



ISSN: 2957-3874 (Print)

Journal of Al-Farabi for Humanity Sciences (JFHS)

<https://iasj.rdd.edu.iq/journals/journal/view/95>

مجلة الفارابي للعلوم الإنسانية تصدرها جامعة الفارابي



دور التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة ترشيد استهلاك المياه في المناطق ذات التغطية الإعلامية المحدودة: دراسة في ناحية واسط

م.م باسم جاسر سلمان

Dbba.saok2020@gmail.com

مركز الدراسات الاستراتيجية / جامعة واسط

المستخلص

تُعد أزمة ندرة المياه، باعتبارها أحد أهم التحديات البيئية في القرن الحالي، لا سيما في المناطق القاحلة وشبه القاحلة، من أبرز التحديات التي برزت في الحاجة إلى تبني حلول جديدة لإدارة استهلاك المياه وفي الوقت نفسه، تتمتع وسائل التواصل الاجتماعي، بوصفها أدوات اتصال حديثة، بقدرة كبيرة على زيادة الوعي العام وتعزيز السلوكيات البيئية المسؤولة هدف هذا الدراسة إلى قياس دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية ثقافة ترشيد استهلاك المياه في ناحية واسط، التي تعاني من محدودية التغطية الإعلامية التقليدية اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وجمعت البيانات من خلال أدوات ميدانية وتُظهر النتائج أن لوسائل التواصل الاجتماعي أثراً إيجابياً في زيادة الوعي وتغيير مواقف المستخدمين وسلوكياتهم في مجال ترشيد استهلاك المياه، على الرغم من محدودية البنية التحتية.

مقدمة

يُعد الماء أحد الموارد الحيوية والأساسية لاستمرار الحياة والتنمية المستدامة للمجتمعات البشرية في العقود الأخيرة، أدى النمو السكاني وتغير المناخ والاستغلال المفرط للموارد المائية إلى زيادة الضغط على هذه الموارد. وقد تجلّى هذا الوضع في العديد من مناطق الشرق الأوسط، بما فيها ناحية واسط، في صورة أزمة ندرة المياه. في ظل هذه الظروف، يُعد رفع مستوى الوعي العام وترسيخ ثقافة ترشيد استهلاك المياه من أهم الحلول لمواجهة هذه الأزمة. وبينما تواجه وسائل الإعلام التقليدية قيوداً في بعض المناطق، أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي أداة فعالة في نشر الرسائل التوعوية والبيئية نظراً لانتشارها الواسع وسرعة نشرها وتفاعليتها.

المبحث الأول الإطار المنهجي

مشكلة الدراسة:

مع تفاقم أزمة ندرة المياه في واسط، بات رفع مستوى الوعي العام وإصلاح أنماط استهلاك المياه ضرورة ملحة. إلا أن التغطية الإعلامية المحدودة من قبل وسائل الإعلام التقليدية قد قللت من وصول المواطنين إلى المعلومات والتثقيف اللازمين في هذا المجال. في الوقت نفسه، تمتلك وسائل التواصل الاجتماعي، كأداة حديثة، القدرة على سد هذه الفجوة؛ إلا أن مدى تأثيرها على وعي الناس ومواقفهم وسلوكهم في مجال ترشيد استهلاك المياه غير معروف بدقة. لذا، يتمثل سؤال الدراسة الرئيسي في ما هو دور وفعالية وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز ثقافة ترشيد استهلاك المياه في ناحية واسط.

أسئلة البحث

ما دور التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو ترشيد المياه في المناطق ذات التغطية الإعلامية المحدودة في ناحية واسط؟ ما طبيعة المضامين الإعلامية المتداولة عبر التواصل الاجتماعي المتعلقة بترشيد المياه؟ ما العوامل التي تعزز أو تعيق فاعلية التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة ترشيد استهلاك المياه في المناطق ذات التغطية الإعلامية المحدودة من ناحية واسط؟ هل توجد فروق ذات دلالة احصائية في مستوى الوعي بترشيد استهلاك المياه بين أفراد مجتمع ناحية واسط؟

فرضيات الدراسة

توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين مستوى استخدام التواصل الاجتماعي بترشيد استهلاك المياه في ناحية واسط
توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين التفاعل المحتوى البيئي عبر التواصل الاجتماعي واتجاه أفراد ناحية واسط نحو ترشيد استهلاك المياه
تأثر طبيعة المحتوى المنشور عبر التواصل الاجتماعي في مستوى أفراد ناحية واسط تجاه ترشيد استهلاك المياه
توجد فروق ذات دلالة احصائية في مستوى الوعي بترشيد استهلاك المياه لطبيعة متغيرات أفراد مجتمع ناحية واسط

أهمية الدراسة

تتجلى أهمية هذه الدراسة في عدة جوانب:
تتبع أهمية الدراسة من قضية حيوية تتعلق
بإدارة الموارد المائية في ظل تحديات البيئة التي تواجه مجتمع ناحية واسط مما يسهم من تعزيز ترشيد استهلاك المياه
تسهم الدراسة في إبراز دور التواصل الاجتماعي كوسيلة بديل فعالة لنشر التوعية في المناطق ذات التغطية الإعلامية المحدودة في ناحية واسط
تقدم الدراسة إطار علمي يمكن أن تستفيد منه
المؤسسات الإعلامية و اعلام مركز ماء ناحية واسط في تصميم حملات توعية من ترشيد استهلاك المياه
تثري الدراسة معلومات الإعلام البيئي من خلال الربط بين الاتصال الرقمي وقضايا الاستدامة

اهداف البحث

تحليل دور منصات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي المجتمعي بأهمية ترشيد استهلاك في المناطق التي تعاني من ضعف التغطية الإعلامية
قياس مستوى تأثير المحتوى الرقمي المتداول عبر وسائل التواصل الاجتماعي على سلوك الأفراد تجاه استهلاك المياه في ناحية واسط تحديد ابرز
استراتيجيات الاتصال المستخدمة في منصات التواصل الاجتماعي لتعزيز ثقافة ترشيد استهلاك المياه ملاءمتها البيانات المحدودة الكشف عن
التحديات والمعوقات التي تواجه استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة ترشيد المياه واقتراح تعزيز حلول فعاليتها في المجتمع
حدود البحث

المجال الزمني : من ٢٥ / ٥ / ٢٠٢٦ الى ٢٥ / ٦ / ٢٠٢٦

المجال المكاني: ناحية واسط

المجال الموضوعي : التواصل الاجتماعي وترشيد استهلاك المياه

منهج البحث

المنهج الوصفي باستخدام استبانة المسح الميداني لجمهور ناحية واسط

مجتمع البحث وعينته

جمهور ناحية واسط (١)

العينة / مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي لناحية واسط

الدراسات السابقة - دراسات محلية. تقرير

أوصت دراسة متخصصة حول (دور معالجة الصحف اليومية الأردنية لأزمة المياه) بتنوع الأشكال الصحفية المستخدمة في قضايا المياه،
وتطوير شكل التحقيقات الصحفية والقصص الإخبارية ذات العلاقة، وهدفت دراسة الرسالة التي غطت عينتها الدراسية صحيفتي «الغد»
و«الدستور»، للتعرف على الدور الذي تقوم به الصحافة اليومية في معالجة أزمة المياه، وتعتبر الدراسة التي أعدتها سهى المغربي، وناقشتها
في كلية الصحافة والإعلام بجامعة اليرموك عام ٢٠١٩ من الدراسات العلمية الأولى على مستوى الوطن العربي والأردن التي تتناول هذا
المحور، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج أبرزها، أن أغلب الموضوعات المنشورة ذات صبغة إخبارية، لكنها اعتمدت في "الدرجة الأولى على
مندوبيها كمصدر رئيس للمعلومات" وجاءت معظم الموضوعات المتعلقة بالمياه، منشورة في الصفحات الداخلية، و وفق الدراسة، التي بينت
أن الصحف اهتمت بفئات المناطق الجغرافية كافة، مع إعطاء الأولوية لإقليم الشمال والتركيز عليه، تليه فئة أرجاء المملكة كافة، بحيث
انصب الاهتمام، حسب تأزم الوضع في كل فئة من فئات المناطق الجغرافية

