

السرد الرقمي في الإعلام البيئي الجزائري من البرامج التقليدية إلى زمن الرقمية -دراسة تحليلية لعينة من الفيديوهات القصيرة على قناة اليوتيوب "الجزائر الخضراء"-

Digital Narratives in Algerian Environmental Media: From Traditional Programs to the Digital Era - An Analytical Study of Short Videos on the "Green Algeria" YouTube Channel

أمنية علاق¹

جامعة أم البواقي / مخبر دراسات الاعلام والوسائط الرقمية (الجزائر)، amina.allag@univ-oeb.dz

تاريخ النشر: 2020/12/12

تاريخ القبول: 2025/11/11

تاريخ الاستلام: 2025/04/23

ملخص:

يشهد الإعلام البيئي الرقمي تحولا متسارعا مع تطور التقنيات الرقمية، مما يفتح آفاقا جديدة لنشر الوعي البيئي بفعالية أكبر، تستكشف هذه الدراسة آليات السرد الرقمي المُوظفة في الفيديوهات البيئية القصيرة الجزائرية، مع التركيز على قناة "الجزائر الخضراء" على يوتيوب. اعتمدت الدراسة منهج التحليل النوعي، بتطبيق طريقة التحليل المرئي اللفظي على عينة مختارة من عشرة فيديوهات قصيرة. كشفت النتائج عن تنوع في الرسائل البيئية التي تستهدف تحفيز السلوك الإيجابي وتعزيز المشاركة المجتمعية، إلى جانب التوظيف الفعال للعناصر البصرية والصوتية والاستراتيجيات السردية العاطفية لجذب الجمهور. كما أبرزت الدراسة تحديات تتعلق بآليات جذب المستخدم والمنافسة المحتدمة على منصات الفيديو القصير، إلى جانب فرص كبيرة للوصول السريع والتفاعل المجتمعي. تسهم هذه النتائج في فهم أفضل لكيفية توظيف السرد الرقمي في تعزيز الوعي البيئي عبر الوسائط الرقمية الحديثة. وتؤكد الدراسة على ضرورة الاستمرار في تطوير المحتوى الرقمي البيئي ومواكبة التطورات التقنية والإعلامية لتقديم محتوى تنافسي وفعال في سياق التحول الرقمي للإعلام البيئي. كلمات مفتاحية: السرد الرقمي، الاعلام البيئي الرقمي، الفيديو القصير، تحليل الفيديو اللفظي المرئي.

Abstract:

This study explores digital storytelling mechanisms in Algerian short environmental videos, focusing on the "Green Algeria" YouTube channel amid the digital transformation of environmental media. Using a qualitative approach and visual-verbal video analysis on a

¹ المؤلف المرسل:

purposive sample of ten popular videos, the findings reveal diverse environmental messages promoting positive behavior and community engagement. The study highlights the effective use of visual and auditory elements and emotional storytelling to attract viewers. Challenges include user engagement and competition on short-video platforms, while opportunities lie in rapid reach and community interaction. These insights enhance understanding of digital storytelling's role in environmental awareness and underscore the need for ongoing development of competitive, innovative digital environmental content.

Keywords: Digital storytelling, digital environmental media, short-form video, visual-verbal video analysis.

1. مقدمة :

في ظل التحديات البيئية المتزايدة، أصبح الإعلام البيئي أداة محورية في نشر الوعي البيئي وتعزيز ثقافة الاستدامة، خاصة مع تزايد المخاطر البيئية مثل التغير المناخي، التصحر، التلوث الصناعي، وفقدان التنوع البيولوجي. هذه القضايا لم تعد مقتصرة على النخب العلمية وصانعي القرار، بل أصبحت محط اهتمام المجتمعات كافة، مما يستدعي توسيع نطاق التوعية البيئية وإيصال الرسائل بطرق أكثر فاعلية وتأثيرا.

في العقود الماضية، اعتمد الإعلام البيئي على الوسائل التقليدية مثل الصحف، الإذاعة، والتلفزيون، التي كانت تلعب دورا بارزا في تثقيف الجمهور حول القضايا البيئية، إلا أنها غالبا ما كانت تعتمد على التغطية الإخبارية من تقارير وبرامج مخصصة للبيئة وقضاياها، غير أن هذه الوسائل كانت تعاني من محدودية الانتشار الجغرافي وصعوبة استهداف الفئات الشابة التي باتت تعتمد بشكل متزايد على المنصات الرقمية للحصول على المعلومات.

مع التطورات الرقمية المتسارعة والثورة التكنولوجية التي شهدها مجال الإعلام، تغير المشهد الاتصالي بشكل متسارع، حيث أصبحت المنصات الرقمية، ولا سيما وسائل التواصل الاجتماعي ومواقع مشاركة الفيديو مثل يوتيوب، أدوات مهمة في إيصال الرسائل البيئية بطرق مبتكرة وأكثر تفاعلا. يوتيوب، على وجه الخصوص، أصبح منبرا عالميا لنشر المحتوى

البصري القائم على السرد الرقمي، مما يسمح بإيصال المعلومات المختلفة ومنها البيئية بأشكال مختلفة، من خلال مزج العناصر السمعية والبصرية مع التقنيات الحديثة ما يساهم في خلق تجربة تفاعلية ومؤثرة للمستخدمين.

في هذا السياق، برزت بعض المبادرات الرقمية التي تسعى إلى توظيف الإعلام الرقمي في نشر الوعي البيئي، ومن بين هذه المبادرات مشروع "الجزائر الخضراء" كأحد المبادرات الرائدة في مجال التوعية البيئية في الجزائر، حيث يسعى إلى نشر الوعي حول قضايا البيئة والحفاظ عليها وخاصة في مجال التشجير من خلال استخدام منصات رقمية متنوعة. فقد تم إطلاق صفحات على فيسبوك، تيك توك، انستغرام لمشاركة النصائح والأنشطة البيئية الداعمة لزراعة ثقافة التشجير لدى الجزائريين، بالإضافة إلى قناة على يوتيوب تُعد منبراً لعرض محتوى مرئي متنوع. ومن بين هذا المحتوى، برزت الفيديوهات القصيرة (shorts videos) كواجهة مهمة لمخاطبة المستخدمين، نظراً لقدرتها على جذب الانتباه وتقديم المعلومات بشكل سريع ومؤثر. هذه الفيديوهات تمثل نموذجاً جديداً لكيفية توظيف تقنيات السرد الرقمي لإيصال المعلومات البيئية بفعالية، مما يستدعي دراستها، وتحليل طبيعة التفاعل الجماهيري معها، واستكشاف التحديات التي تواجه هذا النوع من المحتوى الإعلامي في ظل التحولات الرقمية المتسارعة.

