جامعة يحي فارس–المدية-

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم: علوم الإعلام والاتصال

دور موقع الفايسبوك في تشكيل الوعي البيئي لحملات التشجير

دراسة مسحية على عينة من المجتمع الجزائري

مذكرة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إعداد الطالبتين : تحت إشراف:

- نعيمة نبيح
- بودية كلثوم

د.رابح بلقاسمي

اللقب و الاسم	الرتبة العلمية	الجامعة	الصفة
قطشة عبد القادر	أستاذ التعليم العالي	المدية	رئيسا
رابح بلقاسمي	أستاذ التعليم العالي	المدية	مقررا
معياش ايدير	استاذ محاضر	المدية	عضوا مناقشا

المستوى الجامعي:2024/2023


بسم الله الرحمن الرحيم

إهداء :

من قال أنا لها "نالها"

أهدي هذا النجاح لنفسي أولا ثم إلى كل من سعى معي لإتمام هذه المسيرة.

ها أنا اليوم أقف على عتبة تخرجي قطف ثمار تعبي، فاللهم لك الحمد حتى ترضى

ولك الحمد إذا رضيت و لك الحمد بعد الرضا.

لأنك وفقتني على اتمام العمل أهدي هذا العمل:

إلى المرأة التي صنعت مني فتاة طموحة، قدوتي الأولى التي منها تعرفت على القوة (أمي) أطال الله في عمرك بالصحة والعافية.

إلى ذلك الرجل العظيم الذي أخرج أجمل مافي داخلي وشجعني دائما للوصول إلى طموحاتي وبذل كل ما بوسعه ولم يبخل (أبي) أدامك الله وأطال في عمرك.

إلى من شد الله بهم عضدي فكانوا خير معين وكلما أوشكت أن أتعثر كانوا خير السند "إخوتي" ولله الشكر كله فالحمد لله رب العالمين.

نعيمة

إهداء :

من قال أنا لها "نالها"

لم تكن الرحلةقصيرة ولا ينبغي لها أن تكون، لم يكن لحلم قريبا ولا لطريق كان محفوف بالتسهيلات، لكني فعلتها ونلتها.

لحمد لله حبا وشكرا وامتنانا، الذي بفضلهما أنا اليوم أنظر إلى حلما طال انتظاره وقد أصبح واقعا أفتخر به.

إلى ملاكي لطاهر، وقوتي بعدالله، داعمتي الأولى والأبدية " أمي" أهديك هذا الانجاز التي لولاتضحيتك لما كان له وجود، ممتنة لأن اللهقد لصطفاك لي من البشر أما يا خير شد وعوض.

الى من دعمني بلا حدود و أعطاني بلا مقابل " أبي"

إلىمن مدو أيديهم دون كلل ولا ملل وقت ضعفي"إخوتي" أدامكمالله ضلعا ثابتا لي.

إلى من يذكرون بقوتي ويقفون خلفي كظلي "أولاد أخواتي"

أدامكمالله جميعا لي

كلثوم

شكر وعرفان

نتقدم بالشكر الجزيل والحمد الكثير في الأول والأخير للخلق تبارك وتعالى والذي بعونه ومشيئته تم إنجاز هذه المذكرة

كما نتقدم بأسمى معاني الشكر والتقدير لأستاذنا الفاضل "رابح بلقاسمي" الذي تفضل بقبول الإشراف علينا ولما بذله معنا من جهد جهيد وتوجيه رشيد فله جزيل الشكر والامتنان والتقدير.

خطة البحث:

° ملخص الدراسة.

°مقدمة.

°الفصل الأول الإطار المنهجي.

° إشكالية الدراسة.

° تساؤلات الدراسة.

° أهداف الدراسة.

°أسباب اختيار الموضوع.

° تحديد المفاهيم.

° الدراسات السابقة .

° منهج الدراسة و أداته.

° عينة الدراسة.

° حدود الدراسة.

° الفصل الثاني: الفايسبوك و الإعلام البيئي.

° تمهيد:

° المبحث الأول: الفايسبوك.

° المطلب الأول: نشاة الفايسبوك.

° المطلب الثاني: تعريف الفايسبوك.

° المطلب الثالث: خدمات الفايسبوك.

° المطلب الرابع:خصائص ومميزات موقع الفايسبوك.

° المطلب الخامس: دور موقع الفايسبوك في تنمية الوعي البيئي.

المبحث الثاني: الإعلام البيئي.

° المطلب الأول: تعريف الإعلام البيئي.

° المطلب الثاني: أهمية الإعلام البيئي.

° المطلب الثالث: أهداف الإعلام البيئي.

° المطلب الرابع: مهام الإعلام البيئي.

° خلاصة الفصل الثاني.

° الفصل الثالث حملات الإتصال العمومي والوعي البيئي .

° المبحث الأول: الحملات الإعلامية .

° المطلب الأول: مفهوم الحملة الإعلامية.

° المطلب الثاني: أسس الحملة الإعلامية.

°المطلب الثالث: أشكال الحملات الإعلامية.

° المبحث الثاني: الاتصال العمومي.

°المطلب الأول: تعريف الاتصال العمومي.

° المطلب الثاني: وظائف الإتصال العمومي.

°المطلب الثالث: أهداف الإتصال العمومي .

° المبحث الثالث: الوعي البيئي.

°المطلب الأول : مفهوم الوعي البيئي.

° المطلب الثاني: أنواع الوعي البيئي.

° المطلب الثالث :خصائص الوعي البيئي.

° خلاصة الفصل الثالث .

° الفصل الرابع:قضايا البيئة (حملات التشجير).

° تمهيد:

° المبحث الأول: بطاقة فنية حول محافظة الغابات لولاية المدية.

° المطلب الأول: نشأة محافظة الغابات لولاية المدية.

° المطلب الثاني: التنظيم الهيكلي لمحافظة الغابات .

° المطلب الثالث: حملات مكافحة الغابات.

° المبحث الثاني: تفريغ البيانات وتحليلها.

° المطلب الأول : البيانات الشخصية.

° المطلب الثاني : أنماط وعادات استخدام منصة الفايسبوك.

° المطلب الثالث: الحملات العمومية عبر منصة التواصل عدلت من حيث سلوك المستخدمين من خلال المؤشرات الخاصة بصفحتهم الشخصية .

° المطلب الرابع: تعامل مستخدمي الفايسبوك من خلال الأفكار المطروحة لبناء وعي خاص بالتشجير.

° نتائج الدراسة.

° الاستنتاجات العامة.

° قائمة المصادر والمراجع .

° قائمة الملاحق.

° فهرس الجداول .

° فهرس المحتويات.

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة لتسليط الضوء على دور الإعلام الجديد في نشر الوعي البيئي والثقافة البيئية بين أفراد المجتمع تمحورت الدراسة حول استخدامات موقع الفايسبوك كأحد أبرز وسائل الاتصال الحديثة وكيفية دوره في نشر الوعي البيئي وتعزيز ثقافة الحفاظ على البيئة بشكل يومي وتلقائي خاصة حملات التشجير التي تساهم بشكل كبير في المحافظة على البيئة.

فقد اعتمدنا على المنهج المسحي باعتباره الأنسب لهاته الدراسة من أجل الحصول على معلومات معمقة ومفصلة لأجل تحليل الظاهرة المدروسة، كما اعتمدنا على الاستبيان كأداة أساسية لجمع المعلومات المتعلقة بموضوعنا.

واعتمدنا على العينة العشوائية وتبين لنا بناءا على المعلومات التي توصلنا إليها من خلال دراسة التحليل والنتائج أن الفايسبوك له مكانة ودور كبير في نشر الوعي خاصة لحملات التشجير لدى المجتمع الجزائري كما أنه أصبح أداة أساسية للتواصل الفعلي لدى المجتمع الجزائري.

الكلمات المفتاحية: الدور – موقع الفايسبوك– البيئة– الوعي– المجتمع.

Study summary:

This study aims to shed light on the role of new media in spreading environmental awareness and environmental culture among members of society. The study centered on the uses of Facebook as one of the most prominent modern means of communication and how it plays a role in spreading environmental awareness and promoting the culture of preserving the environment on a daily and automatic basis, especially afforestation campaigns, which contribute significantly. In preserving the environment.

We relied on the Christian approach as the most appropriate for this study in order to obtain in-depth and detailed information in order to analyze the phenomenon studied. We also relied on the questionnaire as a basic tool for collecting information related to our topic.

We relied on a random sample, and it became clear to us, based on the information we obtained through studying the analysis and results, that Facebook has a great place and role in spreading awareness, especially for afforestation campaigns, in Algerian society. It has also become an essential tool for actual communication among Algerian society.

Keywords: role - Facebook - environment - awareness - society.

مقدمة

مقدمة :

تعد منصات التواصل الاجتماعي، من بينها منصة الفايسبوك من أهم الوسائط الحديثة التي أصبحت تلعب دورا بارزا في تشكيل البيئة. فقد أتاحت هذه المنصات إمكانية نشر المعلومات والتوعية البيئية بشكل سريع وواسع النطاق، وساهمت في إشراك المستخدمين والمتابعين في مناقشة هذه القضايا وتبادل الآراء والأفكار حولها.

ولقد أصبحت العلاقة بين الإنسان والبيئة محط اهتمام كبير لدى العديد من الدول والمنظمات وكذا المختصين والعلماء نظرا لما لحق بالمنظومة البيئية من تلوث الذي كان الإنسان المتسبب الرئيسي فيه وغيرها من السلوكيات السلبية.

في ظل التحديات البيئية المتزايدة التي تواجه العالم اليوم، وتنامي الوعي العام بأهمية حماية البيئة والمحافظة عليها، أصبح من الضروري دراسة دور منصات التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي البيئي لدى المجتمع وفي ظل هذا السياق تأتي هذه الدراسة لتسلط الضوء على مواقع التواصل الاجتماعي بصفة خاصة الفايسبوك وتحديد الدور الذي يلعبه لبلورة ونشر الوعي البيئي وخاصة حملات التشجير انطلاقا من طرق وأنماط الاستخدام الجماهيري له حيث قسمناه إلى الفصول التالية:

الفصل الأول: كان بعنوان الإطار المنهجي حيث يتضمن الإشكالية وتساؤلات الدراسة، مفاهيم الدراسة، أسباب اختيار الموضوع، أهداف الدراسة، أهمية الدراسة، مجتمع البحث والعينة، منهج الدراسة وأدوات الدراسة، حدود الدراسة، والدراسات السابقة.

الفصل الثاني : كان بعنوان الفايسبوك والإعلام البيئي ، تضمن مبحثي المبحث الأول حول موقع الفايسبوك أو المبحث الثاني مكان الإعلام البيئي

الفصل الثالث : كان بعنوان حملات الاتصال العمومي والوعي البيئي ، تضمن ثلاث مباحث ، المبحث الأول حول الحملة الإعلامية المبحث الثاني حول الاتصال العمومي ، والمبحث الثالث كان الوعي البيئي

الفصل الرابع : قدخص هذا الجلب التطبيقي للدراسة ، حيثضمن تقرير حول حملات حملات التشجير وتحليل البيانات ليتم الوصول في الأخيرإلى نتائج وخاتمة .

الفصل

الأول: الإطار المنهجي

1- إشكالية الدراسة :

شهد العالم تطورا في المجال الإعلامي والتكنولوجي والتي وصل إليه الإنسان في الفترة الأخيرة إلى إحداث تغيرات في بنية البيئة الطبيعية وعناصرها ، برزت ظواهر بيئية ومشاكل وحتى تبعات لم يعرفها الإنسان من قبل مثل ظاهرة التلوث والضجر وانتشار النفايات في الأماكن العمومية مما أدى إلى حدوث مردود سلبي على الإنسان والبيئة' توصلت بعض الأبحاث العلمية إلى أنها لم تعد قادرة على تجديد مواردها الطبيعية والمطالبة بحق الإنسان في بيئة رطبة وهذا مايدل على وجود اختلال في أنظمة التوازن البيئي وترجع مسؤولية ذلك على عاتق الإنسان كمتسبب أول رغم بلوغه درجات من الرقي والحضارة إلا أن سلوك الفرد من خلال نشاطاته غير المرخصة مثال ذلك المناطق الصناعية لخلق فرص عمل قد تساهم في تلوث مكونات البيئة وتدميرها التي هو ضريبة التطور العلمي والتكنولوجي للإنسان .

نجد في البلدان المتطورة والتي تسعى إلى خلق ثقافة بيئية تهتم بإيجاد وسائل لمكافحة التلوث والمحافظة على البيئة من خلال إعادة النظر في نشاطات الإنسان والحد منها ومحاولة تحقيق وعي بيئي على غرار البلدان النامية من بينها الجزائر التي لاتزال في بداياتها الأولى ذات تكنولوجيا متخلفة، مشكلات البيئة لها أبعاد عدة تؤثر على مختلف المستويات لذا ضروري الحفاظ عليها ومن بين تلك الطرق التوعية ، توعية الأفراد والجماعات والمجتمع ككل وغياب الوعي يؤثر بشكل باشر على النظام البيئي بدءا من الأسرة مرورا بالمؤسسات التربوية والمجتمع وصولا إلى القيادات السياسية والإعلامية وصناع القرار .

تستطيع مواقع التواصل الاجتماعي والمتمثلة في الفايسبوك على رأسها نظرا لما يميزه من من خصائص عن غيره من الوسائط كالتفاعلية والسرعة في نقل الرسائل أن تتبنى جزءا كبيرا من كبيرا من مسؤولية التوعية البيئية كبديل لوسائل الإعلام التقليدية من حيث التأثير في

الاتجاهات والسلوكات و توجيه أكبر قدر من فئات المجتمع بإدخال ثقافة بيئية وتشكيل الوعي الوعي من خلال استخدام وتقديم وسائط للجمهور من معلومات عن القضايا البيئية وتوفيرها بشكل وتوفيرها بشكل دائم في الفترة الأخيرة تم إعادة بعث المشروع السد الأخضر رسميا تحت القيادة القيادة المشتركة لمنظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة (فار) في يوليو 2021 تم تأهيل السد السد الأخضر عبر 30 ولاية وهذا بإعادة تشجير عدد من المنطق نظرا لتقلص مساحات الخضراء الخضراء وعوامل مناخية مؤخرا في ظل مكافحة التصحر في مثل هذا النوع من الجهود يمكن أن يمكن أن تحدث تحسننا كذلك هو الأمر لمنصة الفايسبوك نظرا لأهمية هذا الموقع والأثر التي يمكن التي يمكن أن يحدثه خاصة عندما يكون إيجابي بحيث يتخذ وجهة بناءة مكتسبة مجموعة من من المثل والقيم العليا خاصة التي تتعلق بالبيئة وصحيح أنه لا يمكن أن يوجه الإنسان كيف كيف يفكر ولكن بمقدوره توجيه فكره نحو مسائل مهمة كالبيئة فتوعية المجتمع أمر مهم وحائز في وحائز في تكوين مسار تشاركي لحماية والحفاظ على البيئة التي أصبح أمر مهم ولا مفر مفر منه وذلك كله لموجهة هذا التدهور الحاصل من خلال مضامين وسائل إعلامية تكون قادرة قادرة على نشر وعي سلوكي وإحياء المنطق الخضراء وذلك كله لتكوين ثقافة بيئية .