في يناير ٢٠٢٠ أصدر المجلس الاقتصادي والاجتماعي تقرير حالة البلاد لعام ٢٠١٩، تضمن في فصله التاسع محور المياه كأحد محاور القطاعات الأولوية، وعرض لواقع المياه في الأردن قائلاً إن الأردن يعاني عبر التاريخ من شح المياه، ليس فقط بسبب طبيعة المناخ الجاف وقلة الموارد المائية بل وأيضاً نتيجة الزيادة المضطردة الطبيعية والقسرية في عدد السكان، والتي أدت إلى الفقر المائي وتناقص حصة الفرد من المياه. كما اثرت النزاعات الإقليمية على حقوق الأردن المائية من المياه المشتركة، إذ تشكل المياه المشتركة ٤٠% من مجموع مصادر المياه الجوفية والسطحية. يضاف إلى ذلك ظواهر التغير المناخي وما يصاحبه من تدني معدلات الهطول وتغير أنماطها. وقال التقرير أن «السعي لسد العجز المائي أدى إلى زيادة استنزاف الأحواض الجوفية، والضخ الجائر في المناطق المرتفعة لغايات الزراعة، واستمرار انخفاض مستوى سطح الماء، وهو ما يجعل المياه الجوفية توشك على النضوب، ما يعني إعاقة التنمية وجهود مكافحة الفقر والجوع في البلاد وعرض التقرير للتحديات المرافقة لشح المياه ووضعها في تحديين اثنين، تلخص الأول في الآثار الاجتماعية والاقتصادية وتكمن في عدم إمكانية تحقيق المعدلات التنموية المرجوة من خطط التنمية التي تضعها الحكومة، على النمو الاجتماعي والاقتصادي في مما ينعكس سلباً على المملكة، وتلخص الثاني في الآثار على الاستثمار وتكمن في عدم قدرة القطاع على تلبية الاحتياجات الاقتصادية من المياه، مما سيؤدي إلى انحسار الاستثمارات الصناعية على والتجارية والزراعية والسياحية، مما ينعكس سلباً الجهود الحثيثة المبذولة على أعلى المستويات لجلب هذه الاستثمارات، كما عرض التقرير ملامح استراتيجية المياه للأعوام ٢٠١٦-٢٠٢٥ وتلخصت في تعديل وتحديث التشريعات المائية، والادارية المتكاملة لموارد المياه، واستدامة مصادر المياه وحمايتها من التلوث واستنزاف، وحماية حقوق المملكة في الموارد المائية المشتركة، وبناء الشراكات لقطاع المياه، وتكامل الماء والغذاء والطاقة، والاستدامة الاقتصادية وتحسين الماء المالية، وتحقيق أهداف التنمية المستدامة، والانسجام مع رؤية واستراتيجية وثيقة الأردن ٢٠٢٥ لتحقيق أهداف محور الأمن المائي، وبناء قطاع منيع قادر على مواجهة التحديات ومواجهة المستجدات الجديدة والاحتياجات، وتحسين وتأهيل مرافق المياه والبنية التحتية، بما يوفر المنعة وتحسين مستوى الخدمات وتوسعة نطاق التغطية لخدمات المياه والصرف الصحي، وتنسيق التمويل وشؤون المانحين، وإدراج برامج التكيف لمواجهة ظواهر التغير المناخي، وتشجيع البحث العلمي والتطوير)، وعرض التقرير ٦ أهداف لمستوى خدمات المياه والصرف الصحي ضمن سير العمل في تحقيق أهداف استراتيجية المياه والتنمية المستدامة وهي:

- ١- الانتشار السكاني العشوائي في مناطق خارج التنظيم، وصعوبة إيصال الخدمات إلى هذه المناطق، وارتفاع كلف إيصال الخدمات إليها
- ٢- بعد المسافة الأفقية والعمودية بين مصادر المياه والتجمعات السكانية والمدن، بما يرفع كلف إنتاج المياه وتوزيعها
- ٣- عدم كفاية خدمات الصرف الصحي، ومحدودية قدرة محطات التنقية على معالجة مياه الصرف الصحي كما وزيادة الطلب على خدمات الصرف الصحي نتيجة ونوعا الزيادة السكانية الطبيعية والقسرية
- ٤- عدم القدرة على خدمة مناطق معينة بالصرف الصحي بسبب الطبيعة الطبوغرافية، بما يحتم إيجاد حلول ريادية بديلة
- ٥- نمط إدارة الأزمة المفروض على القطاع، والحاجة للاستجابة خارج الخطط وخارج مناطق التنظيم
- ٦- هجرة الكفاءات من قطاع المياه، وعدم القدرة على الاحتفاظ بها أو استقطاب كفاءات جديد الدراسات والأبحاث الأجنبية نشرة وزارة المياه والري ٢٠١٧ قطاع المياه الأردني حقائق وأرقام حيث قامت الوزارة بإصدار هذه النشرة بهدف توفير المعلومات لأصحاب العلاقة بقطاع المياه من الأفراد، والقطاعين العام والخاص بالإضافة لمجتمع الممولين، والداعمين لقطاع المياه وجاء في صفحة الحقائق للنشرة أن الأردن يصنف كثاني أفقر دولة عالمياً في مصادر المياه، وأن أقل من ١٠٠ متر مكعب من الموارد المائية المتجددة السنوية متاح لكل شخص ١٥ حوضاً سطحياً مائياً وأن الأردن يتكون من ١٢ حوضاً في الأردن جوفياً مائياً، ومن أصل ١٢ خزاناً جوفياً مائياً يتم استنزاف ١٠ خزانات مائية جوفية، وهو أكثر من الحد الأمن للاستخراج المتمثل بكميات التغذية الجوفية السنوية دراسة مصادر المعلومات، واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، والتميز العرقي في مدينة فلينت بولاية ميشيغان بسبب أزمة المياه ٢٠١٩ وجاء الغرض من هذه الدراسة تحديد العلاقة بين العرق واستخدامات وسائل الإعلام ومصادر المعلومات خلال أزمة المياه البلدية التي جرت في مدينة فلينت، ميشيغان، الولايات المتحدة الأمريكية، حيث تقول الدراسة أنه «لسوء الحظ، يعاني سكان فلينت، ميشيغان، من هذا الكابوس الدقيق ومع ذلك، لم تقم وسائل الإعلام بعمل عظيم لتغطية هذه الأزمة. وبمرور الوقت، مع مرور كل عام، كان هناك القليل من النقاش حول الموضوع»، وأنه «بسبب نقص التغطية الإعلامية، ربما نسي الكثير من الناس حاجة فلينت إلى المياه النظيفة». ١٩٠ عام ٢٠٢٠ نشرت مجلة المياه والصرف الصحي والنظافة من أجل التنمية