بناءً على ذلك، تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على الفيديوهات القصيرة لقناة "الجزائر الخضراء" على يوتيوب، لتحليل كيفية استخدام تقنيات السرد الرقمي فيها، وفهم دورها في نشر الوعي البيئي وتعزيز ثقافة الحفاظ على البيئة. ومن هنا، نطرح التساؤل الرئيسي: كيف تساهم الفيديوهات القصيرة على قناة "الجزائر الخضراء" في نشر الوعي البيئي من خلال السرد الرقمي؟ وللإجابة على هذا التساؤل، سيتم تناول الأسئلة الفرعية التالية:

- ما هي الرسائل البيئية الرئيسية التي تناولتها الفيديوهات القصيرة عينة التحليل؟
- ما هي أساليب السرد الرقمي المستخدمة لإيصال الرسائل البيئية؟
- كيف تؤثر العناصر البصرية والصوتية في تعزيز الرسائل البيئية؟

2.1 أهداف الموضوع وأهميته: تتزايد أهمية الإعلام البيئي في الجزائر، حيث تواجه الجزائر كما كل بلدان العالم تحديات بيئية ملحة مثل تغير المناخ، التلوث والتصحر. هذه الدراسة

تسعى إلى تحليل فعالية السرد الرقمي عبر قناة "الجزائر الخضراء" في زيادة الوعي البيئي وتحفيز السلوكيات الإيجابية. من خلال التركيز على الفيديوهات القصيرة، يمكن فهم كيف يمكن للإعلام الرقمي أن يصل إلى جمهور واسع ويؤثر فيه بشكل فعال.

كما يشهد الإعلام كصناعة تحولات رقمية مستمرة، حيث أصبحت المنصات الرقمية مثل يوتيوب أدوات أساسية لنشر رسائل متنوعة من بينها البيئية. وعليه تسلط الدراسة الضوء على هذا التحول، وتحلل كيف يمكن للسرد الرقمي أن يعزز التفاعل مع الجمهور ويزيد من تأثير الرسائل البيئية. مشروع "الجزائر الخضراء" عبر منصاته المختلفة والذي استقطب اهتماما ملاحظا سواء عبر وسائل الاعلام الرقمية أو حتى وسائل الاعلام التقليدية، يقدم نموذجا مهما لكيفية استخدام هذه المنصات بشكل فعال ما يستدعي الدراسة والبحث.

3.1 نوع الدراسة والمنهج المستخدم:

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية التي تهدف إلى تحليل مضمون الفيديوهات القصيرة لقناة الجزائر الخضراء، من أجل فهم الرسائل البيئية التي تقدمها وآليات التأثير المستخدمة فيها. وتعتمد الدراسة على منهج التحليل النوعي الذي يركز على تفكيك المحتوى السمعي والبصري للفيديوهات، مع دراسة أنماط السرد الرقمي والتفاعل الجماهيري لفهم مدى تأثير هذه الفيديوهات في نشر الوعي البيئي.

يؤدي البحث النوعي دورا محوريا في استكشاف تعقيدات السلوك البشري والتفاعلات الاجتماعية والظواهر الثقافية. بخلاف المناهج الكمية التي تركز على البيانات الرقمية، يتعمق البحث النوعي، وخاصةً من خلال تحليل المحتويات، في النسيج الغني للتجربة الإنسانية. يعد التحليل النوعي منهج متعددة الاستخدامات في تخصصات مثل العلوم الاجتماعية ودراسات الاتصال وعلم النفس والتسويق، حيث يتيح للباحثين اكتشاف المعاني الدقيقة والأنماط المتكررة والروابط الكامنة داخل البيانات النصية أو المرئية أو الصوتية من

خلال ترميز المحتوى وتحليله بشكل منهجي. (Y Sirilakshmi, 2024, pp. 83-97)

لقد أصبحت مقاطع الفيديو القصيرة منتشرة بشكل متزايد، وقد أثرت بشكل كبير على تواصلنا واستهلاكنا السريع للمعلومات. ونظرا للأهمية المتزايدة لهذه الفيديوهات عبر

وسائط اتصالية مختلفة فمن الأهمية بمكان إجراء تحليل لهذه البيانات متعددة الوسائط. وذلك من خلال تبني طريقة تحليل الفيديو المرئي اللفظي (Visual Verbal Video Analysis)، كأحد الأدوات المهمة في جمع البيانات وفق منهج التحليل النوعي وهي إطار عمل من ست خطوات مقتبس من نظرية الوسائط المتعددة ونظرية الأساس البصري لتنظيم وتقييم مواد الفيديو وفقاً للأبعاد التالية: الخصائص العامة للفيديو؛ الخصائص متعددة الوسائط؛ الخصائص البصرية؛ خصائص الشخصيات الرئيسية والثانوية؛ وخصائص المحتوى والتركييب، بما في ذلك نقل الرسائل والعواطف والخطابات (Sahar Fazeli, 2023, pp. 1-17).

يمكن تطبيق هذه الطريقة على أنواع مختلفة من بيانات الفيديو مثل (المقابلات المسجلة بالفيديو، القصص الرقمية، مقاطع الأفلام أو البرامج التلفزيونية) لتحديد العلاقات بين العناصر اللفظية والبصرية للبيانات المرئية. وعلى اعتبار الفيديوهات القصيرة لقناة الجزائر الخضراء بيانات سمعية بصرية ترد في شكل سردي يضم مجموعة من النصائح والتوجيهات فإننا سنخضعها للخطوات الست التي تعمل وفقها طريقة تحليل الفيديو المرئي اللفظي (Ben-David, 2024) :

- جمع البيانات وتنظيمها ومراجعتها: جمع بيانات الفيديوهات القصيرة عينة الدراسة من قناة الجزائر الخضراء، حيث تمت مشاهدتها عدة مرات للتعرف على محتواها وتحديد عناصرها الرئيسية، مثل المكونات البصرية، والخطاب اللفظي، والسياق الذي وردت فيه.
- نسخ البيانات اللفظية: في هذه المرحلة تم نسخ جميع الكلمات المنطوقة، والتعليقات الصوتية في الفيديوهات. تضمن هذه الخطوة توثيق المحتوى اللفظي للتحليل إلى جانب العناصر البصرية، وبما أن الفيديوهات القصيرة لا تتجاوز 60 ثانية فإن تفرغ المحتوى النصي كان أمراً يسيراً مقارنة بالعمل على الفيديو الطويل.
- اختيار وحدات التحليل: في هذه الدراسة يعتبر الفيديو القصير في حد ذاته الوحدة الرئيسية للتحليل بحيث لم يكن هناك حاجة لاختيار مشاهد أو أجزاء معينة، الفيديو من خلال الفكرة التي ترد فيه يعتبر وحدة كاملة قابلة للتحليل.