تعتبر حملات التشجير عبر الفايسبوك وسيلة فعالة للتوعية بأهمية زراعة الأشجار في الحفاظ الحفاظ على البيئة وحمايتها تلعب دورا هاما في تنقية الهواء وتقليل تلوثه وتقليل درجة حرارة حرارة الجو بإضافة مساهمته في التنوع البيولوجي وخلق بيئة رطبة ، وهذا النوع من الحملات عندما يحدث عبر منصات الفايسبوك يمكن للمجتمع المدني والمتطوعين والمنظمات نشر والمنظمات نشر الوعي حول أهمية التشجير وتنظيم حملات للحفاظ على البيئة وتعد هذا النوع النوع من الحملات جزءا من الجهود العالمية لمكافحة التصحر والجفاف وبهذا كله نضمن نجاح نجاح الرسالة عبر وسيلة الفايسبوك في تنمية الوعي البيئي وهذا مرهون كله بمدى درجة الإقناع والتأثير في نفوس الأفراد والمجتمع للتحول من حالة اللاوعي إلى حالة الوعي

والإدراك الصحيح لقضا البيئة والمشاركة الفعالة عبر مواقع التواصل المتمثلة في الفايسبوك حيث الفايسبوك حيث جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على على الإشكالية التالية :

" إلى أي درجة تستخدم الحملات العمومية عبر منصة الفايسبوك لتنمية الوعي البيئي المرتبط بحملة التشجير ؟"

2- تساؤلات الدراسة :

_ ما هي أنماط وعادات التفاعل لدى مستخدمي الفايسبوك حول قضايا البيئة ؟

_ هل يوجد تفاعل من طرف مستخدمي الفايسبوك حول قضايا البيئة بما فيها قضايا التشجير و السلوكات المدمرة للأشجار والغابات ؟

_ هل الحملات العمومية عبر مواقع التواصل الاجتماعي عدلت من حيث سلوك المستخدمين من خلال المؤشرات الخاصة بصفحتهم الشخصية ؟

_ كيف يتعامل مستخدمي الفايسبوك من خلال الأفكار المطروحة لبناء وعي بيئي خاص بالتشجير ؟

3-أهداف الدراسة :

نسعى من خلال هذه الدراسة إلى التعرف على الأهداف التالية :

_ العلاقة التفاعلية التي يتيحه موقع الفايسبوك في تشكيل الوعي البيئي لدى المجتمع .

_ الكشف عن مدى ارتباط ، المجتمع بموقع الفايسبوك واستخدامهم له من أجل تبادل الأفكار والمعلومات والنقاشات الخاصة بالبيئة التي تساعدهم في نشر الوعي البيئي وكنموذج حملات التشجير .

_ معرفة درجة التفاعل مع موقع الفايسبوك وعلاقته بالوعي البيئي .

_ تقييم تأثير هذه الحملات على الوعي البيئي .

_ تحديد العوامل المؤثرة على فعالية حملات التشجير على الفايسبوك .

4- أهمية الدراسة :

يمكن تحديد أهمية الدراسة في ضوء الاعتبارات التالية :

_ تهدف هذه الدراسة إلى اعتبار وسائل الاتصال الجديدة والحديثة والتي تتمثل في مواقع التواصل الاجتماعي وبصفة خاصة الفايسبوك بحكم أنه منبر للمشاركة والتعبير وتبادل كل المعلومات والآراء حول القضايا البيئية الراهنة لحملات التشجير .

_ إبراز مدى مساهمة موقع الفايسبوك في رفع مستوى التوعية البيئية الخاصة بحملات التشجير لدى مستخدميه .

_ تقييم دور الفايسبوك في نشر الوعي لحملات التشجير .

_ تقديم توصيات لتحسين استخدام الفايسبوك في هذا المجال .

5- أسباب الدراسة :

هناك مجموعة من العناصر والأساليب وراء اختيار هذا الموضوع ، وقد تم تقسيمه إلى قسمين : أسباب ذاتية و أسباب موضوعية :

أ_ الأسباب الذاتية :

_الرغبة في دراسة الموضوع نظرا لارتباطه بتكنولوجيا الاتصال الحديثة .

_ الرغبة في معرفة سبب نجاح منصة الفايسبوك في استمالة عدد كبير من المجتمع .

_ تقارب الموضوع من اهتمام الباحثات وميولاتهم المعرفية فوسائل العلام والاتصال كتخصص يدفع حتما إلى مسايرة المواضيع والقضايا المتعلقة بالبيئة ودور وسائل الإعلام في ذلك .

_ الجانب الإنساني والإيماني بأن نشر الوعي البيئي لحملات التشجير بين أفراد المجتمع .

ب_ الأسباب الموضوعية :

_ قلة اهتمام الباحثين لهذا الموضوع .

_ جدية موضوع الدراسة والدور الفعال الذي يحققه موقع الفايسبوك في تطوير مواقع التواصل الاجتماعي لدى المجتمع في كثير من القضايا الراهنة .

_ الانتشار الواسع لجمهور المستخدمين واهتمامهم بالموضوع الذي بات ظاهرة تستدعي البحث .

_ تزايد أهمية البيئة والحاجة للوعي البيئي لحملات التشجير من أهم القضايا الراهنة على الساحة الدولية الوطنية ، وكمشكلات في المستقبل .

6- تحديد المفاهيم :

° الدور:

لغة : (دَّور) :فعل من داري دور دور : أي تحرك على اتجاهات متعددة، وهو مكان ، و هو السلوك من الفرد في الجماعة.

ويعرفه أيضا: تأثر كل من الشيئين على الآخر.

وأيضا: شارك نصيب كبيرا .[1]

اصطلاحا :

يعرف الدور على أنه: الوظيفة التي من خلالها يمكن تحصيل جملة من المعارف المرداة عن شيء ما أو وسيلة ما، وذلك للحصول على معرفة جديدة، وهو مجموعة من المسؤوليات والأنشطة والصلاحيات الممنوحة لشخص أو منظومة ليقوم بمسؤولياته.

° الفايسبوك :

لغة : كتاب الوجوه، وهو موقع الشبكات الاجتماعية يتيح للأشخاص العاديين والاعتباريين أن يبرزا مكانتهم عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع.

اصطلاحا :

يعرف على أنه : موقع ويب للتواصل الاجتماعي، يمكن الدخول إليه مجانا، تديره شركة (فيس بوك) محدودة المسؤولية كملكية خاصة، فالمستخدمون في هذا الموقع بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم... وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم، ويمكنهم إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم.

– عبارة عن موقع على الانترنيت، هذا الموقع في دوره الرئيسي شبكة تواصل،فهو أقرب إلى كونه وسيلة إعلام.[2]

[1] _ فؤاد شعبان، عبيدة صبطي، تاريخ وسائل الاتصال وتكنولوجياته الحديثة، ط1 ،دار الخلدونية للنشر، الجزائر،2012 ،180. ،179.

[2] _فؤاد شعبان، عبيدة صبطي، تاريخ وسائل الاتصال وتكنولوجياته الحديثة، المرجع السابق،180. ،179.

–يعتبر من أ هم و أبرز مواقع التشبيك الاجتماعي ، فال يمثل منتدى اجتماعيا فقط، وإنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة، بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء.

ا لبيئة :

لغة : يعود أصل كلمة البيئة في اللغة العربية إلى جذر (بوأ) التي أخذ منه الفعل الماضي (باء)، كما جاء في معجم لسان العرب لابن منظور باء إلى الشيء أي رجع إليه، وتكر المعجم المعجم نفسه معنيين قريبين من بعضهما البعض لكلمة تبوأ [1] .

الأول: إصلاح المكان وتهيئته للميت فيه.

الثاني: بمعنى النزول والإقامة .

اصطلاحا :

بالرغم من أنه لم يكن اتفاق بين الباحثين و العلماء على تحديد معنى البيئة بشكل دقيق،الآن دقيق،الآن معظم التعريفات تشير إلى المعنى نفسه. فقد عرفها مؤت مر ستوكهولم في جوان 2 جوان 1972 2البيئة " بأنها كل ما يتعلق بنمط حياة الإنسان في الوسط لطبيعي ولصناعي."[2].

أما البيئة في المعاجم الإنجليزية فلها مصطلحان متداخلان، وهي تعني "مجموعة لظروف أو أو المؤثرات الخارجية التي لها تأثير في حياة الكائنات، بما فيها الإنسان".[3]

وقد أشار الأستاذان " رشيد الحمد و"محمد صابارني" إلى أن البيئة هي: "تلك الإطار التي يحيا فيه الإنسان ويصل منه على مقومات حياته من غذاء وكساء ومأوى ويمارس فيه أقر انه أقر انه من بني البشر".[1]

[1]_ابن منظور االفريقي، لسان العرب، المجلد الأول، دار بيروت للطباعة والنشر، بيروت، 1956 ،ص 39.
[2]_دنان أبو مصلح، معجم علم الاجتماع، ط1 ،دار أسامة، 2006 ،عماذ الأردن، ص 117.
[3]_المر جع نفسه، 118.

° **الوعي :**

لغة : (الوعاء) وهو مفرد الأوعية وأوعى الزاد والمتاع أي جعله في الوعاء، ووعى الحديث أي حفظه وفهمه و قبله، و الوعي هو الحفظ و التقدير والفهم وسالمة الإدراك.

اصطلاحا :

يعرف الوعي على أنه هو إدراك الفرد لنفسه باعتباره عضو في جماعة ما، وكذلك للعالم الخارجي المحيط به والاستجابة له.

° **الوعي البيئي :**

لغة : يشير بالوعي إلى المعرفة والإدراك والاحتواء، فوعا الشيء وعيا أي جمعه وحواه. وحواه. ووعى الحديث فهمه وقبله وتدبره وحفظه، ووعت الأذن أي سمعت، ووعى فلان أي انتبه أي انتبه من نومه أو من غفلته، ووعى الشيء أخذه كلّه، وواعي اليتيم أي حافظه، والوعي أي والوعي أي الشعور الظاهر في مقابل فقدان الوعي، فوعي أي حفظ وفهم . [2]

اصطلاحا :

يعرف "إبراهيم مذكور" "الوعي" على أنه الفرد لن فسه والبيئة المحيطة به. وهو على درجات درجات من الوضوح والتعقيد. والوعي بهذا المعنى يضمن لإدراك الفرد لنفسه ولوظائفه

[1]– ،العدد والأداب ،ص،22 .البيئةومشكلاتها،المجلسالوطني، رشيد الحمد و محمد صبارني ،الفنون للثقافة
[1]-لبنان، بيروت الجامعية،ص 21،الوعيالسيكولوجي،دار الراتب،عبد.الرحمانالعيسوي

العقلية والجسمية وإدراكه لخصائص العالم الخارجي. وأخيرا إدراكه لنفسه باعتباره عضوا في عضوا في جماعة..[1]

في حين نجد علماء السيكولوجيا (علم النفس) يرون أن الوعي –ويطلقون عليه أحيانا الشعور– الشعور– هو مجموع عمليات لإدراك الفرد لنفسه والعالم الخارجي والاستجابة لها، وهو ينعدم ينعدم عندما يكون الإنسان نائما أو في حالة إغماء ويقابل الوعي اللاوعي أو اللاشعور.[2]

بالمقابل يرى الباحثون في علم الاجتماع أن المقصود بالوعي هو إدراك الفرد لنفسه كعضو في كعضو في جماعة.[3]

7_ الدراسات السابقة :

° الدراسة الأولى لـ:بن حيي سهام "الصحافة المكتوبة وتنمية الوعي البيئي في الجزائر " دراسة تحليلية لمضمون صحيفتين وطنيتين " الشروق " وصحيفتين جهويتين " اخر ساعة " let republique" السنة الجامعية 2005/2004 بالجزائر .

حيث تتبلور مشكلة هذه الدراسة فيما يلي : ماهو الدور الذي تضطلع به الصحافة المكتوبة بشقيها (وطنية وجهوية) في تنمية الوعي البيئي لأفراد المجتمع الجزائري ويهدف هذا البحث لاختيار الفروض التالية :

1_ ينخفض اهتمام الصحف المكتوبة الجزائرية _ محل الدراسة _ بقضايا البيئة ومشكلاتها ومن ثمة ينخفض دوروها في تنمية الوعي البيئي لأفراد المجتمع.

2_ تعد الصحف الوطنية أكثر اهتماما نسبيا من الصحف الجهوية بمعالجة القضايا البيئية ومشكلاتها .

[1] _عبداللهبوجلال،إشكاليةمفهومالوعيالاجتماعي،المجلة الجزائرية للاتصال،رقم 03 -، 2021 / 05 / 09 الساعة10:00
[2] العلوم ،معجمالمصرية،القاهرة،مصر،الاجتماعية،الهيئة_ابرهيم مذكور'2003 ص ، 233 .
[4]-ابراهيم مدكور ،المرجع نفسه، ص 234.

3_ يعتبر الخبر الصحفي أكثر القوالب استخداما في معالجة القضايا البيئية ومشكلاتها في الصحف في الصحف الجزائرية _ محل الدراسة _.

ولأن هذه الدراسة استخدم فيها منهج تحليل المضمون باعتباره أفضل المناهج التي تساعد على تحقيق أهداف الدراسة فيما يتعلق بدور الصحافة المكتوبة الجزائرية في تنمية الوعي البيئي ' لتحقق من صحة الفروض المطروحة حول الدراسة .

° الدراسة الثانية : فكانت ل: عبد العزيز عبدالله احمد الشايع "الإعلام ودوره في تحقيق الأمن البيئي ' سنة 2003 بجامعة الملك سعود بحيث تنطلق من سؤال أساسي مفاده : مادور الإعلام في تحقيق الامن البيئي ؟

وتهدف هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الأغراض تتفصل في مايلي :

1_ التعرف على الوسائل التي يستخدمها الإعلام في التوعية البيئية .