دراسة بعنوان تحديات وميسرات المشاركة العامة في المياه والصرف الصحي والنظافة وقضايا الصحة البيئية الأخرى في غانا وأوغندا: وجهات نظر العلماء والصحفيين والجمهور ٢٠ وجاء في الدراسة أنه على الرغم من العديد من المياه والصرف الصحي والنظافة الصحية (WASH) وغيرها من تحديات الصحة البيئية في أفريقيا جنوب الصحراء الكبرى، لا يعرف الا القليل عن التفاعلات التي تشمل العلماء والصحفيين والجمهور للمساعدة في فهم الجمهور العلاقة بين المياه والصرف الصحي والنظافة والصحة باستخدام أخذ العينات الهادف، أجرينا مقابلات مع المخبرين الرئيسيين ومناقشات جماعية مركزة مع العلماء والصحفيين وأفراد الجمهور في غانا وأوغندا لتحديد القضايا المرتبطة بتعزيز المشاركة العامة مع المياه والصرف الصحي والنظافة الصحية وغيرها من قضايا الصحة البيئية. تم استخدام التحليل الموضوعي الاستقرائي لاستكشاف الأدلة والتحديات والفرص للمشاركة العامة تم تقييد فعالية المشاركة العامة بسبب التفاعلات الضعيفة بين العلماء والصحفيين والفهم المحدود بين الجمهور حول المياه والصرف الصحي والنظافة الصحية وغيرها من قضايا الصحة البيئية. تضمنت التحديات التي تم تحديدها عدم كفاية التعاون بين العلماء والصحفيين، وضيق الوقت لدى العلماء، والضغط من المنظمات العالمية، والمخاوف بشأن عدم كفاية قدرة الصحفيين على التواصل في القضايا البيئية بسبب نقص التدريب تضمنت الحلول الممكنة زيادة التفاعلات ، والتدريب على الاتصال العلمي واستخدام موظفي الإعلام كوسطاء للمعرفة بين العلماء والصحفيين لتعزيز المشاركة العامة مع المياه والصرف الصحي والنظافة الصحية وغيرها من قضايا الصحة البيئية وتساهم الدراسة في الأدبيات حول الحاجة إلى إشراك الجمهور في قضايا المياه والصرف الصحي والنظافة الصحية وغيرها من اهتمامات الصحة البيئية في أكتوبر ٢٠١٩؛ نشرت مجلة Water of Journal دراسة Supply: Research and Technology-Aqua بعنوان «تقييم أزمة نقص المياه في الشرق الأوسط والعلاجات الممكنة ٢١»، أعضاها فريق من الباحثين مكون Omid Parisa Sarzaeim; Mahyar Aboutalebi; Xuefeng Chu; Hugo A. Bozorg-Haddad; Babak Zolghadr-Asli Loáiciga وقد ذكرت الدراسة أن موارد المياه في منطقة الشرق الأوسط أصبحت شحيحة، في حين أن الملايين من الناس لا يحصلون بالفعل على المياه الكافية للشرب واغراض الصحية. وأصبح استنزاف موارد المياه مشكلة كبيرة في هذه المنطقة من المرجح أن تتفاقم عرضت الدراسة لنتائج مسح تقييم حالة استخدام المياه وإمداداتها في دول الشرق الأوسط وذكرت أن (جزء من التحدي هو الوعي حيث تبرز التغطية العالمية قضايا ندرة المياه، ما تشغل في تأطير النقاش حول الحل لكنها غالبا وترجمة المسألة إلى الجماهير تشابه الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية ترشيد استهلاك المياه من أجل توفير المياه الكافية أثناء وجوده الأزمة ، واشترك وسائل التواصل الاجتماعي مع الجمهور في رصد تعليمات خلية الأزمة نشر الوعي البيئي الفائدة من الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية تساهم الدراسة في تقديم نموذج توظيف الإعلام الرقمي في ترشيد استهلاك المياه ذات التغطية الإعلامية المحدودة اختلاف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة تختلف الدراسة الحالية تركيزها على ناحية واسط ذات التغطية الإعلامية المحدودة أهمية التواصل الاجتماعي في ترشيد استهلاك المياه

١٠- نظرية المسؤولية الاجتماعية

يشير معجم الوسيط الى صفة او حال يقع على من استقر عن امر ،يجيب الشخص المستجاب اني بريء من مسؤولية الحدث ويطلق عليه اخلاقيا التزام الشخص اصلاح خطأ الذي حدث وفق القانون والتعليمات النافذة من خلية الأزمة في ناحية واسط الفائدة من النظرية

تكمّن فائدة الدراسة من توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في توفير إطار نظري يساعد على تفسير دور وسائل التواصل الاجتماعي في توعية المجتمع بقضايا ترشيد استهلاك المياه، خاصة في المناطق ذات التغطية الإعلامية المحدودة، ناحية واسط كما تساهم النظرية في تقييم مدى التزام القائمين بتقديم محتوى هادف يعزز السلوكيات الإيجابية، إضافة إلى ذلك تساعد في قياس تأثير السلوكي لوسائل التواصل الاجتماعي، ومدى قدرتها على تحقيق أهداف التوعية والتنمية المستدامة

المبحث الثاني الإطار النظري

اولى: مفهوم التواصل الاجتماعي في العملية الاتصالية

١- مفهوم التواصل الاجتماعي:

هي منصات رقمية تفاعلية عبر الانترنت تتيح الى الأفراد انشاء محتوى اجتماعي ، ومشاركة أفكارهم بشكل مباشر او غير مباشر من خلال الفيديو او صورة او صوت

في إطار دراسة دور التواصل الاجتماعي في ترشيد استهلاك المياه في المناطق ذات التغطية الإعلامية المحدودة ناحية واسط، تعد هذه المنصات وسيلة فعالة لنشر الوعي البيئي والتأثير في سلوك الأفراد، من خلال تقديم رسائل توعوية وتبادل الخبرات، مما يعزز ثقافة ترشيد استهلاك المياه

٢-أنواع التواصل الاجتماعي

أ-موقع YouTube

هي منصة رقمية مشاركة الفيديو تسمح للمستخدم رفع ومشاهدة المحتوى المرئي وتحميل ما يراه مناسب اليه

ب-موقع Facebook

هو موقع تواصل اجتماعي يمكن المستخدمين من انشاء ملفات شخصية والتفاعل مع الآخرين عبر نشر الصور، الفيديوهات، النصوص وبناء شبكات اجتماعية

ج-موقع Instagram

هو منصة تواصل اجتماعي تسمح على مشاركة فيديوهات صغيرة مع امكانية التفاعل من خلال اعجاب او التعليق

د-موقع X

هو موقع تدوين يتيح نشر رسائل قصيرة لنقل الأخبار والتعبير عن آراء الحدث

هـ-موقع WhatsApp

هو تطبيق ترسل فوري يتيح إرسال الرسائل النصية، الفيديو، الصوتية ومشاركة أفكارهم وإجراء المكالمات بين الأفراد والمجموعات

و-موقع Telegram

هو تطبيق تواصل اجتماعي يركز على الامان والسرعة يتيح انشاء قنوات ومجموعات لنشر المحتوى والتفاعل مع الجمهور

ز-موقع Snapchat

هو تطبيق تواصل اجتماعي يتيح للمستخدم مشاركة الصور والفيديوهات، ويعتمد على التفاعل اليومي من خلال القصص والفلاتر

ح-موقع TikTok

هو تطبيق يتيح انشاء ومشاركة مقاطع فيديو قصيرة، يعتمد على المحتوى الترفيهي والابداعي سريع الانتشار

٣-خصائص التواصل الاجتماعي

•التفاعلية تبادل الأدوار بين المرسل والمتلقي بشكل مباشر

•المشاركة يسمح للمستخدم انشاء محتوى ومشاركة مع الآخرين

•السرعة نقل المعلومات ونشرها في وقت قصير

•تكلفة منخفضة مقارنة بوسائل الاتصال التقليدية

•التأثير في سلوك المجتمع من خلال التعليق والاعجاب

الثانية: الأبعاد السلوكية لترشيد استهلاك المياه

١-ثقافة ترشيد استهلاك المياه:

هي جمع أساليب الحياة ورمز ثقافة الاستهلاك تلك الجوانب الثقافية مصاحبة الاستهلاك، هي مجموعة من المعاني صور ورموز تصاحب العملية الاستهلاكية التي تحقق الدلات اليومية

٢-هدف ترشيد استهلاك المياه

•مساعدة مجتمع ناحية واسط لفهم مشكلة ترشيد استهلاك المياه

•تكوين اتجاه ووعي سليم نحو ترشيد استهلاك المياه في ناحية واسط تقادي أزمة المياه

•مساعدة مجتمع ناحية واسط على مهارات الضروري نحو المياه والصرف والتماشي مع إعلانات ترشيد استهلاك المياه