- استخراج البيانات وترميزها: تعتبر هذه المرحلة أساسية في الدراسة كونها تساعد على استخراج العناصر البصرية واللفظية المساعدة في فهم الرسائل البيئية.
- تنظيم البيانات المستخرجة ووصفها وتفسيرها: بعد استكمال المراحل السابقة تبدأ البيانات تتضح، وتأتي هذه المرحلة في محاولة لوصف، وتفسير كيفية تفاعل البيانات البصرية واللفظية في الفيديوهات القصيرة محل الدراسة لفهم كيفية عرض المحتوى البيئي الرقمي عبر قناة الجزائر الخضراء.
- عرض النتائج: وهي المرحلة الختامية للدراسة وفيها سيتم الإجابة على التساؤلات محل الدراسة.

2. الدراسات السابقة: يشهد العالم اهتماما متزايدا بقضايا البيئة والتنمية المستدامة، حيث برز الإعلام الرقمي، لا سيما شبكات التواصل الاجتماعي، كأدوات فعالة لنشر الوعي البيئي وتغيير السلوكيات. تستعرض هذه الورقة دراسات سابقة تناولت دور الإعلام الرقمي في تعزيز الوعي البيئي والتنمية المستدامة، مع التركيز على منصات مثل تويتر وفيسبوك بهدف توفير أساس نظري وتحديد الفجوات البحثية ضمن سياقات جغرافية وثقافية متنوعة.

2.1 Kholoud Abdullah Miliani, Digital Environmental Media via Social Networks and its Role in Achieving Sustainable Development. (Miliani, 2019, pp. 671-705)

تهدف الدراسة إلى تحليل دور الإعلام البيئي الرقمي عبر منصة تويتر كأداة لتحقيق التنمية المستدامة، من خلال تحليل محتوى حسابات الجمعيات والهيئات البيئية ومقابلات مع 50 ناشطاً بيئياً. أظهرت النتائج اهتماماً متزايداً باستخدام تويتر للتوعية البيئية، مع وجود تحديات مثل نقص المتخصصين، غياب استراتيجيات اتصالية واضحة، وصعوبة جذب الجمهور، إلى جانب فرص كبيرة لتعزيز الوعي والتفاعل المجتمعي. توصي الدراسة بتطوير الكوادر، تبني استراتيجيات اتصالية مستدامة، وتشجيع المشاركة الرسمية والمؤسسية.

2.2 Nassira Djeghri Zarouta, Environmental Media and Awareness of Forest

Hazards in Algeria: Analysis of the Forestry Division's Facebook Page. (Zarouta, 2024, pp. 113-137)

سلطت الدراسة الضوء على دور الإعلام البيئي الإلكتروني في مكافحة حرائق الغابات بالجزائر عبر تحليل منشورات صفحة المديرية العامة للغابات على فيسبوك، مؤكدة أهمية الحملات التوعوية الرقمية في تعزيز حماية الغطاء النباتي وتصحيح السلوكيات البيئية. وتبرز أهمية المنصات الرقمية كأدوات فعالة في التوعية البيئية، مما يتماشى مع تركيز دراستنا على الفيديوهات القصيرة البيئية على يوتيوب.

2.3. Shetty SV and Nayak S. Sustainability communication on social media in the last decade: A review of Asian research perspectives (S, 2025, pp. 1-24)

هدفت الدراسة إلى تحليل اتجاهات البحث حول التواصل من أجل الاستدامة عبر وسائل التواصل الاجتماعي في آسيا بين 2013 و2023، من خلال مراجعة 19 دراسة منشورة. ركزت النتائج على ثلاثة مجالات رئيسية: التسويق الأخضر وتأثيره، دور وسائل التواصل الاجتماعي في النقاشات البيئية، وأهمية المحتوى الذي ينشئه المستخدمون في نشر الوعي. أكدت الدراسة على الإمكانيات الكبيرة لهذه الوسائل في تعزيز السلوكيات البيئية.

تقدم الدراسات السابقة أساساً لفهم دور الإعلام الرقمي في التوعية البيئية، مع التركيز على فعالية السرد الرقمي وتحديات التطبيق في سياقات متعددة. يمكن لبحثنا أن يسد فجوة البحث من خلال تحليل فعالية الفيديوهات القصيرة على يوتيوب في سرد القصص البيئية الجزائرية عبر قناة "الجزائر الخضراء".

3. ضبط المصطلحات:

1.3 السرد الرقمي: هو شكل حديث من إنتاج الوسائط الرقمية، يتيح للأفراد استخدام الأدوات الرقمية لرواية قصصهم الشخصية أو الإبداعية بتنسيقات تفاعلية. يشمل هذا المفهوم مجموعة من السرديات الرقمية مثل القصص التفاعلية، والنصوص الفائقة،

والأفلام، ويُستخدم أيضاً في الحملات الترويجية والتثقيفية. نشأ السرد الرقمي مع تطور تقنيات الإنتاج الرقمي المتاحة وسهولة النشر عبر الإنترنت من خلال منصات مثل يوتيوب. ويُعتمد عليه كاستراتيجية تعليمية لتعزيز الحضور الرقمي للأفراد وتقديم المحتوى بأساليب مبتكرة وتفاعلية (Glossary, 2025). كما يتميز السرد الرقمي بقدرته على التأثير العاطفي، ويُستخدم في مجالات تعليمية وإعلانية وترويجية. يتراوح طول القصص الرقمية التعليمية عادة بين دقيقتين وعشر دقائق، وتُعرض غالباً بتدسيقات تفاعلية تسمح للمستخدم بالتنقل بين عناصرها. (Bouchrika, 2025)