2_ التعرف على مدى تضمين وسائل الإعلام لجوانب التوعية البيئية في موادها الإعلامية.

3_ التعرف على العلاقة بين التوعية الإعلامية البيئية وتحقيق الأمن البيئي.

4_ التعرف على مدى تحقيق الإعلام لجوانب التوعية البيئية .

وتندرج هذه الدراسة ضمن منهج المسح الاجتماعي الذي يعرف بالمنهج الوصفي التحليلي نظرا لطبيعة الدراسة واشكاليتها المطروحة وطبق أداة البحث استمارة المقابلة الشخصية .

8-منهج الدراسة و أداة البحث :

أ_ المنهج المستخدم :

عند القيام بأي دراسة علمية البد من إنتاج خطوات فكرية منظمة وعقلانية هادفة إلى بلوغ نتيجة ما وذلك علذيا بإتباع منهج معين يتنلسب مع طبيعة الدارسة التي سنتطرق إليها، وبذلك وبذلك فقد عرف المنهج على أنه: هو الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم المختلفة المختلفة عن طريق جملة من القواعد العامة التي تسيطر على سير العقل، ويبدأ المنهج عادة بعد عادة بعد تحديد مشكلة البحث مرورا بوضع وصياغة الفرضيات واختبارها وتحليلها، ومن ثم ومن ثم عرض النتائج ووضع التوصيات.[1]

كما يعرف كذلك أنه: " الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بولسطة طائفة من طائفة من القواعد العامة تهيمن على سير العقل، وتحديد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة [2].

معلومة [2].

الدراسات الوصفية التي تهدف لمعرفة عادات وأنماط الاستخدام وكذا الاشباعات المحققة من وراء استخدام موقع الفايسبوك لدى أفراد عينة الدراسة في محاولة للكشف عن الدور الذي تؤديه هذه الوسيلة في تشكيل الوعي البيئي لدى المجتمع .

ومن هنا فإن المنهج الأكثر ملائمة في هذه الدراسة هو منهج المسح ألنه أقدر المناهج على توضيح الطبيعة الحقيقية للمشكلة دراسة وتحليل الأسباب الدافعة إلى ظهورها والوقوف والوقوف على الظروف المسيطرة لها .[3]

ب_ أدوات البحث :

تعتبر أدوات جمع البيانات أهم خطوة من خطوات البحث العلمي لما له من دور في جمع جمع الموضوع أو المشكلة والوصول إلى نتيجة دقيقة أو لنفي فرضيات الموضوع ، فيجب على

---

[1]. صالح الدين شروخ، منهجية العلوم الاجتماعية، دار العلوم، عنابة، الجزائر، 2003 ،ص 92

[2]–أحمد بن مر سلي، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003 ، ص283

[3]للكتاب،الجزائر ،دالجامعية ط1،المؤسسةالوطنيةالمنهجيةفيكتابةالرسائلبوحوش عمار ،دليلة_ 1985ص،2.

فيجب على الباحث أن يقرر مسبقا لطريقة المناسبة لبحثه أو دراسته و أن يكون ملما بالأدوات بالأدوات و الأساليب المختلفة لجمع المعلومات لأغراض البحث العلمي ولقد اعتمدنا في دراستنا هذه على أدوات معينة وهي عادة ما يتم توظيفها في هذا النوع من الدراسات بغية لحصول على المعلومات وهي:

الاستبيان:لقد اعتمدنا على الاستبيان كأداة أساسية في هذه الدراسة، إذ يعتبر الاستبيان من أكثر الأدوات استخداما في العلوم الإنسانيةنظرا لما يوفره من سهولة لحصول وجمع المعلومات والبيانات حول موضوع الدراسة.

9- عينة الد راسة:

حيث يلجأ عندها اختيار عينة تجرى عليها الدراسة على شرط أن تكون العينة ممثلة للمجتمع للمجتمع الأصلي كما أنه لابد أن تتوفر لدى جميع مفردات المجتمع الأصلي فرصا متساوية متساوية للاختبار ضمن مفردات العينة، وتعرف على أنها مجموعة جزئية التي يقوم بها البلجث بتطبيق دراسته عليها و هي تكون ممثلة لخصائص مجتمع الدراسة الكلي، إذ هذه العينة العينة تتنوع فيها خصائص المجتمع بنفس النسب الواردة في المجتمع.[1]

وقد اعتمدت في هذه الدراسة على العينة العشوائية وتعرف بأنها العينات التي يكون فيها لكل عنصر في مجتمع الدراسة فرص محددة ليكون أحد مفردات العينة.[2]

10 - حدود الدراسة:

° الحد الزماني:

امتد المجال الزماني لانجاز هذه الدراسة من أوائل شهر مارس 2024 إلى غاية أوائل شهر شهر جوان2024 ،حيث تم إعداد الإطار المنهجي ثم الانتقال إلى الإطار النظري ثانيا، ومن ثم

[1] _ بلقاسم سلاطنية ، منهجية العلوم الاجتماعية،دار الهدى ، الجزائر، 2004، ص 318.

[2] _ سعد سلمان المشهداني، منهجية البحث العلمي، دار أسامة ، عمان الأردن ، ط 1 ، 2019، ص 91,

ومن ثم الانتقال إلى الجانب التطبيقي، حيث في الأسبوع الأول من شهر أفريل 2024 وضع وضع الاستمارة الإلكترونية ومن ثم قمت معالجة البيانات وتحليلها واستنباط نتائج الدراسة مع نهاية شهر ماي.

- **الحد البشري:**

يشمل مجتمع ولاية المدية المستخدم لمنصة الفايسبوك من كلا الجنسين ومن مختلف المستويات التعلمية.

الإطار النظري

الفصل الثاني:

الفايسبوك و الإعلام البيئي

تمهيد :

الفايسبوك هو إحدى منصات التواصل الاجتماعي الرائدة في العالم،والتي توفر للمستخدمين المنصة للتواصل مع بعضهم البعض ، مشاركة المحتوى والأفكار،والتفاعل مع الأحداث والأخبار بشكل عام.ومن الجدير بالذكر أن الفايسبوك يلعب دورا هاما في نقل وتبادل المعلومات ، بما في ذلك المعلومات البيئية والتوعية بالقضايا البيئية .

الاعلام البيئي،من جانبه، يمثل مجالا هاما في توعية الناس بالقضايا البيئية وتحفيزهم على اتخاذ إجراءات إيجابية لحماية البيئة والحفاظ عليها. وهنا يأتي دور فيسبوك كوسيلة مهمة لنقل هذه الرسائل والمعلومات إلى جمهور أوسع .

من خلال فايسبوك، يمكن للمنظمات البيئية والنشطاء نشر الحملات والمبادرات البيئية، تبادل الافكار والمعرفة، وتوعية الناس بأهمية حماية البيئة،يمكن تحقيق ذلك من خلال إنشاء صفحات خاصة بالقضايا البيئية، نشر مقاطع فيديو توضيحية ،وتبادل الأخبار والأبحاث البيئية.

وما سنتطرق اليه في هذا الفصل هو التعرف على الفايسبوك والإعلام البيئي الذي هو محل دراستنا.

المبحث الأول: الفايسبوك .

المطلب الأول : نشأة الفايسبوك :

انطلق موقع الفايسبوك كنتاج غير متوقع من موقع" مش فيس match face "التابع ل جامعة "هارفارد" وهو موقع من نوع Not or Hot ،يعتمد على نشر صور لمجموعة من الأشخاص، تم اختيار رواد الموقع للشخص أكثر جاذبية، وقد قام(مارك زوكربيرج) بابتكار (الفيس ماش) في 28أكتوبر2003 ،عندما كان يرتاد جامعة "هارفارد" كطالب في السنة الثانية.ووفقا لما نشرته جريدة "هارفارد كرمي سون"، فإن موقع "فيس ماش" استخدم صور مجمعة من دليل الصور المتاح على الانترنت ' و الخاص بتسعة من طلبة المدينة الجامعية مع وضع صورتين بجانب بعضهما البعض، ودعوة المستخدمين إلى اختيار الشخص الأكثر جاذبية .

وكي يتمكن (زوكربيرج) من تأسيس الموقع فإنه لجأ إلى اختراق مناطق محمية في شبكة شبكة الحاسوب الخاصة بجامعة "هارفارد"، وقام بنسخ صور خاصة بالطلبة في السكن الجامعي الجامعي . إن مبادرة جامعة"هارفارد" بازدياد إجراء مضاد لذلك الفعل، ربما يرجع لأسباب لأسباب قانونية دون إدراك القيمة الحقيقية لذلك الانتهاك التي ربما يحدث للعديد من الكليات الكليات الأخرى ، ورد ذلك في مدونته الشخصية (زوكربيرج) فقال:"ولكن هناك أمر واحد مؤكد، واحد مؤكد، وهو أنيني ارتكبت حماقة عندما أقمت على إنشاء ذلك الموقع، على كل حال إن أي إن أي شخص أخر كان سيقوم بذلك في نهاية الأمر...".[1]

وسرعان ما تم توجيه الموقع إلى العديد من وحدات الخدمة الخاصة بالحرم الجامعي، ولكنتم ولكنتم إغلاقه قانون الحماية وانتهاك حقوق التأليف والنشر وكذلك انتهاك خصوصية الأفراد،

[1] _ يوسف هبوطي، الأنظمة التواصلية في شبكات التواصل الاجتماعي:تحليل سيميائي للرسائل البصرية في موقع الفيس بوك، مذكرة زبرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال ، كلية العلوم الإنسانية والحضارة السيميائية ، جامعة وهران ، 2014 ' ص 97-98، .

الأفراد، مما يعرضهالطرد من الجامعة، ولكن تم إسقاط جميع التهم الموجهة إليه في نهاية الأمر الأمر

في الصف الثاني من العام الدراسي نفسه قام (زوكربيرج) بتأسيس موقعface book على

على

النطاق.thefacebook. com وتحديدا في : 4 نوفمبر 2003 .وقد أدلى (زوكربيرج)بتصريح (زوكربيرج)بتصريح جريدة "هارفارد كريم سون" قائل:"لقد كان الجميع يتحدثون عن دليل الصور الصور العالمي المأخوذة في جامعة "هارفارد"، أعتقد أنه من السخف أن تستغرق الجامعة عامين عامين للقيام بمثل هذا العمل. يمكنني أن أقوم بالأمر على نحو أفضل منهم بكثير وفي غضون غضون أسبوع واحد فقط ".كانت عضوية الموقع قاصرة في بداية الأمر على طلبة "هارفارد "هارفارد كوليدج" أقدم كليات جامعة"هارفارد"، وخلال شهر الأول من إتاحة الموقع للاستخدام، قام أكثر منضف لطلبة الذين مل يتخرجوا بعد من الجامعة بالتسجيل في هذه الخدمة هذه الخدمة وبعد فتة وجيزة، انضم كل من (إدوارد سافرين) المدير التنفيذي للشركة، و(داستين و(داستين موسكو فيتز)مبرمج و(أندروماكولام)رسام جرافيك و (كريس ديوز)إلى(زوكربيرج) ديوز)إلى(زوكربيرج) لمساعدته في تطوير الموقع[1].

وبالفعل جسد فكرته هذه التي رأت النور في 4 فيفري 2004 مع انطلاق الموقع حقق صلاحا كبيرا ليصبح اليوم من أهم مواقع الشبكات الاجتماعية وأكثر استخداما على الاطلاق.[2]

الاطلاق.[2]

[1]_يوسف هبوطي، الأنظمة التواصلية في شبكات التواصل الاجتماعي:تحليل سيميائي للرسائل البصرية في موقع الفيس بوك' المرجع السابق'ص 98.

[2]_ حميدة بن حيي، الهوية الافتراضية للطالب الجامعي على شبكة الانترنيت: شبكات التواصل الاجتماعي فيس بوك نموذجا، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع الإعلام والاتصال، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان2012 -2013 ،ص 77.

وفي شهر مارس 2004 فتح الفايسبوك أبوابه أمام جامعة "ستانفورد" و "كولومبيا" و "ييل" . بعد ذلك اتسع الموقع أكثر وفتح أبوابه أمام جميع كليات المدينة"بوسطن" وجامعة "أيفلج" وشيئا فشيا أصبح متاحا للعديد من الجامعات في كندا والولايات المتحدة الأمريكية .

في شهر جوان 2004 ، تم نقل مقر الفايسبوك إلى مدينة "بالوالتر" في ولاية "كاليفورنيا وقد قامت الشركة بإسقاط كلمة من اسمها بعد شراء اسم النطق facebook.com the نظير مبلغ 000,200 دولار أمريكي في عام 2005. كما قام الفايسبوك بإصدار نسخة للمدارس الثانوية في سبتمبر 2005 , وهوما أشار إليه (زوكربيرج) بالخطوة المنطقة التالية فخلال هذه الفترة كانت شبكات المدارس الثانوية بحاجة إلى دعوة للانضمام إلى الموقع . بعد ذلك أتاح الموقع اشتراك الموظفين من العديد من الشركات ' ومن بينيها شركة "ابل المندمجة" وشركة "مايكروسوفت".

وفي 26 سبتمبر 2006 'فتح الموقع أبوابه أمام جميع الأفراد البالغين من العمر ثلاثة عشر عشر عاما فأكثر' والذين لديهم عنوان بريد إلكتروني صحيح. وفي أكتوبر 2008، أعلن القائمون على إدارة " الفايسبوك " باتخاذ مدينة "دبلين" عاصمة أيرلندا مقرا دوليا له.[1]

المطلب الثاني: تعريف الفايسبوك :

يعتبر الفايسبوك من أهم مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر تداولا، حيث سنتطرق هنا إلى ظهوره وتطوره وكذا تعريفه بشكل مفصل وذلك من أجل الاتصال مع الآخرين والتفاعل معهم.[2]

معهم.[2]

[1] _ يوسف هبوطي، الأنظمة التواصلية في شبكات التواصل الإجتماعي، المرجع السابق، ص ص،98_99.

[2] _ عبد الرزاق محمد الديلمي ، العالم الجديد والصحافة الالكترونية، دار وائل، الاردن ،2011 ،ص12.