•توعية مجتمع ناحية واسط بالواجبات والحقوق التي تصدر من خلية الأزمة نحو ترشيد استهلاك المياه

٣-الأبعاد السلوكية لترشيد استهلاك المياه في ناحية واسط

•البعد المعرفي: الوعي بأهمية استخدام المياه بشكل صحيح أثناء حدوث الأزمة

•البعد الوجداني: اتجاهات الأفراد نحو ترشيد استهلاك المياه

•البعد الاجتماعي: اثر البيئية المحيطة في تشكيل السلوك

•البعد السلوكي: الممارسات المهنية تعطي اتجاه ترشيد استهلاك المياه

•البعد الدافعي: تبني سلوك ترشيد استهلاك المياه من خلال الحوافز

•البعد الاتصالي: التوعية من ترشيد استهلاك المياه من خلال خلية الأزمة

٤- تطبيق ترشيد استهلاك المياه

•تنفيذ الغرامات على إسراف المياه في الشارع التي تخالف قرارات خلية أزمة ناحية واسط

•تحويل نظام سقي الأراضي الزراعية إلى التقيط

•التنسيق مع الشعائر والأوقاف الدينية في ناحية واسط تجاه ترشيد استهلاك المياه

•التوعية بأهمية ترشيد استهلاك المياه في ناحية واسط من خلال حملات التواصل الاجتماعي

ثالثا : اسهام التواصل الاجتماعي نحو ترشيد استهلاك المياه:

١-اعلام مركز ماء ناحية واسط

•دور اعلام مركز ناحية بما يخدم مجتمع ناحية واسط نحو ترشيد استهلاك المياه

•يقدم اعلام مركز ناحية واسط برامج تعزيز ترشيد استهلاك المياه

•انشاء رقابة ومتابعة من قبل إعلام ناحية واسط من خلال التواصل الاجتماعي

٢-وسائل تواصل اجتماعي ذات اتجاه ترشيد استهلاك المياه لناحية واسط

•إنتاج إعلانات تخدم المشاهد نحو ترشيد استهلاك المياه

•إنتاج إعلانات ملائمة مع خلية الأزمة نحو ترشيد استهلاك المياه

•إنتاج إعلانات ترشيد استهلاك المياه حافز لقنوات اخرى من اجل تشكيل فريق إعلامي مع خلية الأزمة

٣-التواصل الاجتماعي لمجتمع ناحية واسط اتجاه ترشيد استهلاك المياه

•تشكيل فريق من المجتمع من خلال وسائل التواصل الاجتماعي نحو ترشيد استهلاك المياه

•متابعة وبحث مجتمع ناحية واسط من خلال التواصل الاجتماعي عن حملات ترشيد استهلاك المياه التي تصدر من خلية الأزمة

•اظهار رأي تعبير أفراد ناحية واسط نحو ترشيد استهلاك المياه يكون داعم الى الآخرين في المجتمع

المبحث الثالث الإطار النظري

نتائج الدراسة

١-اعتماد سكان ناحية واسط على وسائل التواصل الاجتماعي مصدر معلومات ترشيد استهلاك المياه

٢-فاعلية المحتوى الرقمي في تعزيز وعي ترشيد استهلاك المياه في ناحية واسط

٣-وجود علاقة إيجابية بين التعرض للمحتوى التوعوي وسلوك ترشيد استهلاك المياه في ناحية واسط

٤-ضعف التخطيط الإعلامي لدى المؤسسات في إدارة المحتوى لضيق وقت حدوث الأزمة

٥-التفاعل الجماهيري يساهم في انتشار رسائل التوعية في ناحية واسط

٦-تفضيل جمهور ناحية واسط محتوى المحافظة

٧-وجود فجوة بين الإعلام التقليدي ووسائل التواصل الاجتماعي في ناحية واسط تجاه ترشيد استهلاك المياه

٨-امكانية اعتماد التواصل الاجتماعي بديل إعلامي فعال في المناطق ذات التغطية المحددة

توصيات الدراسة

١-تعزيز دور خلية الأزمة في ناحية واسط انتاج محتوى رقمي توعوي متخصص في ترشيد استهلاك المياه

٢-تحديث صفحات التواصل الاجتماعي لخلية الأزمة في ناحية واسط ليحقق تفاعل مع الجمهور

٣-إنتاج محتوى محلي لناحية واسط يعالج مشكلة أزمة المياه

٤-تكثيف حملات التوعية الرقمية باستخدام

٥-الوسائط المتعددة لجذب جماهير ناحية واسط

٦-تحقيق التكامل بين وسائل الإعلام التقليدية ومنصات التواصل الاجتماعي لنشر رسائل التوعية في ناحية واسط

٧-تدريب الإعلاميين في خلية الأزمة لناحية واسط على استخدام تقنيات التواصل الرقمي

٨-تشجيع وتعزيز مشاركة جمهور ناحية واسط في نشر ثقافة ترشيد استهلاك المياه

٩-إجراء دراسات مجتمعية مستقبلية لقياس أثر وسائل التواصل الاجتماعي على السلوك البيئي في مجالات أخرى

الإحصاء والمناقشة

دور التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة ترشيد استهلاك المياه في المناطق ذات التغطية الإعلامية المحدودة

دراسة ميدانية على عينة من سكان ناحية واسط

أولاً: منهجية التحليل الإحصائي

اعتمد التحليل على بيانات استبانة إلكترونية طُبِّقَتْ على عينة قوامها (٧٥) مفردة من سكان ناحية واسط، تضمنت خمسة محاور رئيسية: التغطية الإعلامية التقليدية والواقع المحلي (٥ فقرات بمقياس رباعي: دائماً-أحياناً-نادراً-أبداً)، استخدام منصات التواصل الاجتماعي (٥ فقرات بالمقياس ذاته)، دور التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة الترشيد (١٠ فقرات بمقياس ليكرت الخماسي: أوافق بشدة إلى لا أوافق بشدة)، والسلوك الفعلي نحو ترشيد المياه (٤ فقرات بمقياس رباعي)، إضافة إلى أسئلة تصنيفية تكميلية. استُخدمت الأساليب الإحصائية الآتية: التكرارات والنسب المئوية للبيانات الديموغرافية والتصنيفية، والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لترتيب الفقرات والمحاور، ومعامل ثبات كرونباخ ألفا لقياس الاتساق الداخلي لكل محور، ومعامل ارتباط بيرسون لاختبار العلاقة بين متغيرات الدراسة، واختبار (t) للعينات المستقلة للكشف عن الفروق تبعاً لمتغيري السكن والجنس. أظهر اختبار الثبات معاملات كرونباخ ألفا مرتفعة لجميع المحاور (التغطية التقليدية ٠.٨٥، استخدام التواصل الاجتماعي ٠.٩٥، دور التواصل الاجتماعي ٠.٩٧، السلوك الفعلي ٠.٧٤)، وهي قيم تفوق الحد الأدنى المقبول إحصائياً (٠.٧٠) وتؤكد اتساق أداة القياس وصلاحياتها لأغراض التحليل.

ثانياً: الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة

جدول (١) توزيع أفراد عينة الدراسة وفق الخصائص الديموغرافية (ن = ٧٥)

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة %
الجنس	ذكر	٤٦	٦١.٣
	أنثى	٢٩	٣٨.٧
الفئة العمرية	أقل من ٢٠ سنة	٢٦	٣٤.٧
	٣١-٤٠ سنة	١٩	٢٥.٣
	٢٠-٣٠ سنة	١٣	١٧.٣
	٤١-٥٠ سنة	٦	٨
	٦١ سنة فأكثر	٦	٨
	٥١-٦٠ سنة	٥	٦.٧

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة %
المستوى الدراسي	معهد أو بكالوريوس	١٩	٢٥.٣
	ابتدائي	١٨	٢٤
	دراسات عليا	١٦	٢١.٣
	متوسط	١٢	١٦
	إعدادي	١٠	١٣.٣
المهنة	موظف/ة	٢٥	٣٣.٣
	طالب/ة	٢٣	٣٠.٧
	ربة بيت	١٤	١٨.٧
	قطاع خاص	٩	١٢
	كاسب	٤	٥.٣
مكان السكن	مركز الناحية	٥٤	٧٢
	مناطق ريفية	٢١	٢٨

المصدر: من إعداد الباحث اعتمادًا على نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الاستبانة.