2.3 السرد البيئي الرقمي: تقنية سردية يستخدم فيها تصميم البيئة والعناصر البصرية لنقل القصص، تتقاطع القصص الرقمية والرسائل البيئية، باستخدام أدوات الوسائط المتعددة لسرد القضايا البيئية، أو جهود الحفاظ على البيئة، يسعى هذا النوع من السرد إلى نشر الوعي البيئي بشكل فعال من خلال تقديم رسائل هادفة ومؤثرة تستفيد من الإمكانيات التقنية المتاحة لتعزيز جاذبية المحتوى وتأثيره على الجمهور باستخدام تقنيات الصوت والصورة وغيرها من الوسائط الرقمية. (JonesNick, 2024)

3.3 الفيديو القصير: هو فيديو قصير المدة نسبياً، مدته عادة ما تكون أقل من 10 دقائق، وقد تصل إلى بضع ثوانٍ. أدى ظهور منصات التواصل الاجتماعي مثل تيك توك (بفيديوهات تصل مدتها إلى 3 دقائق)، وقصص إنستغرام (مقاطع مدتها 15 ثانية) إلى شيوع مفهوم محتوى الفيديو القصير. غالباً ما تُصمم هذه الفيديوهات لتكون سهلة المشاهدة والمشاركة، بما يتناسب مع الطبيعة السريعة لوسائل التواصل الاجتماعي وقصر فترات التركيز لدى العديد من المستخدمين. كما تتنوع محتويات مقاطع الفيديو القصيرة بين الترفيه، التعليم، الإعلانات، وغيرها، وتتمثل السمة الرئيسية لها في إيجازها، مما يتطلب إبداعاً في إيصال رسالة أو قصة في إطار زمني محدود. (Storyly, 2025)، ويشير الجدول التالي إلى أهم منصات التواصل الاجتماعي ونوعية الفيديو القصير فيها

الجدول 1: حضور الفيديو القصير عبر منصات التواصل الاجتماعي

المنصة	التسمية	مدة العرض	مجال الاستخدام	الميزات الرئيسية
فيسبوك (Facebook)	ريلز (Reels)	من 15 إلى 60 ثانية	التفاعل عبر المنصات، إعادة استخدام المحتوى	مكتبة صوتيات (موسيقى) واسعة، ميزات داعمة للإعلانات، أدوات تحرير سهلة الاستخدام
إنستغرام (Instagram)	ريلز (Reels)	من 7 إلى 90 ثانية	دعم العلامات التجارية، الإعلانات	ملصقات تفاعلية، تعزيز المحتوى، دمج الموسيقى
تيك توك (TikTok)	فيديو قصير	من 3 ثواني إلى 10 دقائق	التحديات، السرد القصصي	فيديوهات قابلة للتسويق
يوتيوب (YouTube)	شورتس (Shorts)	من 15 ثانية إلى 3 دقائق	البرامج التعليمية محتوى دائم	محتوى قابل للبحث، تكامل مع يوتيوب لزيادة الرؤية طويلة الأمد
سناپ شات (Snapchat)	سبوتلايت (Spotlight)	من 3 إلى 180 ثانية	الترفيه والوصول السريع	منافسة قليلة بين العلامات التجارية
لينكد إن (LinkedIn)	فيديو قصير	حتى 10 دقائق	التسويق بين الشركات	استهداف الجمهور المهني مع رؤى الأعمال
إكس (تويتر سابقًا)	فيديو قصير	حتى 2:20 دقيقة	الأخبار العاجلة، الإعلانات، التحديثات	عرض سريع للأحداث أو المنتجات، سهولة المشاركة في التغريدات

المصدر: من اعداد الباحثة، بالاعتماد على (Storyly, 2025)

3.3 الاعلام البيئي الرقمي: يشير إلى استخدام المنصات والأدوات والتقنيات الرقمية لإنشاء وتوزيع وتحليل محتوى يتناول القضايا البيئية، ويعزز الوعي البيئي، ويشجع الممارسات المستدامة. يستفيد هذا الإصدار الحديث من الإعلام البيئي من الصيغ التفاعلية والقائمة على البيانات مثل مقاطع الفيديو القصيرة، والمحتوى المؤلّد بالذكاء الاصطناعي، والواقع المعزز، وحملات وسائل التواصل الاجتماعي لإشراك الجماهير في نقاشات وقضايا بيئية هامة مثل تغير المناخ والتلوث والحفاظ على التنوع البيولوجي، والتأثير على سلوكهم. (journalism.university, 2023).

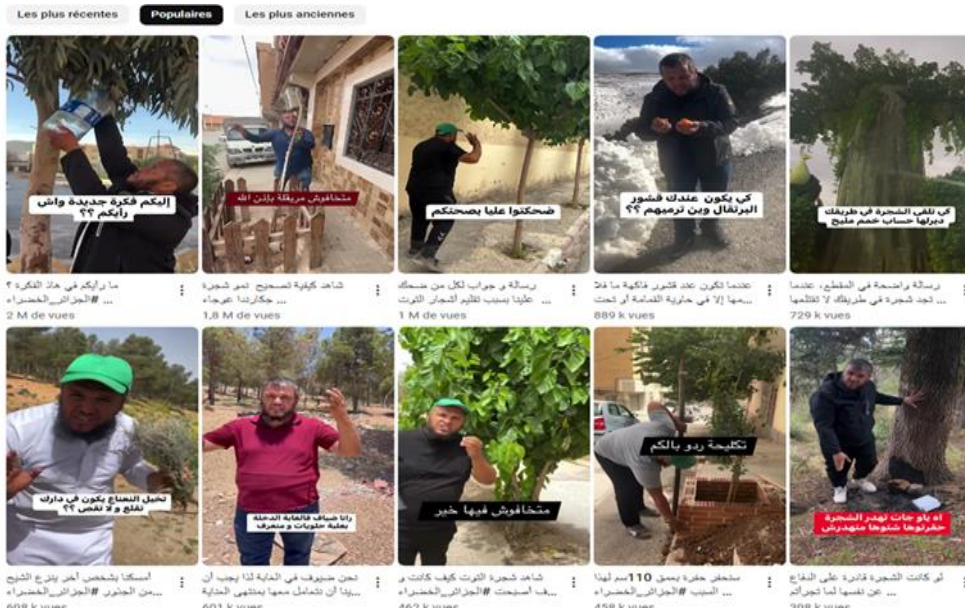
4. مجتمع الدراسة وعينته: في هذه الدراسة المجتمع هو كل الفيديوهات القصيرة (shorts) الموجودة عبر قناة الجزائر الخضراء، القناة التي أنشئت يوم 17 جانفي 2020، وتم رفع عليها أكثر من 1000 فيديو، بنسب مشاهدة تعدت الاثنين والعشرين مليون مشاهدة (Maala F. ,