الفايسبوك هو عبارة عن شبكة اجتماعية يمكن الدخول إليها مجانا، وتديره شركة " فيس بوك بوك "محدودة المسؤولية خاصة لها، فيمكن للمستخدمين الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها تنظمها المدينة، للعمل أو المدرسة أو الإقليم، ويعرف قاموس الإعلام والاتصال فيس بوك أنه " أنه " موقع خاص بالتواصل الاجتماعي أسس عام 2004 ويتيح نشر الصفحات الخاصة (profile)وقد وضع في بداية الخدمة طلاب الجامعية وهيئة التدريس والموظفين لكنه اتسع اتسع ليشمل كل الأشخاص[1].

المطلب الثالث: خدمات الفايسبوك:

يقدم هذا الموقع مجموعة من الخدمات ،كلوحات الحائط الخصة لوصف اليوميات وإرسال الرسائل وخدمة تحميل الصور والألبومات والتعليق على الصور والفيديوهات

ومع مرور الوقت طور الموقع نفسه، بإدراج خدمة التغذية التغذية الإخبارية التي تقدم بيانات خاصة بكل التغيرات والأحداث التي تطرأ على الصفحة، وتطورت معها خدمة التحكم التحكم في البيانات إضافة إلى تخصيص مجال أكثر خصوصية كالرسائل الشخصية، وقد أضيفت حديثا أضيفت حديثا ميزة الاتصال بالصوت والصورة مما سهل على المشتركين بالفايسبوك رؤية الطرف رؤية الطرف الأخر التي يتواصل معه.

[1] _ عبد الرحمان بن غالب دبور، تطبيقات الويب 0.2 وأنماط الإفادة منها من جانب أعضاء بيئة التدريس بجامعة طيبة دراسة تحليلية وصفية، مجلة مكتبة الملك فهد الوطنية، مج 19 ،العدد 2 ،ماي- أكتوبر 2013 ص347.

وامتدت شهرة الموقع لتصل إلى المجال الاقتصادي و الخدماتي، كوسيلة ناجحة للتسويق كما دخل المجال السياسي بقوة من خلال اهتماماتها المشتركة، عن طريق تبادل وجهات النظر وصولا لضرب المواعيد والدعوة لحضور مكثف للتظاهرات المختلفة أيا كانت طبيعتها.

وإن لم يتواجد الانترنيت لما تمكنت كل من مواقع التواصل الاجتماعي ومختلف قنوات الإعلام الإعلام الجديد، من الازدهار والرقي وسيطرتها على العالم كله".[1]

المطلب الرابع: خصائص ومميزات موقع الفايسبوك:

يتسم موقع الفايسبوك بمجموعة من المميزات ويشترك في بعض الخصائص مع المواقع الأخرى .

" لوحة الحائط الخاصة لوصف اليوميات و إرسال الرسائل "[2].

كما تضم اللوحة والصورة والاسم الذي يضعه المستخدم،وعدد الأصدقاء ومن هم بالإشارة أن للمستخدم أن يظهر أو يخفي أصدقائه .

Profile page_ الملفات الشخصية ، الصفحات الشخصية.

من خلال الملفات الشخصية يمكنك التعرف على اسم الشخص ومعرفة المعلومات الأساسية عنه مثل الجنس

_ الأصدقاء والعلاقات.

[1] __ دليلة غروبة،الشبكات الاجتماعية وثورة الاعلام الجديد،مجلة الحكمة للدراسات الاعلامية والاتصالية،مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر 2013وص ص 301_307.

[2] _سعود صالح كاتب،الاعلام الجديد وقضايا المجتمع:التحديات والفرص، مداخلة ضمن المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي،جامعة الملك عبد العزيز، جدة،13_15 ديسمبر 2011،ص23 .

_ ألبومات لصور يتيح موقع الفايسبوك لمستخدميه إنشاء عدد لانهائي من الألبومات ورفع مئات لصور وإتاحة مشاركة هذه لصور مع الأصدقاء للإطلاع والتعليق عليها. تاريخ الميلاد، والبلد.

-إمكانية إنشاء صفحات واستخدامها تجاريا، وإنشاء حملات إعلانية تتيح لأصحاب المنتجات المنتجات أو الفعاليات توجيه صفحاتهم وإظهارها لفئة يحددونها من المستخدمين، يتم فيها وضع معلومات عن المنتج أو الشخصية أو الحدث.[1]

_ العالمية بإلغاء الحواجز الجغرافية والمكانية وتتحطم فيها الحدود الدولية.

_ التفاعلية الفردية كما هو مستقبل وقارئ فهو مرسل وكاتب ومشارك فهي تلغي السلبية المقيتة في الإعلام القديم،وتعطي حيز المشاركة الفاعلة والمشاهد القارئ.

_التنوع وتعدد الاستعمالات من مختلف شرائح المجتمع ولأي غرض.

_ سهولة الاستخدام والاشتراك بموقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك[2].

المطلب الخامس: دور موقع الفايسبوك في تنمية الوعي البيئي:

_ يستطيع موقع الفايسبوك بأن يقوم بأدوار أساسية في حملات التوعية البيئية خاصة اذا تم توظيفه

ضمن منظومة الوسائل الإعلامية التوعوية، وذلك لخصائص الكبيرة التي يمتلكها.

---

[1] 2014'ص8_مركز معلومات الجوار الأوروبي، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي:دليل المشاريع الممولة من الإتحاد الأوروبي، الاتحاد

[2] _أماني جمال مجاهد،الخصوصية وتطبيقات الويب2,0كيفية تحقيق المعادلة الصعبة'المؤتمر السادس لجمعية المكتبات والمعلومات السعودية،البيئة المعلوماتية الآمنة:المفاهيم والتشريعات والتطبيقات، الرياض خلال الفترة 6_7 ابريل 2010،ص19.

_ انتشاره الواسع والمتزايد، ليس فقط عالميا وأيضا محليا،حيث توضع الدراسات الحديثة التي قمت في المملكة انتشاره بين الشباب والفتيات على حد سواء انتشاره في تزايد مستمر.

_ يتميز الفايسبوك بأنه أكثر الوسائل الاجتماعية قدرة على العمل ضد تطبيقات عدة' ويتيح لصاحبه خلق التطبيق الذي يرغب به' وهذا ما يساعد القائمين على حملات التوعية في ربط الفايسبوك بمواقعهم على الانترنت وربطه بوسائل الإتصال مختلفة.

_ استخدامه في التنظيم والاجتماعات ، حيث يمكن الإفادة منه في تنظيم التجمعات التي تحتاجها الحملة والمقابلات التي ترغب في القيام بها بل أنه من أفضل الوسائل في الوصول إلى الجماهير المستهدفة بدقة.

_كما يتيح الفايسبوك الشباب فرصة تحميل الصور والمشاركة في مجموعات النقاش حول مختلف حول مختلف القضايا البيئية كما يستخدم الأغلبية موقع الفايسبوك في وقت كبير.[1]

المبحث الثاني : الإعلام البيئي:

المطلب الأول: تعريف الإعلام البيئي:

هو ذلك الإعلام الذي يسعى إلى تحقيق أغراض حماية البيئة من خلال خطة إعلامية موضوعية موضوعية على أسس علمية سليمة تستخدم فيها كافة وسائل الإعلام، وتخاطب مجموعة من الناس، من الناس، ويتم أثناء هذه الخطة وبعدها تقييم أداء هذه الوسائل ومدى تحقيقها للأهداف البيئية لهذه الخطة الإعلامية.[2]

[1] _ ا سحافات دانا عز الدين سلي: دور كتب العلوم في مرحلة التعليم الأساسي في نشر الوعي البيئي لدى الطلبة من وجهة نظر المعلمين في لواء وادي سير ،رسالة ماجستير ،جامعة الشرق الأوسط ، 2021،ص ص 18_19.

[2] _ أحمد ملحة، الرهانات البيئية في الجزائر ،مطبعة النجاح، الجزائر ،2000،ص 13.

وهو تعبير مركب من مفهومين هما الإعلام والبيئة، والإعلام البيئي هو الترجمة الموضوعية الموضوعية لصادقة للأخبار، والحقائق البيئية،وتزويد الناس بها بشكل يساعدهم على تكوين راي تكوين راي صائب فيما يتعلق بالقضايا البيئية.[1]

ويعرف على أنه: توظيف وسائل الإعلام من قبل أشخاص مؤهلين بيئيا وإعلاميا للتوعية قضايا قضايا البيئة وخلق رأي عام متفائل ايجابيا مع تلك القضايا.[2]

وقد عرفه البنك العالمي: بأنه نقل معلومات ذات طابع بيئي من وكالات أو منضمات غير حكومية من أجل إثراء معارف الجمهور والتأثير على أرائه وسلوكيات اتجاه البيئة.[3]

ويعتبر كذلك بأنه ذلك" الإعلام التي يسعى لتنمية وعي الجماهير قضايا ومشكلات البيئية وحثهم على المشاركة في حماية البيئة وصعوبة هوية المصادر لطبيعية للحياة من خلال وسائله المختلفة يوجد معلومات ومعارف تمكن الإنسان من التعامل الإيجابي مع البيئة.

وعرف أنه"الترجمة الموضوعية والصادقة للأخبار والحقائق وتزويد الناس بكافة العوامل التي العوامل التي تؤثر في حياتهم وهو أحد المقومات الأساسية في الحفاظ على البيئة وإيجاد الوعي البيئي المعرفة اللازمين لتغيير الاتجاهات والنوايا نجوقضايا البيئة.[4]

المطلب الثاني : أهمية الإعلام البيئي:

تلعب وسائل الإعلام البيئي دورا كبيرا في جذب انتباه الجمهور وفي توجيه اهتمامه قضايا قضايا معينة ’وأصبح فضلها العالم قرية صغيرة نتيجة الانتشار الواسع في كل أنحاء العالم.[1]

العالم.[1]

[1]_ إبراهيم عبد الواحد عارف،الإعلام البيئي و أهمية إيجاد الوعي بمشكلات البيئة ، مجلة اتحاد إذاعة وتلفزيون الخليج،العدد 72،يناير 2008،ص 29.

[2]_ gillian martin mécheras ,manuel de planication de la communication environnemental pour la région méditerranéenne ,éditeur suisse ;suisse ,1992 ;p01 .

[3]_ سناء محمد الجبور، الإعلام البيئي ،دار أسامة، عمان_الأردن ’2011 ص12.

[4]_سوزان القليني،وصلاح مدكور،الإعلام البيئي النظرية والتطبيق،ط2’دار النهضة العربية ، القاهرة’2000ص54.

ومن خلال العقدين الماضيين بدأ الاهتمام في وسائل الإعلام بشكل عام بقضايا البيئة وتحديد الأولويات البيئية على كافة المستويات المحلية والإقليمية والدولية بشكل خاص.

وقد اتسم التناول الإعلامي لقضايا البيئة بخاصتين أساسيتين هما:

° التركيز عبر الرسالة الإعلامية الخصة التي تخاطب الشخص في مجال البيئة.

° اهتمام وسائل الإعلام بالتغطية الإخبارية لقضايا البيئية والحوادث العامة والتغطية الإعلامية للمؤتمرات والبحوث المعنية بقضايا البيئة.[2]

فالإعلام البيئي يسعى إلى تنمية الوعي البيئي من خلال وسائله المرئية المسموعة والمقروءة والتصدي للقضايا البيئية.[3]

ويختلف الاهتمام بالمشاكل البيئية عن طريق الإعلام من مكان لاخر حسب الوعي البيئي لدى البيئي لدى الجماهير المختلفة وحسب نوع هذه المشكلة أو القضية البيئية وطبيعتها،فإن وسائل وسائل الإعلام قدمت دعما قيما للعمل البيئي إذا جاءت مع الانشطة البيئية مثل مؤتمر قمة قمة الأرض واليوم العالمي للبيئة' والمعارض والندوات البيئية قدرا كبيرا من الإهتمام المركز على المشكلات والقضايا البيئية المختلفة التي لم تنل من قبل حظها الكافي من العناية في العناية في وسائل الإعلام المختلفة[4].

---

[1] _ سامي طايع،دور الإعلام في نشر الوعي البيئي: ندوة الإعلام وقضايا البيئة في مصر والعالم العربي،كلية الإعلام،جامعة القاهرة،1992،ص 92.

[2] _ نهلة أبو رشيد ،برامج التوعية البيئية في التلفزيون المصري والسوري،رسالة ماجستير ،جامعة القاهرة ،كلية الإعلام،القاهرة2003 ،ص 11.

[3] _علي منعم القضاة، مكانة البيئة في الإعلام ، مطبعة المصطفى بدعم من وزارة الثقافة الأردنية،عمان،1996،ص12.

[4] _عواطف عبد الرحمان ،الاعلام وقضايا البيئة، ندوة الاعلام وقضايا البيئة في مصر والعالم العربي،كلية الاعلام جامعة القاهرة ،1990، ص 05.

وعليه فالعمل على مواجهة المشكلات المحدقة بالبيئة ليس مسؤولية هيئات أو مؤسسات معينة ’ولا يمكن إلقاء اللوم في المشكلات الحالية للبيئة على جهة معينةبل إن قص الوعي البيئي لدى عامة الناس هو الذي جعلهم يتسببون في مشكلات للبيئة، وحمايتها هي من شأن جميع الناس، ويعتبر الوعي البيئي كخطوة أولى في مواجهة هذه المشكلات ومن هنا كان لابد من بذل جهود كبيرة من طرف وسائل الإعلام لتغيير طرق وأساليب السلوك والتفكير وتغيير النظرة إلى البيئة وطريقة التعامل معها وهذا يتطلب توفير الإهتمام اللازم بالبيئة من خلال منحها مساحات كافية في وسائل الإعلام.

المطلب الثالث : أهداف الإعلام البيئي:

يهدف الإعلام البيئي إلى أن يكون ضمير المجتمع بأجياله المتعاقبة ولاسيما قرع ناقوس الخطر للأفراد والجماعات والحكومات من أجل الحفاظ على البيئة، وإقامة التوازن بين البيئة والتنمية للوصول إلى نهج صحيح في التنمية المتكاملة المستدامة التي تضع في حسبانها حاجات الجمهور.

وتهدف الصحافة البيئية خاصة إلى تحقيق أهداف عامة وأخرى خاصة:

° الأهداف العامة:[1]

_ توعية الأفراد و الجاماعات البشرية بالمشكلات البيئية المؤدية إلى إخلال بالتوازن البيئي وتشخيصيها، وعوامل الوقاية من أخطارها وصولا إلى الممارسات الذاتية وتداولها تلقائيا لحفظ البيئة ووقايتها.