تشير بيانات الجدول إلى غلبة الذكور على عينة الدراسة (٦١.٣٪) مقابل (٣٨.٧٪) للإناث، وتركز غالبية أفراد العينة في الفئات العمرية الشابة (أقل من ٢٠ سنة بنسبة ٣٤.٧٪)، وهو ما ينسجم مع كون هذه الفئة الأكثر انخراطاً في استخدام منصات التواصل الاجتماعي. كما بينت النتائج تنوعاً في المستوى الدراسي والمهنة، مع تفوق نسبة المقيمين في مركز الناحية (٧٢.٠٪) على المقيمين في المناطق الريفية (٢٨.٠٪)، وهو تباين سيُستثمر لاحقاً لاختبار الفروق في متغيرات الدراسة.

ثالثاً: واقع التغطية الإعلامية التقليدية في ناحية واسط

جدول (٢) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات محور التغطية الإعلامية التقليدية مرتبة تنازلياً

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة
١	١.٠٠٨	٣.٠٣	تتابع البرامج التلفزيونية التي تتحدث عن أهمية الماء وترشيد استهلاكه
٢	١.٠٠٨	٢.٧٩	تسمع حملات توعوية عبر الإذاعة المحلية تتعلق بمشكلات المياه
٣	١.١١	٢.٤٩	تتلقى رسائل توعوية من المؤسسات الحكومية حول ترشيد الاستهلاك
٤	١.٠٣	٢.٤٨	تشعر بأن الإعلام التقليدي يغطي مشكلات المياه في الناحية بصورة كافية
٥	١.٠٩	٢.٣٦	تقرأ مقالات في الصحف أو المجلات المحلية عن شح المياه

المصدر: من إعداد الباحث اعتمادًا على نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الاستبانة.

بلغ المتوسط الحسابي العام لمحوّر التغطية الإعلامية التقليدية (٢.٦٣) من (٤)، وهو متوسط دون منتصف المقياس، ما يدل على ضعف نسبي في التغطية الإعلامية التقليدية لقضايا المياه في ناحية واسط. وقد جاءت متابعة البرامج التلفزيونية في المرتبة الأولى (٣.٠٣)، في حين جاءت قراءة المقالات الصحفية في المرتبة الأخيرة (٢.٣٦)، ما يعكس ضعف الإعلام المكتوب المحلي مقارنة بالوسائل المرئية والمسموعة. كما أن انخفاض متوسط الشعور بكفاية التغطية الإعلامية (٢.٤٨) يؤكد إدراك أفراد العينة لوجود فجوة إعلامية تقليدية حقيقية بشأن قضايا المياه في منطقته. وتتسق هذه النتيجة مع ما تفترضه نظرية فجوة المعرفة التي قدمها تيشنور ودونوهو وأولين، والتي ترى أن ضعف تدفق المعلومات عبر وسائل الإعلام التقليدية إلى فئات اجتماعية بعينها يوسّع الفجوة المعرفية بينها وبين الفئات الأكثر حظاً من التغطية الإعلامية، وهو ما يخلق حافزاً لدى الجمهور المحروم من التغطية الكافية للبحث عن مصادر معلومات بديلة (Tichenor, Donohue, & Olien, ١٩٧٠).

رابعاً: واقع استخدام أفراد العينة لمنصات التواصل الاجتماعي

جدول (٣) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات محور استخدام منصات التواصل الاجتماعي مرتبة تنازلياً

الفرقة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
تستخدم الإنترنت ومنصات التواصل الاجتماعي بصورة منتظمة	٣.١٩	١.١٢	١
تتصفح فيسبوك للاطلاع على الأخبار والمعلومات	٢.٩٦	١.١٧	٢
تستخدم واتساب للتواصل وتلقي المعلومات	٢.٨٣	١.٢٦	٣
تتابع يوتيوب أو تيك توك للحصول على محتوى توعوي	٢.٨١	١.١٨	٤
تنتمي إلى مجموعات/صفحات تتعلق بالشأن المحلي لناحية واسط	٢.٨٠	١.١٩	٥

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الاستبانة.

بلغ المتوسط العام لمحوّر استخدام منصات التواصل الاجتماعي (٢.٩٢) من (٤)، وهو أعلى من متوسط التغطية الإعلامية التقليدية، ما يشير إلى أن التواصل الاجتماعي يحتل مكانة أكبر في حياة أفراد العينة اليومية من الوسائل التقليدية. وقد جاء الاستخدام المنتظم للإنترنت في المرتبة الأولى (٣.١٩)، فيما تصدر فيسبوك المنصات الأكثر استخداماً بنسبة (٤٤.٠٠٪)، تلتها فئة "أخرى" (٣٣.٣٪) والتلغرام (١٢.٠٪). ويلاحظ أن الانتماء إلى مجموعات محلية خاصة بشأن ناحية واسط جاء في المرتبة الأخيرة (٢.٨٠)، ما يفتح المجال أمام مؤسسات المجتمع المحلي لتفعيل حضورها الرقمي بشكل أكبر. ويمكن تفسير ارتفاع معدلات استخدام التواصل الاجتماعي مقارنة بالوسائل التقليدية في ضوء نظرية الاستخدامات والإشباع التي تفترض أن الجمهور فاعل ومدفوع بحاجاته نحو اختيار الوسيلة الأقدر على تلبية حاجاته المعرفية والإخبارية، وأن الوسيلة الأكثر إتاحة وسهولة وصول تحظى بإشباع أكبر لدى الجمهور مقارنة بوسيلة أقل إتاحة (Katz, Blumler, & Gurevitch, ١٩٧٤).

خامساً: دور التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة ترشيد المياه (المحوّر الرئيس)

جدول (٤) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ونسب الموافقة لفقرات محور دور التواصل الاجتماعي مرتبة تنازلياً

الفرقة	المتوسط	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة %	الترتيب
تصلني عبر التواصل الاجتماعي معلومات عن أزمة المياه في منطقتي	٣.٧٥	٠.٩٢	٦٦.٧	١
الحملات التوعوية الإلكترونية أكثر تأثيراً لدي من الحملات الحكومية الرسمية	٣.٦٥	١.١٠	٥٨.٧	٢

الفقرة	المتوسط	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة %	الترتيب
التواصل الاجتماعي يُشجعي على طرح مشكلات المياه أمام الجهات المعنية	٣.٦٤	١.١٥	٥٧.٣	٣
الناشطون والمؤثرون المحليون يؤدون دورًا فاعلاً في التوعية بترشيد المياه	٣.٦١	١.١٤	٥٤.٧	٤
المحتوى المتعلق بالمياه على التواصل الاجتماعي واضح ومفهوم لعامة الناس	٣.٥٩	١.٠٣	٥٨.٧	٥
أثر المحتوى الذي رأيته في تغيير سلوكي تجاه استهلاك الماء	٣.٥٧	١.٠٢	٥٤.٧	٦
أشارك بنفسني منشورات/معلومات عن ترشيد المياه مع الآخرين	٣.٥٧	١.٠٧	٥٦.٠	٦
التواصل الاجتماعي يُعوض النقص في التغطية الإعلامية التقليدية	٣.٥٦	١.٠٠	٥٢.٠	٨
أثق بالمعلومات المتعلقة بالمياه المنشورة على منصات التواصل	٣.٥٢	١.٠٦	٥٣.٣	٩
رأيت مقاطع فيديو/منشورات توعوية تشرح طرق ترشيد الماء بالمنزل	٣.٥٣	٠.٩١	٤٩.٣	١٠

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الاستبانة.