السرد الرقمي في الإعلام البيئي الجزائري: من البرامج التقليدية إلى زمن الرقمية -دراسة تحليلية لعينة من الفيديوهاات القصيرة على قناة اليوتيوب "الجزائر الخضراء"-

(2025)، ووفقا لصاحب المشروع "فؤاد معلي" وهو رئيس جمعية الجزائر الخضراء، ومهتم بزراعة الأشجار أن الفكرة بدأت بمشروع " شجرة أمام كل بيت" بمدينة باتنة والتي لاقت رواجاً كبيراً خاصة خلال فترة الكوفيد ليتمدد المشروع لاحقاً إلى توسيع التجربة لتشمل نقاط واسعة من الجزائر حيث انخرط فيها الكثير من المهتمين والداعمين ويحقق مشروع "الجزائر الخضراء" عبر منصاته الرقمية المختلفة حضوراً إيجابياً وفاعلاً. (Zeghba, 2024)

ونظراً لصعوبة تحليل جميع الفيديوهات القصيرة المنشورة على القناة خلال فترة الدراسة والتي تتجاوز 100 فيديو، فقد تم اعتماد أسلوب الاختيار القسدي للعينة. وقد استند هذا الاختيار إلى خاصية "الأكثر شعبية" (popular) التي يوفرها يوتيوب، وبعد المراجعة تم حصر عشرة فيديوهات نشرت في الفترة الممتدة من 24 ديسمبر 2023 إلى غاية 6 أبريل 2024 تتصدر قائمة الفيديوهات القصيرة الأعلى نسب مشاهدة حيث تتراوح بين 2 مليون و300 ألف مشاهدة. وتوضح الصورة التالية عينة الدراسة.

صورة رقم 1: تمثل الفيديوها القصيرة عبر قناة الجزائر الخضراء عينة التحليل



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على (Maala F., 2025)

5. تحليل البيانات :

1.5 تحليل الرسائل البيئية: من خلال مراجعة الفيديوهات عينة التحليل يبدو أنها تحمل العديد من الرسائل البيئية الواضحة، والتي تعكس مدى التزام صاحب القناة بالدفاع عن البيئة والتشجيع خاصة على العناية بالأشجار، يبرز مثلاً في الفيديو الأول الذي حقق أعلى نسب المشاهدة (أكثر من 2 مليون مشاهدة) وجاء تحت عنوان: ما رأيكم في هذه الفكرة؟ (Maala f. , 2024) عرض فكرة مبتكرة وبسيطة للاستفادة من الموارد المتاحة (مثل قارورة الماء) بطريقة عملية، الهدف هنا هو تقديم حل بيئي لتخزين الماء بشكل فعال واستخدامه للشرب أو للسقي. كما يشجع المشاهدين على استخدام القوارير الفارغة التي قد تُرمى عادة وتوظيفها في الحفاظ على البيئة من خلال جعلها أداة مفيدة، مثل استخدامها كمصدر ماء مؤقت في الهواء الطلق. وهنا تتجلى الرسالة في تقديم آلية عملية تستهدف "إعادة التدوير" واستخدام المواد المتوفرة بطريقة أكثر استدامة.

صورة رقم 2: توضح كيفية الاستفادة من قارورة الماء لسقي الأشجار



المصدر: (Maala f. , 2024)

الرسالة الثانية التي ظهرت في التحليل هي الدعوة إلى تبني وعي بيئي مستمر من خلال المحافظة على الأشجار وأهميتها، يؤكد الفيديو الذي جاء تحت عنوان: "رسالة وجواب لكل

من ضحك علينا " والذي حقق أكثر من مليون مشاهدة (Maala F. , A message and an answer to everyone who laughed at us, 2024) على أهمية العناية بالأشجار ودورها في تحسين البيئة. رسالة "خضراء إن شاء الله" والتي جاءت شعارا متكررا في كل الفيديوهات حتى تحولت إلى علامة يعرف بها صاحب القناة، والتي تعكس رؤية مستدامة ومستمرة نحو بيئة أكثر خضرة. ففي الفيديو تعددت الرسائل من بينها التشجيع على الفعل المجتمعي من خلال شكر السكان على مساهمتهم في سقي الأشجار، كما يعزز الفيديو من روح التعاون المجتمعي ويحفز الآخرين على المشاركة في الحفاظ على البيئة، أيضا الرد على المشككين حيث يواجه الفيديو الانتقادات بشكل إيجابي وواقعي، معتمدا على النتائج الملموسة التي حققها من خلال العناية بالأشجار (استعراض نجاح تجربة تقليم والعناية بأشجار التوت) صورة رقم 4: توضح مسار الأشجار التي تم الاعتناء بها ورسالة صاحب القناة للمشككين



المصدر: (Maala F. , A message and an answer to everyone who laughed at us, 2024)

يستمر صانع المحتوى في توجيه الرسائل البيئية المختلفة لمتابعيه والمهتمين حيث يؤكد في فيديو آخر بعنوان "كي يكون عندك قشور البرتقال وين ترميهم" والذي حقق قرابة المليون مشاهدة (Maala F. , If you have orange peels, where do you throw them away?, مشاهدة

(2024)، في هذا الفيديو، يوجه صانع المحتوى رسالة توعوية حول كيفية التخلص من قشور البرتقال بطريقة صديقة للبيئة. أين ركز على عدم رميها في الطرقات للحفاظ على نظافة المكان. بدلاً من ذلك، يقترح خيارين إما وضعها في حاويات القمامة لضمان التخلص منها بطريقة صحية، أو الحل الأفضل من وجهة نظره أخذها إلى المناطق الجبلية ووضعها أمام الأشجار لتكون غذاءً للحيوانات البرية، مما يعكس وعياً بالتوازن البيئي.

تُظهر هذه الرسالة جانباً من المسؤولية البيئية وتشجع على سلوكيات بسيطة لكنها فعالة في حماية الطبيعة. هذه الفكرة تتماشى مع مبدأ إعادة الاستخدام في الدورة البيئية، مما يعزز من دور الأفراد في الحفاظ على البيئة.