_ إشعار السلطات والهيئات الوطنية والقومية من أصحاب القرار بأهمية المعضلة البيئية ’بهدف البيئية’ بهدف العمل على سن التشريعات الواقية للبيئة وإقران التوازن بين التنمية والبيئة.

[1] _محمد خليل ا لرفاعي،:الاعلام البيئي والشؤون البيئية في الصحافة السورية،–دراسة تحليلية لصحف(البعث_الثورة_تشرين)، مجلة جامعة دمشق،المجلد 27،العدد الثالث والرابع ،2011’ ص ص 717_718.

_ تحريك الرأي العام ضد القضايا البيئية أو معها،وتوعية الناس حول القضايا المحلية وتبيان مدى مشاركتهم بها.

_ معالجة القضايا البيئية المهمة في المجتمع وتقديمها بشكل مبسط وشامل يحاكي شرائح المجتمع ومتغيراته جميعا.

_ تهيئة الفكر لمناقشة القضايا البيئية وجعل الأفراد عناصر بناء في البيئة.

_ إعداد المواطنين أفرادا وجماعات لتقبل فكرة تغيير السلوك التقليدي وتعديله إذا كان مدمرا للبيئة ومواردها ’ورفع وعيه بأهمية تغيير هذا السلوك.

ويتطلب تحقيق هذه الأهداف تعبئة وسائل الإعلام بشكل وظيفي بعيدا عن التصنع والنمطية الإعلامية بغية التأثير في مشاعر الناس واتجاهاتهم.

الأهداف الخاصة:

1-توفير المعلومات الصادقة الواضحة للقراء ،وتشمل هذه المعلومات:

1-1 معلومات عامة يحتاجها الجمهور العام حول البيئة.

1-2 معلومات عملية وفنية تقدم للمختصين والمسؤولين وصناع القرار

1-3 المعلومات العلمية التربوية وتقدم إلى التربوين ومن أنواعها:[1]

° معلومات بيئية علمية تتعلق بالطبيعة الوسط الجغرافي.

° معلومات تشريعية تشمل القوانين النظمة للعامل مع البيئة.

°معلومات إدارية تتعلق بالمؤسسات والمنظمات المسؤولة جزئيا أو كليا عنقضايا البيئة.

[1] _محمد عبد الفتاح القصاص، دور وسائل الاتصال في خدمة البيئة، ندوة الاعلام وقضايا البيئة في مصر والعالم العربي، كلية الإعلام وبرنامج الأمم المتحدة للبيئة، القاهرة ، 18_23افريل 1992 ص 111..

°معلومات عن التجارب، ومحاولات حل مشاكل البيئة في مستويات مختلفة (محلية، إقليمية ،عربية،عالمية)

كما انه يهدف كذلك إلى:

_ زيادة المعرفة لدى الجماهير من خلال تقديم المعلومات والحقائق والأراء حول قضايا البيئة البيئة نظرا لما وسائل الإعلام من قدرة على عرض المعلومات والحقائق البيئية لتنمية الوعي الوعي الإيجابي تجاه البيئة.[1]

_ ومعالجة القضايا البيئية وتقديمها للجمهور بشكل مبسط وشامل بهدف رفع مستوى الوعي الوعي البيئي لديهم، وايجاد وعي بيئي وطني يحدد السلوكيات الإيجابية نحو البيئة والتغلب والتغلب على المشكلات والقضايا البيئية بحيث يكون لدى الفرد سلوكيات من خلال إكسابه عادات عادات سلوكيه جديدة إيجابية تجاه البيئة.[2]

وعليه فإنه يقوم بنقل الاخبار والمواضيع البيئية للجمهور عن طريق قنوات الإتصال أو مراكز البحوث ، ولتحقيق هذه الأهداف يجب أن يتم استخدام وسائل الإعلام الجماهيرية بشكل فعال لتعزيز الوعي لدى الجماهير المختلفة، لأنها تصبو إلى هدف واحد ألا وهو نشر وتنمية الوعي البيئي.

المطلب الرابع :مهام الإعلام البيئي:

وتتمثل في النقاط التالية:

_ تنمية الوعي البيئي من خلال تنمية الوعي البيئي العام تجاه القضايا البيئية ،مما يساعد على خلق تيار شعبي ضاغط على الحكومات للاهتمام بالمشكلات البيئية.

[1] _محمد عبد الفتاح القصاص، دور وسائل الاتصال في خدمة البيئة، المرجع السابق1992 ص 111.

[2] محمد محمود المرسي، دور الإذاعات المحلية في معالجة قضايا البيئة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 03،1998_،ص47.

_ إيقاظ الهمم وشحد الأفراد لتحريك الجمود في الساحة البيئية، وتحفيز أصحاب القرار من خلال المعلومات البيئية الصحيحة،بغية التصرف بمسؤولية اتجاه البيئة،وتحسين نوعية الحياة دون الأضرار بالموارد،ودون تعريض حياة الأجيال القادمة للخطر.

_ الدعوة إلى ضرورة تحسين مستوى المعيشة وحفظ التنوع ونقص استنزاف الموارد غير المتجددة غير المتجددة ومراعاة الحفاظ على القدرة الاستيعابية للأنظمة الايكولوجية،وتغيير العادات والسلوكيات البيئية السيئة ومواجهة العب والاستهتار وتعزيز قدرات الفئات الراغبة في التغيير الأفضل وتمكين المجتمعات من حماية بيئتها[1]

[1] _إسماعيل إبراهيم'الصحفي المتخصص،دار الفجر، القاهرة–مصر،ص ص 225_226.

خلاصة الفصل الثاني:

ان دور الفايسبوك يعمل كوسيلة لنقل الرسائل والمعلومات البيئية وتحفيز الناس على اتخاذ إجراءات إيجابية لحماية البيئة. يتم التطرق إلى أهمية تواجد الجماهير الكبيرة على منصة التواصل هذه وكيف يمكن للمنظمات البيئية و النشطاء استخدامها لنشر الحملات والمبادرات البيئية وزيادة الوعي بقضايا البيئة.

تم تسليط الضوء أيضا على كيفية إنشاء صفحات ومجموعات خاصة بالقضايا البيئية على فايسبوك، وكيفية استخدام المقاطع المرئية وتبادل الأخبار والأبحاث البيئية لتوعية الجمهور وتشجيعه على المشاركة في الحملات والأنشطة البيئية .

بهذا الشكل تبرز أهمية فايسبوك كوسيلة فعالة لتعزيز الوعي البيئي ونشر ثقافة الحفاظ على البيئة، ويتم استعراض كيفية استخدامها في الجهود المبذولة لحماية البيئة والحفاظ عليها.

الفصل الثالث:

حملات الاتصال العمومي والوعي البيئي

تمهيد:

يركز هذا الفصل على أهمية الحملات الإعلامية وحملات الاتصال العام في زيادة الوعي البيئي وتعزيز السلوكيات البيئية الإيجابية بين الناس. ويتناول هذا التمهيد الدور الحيوي التي تلعبه وسائل الإعلام المختلفة،سواء التقليدية أو الرقمية في نشر المعلومات والرسائل البيئية وجذب انتباه الجمهور.

يسلط التمهيد على الضوء أيضا على أهمية البحوث والدراسات التي تظهر العلاقة بين الحملات الإعلامية وزيادة الوعي البيئي، وكيف يمكن لتلك الحملات أن تؤثر على سلوكيات الأفراد وتشجيعهم على اتخاذ إجراءات إيجابية اتجاه البيئة .

بهذا الشكل يعتبر هذا التمهيد بمثابة مقدمة للفصل الأول التي سيتطرق بالتفصيل إلى دور الحملات الإعلامية وحملات الاتصال العام في زيادة الوعي البيئي وتأثيرها على سلوكيات الفرد والمجتمع نحو الحفاظ على البيئة والاستدامة.

المبحث الأول: الحملات الإعلامية.

المطلب الأول: مفهوم الحملة الإعلامية :

مفهومها لغة: مصطلح " الحملة الإعلامية"(media camping « campagne médiatique) مركبة من كلمتين وهما: حملة وترجمتها بالإنجليزية فهي . campa gin وباللغة الفرنسية campagneأما الشق الثاني من المصطلح "إعلامية" /media) (médiatique فهو منسوب إلى الوسيلة وإذا اقترن الأمر بالوصف دلت على نوعية الحملة الحملة مثال: حملة إعلامية توعوية ، حملة إعلامية تربوية.[1]

اصطلاحا:

يعرف دينيس ماكويل denis mcquail الحملة الإعلامية بأنها" جهود اتصالية وقتية تستند إلى سلوك مؤسسي أو جمعوي، يكون متوافقا مع المعايير والقيم السائدة بهدف توجيه وتدعيم وتحفيز اتجاهات الجمهور نحوأهداف مقبولة اجتماعيا، مثل التصويت وشراء السلع والتبرعات وتحقيق المن أكبر وصحة أفضل "

عرف كل من روجرس وستوري rogres and story الحملة الإعلامية هي "نظام للأنشطة الاتصالية،التي تعتزم إحداث تأثيرات محددة في عدد كبير نسبيا من الجمهور، وذلك من خلال فترة زمنية محددة:"

ويعرفها هربرت سيمون herbert simons أنها "محاولات منظمة للتأثير في الجماعات الجماعات أو الجماهير العريضة من خلال سلسلة من الرسائل[2]"

تعريفا شاملا لكل العناصر المكونة للحملة الإعلامية، حيث جاء فيه على أنها" نشاط اتصالي، اتصالي، مخطط ومنظم، وخاضع للمتابعة والتقويم،تقوم به مؤسسات أو مجموعة أفراد. ويمتد

1_د.دليلة فرشان،حملات الاتصال العمومي،مطبوعة بيداغوجية، جامعة الجزائر 3،كلية علوم الإعلام والاتصال،قسم الاتصال، 2023/2022 ص ص32'33.

[2] _د.دليلة فرشان،حملات الاتصال العمومي،مطبوعة بيداغوجية،'جامعة الجزائر 3،كلية علوم الإعلام والاتصال،قسم الاتصال، 2023/2022 ص ص 32'33.

ويمتد لفترة زمنية.بهدف تحقيق أهداف معينة. باستخدام وسائل الاتصال المختلفة وسلسلة من من الرسائل الاتصالية. وباعتماد أساليب استمالة مؤثرة بشأن موضوع محدد، يكون معه أو أو ضده. ويستهدف جمهورا كبيرا نسبيا"

ويشمل مفهوم الحملات الإعلاميةبصفة عامة على مقومات، وهي:

_ نشاط اتصالي يستخدم سلسلة من الرسائل الإعلامية.

_ حول موضوع أوقضية معينة.

_ تقوم به المؤسسات أو مجموعة أفراد.

_ باستخدام وسائل الاتصال المختلفة.

_ الحملات الإعلامية هادفة ومقصودة.

_تستهدف الحملات الإعلامية قطاعا واسعا نسبيا من جمهور.

_ باعتماد أساليب استمالة مؤثرة على الجمهور المستهدف، للتأثير على مواقفه تجاه قضية معينة بالرأي الإيجابي أو السلبي.

_ تنجز الحملات الإعلامية وفق خطط وخلال فترات زمنية مجدولة مسبقا.

_ خاضعة للمتابعة والتقييم.[1]

المطلب الثاني :أسس الحملة الإعلامية :

يشير الباحث وليام بايزلي william paisley إلى أسس الحملة الإعلامية التي تقوم عليها وهي:

[1] _ د.دليلة فرشان،حملات الاتصال العمومي،مطبوعة بيداغوجية،جامعة الجزائر،المرجع السابق، 2023/2022 ص ص 33،34.

_ التعليم éducation:

أي توفير المعلومات المتعلقة بموضوع الحملة بهدف تعريف الجمهور بالمشكلة أو الظاهرة، وتفيد هذه العملية في مفهومها، تنشئة الأفراد وفق المواقف الإيجابية، كما هو الشأن مثلا في الحملات التي تهدف إلى ترسيخ الحفاظ على نظافة الشوارع أو الشواطئ. وبهذا تسهم على تعليم وتكوين قيمة سلوكية إيجابية لدى أفراد المجتمع وتعزز فيهم سلوكيات فعلية وعملية.

_ التدبير engineering:

يقصد بالتدبير، تلك الإجراءات الإرشادية، والتوجيهية اللازم اتخاذها من أجل معالجة المشكلة المطروحة في الحملة. فلا تتوقف أهداف الحملة في جلب انتباه الجمهور المستهدف ،ولا في استمالته وإقناعه بأهمية فحوى الحملة، ومضمون رسالتها، وإنما أيضا تزود الجمهور بالطرق الرشيدة ،والأفكار أو السلوكيات الصحيحة والسليمة، بدلا من تلك الموجودة والمعمول بها أو المتبعة والتي تعتبر الهدف الأساس من إطلاق الحملة الإعلامية.

_ التعزيز reinforcement:

والمقصود به تلك العلاقة بين المثير والاستجابة،والمتمثلة في تقديم مثير مرغوب فيه يعمل على ظهور الاستجابة أو يقوي حظوظ ظهورها،أي كلما زاد الاحتمال بظهور الاستجابة،فهو تعزيز.

المطلب الثالث : أشكال الحملات الإعلامية:

1_ البداية القوية ثم التنقص التدريجي: في هذا الشكل تبدأ الحملة مركزة ومكثفة، حتى تصل إلى ذروة التأثير والانتشار. ثم تبدأ في التنقص التدريجي حتى تصل إلى مرحلة معينة من معينة من الانتشار ،وتظل على هذا المستوى حتى نهاية الفترة الموضوعة.[1]

1_ د.دليلة فرشان ، حملات الاتصال العمومي،مطبوعة بيداغوجية،جامعة الجزائر، المرجع سابق،ص ص 34،35.

2_ البداية المحددة ثم التزايد التدريجي:

أي تتزايد قوة الحملة وتصاعد من حيث حجمها، وتكرار مواردها، ونوعية الوسائل المستخدمة حتى تصل إلى درجة الانتشار.فعلى سبيل المثال تبدأ حملة ضد تعاطي المخدرات من خلال فيديو صغير يعرض على شاشة التلفزيون، ثم تتناول لمحف موضوع الحملة لتشارك بمقالات وتحقيقات حول الموضوع، ثم يتناقل مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعية، رسالة الحملة ويقومون بنشرها عبر صفحاتهم.

3_ التبادل في إحداث الأثر العلمي:

بمعنى تبدأ الحملة قوية تتنقص ثم تتزايد مرة أخرى وذلك وفقا لخطة محكمة مستهدف ولهذا لشكل الكثير من مميزات منها:

_ إمكانية التركيز الحملة إعلاميا في الأوقات المناسبة.