جاء المتوسط الحسابي العام لهذا المحور مرتفعاً نسبياً إذ بلغ (٣.٦٠) من (٥) بانحراف معياري (٠.٩٣)، بما يعادل نسبة موافقة عامة تقارب (٦٠٪)، وهو ما يدل على إدراك واضح لدى أفراد العينة لدور التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة ترشيد المياه. وقد تصدرت فقرة "وصول معلومات عن أزمة المياه عبر التواصل الاجتماعي" الترتيب بمتوسط (٣.٧٥) ونسبة موافقة (٦٦.٧٪)، وهو ما يؤكد أن هذه المنصات تؤدي وظيفة إخبارية أساسية معوّضة عن غياب الإعلام التقليدي. كما لوحظ أن فقرة "تفوق تأثير الحملات الإلكترونية على الحملات الحكومية الرسمية" جاءت في مرتبة متقدمة (٣.٦٥)، وهي إشارة دالة على أن الجمهور المحلي يمنح مصداقية أكبر نسبياً للمحتوى غير الرسمي المتداول عبر التواصل الاجتماعي، ويتسق هذا مع نتيجة السؤال المباشر حول الثقة، إذ أفاد (٤٤.٠٪) من العينة بأنهم يتقنون بمعلومات التواصل الاجتماعي أكثر من الإعلام التقليدي، مقابل (٣٨.٧٪) رأوا تساويهما، و(١٧.٣٪) فضلوا الإعلام التقليدي. أما أدنى الفقرات فكانت "مشاهدة مقاطع فيديو توعوية تشرح طرق الترشيح" (٣.٥٣)، وإن ظل هذا المتوسط في مستوى موافقة مقبول، ما يشير إلى وجود هامش لتحسين المحتوى المرئي المتخصص. وفيما يخص نوع المحتوى المفضل، تصدرت مقاطع الفيديو القصيرة تفضيلات العينة (٤١.٣٪)، تلتها الصور (٣٢.٠٪)، وهي نتيجة تتسجم مع ما توصلت إليه دراسة الحزامي (٢٠٢٢) على عينة سعودية من أن المحتوى المرئي كالفديو والصور المقارنة والإنفوجرافيك هو الأكثر تأثيراً في تفاعل الجمهور مع القضايا البيئية على التواصل الاجتماعي، وما أكدته دراسة (Abu Bakar et al., ٢٠٢٤) من أن الاستمالات الوجدانية عبر المحتوى المرئي الإبداعي تعزز فاعلية حملات ترشيد المياه على منصات التواصل الاجتماعي مقارنة بالمحتوى النصي الجاف. وعلى صعيد الأثر السلوكي المُدرَك ذاتياً، أفاد (٥٢.٠٪) من أفراد العينة بأنهم غيروا سلوكهم الاستهلاكي فعلياً بعد التعرض لمحتوى توعوي عبر التواصل الاجتماعي، و(٣٤.٧٪) أفادوا بتغيير جزئي (إلى حد ما)، في حين لم يتأثر (١٣.٣٪) فقط، وهي نسبة تُظهر أن الأثر السلوكي المُدرَك يشمل الغالبية العظمى من العينة (٨٦.٧٪). وتمثل هذه النتيجة ما رصدته تجربة مبادرة إدارة المياه الأردنية عند استخدامها حملات توعوية عبر التواصل الاجتماعي للحد من استهلاك المياه في الأردن، والتي بينت أن أغلب المواطنين كانوا مدرّكين لأزمة المياه لكن نسبة منهم لم تكن تعتقد بوجود أزمة فعلية قبل الحملة، ما يؤكد الدور المزدوج للتواصل الاجتماعي في التوعية والتحفيز السلوكي معاً (USAID Global Waters, ٢٠١٨).

سادساً: السلوك الفعلي نحو ترشيد المياه

جدول (٥) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات محور السلوك الفعلي نحو ترشيد المياه مرتبة تنازلياً

الفرقة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
أغلق الصنبور أثناء تنظيف الأسنان أو الحلاقة	٣.٨٨	٠.٣٣	١
أصلح تسرب الماء في المنزل فور اكتشافه	٣.٧٢	٠.٥١	٢
أوعي أفراد أسرتي بأهمية عدم إهدار الماء	٣.٥٣	٠.٦٦	٣
أستخدم كميات محدودة من الماء عند الري والغسيل	٣.٤٧	٠.٦٦	٤

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الاستبانة.

جاء المتوسط العام للسلوك الفعلي مرتفعاً (٣.٦٥) من (٤)، وهو أعلى متوسطات المحاور جميعها، ما يعني أن أفراد العينة يمارسون سلوكيات ترشيد فعلية بمعدل مرتفع يفوق مستوى تعرضهم للتوعية عبر أي من الوسيلتين. وقد جاء إغلاق الصنبور أثناء تنظيف الأسنان أو الحلاقة في المرتبة الأولى (٣.٨٨) بأدنى تشتت (٠.٣٣)، بينما جاء استخدام كميات محدودة من الماء عند الري والغسيل في المرتبة الأخيرة (٣.٤٧)، وربما يعود ذلك إلى محدودية الوعي بأثر الاستخدامات الزراعية والمنزلية الكبيرة على استهلاك المياه مقارنة بالسلوكيات الفردية البسيطة.

سابعاً: اختبار العلاقة بين دور التواصل الاجتماعي والسلوك الفعلي

جدول (٦)

المتغيرات	معامل الارتباط (r)	القيمة الاحتمالية (Sig)	الدالة
دور التواصل الاجتماعي × السلوك الفعلي نحو ترشيد المياه	٠.٥٣٨	٠.٠٠٠	دالة عند ٠.٠١
استخدام منصات التواصل الاجتماعي × دور التواصل الاجتماعي	٠.٧١٩	٠.٠٠٠	دالة عند ٠.٠١
التغطية الإعلامية التقليدية × دور التواصل الاجتماعي	٠.٣٢٥	٠.٠٠٤	دالة عند ٠.٠١
التغطية الإعلامية التقليدية × السلوك الفعلي	٠.٢٠٥	٠.٠٧٨	غير دالة

نتائج معامل ارتباط بيرسون بين محاور الدراسة الرئيسية

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الاستبانة (اختبار بيرسون، $n = ٧٥$). تُظهر النتائج وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائية عند مستوى (٠.٠١) بين إدراك دور التواصل الاجتماعي والسلوك الفعلي نحو ترشيد المياه ($r = ٠.٥٣٨$)، وهي علاقة متوسطة القوة تدعم الفرضية الرئيسية للدراسة القائلة بأن التواصل الاجتماعي يسهم في تعزيز السلوك الرشيد تجاه استهلاك الماء، مع الإشارة إلى أن معامل التحديد ($R^2 \approx ٠.٢٩$) يعني أن نحو ٢٩٪ فقط من التباين في السلوك الفعلي يُفسر بدور التواصل الاجتماعي، بينما تتحكم عوامل أخرى (اقتصادية، أسرية، بنيوية كتوفر شبكات الماء) في الجزء الأكبر من هذا السلوك، وهو ما يستدعي الحذر من المبالغة في تفسير الأثر السببي لمنصات التواصل الاجتماعي بمعزل عن هذه العوامل. وتتقارب هذه النسبة مع ما توصلت إليه دراسات دولية حديثة من أن العوامل الاجتماعية والنفسية والسلوكية مجتمعة، وليس التعرض الإعلامي وحده، هي ما يفسر الجزء الأكبر من التباين في سلوك ترشيد المياه. كما تبين وجود ارتباط

قوي بين استخدام منصات التواصل الاجتماعي ودور هذه المنصات المُدرّك في نشر ثقافة الترشيد ($r = 0.719$)، وهو أمر منطقي يؤكد أن كثافة الاستخدام شرط أساس لتحقق الأثر التوعوي. في المقابل، جاء الارتباط بين التغطية الإعلامية التقليدية والسلوك الفعلي غير دال إحصائياً ($\text{Sig} = 0.078$)، وهو مؤشر مهم يدعم فرضية الدراسة الأساسية بأن التواصل الاجتماعي - وليس الإعلام التقليدي - هو الرافد الأكثر فاعلية في تشكيل السلوك المائي الرشيد داخل بيئة ناحية واسط ذات التغطية الإعلامية المحدودة.