استمراراً لرسالة الاستدامة والتوعية البيئية يؤكد فيديو آخر تحت عنوان "تخيل النعناع يكون في دارك تقلع ولا تقص" حقق أيضاً قرابة المليون مشاهدة (Maala F., Imagine having mint in your home, you would uproot it but not cut it, 2024)

المحتوى رسالة قوية بأهمية الحفاظ على جذور العديد من الأعشاب المفيدة، مع التركيز على نبتتي النعناع والشيح. يعكس هذا الفيديو توجهها نحو تعزيز الوعي البيئي والمحافظة على النباتات المحلية التي لها استخدامات تقليدية في الطبخ والصحة مما يعكس ارتباط هذه الأعشاب بالثقافة الجزائرية، كما أشار في الفيديو عندما تصادف مع شخص يقوم بقلع النبتة من جذورها مما يساعد على الحد من انجراف التربة، وطلب من المشاهدين التفاعل معه من خلال إخباره تجاربهم في كيفية التعااطي مع هذه الأعشاب والتأكيد خاصة للذين يملكونها في بيوتهم بضرورة الحفاظ عليها بتجنب القلع من الجذور، ويبدو أن رسالة الحفاظ على البيئة بخلفية ثقافية كانت الأكثر حضوراً في الفيديو وتظهر رغبة واضحة لدى صاحب القناة في نقل إرث ثقافي بصيغة بيئية إلى جمهور رقمي يحتاج الإحاطة ببيئته كما ثقافته في مواجهة التحديات المستمرة التي يواجهها.

بمشاهدة الفيديوهات عينة التحليل يتضح أن تنوع الرسائل البيئية تتنوع أيضاً بآماكن عرضها ومن بينها فيديو بعنوان "رانا ضياف في الغابة" حقق أكثر من نصف مليون مشاهدة (Maala F., 2024)، يواصل صانع المحتوى توجيه رسائله التوعوية حول أهمية احترام

التوازن البيئي هذه المرة الرسالة تستهدف الغابات، مسلطا الضوء على بعض السلوكيات التي تؤثر سلبا على البيئة الطبيعية ومن بينها صيد الحيوانات والتي لها دور في إعادة تدوير التربة والحفاظ على خصوبتها، مثل الخنزير البري الذي يعمل على تحريك التربة بفضل عاداته الغذائية، مما يساعد في تجديد العناصر الغذائية وتحفيز نمو النباتات. يؤكد الفيديو على أن الصيد العشوائي لهذه الحيوانات قد يؤدي إلى اضطراب في التوازن البيئي، حيث أن اختفاء بعض الكائنات قد يسبب خللا في دورة الحياة الطبيعية، مما يؤدي إلى مشاكل مثل تدهور التربة بسبب غياب المفترسات الطبيعية. ويدعو صانع المحتوى إلى التعامل مع الغابة كضيوف مسؤولين، مؤكدا على ضرورة احترام الأنظمة البيئية وعدم التدخل في وظائفها الحيوية. فبدلا من الصيد العشوائي، يمكن تبني ممارسات بيئية أكثر استدامة تحافظ على الثروة الحيوانية والنباتية.

ودائما في رسائل التوعية بأهمية الغابات يجسد صانع المحتوى في فيديو آخر بعنوان "لو كانت الشجرة قادرة على الدفاع عن نفسها لما تجرأت" حقق قرابة الأربع مئة ألف مشاهدة (Maala F. , if the tree was able to defend itself, you wouldn't dare., 2023) معاناة الأشجار من خلال تصويرها وكأنها تتألم بسبب وضع الحجارة أمامها وعملية الشواء بجانبها، مما يثير تعاطف المشاهدين ويعزز التأثير العاطفي للرسالة. يستخدم صانع المحتوى جملة قوية تعبر عن ألم الشجرة "لو تكلمت لبكت من الفعل ولو استخدمت لغات مختلفة لتعبر عن حالها"، ليرز أهمية حماية الأشجار التي يصل عمر بعضها إلى 200 عام، مشدداً على ضرورة احترام تاريخها وعراقتها. يظهر الفيديو كدعوة لزيادة الوعي البيئي في المجتمع الجزائري، مع تأكيد التفاؤل والحفاظ على البيئة من خلال شعار القناة "خضراء بإذن الله"، مما يعزز ارتباط الجمهور برسالة القناة ويجعلها صوتاً بيئياً مؤثراً.

الرسائل البيئية تجلت أيضا في نصائح عملية وتطبيقية حيث يستعرض صانع المحتوى في أحد الفيديوهات المعنونة ب" شاهد شجرة التوت كيف كانت و كيف أصبحت " (Maala F. , See the mulberry tree how it was and how it became, 2024) على تجربة ملهمة وواقعية،

يستخدم الفيديو أسلوب السرد القصصي التحفيزي لعرض تجربة زراعة شجرة توت ضعيفة تحولت إلى شجرة وارفة خلال ثلاثة أشهر، مع استرجاع مشهد سابق (flashback) لتوثيق هذه العملية. يهدف هذا التحول إلى توجيه رسالة إيجابية تعزز الإيمان بأن الجهد والمثابرة تؤتيان ثمارها، مما يزيد من مصداقية المحتوى ويحفز المشاهدين على تبني ممارسات بيئية مستدامة.

كما برزت في العديد من الفيديوهات رسائل متجددة في كيفية التعامل الإيجابي مع النباتات وتقديم نصائح عملية لكيفية التعامل معها مثل الفيديو الذي جاء بعنوان "تلكية ردوا بالكم" والذي حقق قرابة النصف مليون مشاهدة (Maala F. , Takliha, Take Care, 2024) تؤكد الرسالة العملية على أهمية الحفر العميق عند زراعة الأشجار لضمان نمو صحي للجذور وتوفير تغذية كافية، متجاوزة الاعتماد على المساحة السطحية فقط. يعكس استخدام مصطلح "تلكية" المحلي تواصلًا فعليًا مع الجمهور المستهدف، ويقدم مشاهد توضيحية عملية لتعزيز فهم المشاهدين وتطبيقهم للنصائح الزراعية، مما يساهم في تحسين نجاح زراعة الأشجار والحفاظ على التربة من الاستنزاف والانجراف.