_ الاستمرار والتركيز المتواصل على الجمهور المستهدف.

_ استخدام الأكبر لعدد من القنوات والوسائل.

_ التقويم المستمر لمراحل الحملة المختلفة.[1]

4_ التوازن والثبات:

بمعنى أن تتساوى وتثبت فيه المواد الإعلامية (مسموعة،مطبوعة،مرئية) على امتداد فترة فترة الحملة.[2]

[1] _د.دليلة فرشان، حملات الاتصال العمومي'مطبوعة بيداغوجية ،جامعة الجزائر، المرجع السابق، ص35.

[2] _ د.دليلة فرشان ،المرجع نفسه، ص ص 34'35.

المبحث الثاني: الاتصال العمومي.

المطلب الأول :تعريف الاتصال العمومي:

عرف بيار زيمور pierre zemor هو ذلك الاتصال الرسمي الذي يقوم على التبادل والمشاركة للمعلومات المفيدة،وأنه يؤدي إلى الحفاظ على النظام الاجتماعي الذي تقع مسؤوليته على عاتق المؤسسات العامة"

ويعرفه ميشيل لونات michel le net أنه" هو ذلك الاتصال الذي يوجه إلى عامة الناس حول مواضيع هامة تخص لصالح العام،(كحماية البيئة) الحملات الوقائية(حملات ضد التدخين، الوقاية من فيروس السيدا،التوعية ضد السرطان ،الحد من حوادث المرور ،وغيرها"

فالإتصال العمومي يحمل في مفهومه،رسمية المصدر(المعلن أو مصدر الرسالة يتمثل، في الدولة،والمؤسسات العمومية،المجتمع المحلي،وغيرها من المؤسسات والمنظمات والجمعيات الرسمية...)

ويتسع ليشمل الاتصال الاجتماعي، كونه يهدف إلى تحقيق لصالح العام(إعلام تحسيس، إرشاد، توعية في مجال التوعية ضد حوادث المرور ،والبيئة ،والصحة..)أو إلى"حملات تسويقي"وحملات تهدف إلى "بناء صورة المؤسسة" فكل حملة يقوم بها المعلن، المرسل العمومي.تهدف إلى تغيير اتجاهات وكذا سلوكيات فئة من الجمهور المستهدف"

وبصفة عامة يمكن القول أن الاتصال العمومي يهدف ب:

_ هو الاتصال الذي تقوم به الهيئات الحكومية والمؤسسات العمومية، والإدارة المحلية وغيرها.

_ هو عملية نشر المعلومات لفائدة المواطنين المتعلقة بمختلف المجالات والسياسات والقرارات الرسمية لصالح المواطنين والمجتمع ككل من خلال الحصول على المعلومة ولتحقيق استجابات إيجابية لدى الجمهور المستهدف،باستخدام مختلف وسائل الإعلام.

_ يهدف الاتصال العمومي إلى تغيير أو تعديل اتجاهات وموقف وسلوكيات الأفراد نحو الأفضل لصالح المجتمع ككل.[1]

فالاتصال العمومي إذا هو الاتصال الحكومي(هيئة الرئاسة، رئاسة الحكومة، الوزارات، الوزارات، السلطات العمومية الخدمية...إلخ) التي يتمثل في عملية إعلام ونشر المعلومة لفائدة لفائدة المواطنين، بهدف محاولة التأثير عليهم بالإقناع من أجل تعديل معارفهمومواقفهم،وأرائهم،وسلوكاتهم،من أجل تحقيق مصلحة المجتمع كهدف أساسي له، فهو بذلك فهو بذلك يستجيب للمصلحة العامة.،خاصة في مجال مكافحة الآفات الاجتماعية،وترويج القيم القيم الأساسية'وبذلك يحفز ويدعو كل فرد من المجتمع لأخذ نصيبه من المسؤولية لمصلحة المجتمع لمصلحة المجتمع ككل.[2]

المطلب الثاني: وظائف الاتصال العمومي:

الاتصال العمومي هو تعريف المواطنين وإعلامهم بالسياسات العمومية الممارسة من طرف السلطة السياسية،حيث تنشر الرسالة أو المعلومة أو المعلومة الحكومية...

أما المهمة الثانية،كما ذكرها le net " الاتصال العمومي يهدف إلى تغيير كل ما هو سلبي من معارف وأراء وسلوكيات الأفراد في مجالات متعددة،كمحاربة الرشوة،والبيروقراطية،وإشراك المواطنين في انجاز وتحقيق المشاريع التنموية"

فهي مرتبطة بالرغبة في تغيير سلوك المواطنين ،ويتعلق الأمر هنا بالحملات التوعوية والوقائية في مجال الصحي أو ما يتعلق بأمن الطرقات ن أو تلك الحملات المتعلقة برهانات التنمية المستدامة (كحملات التوعية البيئية...).

[1] _د.دليلة فرشان،حملات الاتصال العمومي،مطبوعة بيداغوجية،جامعة الجزائر، المرجع السابق ،ص ص23،24

[2] _د. دليلة فرشان، المرجع نفسه، ص ص 23'24.

المطلب الثالث: أهداف الاتصال العمومي:

عندما نتحدث عن أهداف الاتصال العمومي وغاياته،فإننا نتحدث عن موضوع شغل الأذهان منذ القدم،فقد حددت الغاية الأولى للاتصال ،كهدف أساسي وبشكل عام، بأنه إقناع الطرف المتصل به يتقبل الفكرة أو مضمون الكلمن في الرسالة التي تلقاها،قصد استمالة التأثير في موقفه واتجاهه ،أو شعوره أو سلوكه اتجاه موضوع أو قضية معينة،أو شخص ما وفق الهدف الذي يسعى المرسل تحقيقه من وراء هذا الفعل التواصلي.

ومهما يكن الأمر،فإن مجمل أهداف الاتصال العمومي يمكن تحديدها بصفة شاملة ومختصرة فيما يلي:

1_ تزويد أفراد المجتمع بالمعلومات المرتبطة بموضوع ما أو قضية معينة من القضايا التي تتعلق بتحقيق المصلحة العامة ،بغية تعديل أو تغيير قناعاتهم أو سلوكاتهم إلى الأفضل أو الأصلح.

2_ يعتبر الطرف المتلقي في عملية الاتصال العمومي على أنه مواطن وليس مستهلكا ،وأن الهدف من عملية التواصل هو تحقيق المصلحة العامة للمجتمع ككل.

3 _ تزويد المواطنين بمختلف المعلومات الرسمية المرتبطة بنشاط المؤسسة الحكومية على المستوى على المستوى الوطني أو المحلي أو الدولي.[1]

4_ توفير معلومات صادقة،دقيقة، وتحديثها بشكل دوري وباستمرار ،وضمان وصولها إلى الجمهور المستهدف من خلال الحملات التوعوية والتربوية والتحسيسية.[2]

[1] _دليلة فرشان، حملات الاتصال العمومية مطبوعة بيداغوجية، المرجع السابق، ص ص 26،27

[2] _ عصام توفيق قمر ،الأنشطة المدرسية و الوعي البيئي،الأطراف النظرية الأدوار الوظيفية التجارب الدولية،دار السحاب للنشر والتوزيع،2004،ص 25.

المبحث الثالث: الوعي البيئي.

المطلب الأول :مفهوم الوعي البيئي:

تعددت التعريفات التي تناولت مفهوم الوعي البيئي، نظرا لصلته الوثيقة بمفهوم البيئة فيعرف الوعي البيئي علي يعرف على أنه"إدراك الفرد لدوره في مواجهة البيئة." ويعرف الوعي البيئي أيضا بأنه" الإدراك القائم على الإحساس بالعلاقات والمشكلات البيئية من حيث أسبابها وأثارها ووسائل حلها".

ويعرف أيضا بأنه "عبارة عن إدراك الفرد لمتطلبات البيئة عن طريق إحساسه ومعرفته بمكوناتها، وما بينهما من العلاقات،وكذلك القضايا البيئية وكيفية التعامل معها والوعي البيئي البيئي لايمكن أن يتحقق من خلال التعليم، إنما يتطلب خبرة حياتية طبيعية .وهناك فرق أساسي بين التربية و الوعي .فربما يتعلم الفرد بمعلومات كثيرة عن نبات ما من النباتات النادرة، ويعرف الكثير عن صفاته لكنه في نفس الوقت ، يقتلعه ولا يهتم به".[1]

وهو " حالة عقلية مستندة إلى المعرفة بالقضايا البيئية ينتج عنه سلوك وعي إيجابي".[2]

في نفس السياق يعرف" الوعي البيئي" بأنه يشير إلى درجة الإدراك على المستويين الفردي الفردي والمجتمعي لأهمية الحفاظ على البيئة وحمايتها،والتعامل معها،دون الجور عليها لتطويعها من أجل تحقيق غايات فردية سريعة للإنسان في المدى القصير تلحق بالبيئة أضرارا أضرارا على المدى الطويل.[3]

---

[1]– simmons bora and other ‘enviromental ’education materials’ guide lines for excellence workbook’ briding theory and practice’ north american for ‘ via’ internet ‘(ERIC) 2003’ p’37.

[2]_السيد عبد الفتاح عفيفي، بحوث في علم الاجتماع المعاصر، دار الفكر العربي، القاهرة ،1996،ص 222.

[3]_ حسن إيمان محمد،’ دور البرامج البيئية بالتلفزيون المحلي في تنمية الوعي البيئي لدى المراهقين، رسالة ماجستير، معهد الدراسات العليا للطفولة’جامعة تبسة ،2013، ص 38.

المطلب الثاني: أنواع الوعي البيئي:

يعتبر الوعي البيئي من أهم عناصر الثقافة السائدة في المجتمع،و التي تعمل كموجة لسلوك لسلوك الأفراد و بالتالي فإن الوعي هو إدراك الفرد لذاته وما يحيط به إدراكا مباشرا للوعي للوعي البيئي عدة أنواع من بينها مايلي:[1]

_ الوعي الكامل (الوقائي): وهو الذي يمنع حدوث المشكلة.

_ الوعي العلاجي: وهو الذي يواجه به الفرد المشكلات الفعلية الناجمة عن سوء الاستخدام وتتمثل الأضلع الثلاثة للوعي البيئي في :

1)_ الحكومة وأجهزتها.

2) المجتمع بكافة هيئاته ومؤسساته.

3) الأفراد الذين يشكلون حماة البيئة في حال توفر المعرفة و الإدراك و الفهم الصحيح لدورهم تجاه البيئة ’أو ما يمثلون صناع التلوث في حالة غياب الوعي وسوء الفهم وفقدان الإحساس بالمسؤولية تجاه البيئة .

أي أن الوعي البيئي الوقائي والعلاجي كلا منهما يكمل الاخر.

المطلب الثالث:مكونات الوعي البيئي:

إن مفهوم الوعي البيئي وثيق الصلة بمفهوم البيئة ويرتبط الإنسان حيث أنه الكائن الحي الذي يؤثر الذي يؤثر ويتأثر بالبيئة بالسلب والإيجاب، ويتطلب أمر الوصول إلى برامج فاعلة وهادفة لنشر لنشر الوعي البيئي والتي تتكامل في ثلاث مكونات أساسية هي:

[1] _ نادية محمد صفار،مستوى الوعي البيئي لدى طلبة جامعة مؤتة في ضوء المتغيرات، رسالة ماجستير، قسم الارشاد والتربية الخاصة في علم النفس التربوي الأردن،2007،ص 24.

° التعليم البيئي:هو العملية التي تهدف إلى تطوير القدرات والمهارات والوعي البيئي لدى الأفراد المهتمين بالبيئة والتوجيهات الصحيحة واكتساب المهارات اللازمة للعمل بشكل فردي أو فردي أو جماعي ف حل المشكلات البيئية القائمة ' والعمل أيضا قدر الإمكان للحيلولة دون دون حدوث مشكلات بيئية جديدة.[1]

°الثقافة البيئية: تبدو على أنها: فهم أساسيات التفاعل بين الإنسان والبيئة بمكوناتها الحية وغير الحية، بحيث يتضمن هذا التفاعل الأخذ والعطاء بين الإنسان والنبات والحيوان.[2]

° الإعلام البيئي: هو أحد أهم أجنحة التوعية البيئية،وهو أداة إذا حسن استثمارها كان لها المردود الإيجابي للرقي بالوعي البيئي، ونشر الإدراك السليم للقضايا البيئية،ويعمل الإعلام الإعلام البيئي في تسيير فهم وإدراك المتلقي لقضايا البيئة المعاصرة وبناء قناعات معينة اتجاه البيئة وقضاياها.[3]

وعلى هذا فإن أي مشكلة أوقضية لاتتعرض لها وسائل الإعلام لايمكن أن تجد لها صدى بين الجماهير ومن هنا تضح أهمية الدور التي تلعبه وسائل الإعلام.

المطلب الرابع:خصائص الوعي البيئي:

للوعي البيئي خصائص متعددة ومتنوعة من بينها:

1) الوعي البيئي هدف رئيسي من أهداف التربية البيئية.

2) تنمية الوعي البيئي لدى الأفراد يتطلب ثلاثة أنواع مهمة بالضبط وهي:(الضبط العرفي الضبط السلوكي، وضبط اتخاذ القرارات والحلول تجاه البيئة)

3) الأساس الأول في تطوير الوعي البيئي هو توافر خلفية معرفية واسعة عن البيئة وأهم مواردها ومشكلاتها،وأفضل السبل لمواجهتها والحد من أثارها.

---

[1] _نادية محمد صفار،مستوى الوعي البيئي لدى طلبة جامعة مؤتة في ضوء المتغيرات، المرجع السابق ،ص 24.

[2] _شارلن روث،الثقافة البيئية جذورها وتطورها واتجاهاتها في التسعينات،ترجمة عبد الله خطايبة،مجلة التعريب،المركز العربي للتعريب و الترجمة والتأليف،دمشق،العدد 15،1998،ص 143.

[3] _ محمد الجوهري واخرون ،علم اجتماع البيئة،دار المسيرة، الأردن ،2010،ص 18.

4) فهم وإدراك العلاقة التفاعلية المتبادلة بين الإنسان والبيئة على أنها عامل أساسي في تكوين الوعي البيئي.

5) الوعي البيئي لدى الأفراد يحدد سلوكياتهم واتجاهاتهم نحو البيئة.