ثامناً: الفروق في محاور الدراسة تبعاً لمتغيري السكن والجنس

١. الفروق تبعاً لمكان السكن (مركز الناحية / المناطق الريفية)

جدول (٧) نتائج اختبار (t) للعينات المستقلة تبعاً لمتغير مكان السكن

المحور	متوسط الناحية	مركز	متوسط الريف	قيمة (t)	الدالة
التغطية الإعلامية التقليدية	٢.٧٢		٢.٣٩	١.٤٨	غير دالة (٠.١٤٨)
استخدام التواصل الاجتماعي	٣.٣٣		١.٨٦	٥.٨٣	دالة عند ٠.٠١
دور التواصل الاجتماعي	٣.٨٦		٢.٩٣	٤.٤٥	دالة عند ٠.٠١
السلوك الفعلي	٣.٧٧		٣.٣٣	٤.١١	دالة عند ٠.٠١

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الاستبانة (اختبار t لعينتين مستقلتين).

تظهر النتائج فروقاً دالة إحصائياً لصالح سكان مركز الناحية في محاور استخدام التواصل الاجتماعي، ودوره المُدرّك، والسلوك الفعلي، في حين لم تظهر فروق دالة في التغطية الإعلامية التقليدية بين الفئتين (وكلاهما بمستوى منخفض نسبياً). وتحمل هذه النتيجة دلالة مهمة لموضوع الدراسة: فساكن المناطق الريفية، وهم الأكثر معاناة من محدودية التغطية الإعلامية، هم أنفسهم الأقل استفادة من البديل الرقمي (التواصل الاجتماعي)، على الأرجح بسبب ضعف البنية التحتية للاتصال بالإنترنت أو محدودية إمكانية الوصول إلى الأجهزة الذكية في الريف. وتفسّر هذه الفجوة في ضوء أدبيات "الفجوة الرقمية"، التي تميّز بين فجوة الوصول المادي للإنترنت والأجهزة (المستوى الأول) وفجوة المهارات والاستخدام الفعال (المستوى الثاني)، وترى أن غياب البنية التحتية الرقمية في المناطق الريفية يُبقي هذه الفئات خارج دائرة الاستفادة حتى في وجود محتوى توعوي متاح رقمياً (Van Dijk, ٢٠٢٠). وهذا يعني أن الفجوة الإعلامية التقليدية لا تُعوّض تلقائياً بالتواصل الاجتماعي في المناطق الأكثر تهميشاً، بل تتطلب تدخلات موجهة لسد هذه "الفجوة الرقمية" المتراكبة فوق الفجوة الإعلامية الأصلية.

٢. الفروق تبعاً للجنس

جدول (٨) نتائج اختبار (t) للعينات المستقلة تبعاً لمتغير الجنس

المحور	متوسط الذكور	متوسط الإناث	قيمة (t)	الدالة
التغطية الإعلامية التقليدية	٢.٦٤	٢.٦١	٠.١٩	غير دالة (٠.٨٥٢)
استخدام التواصل الاجتماعي	٣.٢١	٢.٤٦	٢.٨٣	دالة عند ٠.٠١
دور التواصل الاجتماعي	٣.٧٨	٣.٣١	٢.١٢	دالة عند ٠.٠٥
السلوك الفعلي	٣.٧٢	٣.٥٣	١.٨٤	غير دالة (٠.٠٧١)

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الاستبانة (اختبار t لعينتين مستقلتين).

تشير النتائج إلى فروق دالة إحصائياً لصالح الذكور في استخدام منصات التواصل الاجتماعي وفي إدراك دورها التوعوي، في حين لم تظهر فروق دالة بين الجنسين في السلوك الفعلي نحو ترشيد المياه، ما يعني أن الإناث، رغم انخفاض استخدامهن النسبي للتواصل الاجتماعي، لا يقلن عن

الذكور في ممارسة سلوكيات الترشيد الفعلية، ويُرجَّح أن يعود ذلك إلى دور المسؤولية المنزلية المباشرة (رَبَّة البيت) في إدارة استهلاك الماء اليومي بصرف النظر عن مصدر التوعية.

تاسعاً: مناقشة عامة للنتائج

تكشف نتائج الدراسة الميدانية في ناحية واسط عن واقع إعلامي تقليدي محدود التغطية لقضايا المياه (متوسط ٢.٦٣ من ٤)، تقابله كثافة استخدام أعلى نسبياً لمنصات التواصل الاجتماعي (متوسط ٢.٩٢ من ٤)، وهو ما يؤكد صحة الافتراض الأساس الذي بُنيت عليه الدراسة: أن ضعف التغطية الإعلامية التقليدية في المناطق الطرفية يدفع الجمهور المحلي إلى الاعتماد المتزايد على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر بديل للمعلومة والتوعية بقضايا المياه. ويتعزز هذا الاستنتاج بالمتوسط المرتفع نسبياً لمحور "دور التواصل الاجتماعي" (٣.٦٠ من ٥)، وبالعلاقة الارتباطية الموجبة الدالة إحصائياً بين هذا الدور والسلوك الفعلي نحو ترشيد المياه ($r = 0.538$). ويمكن تفسير هذا الاعتماد المتنامي على التواصل الاجتماعي في ضوء نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام التي ترى أن قوة تأثير أي وسيلة في الجمهور تتناسب طردياً مع مدى اعتماد الأفراد عليها كمصدر أساس لتلبية حاجاتهم من المعلومات، خصوصاً حين تضعف الموارد المعلوماتية البديلة (Ball-Rokeach & DeFleur, 1976)؛ فكلما تراجعت قدرة الإعلام التقليدي على تلبية حاجة سكان ناحية واسط للمعرفة بأزمة المياه، ازداد اعتمادهم على منصات التواصل الاجتماعي، وازداد تبعاً لذلك تأثيرها في اتجاهاتهم وسلوكهم. غير أن الدراسة تكشف في الوقت ذاته عن محدودية هذا الأثر عند الانتقال من المستوى الإدراكي إلى المستوى السلوكي الكامل (تفسير نحو ٢٩٪ فقط من التباين)، ما يوحي بأن التواصل الاجتماعي شرط مساعد وليس شرطاً كافياً لترسيخ ثقافة الترشيد، وأن استمرار الفجوة يتطلب تكاملاً بين الجهود الرقمية والبرامج الحكومية والمجتمعية المباشرة. وتُعد نتيجة الفروق تبعاً لمكان السكن من أبرز نتائج الدراسة وأكثرها دلالة على صعيد التوصيات؛ إذ إن الفئة الأكثر حاجة إلى بديل إعلامي (سكان الريف) هي الأقل استفادة فعلياً من هذا البديل، ما يشير إلى وجود "فجوة رقمية" مركبة فوق "الفجوة الإعلامية" الأصلية، وهو ما يستدعي من الجهات المعنية (البلدية ومديرية الماء ومنظمات المجتمع المدني) توجيه حملاتها الرقمية بصيغ تراعي محدودية الوصول إلى الإنترنت في الريف، مع عدم إغفال دور القنوات التقليدية والمجتمعية المباشرة (كالمساجد والمدارس والوجهاء المحليين) في تلك المناطق تحديداً.