2.5 أساليب السرد الرقمي المستخدمة لإيصال الرسائل البيئية: تنوعت الأساليب السردية التي اعتمد عليها صاحب القناة لإيصال رسائله البيئية ونرصد منها:

- **العرض البسيط والفعال:** تقدم الفيديوهات حلولاً بسيطة وفعالة من خلال عرض خطوات عملية مباشرة يسهل على المشاهدين تنفيذها، مثل تحويل قارورة إلى مصدر ماء باستخدام أنبوب، مما يبرز إمكانية مواجهة المشكلات البيئية بحلول مبتكرة وغير معقدة.
- **السرد التفاعلي والارتباط بالجمهور:** الاعتماد على أسلوب سرد قصصي يعزز التواصل العاطفي مع المشاهدين مثلاً ربط الأعشاب واستخدامها بالذكريات الثقافية والعائلية.

- **السرد العاطفي:** اعتماد صانع المحتوى على خطاب مشحون بالعاطفة في كثير من الفيديوهات سواء من خلال العبارات أو حتى لغة الجسد أين يظهر متأثراً ببعض السلوكيات السلبية ناقداً ممارسيها ومقدماً نصائح لتجاوزها والحفاظ على الطبيعة.
- **أسلوب الخطاب المباشر:** استخدم صانع المحتوى خطاباً مباشراً بلغة بسيطة "اللهجة العامية" موجهة للجمهور، مما يعزز التفاعل العاطفي ويجعل المشاهد يشعر بمسؤوليته تجاه البيئة. هذا الأسلوب يسهل فهم الرسالة ويجعلها مؤثرة عبر مختلف الفئات العمرية.
- **التحفيز على التفاعل والاستمرارية:** يعتمد صانع المحتوى على صيغة الأسئلة المباشرة لتحفيز التفاعل، مثل طلبه من المتابعين مشاركة تجاربهم في التعامل مع جذور النباتات، مع تشجيعهم على نشر الفيديو ومشاركته مع الآخرين. كما يعزز استخدام العبارات التحفيزية المتكررة مثل "خضراء بإذن الله" ويرسخ رسالة التفاؤل والإصرار على الاستمرار في المبادرة البيئية، مما يقوي الارتباط العاطفي بين القناة وجمهورها ويحفزهم على المشاركة الفعالة.
- **مواجهة الانتقادات:** تظهر مواجهة الانتقادات بشكل صريح إصرار صاحب القناة وثقته في رسالته البيئية، حيث يرد عملياً على الشكوك، مما يعكس عزمه على استمرار المشروع رغم التحديات.
- **السرد الوصفي:** يعتمد السرد الوصفي في الفيديوهات البيئية على تصوير الأضرار التي تلحق مثلاً بالأشجار بسبب أفعال بشرية غير مسؤولة، مثل وضع الحجارة أو الشواء بجانبها، مما يخلق صورة ذهنية واضحة تعزز من تأثير الرسالة على المشاهدين وتحفزهم على الوعي البيئي.
- **التسلسل الزمني:** تعتمد العديد من الفيديوهات على تسلسل سردي واضح يبدأ بجذب الانتباه عبر تحذير أو تشويق، مثل عبارة "تكليحة ردوا بالكم"، ثم عرض المشكلة البيئية بوضوح كالاعتماد على الحفر السطحي عند زراعة الأشجار، وأخيراً

تقديم الحل العملي بالتوجيه للحفر العميق لضمان نمو صحي للنبات. هذا التسلسل يعزز فعالية السرد الرقمي ويحفز المشاهدين على المتابعة والتفاعل.

هذه الأساليب مجتمعة تشكل استراتيجية سرد رقمي متكاملة تعزز من فعالية التوعية البيئية عبر المحتوى الرقمي.

3.5 دور العناصر البصرية والصوتية في تعزيز الرسائل البيئية:

- **الواقعية البصرية في عرض المشكلات البيئية:** يعتمد صانع المحتوى على مشاهد بصرية واقعية وقوية على غرار لقطات مقربة مثلاً للشجرة المتضررة، أو جذور النبتة، أو حتى لقطة عامة للغابة، مما يعزز من التأثير البصري ويعكس الواقع البيئي بوضوح. عند استعراض التجربة عملياً لكيفية الغرس أو الاعتناء بالنباتات وآلية الحفر يلجأ صانع المحتوى إلى ما يسمى المرئيات التوضيحية فمثلاً يعرض المشهد بوضوح عملية الحفر، والواقعية في المشهد تضيف مصداقية للفيديو بعيداً عن أي إضافات أو تغييرات تجعل المشهد معدلاً أو زائفاً مما يدعم الرسالة بصرياً. ومثال ذلك تم تصوير الفيديو الخاص بكيفية التعامل مع قشور البرتقال في بيئة طبيعية، على طريق محاط بالثلوج وأشجار الجبل، ما يعكس الواقعية ويضع المشاهد في قلب المشهد البيئي. هذا الاختيار المكاني يعزز من رسالة الحفاظ على الطبيعة. كما أن الحضور الشخصي لصاحب القناة "فؤاد معل" يعزز من تأثير الرسالة ويخلق رابطاً إنسانياً مع المتابعين، مما يجعل الفيديو أكثر إقناعاً. حيث لاحظنا تواجده في كامل الفيديوهات عينة التحليل.

- **دور العناصر الصوتية في تعزيز الرسائل البيئية:** على مستوى الصوتيات لاحظنا في كامل الفيديوهات عينة التحليل أن اللغة المستعملة هي "اللهجة العامية" الباحثة عن تبسيط المعلومة وجعلها مألوفة فتصبح الرسالة أكثر قرباً من الجمهور المحلي. كما يُستخدم التعليق الصوتي العاطفي لتعميق التأثير العاطفي لدى المشاهدين، خاصة

من خلال تكرار العبارة التي تعبر عن هوية القناة "خضراء بإذن الله"، الحضور الشخصي والصوتي لصاحب القناة كان عفويا طبيعيا دون تصنع أو البحث عن عبارات منتقاة وإنما كان يقدم النصائح أو تطبيقات عملية دون أن يشعر بوجود نص مسبق مكتوب حيث يظهر هادئا في بعض الفيديوهات وتبدو عليه علامات الغضب أو الاستهجان لبعض السلوكيات السلبية المضرّة بالبيئة في فيديوهات أخرى، كما تظهر علامات الفرح في صوته عند شعوره بحالة الإنجاز أو الدعم من محيطه لمشروع الجزائر الخضراء. ما يميز فيديوهات القصيرة لقناة الجزائر الخضراء من ناحية الصوتيات أيضا أنه اعتمد على صوته الطبيعي في التقديم، لم نلاحظ توظيف أي أصوات اصطناعية على غرار مقاطع موسيقية أو صوتية.