تكوين الوعي البيئي لدى الأفراد يضمن القدرة على اتخاذ القرارات اللازمة لحماية البيئة البيئة والمحافظة عليها واستخدام أساليب التفكير العلمي والإبداعي والناقد لحل مشكلاتها وعليه وعليه نرى أن البيئة المحيطة بالإنسان تؤثر في تكوين الوعي البيئي لديه، وأن الوعي البيئي البيئي لن يؤتي ثمارة بالمعرفة فقط بل عليه أن يشمل جوانب أخرى، حتى يتمكن من تكوين تكوين الإتجاهات البيئة التي تحدد السلوك الجيد نحو البيئية لذلك يجب أن نأخذ الجوانب الأخرى الأخرى المهمة من الوعي ولا يمكن الاكتفاء فقط بالمعرفة.[1]

[1]_ نايل نبيهة السيد، صحة البيئية والطفل،عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، القاهرة، 2009، ص 211.

خلاصة ا لفصل:

في هذا الفصل تم استعراض أهمية حملات الاتصال العمومي في نشر الوعي البيئي وتغيير السلوكيات نحو البيئة. تم دراسة أدوار وأهمية حملات الاتصال العمومي في تعزيز الوعي البيئي وتشجيع السلوكيات المستدامة. كما تم التطرق إلى استراتيجيات ووسائل الاتصال الفعالة في حملات الوعي البيئي ودور التقييم في تحسين فاعليتها. تم تقديم حملات ناجحة وكيفية التعامل مع التحديات التي تواجهها ,يمكن استنتاج أن حملات الاتصال العمومي تلعب دورا حيويا في توعية الناس بأهمية الحفاظ على البيئة وتحقيق التنمية المستدامة.

الإطار التطبيقي

الفصل الرابع:

قضايا البيئة (التشجير)

تمهيد :

تعد جزائرنا الحبيبة محط اهتمام دائم للحفاظ على البيئة والتنمية المستدامة ومن بين الجهود الرئيسية في هذا المجال يبرز التشجير كأداة فعالة للحفاظ على البيئة وتعزيز التنمية الاقتصادية والاجتماعية في البلاد ، تعتبر الجزائر واحدة من الدول التي تواجه تحديات بيئية كبيرة مثل التصحر ونقص الموارد المائية ولذلك فان تعزيز الغطاء النباتي والتشجير يعتبران أساسيات لتحقيق الاستدامة البيئية ، تعتبر مبادرة السد الأخضر في الجزائر من المشاريع البيئية الطموحة التي تهدف الى مكافحة التصحر وتحسين الأمن الغذائي ، أطلقت الجزائر هذا المشروع في السبعينات من القرن الماضي وتم تجديد الجهود مؤخرا لتوسيعه وإعادة تأهيله ، يهدف المشروع إلى تشجير 4.7 مليون هكتار من الأراضي ، يتم تنفيذ المشروع عبر 13 ولاية على امتداد شريط يبلغ طوله 1500 كيلومتر.

تم غرس أكثر من 26 مليون شجيرة في منطق السد الأخضر وذلك في إطار برنامج 2020-2023 الجاري حسبما جاء في الحصيلة الأخيرة التي أعلنتها مسؤولة بالمديرية العامة للغابات .

و أكدت السيدة صليحة فوطاس مديرية مكافحة التصحر والسد الأخضر بالمديرية العامة للغابات في أن غرس هذه الشجيرات قد تم على مساحة تقدر ب 43.558 هكتار وعلاوة على الأهمية البيئية لهذا المشروع الغابي والمتمثلة في حماية منطق الشمال من ظواهر التعرية وانجراف التربة .

قامت العديد من الولايات الجزائرية بحملات تشجير مكثفة ضمن إطار مشروع السد الأخضر ومن بين هذه الولايات ولاية البيض ، النعامة ، الأغواط ، الجلفة ، تيسمسيلت ، البليدة ، المدية ، باتنة ، خنشلة ، سطيف ، تبسة ،

بض الحصائل النهائية لمشروع السد الأخضر :

تختلف التقديرات لكن بعض المصادر تشير الى أن العدد لا يتجاوز 20 مليون شجرة ، غطت عمليات التشجير مساحات شاسعة من الاراضي حيث تتراوح المساحة المغطاة بين 3 و 4 مليون هكتار.

المبحث الأول : بطاقة فنية حول محافظة الغابات لولاية المدية :

المطلب الأول : نشأة محافظة الغابات:

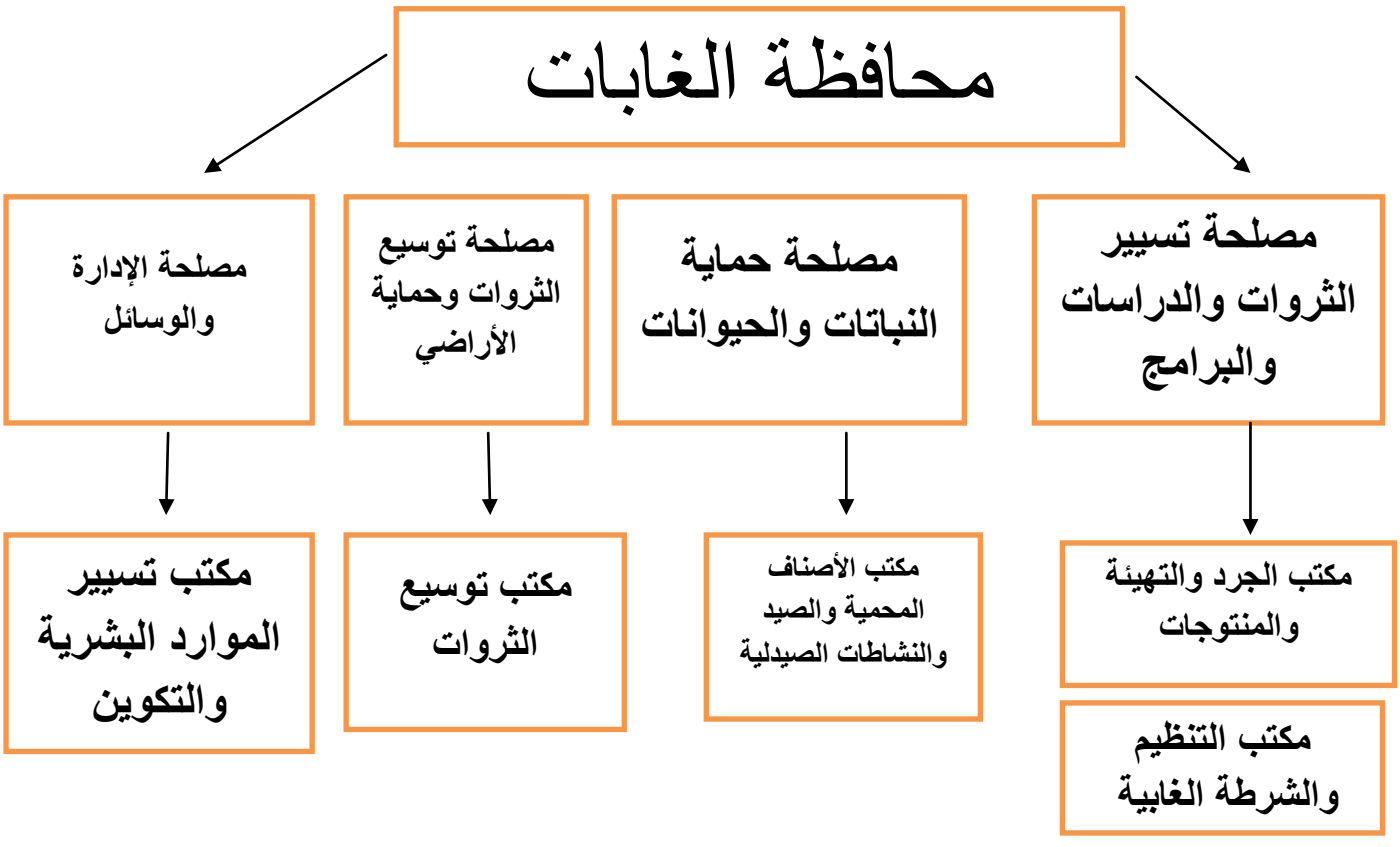
تبعا للمرسوم التنفيذي رقم 95-333 مؤرخ في 25/10/1995

المتضمن إنشاء المحافظات الولائية للغابات ويحدد تنظيمها وعملها والمعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 97-93 مؤرخ في 17/03/1997

وتشمل محافظة الغابات للولاية على عدة مقاطعات يتراوح عددها بين مقاطعتين وخمسة مقاطعات غابية .

المطلب الثاني : التنظيم الهيكلي لمحافظة الغابات

التنظيم الهيكلي لمحافظة الغابات



محاور تدخل إدارة الغابات :

نرتكز مهام إدارة الغابات من حيث محاور التنمية إلى :

أ -معالجة الأحواض المتدفقة:

-تنمية المناطق الجبلية والريفية

-مكافحة الانجراف

-الحفاظ على التوازن الإيكولوجي .

- التسيير العقلاني والمستدام للموارد الطبيعية .

- إعادة تعمير الفضاءات الريفية عن طريق فتح ورشات لإنشاء منصب شغل دائمة ومؤقتة

-فك العزلة عن طريق إنجاز أشغال شق وتهيئة المسالك

ب) توسيع الثروة الغابية :

- تنفيذ المخطط الوطني للتشجير

- تنفيذ مختلف دراسات التهيئة الغابية

-تحسين حالة الغطاء النباتي

ج) مكافحة التصحر :

- تنفيذ اتفاقيات الأمم المتحدة لمكافحة التصحر .

- تنمية المناطق السهبية

- توفير منصب الشغل في هذه المناطق

-تجنيد الموارد المائية

- إنشاء مشاتل بمحيط الهضاب العليا

د) حماية الثروة:

- حماية الثروة من الأمراض من الأمراض والحرائق
- المحافظة على الثروة الحيوانية والنباتية
- حماية الأنواع الحيوانية والنباتية المحمية بالصوص القانونية

المطلب الثالث : حملات مكافحة الغابات

حملة مكافحة حرائق الغابات لسنة 2023

الجدول 1: مخطط التدخل المتعلق بحملة الوقاية من حرائق الغابات:

عدد لجان الدائرة	عدد لجان البلدية	الفرق المتنقلة		أبراج المراقبة		ورشات التدخل لدى المحافظة		ورشات التدخل لدى القطاعات الاخرى		شاحنة ccffl	شاحنة ccffl	شاحنة Ravitailleurs	نقاط الماء
		العدد	عدد العمال	العدد	عدد العمال	العدد	عدد العمال	العدد	عدد العمال				
19	64	23	230	19	30	02	25	107	1351	17	00	01	277

الجدول 2: حصيلة حرائق الغابات لسنة 2023:

التشكيلات الغابية			المساحة الإجمالية (هكتار)	عدد الحرائق
غابات	أدغال	أحراش		
271	159	203	633	43

التحضير لحملة مكافحة حرائق الغابات لسنة 2024:

الجدول 3: البرنامج القطاعي العنوان 3 لسنة 2023

الأشغال	الحجم المسجل	الحجم المنجز	الباقي	مبلغ العملية دج	الملاحظة
تهيئة المسالك الغابية (كلم)	100	21	79	160000000,00	بداية الأشغال 05-11-2023 بعد صدور مستخرج المقرر رقم 02 الخاص بتسجيل العمليات بتاريخ 05-09-2023 تم التزام 16 اتفاقية والأشغال جارية رغم التساقطات ليتم استلام الأشغال قبل دخول حملة مكافحة حرائق الغابات 2024 باقي الإلتزام 5,5 كلم كحجم غير مجدي تم فتح الأضرفة والتقييم جاري
فتح المساهلك الغابية (كلم)	50	07	43	70000000,00	-بداية الأشغال 09-11-2023 بعد صدور مستخرج المقرر رقم 02 الخاص بتسجيل العمليات بتاريخ 05-09-2023 -تم التزام 08 اتفاقيات والأشغال جارية رغم التساقطات ليتم استلام الأشغال قبل دخول حملة مكافحة حرائق الغابات 2024 - باقي الالتزام 16,8 كلم كحجم غير مجدي تم فتح الأضرحة والتقييم جاري
المجموع	150	28	122	230000000,00	

الجدول 4: البرنامج القطاعي العنوان 3 لسنة 2024

الأشغال	الحجم المبلغ	مبلغ العملية دج	الملاحظة
فتح المسالك الغابية (كلم)	80	160000000,00	-تم تحديد البلديات والمواقع وتحضير المشاريع التنفيذية ، ويتم الانتهاء من دفاتر ليتم وضعها أمام لجنة الصفقات الولائية في بداية شهر جانفي 2024
الأشغال الحراجية (هكتار)	600	36000000,00	
رصد وتهيئة المنابع (و)	06	36000000,00	
المجموع	–	204400000,00	

3-مصلحة حماية الثروة النباتية و الحيوانية :

-حصيلة مكافحة الحرائق : إن الخسائر المسجلة بعد نهاية الحملة كلت كالآتي :

- عدد الحرائق 43 حريق

- المساحة المحروقة :633.705 هكتار

-حصيلة التوعية والتحسيس للوقاية من الحرائق :

- لقاءات جوارية 57
- حصص إذاعية 09
- المحاضرات 10
- مقالات تلفزيونية 02
- معارض 04
- توزيع المطويات 1140
- قوافل تحسيسية مع القطاعات المعنية 07

الجدول 5: بطاقة تقنية

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

ولاية المدية

محافظة الغابات

حملة التشجير 2024/2023

عدد البلديات المعنية		64		
عدد الشتلات المغروسة حملة 2023/2022		189,856		
/		الأهداف المسطرة	الانجازات	نسبة الانجاز
عدد الشتلات المزمع غرسها حملة 2024/2023		461.825	291.617	%63
مناطق الغرس	المناطق الحضرية	60.000	60.000	100%
	المناطق شبه حضرية	138.620	81.636	59%
	المناطق الغابية	263.205	149.981	57%
				المتدخلون
مصدر التمويل	- الممولة من برامج التجهيز	(%58)270.275		المؤسسة الجهوية للهندسة الريفية زكار
	المشاتل الادارية (تيبحيرين /أولاد عنتر)	161.550 (35%)		الجمعيات البيئية –النوادي الرياضية–جمعيات الأحياء–الفلاحين
	- رعاية من	30.000		06 مقاولات

	طرف موبيليس		

الأيام التي تقوم بهامحافظة الغابات بخرجات تحسيسية لتوعية البيئة :

اليوم الوطني للشجرة في كل عام مثلا هذه السنة :

2023-10-25 . .. إنطلاق الحملة نهاية الحملة 21-03-2024 اليوم الدولي للغابات

تم غرس 461,828 شجيرة كحصيلة نهائية .