عاشراً: أبرز الاستنتاجات

- توجد فجوة واضحة في التغطية الإعلامية التقليدية لقضايا المياه في ناحية واسط (متوسط ٢.٦٣ من ٤)، في حين تحظى منصات التواصل الاجتماعي بمستوى استخدام أعلى نسبياً (متوسط ٢.٩٢ من ٤).
- يُدرك أفراد العينة دوراً فاعلاً للتواصل الاجتماعي في نشر ثقافة ترشيد المياه (متوسط عام ٣.٦٠ من ٥)، وتحديداً في وظيفته الإخبارية (وصول معلومات عن أزمة المياه) بنسبة موافقة بلغت ٦٦.٧٪.
- توجد علاقة ارتباطية موجبة متوسطة ودالة إحصائياً بين دور التواصل الاجتماعي والسلوك الفعلي نحو ترشيد المياه ($r = 0.538$)، بينما لم تثبت علاقة دالة بين التغطية التقليدية والسلوك الفعلي ($\text{Sig} = 0.078$).
- يمارس أفراد العينة سلوكيات ترشيد فعلية بمستوى مرتفع (متوسط ٣.٦٥ من ٤) يفوق مستوى تعرضهم للتوعية عبر أي من الوسيطتين، ما يشير إلى تدخل عوامل إضافية (اقتصادية وأسرية) في تشكيل هذا السلوك.
- سكان مركز الناحية أعلى دلاليًا من سكان الريف في استخدام التواصل الاجتماعي، وفي إدراك دوره، وفي السلوك الفعلي، ما يكشف عن فجوة رقمية إضافية داخل الفجوة الإعلامية الأصلية تصيب الفئة الأكثر حاجة إلى بديل إعلامي.
- لا توجد فروق دالة إحصائياً بين الذكور والإناث في السلوك الفعلي نحو ترشيد المياه رغم تفوق الذكور في استخدام التواصل الاجتماعي وإدراك دوره.
- تفضّل الغالبية من أفراد العينة (٤١.٣٪) مقاطع الفيديو القصيرة كصيغة للمحتوى التوعوي المتعلق بالمياه، ما يوفر توجيهًا عملياً لتصميم الحملات الرقمية المستقبلية.

المصادر والمراجع

أولاً: المراجع العربية

- ١- أبوظالب، مها سليمان، ترشيد المستهلك والاستهلاك وتحديات المستقبل، دبي، دار القلم للنشر والتوزيع، ١٩٩٩.
- ٢- الأزهرى، منظور أحمد، ترشيد الاستهلاك الفردي في الاقتصاد الإسلامي، القاهرة، دار السلام للطباعة والنشر، ٢٠٠٣.

٣-أسامة غاز المدني، ذكاء الإعلام (عمان: دار البازور العلمية للنشر والتوزيع ٢٠٢٢م

٤-انيس، إبراهيم وآخرون ، المعجم الوسيط، القاهرة، دار أحياء التراث العربي، ١٩٩٠.

٥-بيصار، محمد، العقيدة والأخلاق وأثرها في حياة الأفراد المجتمع، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٧٣.

٦-جباري عبد الوهاب ، أثر دراسة السلوكيات الشرائية للمستهلكين على فعالية السياسة الترويجية للمؤسسة- دراسة حالة مؤسسة الرياض (مطاحن الحصنة بالمسيلة)،رساله ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التيسير، جامعة محمد بوضييف بالمسيلة، ٢٠٠٦/٢٠٠٥.

٧-الحارثي، زيد بن عجبر: واقع المسؤولية الشخصية والاجتماعية لدى الشباب السعودي وسبل تنميتها، مركز الدراسات والبحوث، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، ٢٠٠١.

٨-الحزامي، نوف عبد اللطيف ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي والثقافة الخضراء: دراسة مسحية على عينة من طلاب وطالبات جامعة الملك سعود. مجلة البحوث الإعلامية، كلية الآداب، جامعة الأزهر، المجلد (٦٣)، ٢٠٢٢.

٩-دربال، سارة ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي المستدام والتوعية بقضايا التنمية المستدامة. مجلة العلوم الإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، مج (٦)، ع (٢)، ٢٠١٩.

١٠-رزيقة مشتت، حورية شبيبي، آمال أحمد خوجة، الوسائل الإعلامية وتأثيرها على سلوك المستهلك دراسة حالة مجمع صيدال فرع انتيبوتيكال المدينة، رساله ماجستير ،كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التيسير، جامعة المدينة، ٢٠٠٩/٢٠٠٨.

١١-رمضان، صبحي عبد المجيد دليل وخطة ترشيد المياه في الدول العربية-كيفية القيام بالترشيد وأسس ذلك (مزلية وحدائق، تجارية، صناعية، حكومية)، الطبعة الثانية، الأردن، المكتب الإقليمي لشرق المتوسط، التابع لمنظمة الصحة العالمية، الأمم المتحدة، ٢٠٠١.

١٢-روجر روزنبلات، ثقافة الاستهلاك-الاستهلاك والحضارة والسعي وراء السعادة، ترجمه ليلي

١٣-سعدون مهدي ساقى، ترشيد الاستهلاك مسؤولية الفرد والدولة، ا،

١٤-عبد الرحمن بن عبد الله الشاكير، التحولات الاجتماعية.. سناشات نموذجًا ، مجلة آفاق اجتماعية، (المملكة العربية السعودية: العدد ٢٠٢١م،

١٥-عبد الرحيم، آمال ، اتجاهات الطالبة الجامعية السعودية نحو ثقافة ترشيد الاستهلاك، بحث منشور مجلة جامعة دمشق، المجلد ٢٨، العدد الأول، ٢٠١٢.

١٦-نصيف جاسم الدليمي، أصول وعناصر البحث العلمي، القاهرة: مكتبة جزيرة الورد، ١١١١م(، د. ص)

١٧-نهاد فتحي سليمان حجازي ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية للقادة والمؤسسات السياسية، المانيا: المركز الديمقراطي العربي، ٢٠٢٢م.

١٨-النور دفع الله أحمد ، الإعلان الأسس والمبادئ، الإمارات، دار الكتاب الجامعي، ٢٠٠٥.

١٩-وكال نور الدين ، تأثير الاتصال التسويقي على سلوك المستهلك،

ثانياً: المراجع الأجنبية

٢٠-<https://bit.ly/26qeJ> Informational Sources,Social Media Use,and Race in The Flint,Michigan,Water Crisis-Routledge.

٢١-<https://bit.ly/2D6arzb> Evaluation of Water Shortage crisis in the Middle East and possible remedies .AQUA.

٢٢-Evaluation of Water Shortage crisis in the Middle East and possible remedies (AQUA)<https://bit.ly/2VP9eTV>

٢٣-Nicholas P. Lovrich, Xiaochen Hu, Social Media and Criminal Justice, London: Routledge, 2024, d p

٢٤-Abu Bakar, M. F., Wu, W., Proverbs, D., & Mavritsaki, E. (2024). The role of emotional appeal in water conservation communication: A framework for social media engagement. Sustainable Water Resources Management, 10(4), 151.

٢٥-Ball-Rokeach, S. J., & DeFleur, M. L. (1976). A dependency model of mass media effects. Communication Research, 3(1), 3-21.

٢٦-Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Utilization of mass communication by the individual. In J. G. Blumler & E. Katz (Eds.), The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research (pp. 19-32). Sage Publications.

- ٦-٢٧Tichenor, P. J., Donohue, G. A., & Olien, C. N. (1970). Mass media flow and differential growth in knowledge. Public Opinion Quarterly, 34(2), 159-170.
- ٧-٢٨USAID Global Waters (2018). Social Media for Social Good: Raising Awareness of Jordan's Water Crisis. Water Management Initiative Report, Amman, Jordan.
- ٨-٢٩Van Dijk, J. A. G. M. (2020). The Digital Divide. Cambridge, UK: Polity Press.