4. خاتمة:

تناولت الدراسة تحليل محتوى قناة "الجزائر الخضراء" ودورها في نشر الوعي البيئي عبر الفيديوهات القصيرة، حيث تجسدت الرسائل البيئية في تحفيز السلوكيات الإيجابية مثل إعادة التدوير والاستخدام الأمثل للموارد، وتعزيز المشاركة المجتمعية في ممارسات مستدامة، مع التأكيد على أهمية حماية الأشجار والنباتات والتوازن البيئي، وتطبيق ممارسات زراعية سليمة. كما استخدمت القناة استراتيجيات سرد رقمي فعالة تتميز بالبساطة، والسرد العاطفي، والخطاب المباشر باللهجة العامية، مع توظيف عناصر بصرية وصوتية مؤثرة وحضور شخصي لصاحب القناة. رغم هذه النجاحات، تواجه القناة تحديات تتمثل في محدودية الوقت المتاح للفيديوهات القصيرة التي قد تعيق عمق الرسالة، وصعوبة الحفاظ على انتباه الجمهور في ظل المنافسة الكبيرة مع المحتوى الترفيهي، إلى جانب تحديات قياس التأثير الحقيقي للمحتوى على السلوك البيئي، والحفاظ على مصداقية المعلومات، والوصول إلى شرائح متنوعة من الجمهور. في المقابل، تتيح الفيديوهات القصيرة فرصا كبيرة للوصول السريع والواسع إلى جمهور متنوع، خصوصا الشباب، عبر محتوى جذاب وسهل المشاركة، مع إمكانية تبسيط المفاهيم البيئية المعقدة، وتشجيع التفاعل الفوري وبناء مجتمع مهتم بالبيئة.

بناءً على ذلك، توصي الدراسة بالتركيز على تطوير محتوى إبداعي يجمع بين البساطة والعمق، مع تعزيز التفاعل المجتمعي، بالإضافة إلى تعزيز مصداقية المعلومات من خلال التعاون مع خبراء بيئيين، وتوسيع نطاق الوصول عبر استراتيجيات تسويقية متعددة.

5. قائمة المراجع:

Books:

1. Y Sirilakshmi, A., & T., A. (2024). CONTENT ANALYSIS IN QUALITATIVE RESEARCH: IMPORTANCE AND APPLICATION. In A Guide to Qualitative Research Methods (pp. 83-97).

Articles:

2. Ben-David, S. C. (2024). Applying the Visual-Verbal Video Analysis Framework to Understand How Mental Illness Is Represented in the TV Show Euphoria. International Journal of Qualitative Methods, 23. <https://doi.org/10.1177/16094069231223653>
3. Kholoud Abdullah Miliani. (2019). Digital Environmental Media via Social Networks and its Role in Achieving Sustainable Development. The Egyptian Journal of Media Research, 671-705.
4. Nassira Djeghri Zarouta. (2024). Environmental Media and Awareness of Forest Hazards in Algeria: Analysis of the Forestry Division's Facebook Page. Aleph, 11, 113-137.
5. Sahar Fazeli, J. S. (2023). Performing Qualitative Content Analysis of Video Data in Social Sciences and Medicine: The Visual-Verbal Video Analysis Method. International Journal of Qualitative Methods, 1-17.
6. Shetty, S. V., & Nayak, S. (2025). Sustainability communication on social media in the last decade: A review of Asian research perspectives. F1000Research, 1-24. <https://doi.org/10.12688/f1000research.159108.2>

Websites:

7. Black Forest Collective GmbH. (2023). Digital Storytelling for Young Environmental Activists (International Project). Retrieved from <https://www.dbu.de/projektdatenbank/38219-01/>
8. Bouchrika, I. (2025). Digital Storytelling: Benefits, Examples, Tools & Tips for 2025. Retrieved from <https://research.com/education/digital-storytelling#what>

9. Fouad Maala. (2023, December 4). *If the tree was able to defend itself, you wouldn't dare*. Green Algeria Channel. Retrieved from <https://www.youtube.com/shorts/1U7B07n0i7M>
10. Fouad Maala. (2024, January 11). *Rana Diaf in the Forest*. Green Algeria Channel. Retrieved from https://www.youtube.com/shorts/Gt5m_hKome4
11. Fouad Maala. (2024, March 6). *If you have orange peels, where do you throw them away?* Green Algeria Channel. Retrieved from <https://www.youtube.com/shorts/hE3OW1Pueok>
12. Fouad Maala. (2024, June 18). *A message and an answer to everyone who laughed at us*. Green Algeria Channel. Retrieved from <https://www.youtube.com/shorts/HACj8uhDOBE>
13. Fouad Maala. (2024, June 20). *Takliha, Take Care*. Green Algeria Channel. Retrieved from <https://www.youtube.com/shorts/iNQppGv7WBo>
14. Fouad Maala. (2024, June 4). *Imagine having mint in your home, you would uproot it but not cut it*. Green Algeria Channel. Retrieved from <https://www.youtube.com/shorts/Cmom2f08BUI>
15. Fouad Maala. (2024, April 6). *What do you think of this idea?* Green Algeria Channel. Retrieved from <https://www.youtube.com/shorts/q5XNDtLOWAQ>
16. Fouad Maala. (2025). *Green Algeria Channel*. Retrieved from https://www.youtube.com/@eljazayer_elkhadhra_/featured
17. Glossary, T. H. (2025). Digital Storytelling. Retrieved from <https://tophat.com/glossary/d/digital-storytelling/>
18. JonesNick, N. (2024, August 14). Breaking Down Environmental Storytelling. Retrieved from https://www.linkedin.com/pulse/breaking-down-environmental-storytelling-nick-jones-mlhle?trk=public_post_feed-article-content
19. Journalism University. (2023, November 30). The Role of Mass Media in Environmental Awareness and Action. Retrieved from <https://journalism.university/development-journalism-for-social-change/mass-media-environmental-awareness-action/>
20. Storyly, T. (2025, March). Short-Form Video: What It Is and Why It Drives Engagement. Retrieved from <https://www.storyly.io/glossary/short-form-video>

21. Zeghba, Y. (2024, September). Life Taught Me program: President of the Green Algeria Association, Fouad Maala, reveals secrets for the first time. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=VIVxKmNn>