tool for Increasing Tourists' Environmentally Responsible Behavior? *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 38(4), 1211-1222. doi:10.30892/gtg.38428-762.
- 42 Hopke, J. E., & Paris, L. (2022). Op-cit.
- 43 Boulianne, S., & Ohme, J. (2021). Op-cit.; Vogelaar, A., & Priante, A. (2021). Op-cit.
- 44 Hamid, S., Ijab, M. T., Sulaiman, K., Anwar, R., & Norman, A. A. (2017). Social Media for Environmental Sustainability Awareness in Higher Education. *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 18(4), 474-491. doi:10.1108/IJSHE-01-2015-0010
- 45 Facebook Stats and Trends. (2022, February 28). Op-cit.
- 46 Ozdemir, M., & Alkabbanie, R. (2017). Raising Environmental Awareness Among Young Generation Using Social Media: A Case "Green It at Ishik University". *Euroasian Journal of Science & Engineering*, 2(2), 68-79.
- 47 Zita, M., Burger, C., & Scholtz, B. (2014). The Use of Social Media as an Enabler to Create Environmental Awareness of staff in Higher Education. *Proceedings of the 28th EnviroInfo 2014 Conference*. Oldenburg
- 48 Ecommerce Marketing and Strategy: What is a Trending Topic and How Can it be Used in Ecommerce? (n.d.). Retrieved from Bigcommerce: <https://www.bigcommerce.com/ecommerce-answers/what-is-trending-topic-ecommerce/#:~:text=Definition%3A%20A%20trending%20topic%20is,capitalize%20on%20the%20current%20conversation.>
- 49 Symonds, J. (2021, May 5). Lifespan of Social Media Posts in 2021: How Long Do They Last? Retrieved from The Refinery: <https://the-refinery.io/blog/how-long-does-a-social-media-post-last>
- 50 Scherman, A., Valenzuela, S., & Rivera, S. (2021). Op-cit.
- 51 Hindmarsh, R., & Calibeo, D. L. (2017). The Potential of New and Social Media for Environmental Activism. In S. Crabu, P. Giardullo, F. Miele, & M. Turrini, *Sociotechnical Environments* (pp. 55-69). Milano: Sts Italia Publishing.
- 52 مبادرة "اتحضر للأخضر". (5 أغسطس 2021). تم استرداده من موقع الهيئة العاملة للاستعلامات : <https://sis.gov.eg/Story/223108/%D9%85%D8%A8%D8%A7%D8%AF%D8%B1%D8%A9-%D8%A7%D8%AA%D8%AD%D8%B6%D8%B1-%D9%84%D9%84%D8%A3%D8%AE%D8%B6%D8%B1?lang=ar>
- 53 Alessi, E., & Di Carlo, G. (2018). *Out of The Plastic Trap: Saving the Mediterranean From Plastic Pollution*. Rome: WWF - World Wide Fund for Nature.
- 54 (2021). *Study on Plastic Value Chain in Egypt*. United Nations Industrial Development Organization.
- 55 Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Contemporary Sociology; Ajzen, I., &

- Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Englewood Cliffs, N. J.: Prentice-Hall.
- 56 Ajzen, I. (1985). From Intentions to Actions: A theory of Planned Behavior. In: Kuhl, J., Beckmann, J. (eds) *Action Control*. SSSP Springer Series in Social Psychology. Springer, Berlin, Heidelberg. [https://doi.org/10.1007/978-3-642-69746-3\\_2](https://doi.org/10.1007/978-3-642-69746-3_2); Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. Doi:10.1016/0749-5978(91)90020-T.
- 57 Ajzen, I. (1991). *Op-cit*.
- 58 Zhang, K. (2018). Theory of Planned Behavior: Origins, Development and Future Direction. *International Journal of Humanities and Social Science Invention (IJHSSI)*, 7(5), 76-83.
- 59 *Ibid*.
- 60 Ajzen, I. (1985). *Op-cit*.
- 61 Aziz , F., Rami, A. A., Zaremohzzabieh, Z., & Ahrari, S. (2021). Effects of Emotions and Ethics on Pro-Environmental Behavior of University Employees: A Model Based on the Theory of Planned Behavior. *Sustainability*, 13. doi:10.3390/su13137062.
- 62 Zhang, K. (2018). *Op-cit*.
- 63 Wang, B., & Li, Y. (2022). Consumers' Intention to Bring a Reusable Bag for Shopping in China: Extending the Theory of Planned Behavior. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19. doi:10.3390/ijerph19063638.
- 64 Aziz , F., Rami, A. A., Zaremohzzabieh, Z., & Ahrari, S. (2021). *Op-cit*.
- 65 Zhang, K. (2018). *Op-cit*.
- 66 Wu, L., Zhu, Y., & Zhai, J. (2022). Understanding Waste Management Behavior Among University Students in China: Environmental Knowledge, Personal Norms, and the Theory of Planned Behavior. *Frontiers in Psychology*. doi:10.3389/fpsyg.2021.771723.
- 67 Aziz , F., Rami, A. A., Zaremohzzabieh, Z., & Ahrari, S. (2021). *Op-cit*.
- 68 Wu, L., Zhu, Y., & Zhai, J. (2022). *Op-cit*.
- 69 Aziz , F., Rami, A. A., Zaremohzzabieh, Z., & Ahrari, S. (2021). *Op-cit*.
- 70 Ajzen, I., Czasch, C., & Flood, M. G. (2009). From Intentions to Behavior: Implementation Intention, COmmitment, and Conscientiousness. *Journal of Applied Social Psychology*, 39(6), 1356-1372.
- 71 Kencanasari, R. V., Surahman, U., & Permana, A. Y. (2019). The Instrumental Framework to Measuring Environmental Awareness. *Innovation of Vocational Technology Education*, 101-109.; Ham, M., Horvat, M., & Mrcela, D. (2016). *Op-cit*.
- 72 Smrekar, A. (2011). *Op-cit*.