المبحث الثاني: تفريغ البيانات تحليلها:

المحور الأول: البيانات الشخصية:

الجدول 6: توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

السن	التكرار	النسبة
من 18 إلى 25 سنة	86	%71.67
من 26 إلى 33 سنة	28	%23.33
أكثر من 34 سنة	6	%5
المجموع	120	%100

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه حسب متغير السن أنه هناك 86 مفردة جاءت نسبة 71.67% حيث تصدر الشب المتصل عليها من خلال النتائج بينما نجد من 26 إلى 33 سنة هناك 28 مفردة بلغت 23.33% وأخيرا أكثر من 34 سنة بلغت 5%.

يتضح لنا مما سبق أن النسبة الأعلى درجة هي من 18 إلى 25 سنة وهذا يدل أن فئة الشباب هم الأكثر تفاعلا على منصة الفايسبوك ومن المحتمل أن يكون لديهم وصولاً أكبر للوسائط الحديثة المتمثلة في الفايسبوك ووقت وفراغ للانخراط وبنسبة ضئيلة أكثر من 34 سنة بلغت 5% ويدل ذلك على أنه هذه الفئة هي الأقل تواجد على الفايسبوك وقد يرجع ذلك اعتمدها على الوسائل التقليدية أو الالتزامات الشخصية والمهنية.

الجدول 7 : توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي.

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة
جامعي	100	%83.33
ثانوي	12	%10
متوسط	6	%5
ابتدائي	0	%0
بدون مستوى	2	%1.67
المجموع	120	%100

يظهر من البيانات أعلاه حسب المستوى التعليمي أن أكبر نسبة بلغت 83.33% مستوى جامعي في حين 12 مفردة بلغت 10% مستوى ثانوي أما فيما خص نسبة المتوسط 6 مفردة بنسبة 5% وبدون مستوى 2 مفردة بلغت 1.67% أما الابتدائي فكانت منعدمة.

يتضح من التحليل أن المستوى الجامعي هو الأعلى نسبة ويشير هذا أن الأشخاص ذوي المستوى التعليمي الجامعي هم أكثر استخداما لمنصة الفايسبوك ويليها مباشرة الثانوي هم أيضاً شطين على الفايسبوك ولكن بدرجة أقل من الجامعيين كما لم نتلقى أي اجابات من المستوى الابتدائي ومن الطبيعي أن يكون هذا المستوى منعدم في هذا العمر غالبا غير شطين على مواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول 8: توزيع أفراد العينة حسب الاقامة.

الاقامة	التكرار	النسبة
داخل المدينة	79	%65.83
خارج المدينة	41	%34.17
المجموع	120	%100

بالاستناد إلى البيانات المقدمة حسب الاقامة جاءت 79 مفردة بنسبة 65.83% أما خارج المدينة 41 مفردة بلغت 34.17%.

يمكننا أن نستنتج أن النسبة الأكبر قد جاءت داخل المدينة يدل ذلك على عدة عوامل سهولة الوصول إلى الأنترنت والبنية التحتية تكون أفضل في المدن والمستوى التعليمي في المدن يكون أعلى.

أما خارج المدينة تمثل الأشخاص الذين يعيشون في المناطق الريفية أو خارج المدن الكبرى يكون هناك بعض التحديات التي تقلل من استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي صعوبة الوصول إلى الأنترنت بشكل مستمر وجيد.

الجدول 9: توزيع أفراد العينة حسب كيفية استخدام صفحة الفيسبوك.

كيفية استخدام / المتغير	دائما		أحيانا		نادراً		المجموع	
السن	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
من 8 إلى 25سنة	69	57	15	12.5	02	1.67	86	71.67
من 26 إلى 33 سنة	12	10	13	10.83	03	2.5	28	23.33
أكثر من 34 سنة	02	1.67	03	2.5	01	0.83	06	05
المجموع	83	69.17	31	25.83	06	05	120	100
المستوى التعليمي								
جامعي	74	61.67	24	20	02	1.67	100	83.33
ثانوي	05	4.16	04	3.33	03	2.5	12	10
متوسط	03	2.5	02	1.67	01	0.83	06	05
ابتدائي	00	00	00	00	00	00	00	00

دون مستوى	01	0.83	01	0.83	00	00	02	1.67
المجموع	83	63.17	31	25.83	06	05	100	100

يظهر ممن البيانات أعلاه حسب فئة من (18 إلى 25 سنة) عناك 69 مفردة وهي أعلى نسبة بلغت 57% يستخدمون موقع الفايسبوك دائما بينما نجد 15 مفردة بنسبة 12.5% من المستخدمين لموقع الفايسبوك أحيانا ثم تليها 2 مفردة بنسبة 1.67% الذين هم نادراً ما يستخدمون موقع الفايسبوك وهم أقل نسبة، فيما خيص الفئة من (26 إلى 33 سنة) جاءت بـ. 12 مفردة بلغت 10% يستخدمون دائما موقع الفايسبوك وسجلت أعلى نسبة بعدد مفردة 13 قدرت بـ. 10.83% أحيانا ونجد 3 مفردات بنسبة 2.5% من الذين يستخدمون موقع الفايسبوك نادراً، أما النسبة لفئة (الأكثر من 34 سنة) 2 مفردة قدرت بـ. 1.67% دائما بينما نجد مفردات بلغت % أحياناً ونادراً مفردة بلغت 0.83% وهي أدنى نسبة.

إضافة إلى ما سبق في المستوى التعليمي حسب المستوى لجامعي 74 مفردة سجلت كأعلى كأعلى نسبة بـ. 61.67% يستخدمون منصة الفليسبوك دائما بينما نجد 24 مفردة قدرت بـ. بـ. 20% أحياناً و2 مفردة بلغت 4.17% دائما يستخدمون الموقع المذكور أعلاه في الجدول الجدول وأحيانا 4 مفردات بلغت 30.33% و 3 مفردات بلغت 21.57% وبنسبة منخفضة منخفضة مقارنة بنتائج الأخرى، متوسط 3 مفردات قدرت بـ. 2.4% يستعملون المنصة دائما دائما وأحياناً 0.83% وبخصوص المستوى الابتدائي كلت منعدمة ونجد أيضاً بدون مستوى نسب مستوى نسب جد متدنية يستخدمون منصة دائماً بنسبة 0.83% وأحيانا أيضا 0.83% كذلك كذلك ونادراً لم نسجل أي اجابات.

يمكن استكشاف أن الفئة العمرية من (18 إلى 25 سنة) هذه الفئة سجلت أعلى نسبة من الاستخدام الدائم للفايسبوك مما يشير إلى أن الشباب هم الأكثر ارتباط وتفاعلا مع المنصة وانغماسهم في التكنولوجيا حيث تعد وسائل الاتصال الاجتماعية جزءاً أساسيا من حياتهم أما فيما يخص الفئة من (26 إلى 33 سنة) يستخدمون الفايسبوك بشكل متقطع وأكثر اعتدالاً مما يعكس انشغالهم بأمور حياتية أخرى وأخيراً الفئة العمرية الأكبر من (34 سنة) تستخدم الفايسبوك أقل سواءاً بشكل دائم أو أحيانا مما يبرز إلى اعتمادهم على وسائل تواصل أخرى أو تفضيلهم للتفاعل الاجتماعي المباشر.

على صعيد في المستوى التعليمي ظهرت أعلى نسبة في المستوى الجامعي يستخدمون موقع الفايسبوك دائما مما يعبر على ان منصة الفايسبوك منصة مهمة للطلاب الجامعيين للتواصل الاجتماعي والمشاركة الاكاديمية والمهنية والشخصية وبنسبة منخفضة مستوى المتوسط وبدن مستوى قد يكون الاستخدام المنخفض مرتبطا بعدم الحاجة الكبيرة للتواصل الاجتماعي عبر منصة عن المستوى الابتدائي النتائج صفرية وهذا من الطبيعي أنهم في هذه المرحلة يكونون غير مدركين لاستخدام منصات التواصل مثل الفايسبوك لديهم اهتمامات أخرى تأخذ أولوية أكبر مثل اللعب أو استخدام منصات أخرى مثل اليوتيوب لمشاهدة الرسوم المتحركة.

الجدول 10: يوضح توزيع أفراد العينة حسب المدة التي يقضيها في اليوم الفايسبوك.

مدة الاستخدام / المتغير	أقل من ساعة		من ساعة إلى 3 ساعات		أكثر من 3 ساعات		المجموع	
السن	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
من 18 إلى 25 سنة	0	0	86	71.67	0	0	86	71.67
من 26 إلى 33 سنة	0	0	28	23.33	0	0	28	23.33
أكثر من 34 سنة	0	0	6	5	0	0	6	5
المجموع	0	0	120	100	0	0	120	100

بيانات الجدول رقم 05 فمعدل تصفح موقع الفايسبوك من خلال الجدول حسب الفئة الفئة العمرية من (18 إلى 25 سنة) مدة أقل من ساعة لم تسجل أي اجابات فيما يخص مدة

مدة استخدام من ساعة إلى 3 ساعات 86 مفردة بلغت 71.67% وهي أعلى نسبة أكثر من 3 من 3 ساعات كانت منعدمة.

اضافة إلى فئة من (26 سنة إلى 33 سنة) بخصوص مدة أقل من ساعة لم نسجل أي اجابة فيما يتعلق مدة من ساعة إلى 3 ساعات نجد 28 مفردة بلغت 23.33%، مدة أكثر من 3 ساعات جاءت منعدمة.

وأخيراً فئة أكثر (من 34 سنة) أقل من ساعة كانت منعدمة من ساعة إلى 3 ساعات 28 مفردة بلغت 23.33% أكثر من 3 ساعات لم نسجل أي اجابات.

يتجلى أن فئة من (18 إلى 25 سنة) هذه الفئة أظهرت أعلى نسبة استخدام لموقع الفايسبوك يدل هذا أن الفئة العمرية الأصغر تكون عادة أكثر تفاعلا على وسائط الاتصال الحديثة وأكثر ارتباط بها بينما ينخفض الاستخدام مع التقدم في العمر لأن الفئة العمرية الأصغر نشأت في بيئة مشبعة بالتكنولوجيا مما يجعل التكيف مع هذه التقنيات أسهل وأسرع بالنسبة لهم مقارنة بالفئات الأكبر سناً.

الجدول 11: توزيع أفراد العينة حسب فترة استخدام موقع الفايسبوك.

فترة استخدام / المتغير	الصباحية		المسائية		الليلية		المجموع	
السن	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
من 18 إلى 25 سنة	20	16.67	02	1.67	64	53.33	86	71.67
من 26 إلى 33 سنة	07	5.83	05	4.17	16	13.33	28	23.33
أكثر من 34 سنة	02	1.66	01	0.83	3	2.5	6	5
المجموع	29	24.16	08	6.67	83	69.17	120	100

وفق معطيات فترة استخدام موقع الفايسبوك حسب الفئة العمرية من (18 إلى 25 سنة) سنة) في الفترة الصباحية جاءت 20 مفردة بلغت 16.67% وفي الفترة المسائية 2 مفردة قدرت بـ. 1.67% وسجلت أعلى نسبة في الفترة الليلية بلغت 53.33% أما فيما يتعلق فئة فئة من (26 إلى 33 سنة) 7 مفردة بلغت 5.83% في الفترة الصباحية أما فيما يخص الفترة الفترة المسائية 5 مفردات بلغت 4.17% وفي الفترة الليلية 16 مفرد بلغت 13.33% وأخيراً

وأخيراً الفئة العمرية أكثر (من 34 سنة) وهي أدنى نسبة مقارنة بالنتائج الأخرى الفترة الصباحية 2 مفردة بلغت 1.66% والمسائية 1 مفردة نسبة 0.83% والفترة الليلية 3 مفردة مفردة قدرت بـ 2.5%.

تفسير الخاص بالفئة العمرية من (18 إلى 25 سنة) هي الأكثر نشاط على الفايسبوك خاصة في الفترة الليلية يدل إلى تفضيل الشباب استخدام المنصة في هذه التي تكون فترة استرخاء وانتهاء النشاطات اليومية كالعمل أو الدراسة والفئة العمرية من (26 إلى 33 سنة) تمون نشطة أيضا في الفترة الليلية ولكن بنسبة أقل يرجع ذلك إلى زيادة المسؤوليات المهنية والعائلية التي تحد من وقت الفراغ المتاح لاستخدام منصة الفايسبوك ولوحظت أدنى نسبة في الفئة العمرية أكثر (من 34 سنة) يدل هذا إلى قلة الاهتمام أو الحاجة لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي.

الجدول 12: توزيع أفراد العينة حسب الحاجات التي تقدمها موقع

الحاجة / المتغير	الدردشة		متابعة الأخبار		نشر المعلومات		حملات توعوية		أخرى		مجموع	
المستوى التعليمي	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
جامعي	31	25.83	49	40.83	11	9.17	02	1.67	7	5.83	100	83.33
ثانوي	03	2.5	05	4.17	02	1.67	01	0.83	1	0.83	12	10
متوسط	01	0.83	02	1.67	01	0.83	01	0.83	1	0.83	06	5
ابتدائي	00	00	00	00	00	00	00	00	0	00	0	0
بدون مستوى	02	1.67	00	00	00	00	00	00	0	00	2	1.67
المجموع	37	30.83	56	46.67	14	11.67	3.33	3.33	9	7.49	120	100

الاقامة	الدردشة		متابعة الاخبار		نشر المعلومات		حملات توعوية		أخرى		المجموع	
	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
داخل المدينة	24	20	38	31.67	09	7.5	03	2.5	05	4.17	79	65.84
خارج المدينة	13	10.83	18	15	05	4.17	01	0.83	04	3.33	41	34.16
المجموع	37	30.83	56	46.67	14	11.67	04	3.33	09	7.5	120	100

وفق لحاجات التي تضم بها عبر موقع الفليسبوك وحسب المستوى التعليمي لجامعي بلغة لجامعي بلغة نسبته 25.83% من 31 مفردة بالنسبة للدردشة وثانوي 2.5% من 3 مفردات مفردات والمتوسط بنسبة 0.83% من 1 مفردة في حين المستوى الابتدائي 0 وبدون مستوى مستوى بنسبة 1.67% 2 مفردة وهذا بالنسبة للدردشة أما فيما يخص متابعة الأخبار من حيث حيث المستوى لجامعي بلغت 40.83% من 49 مفردة وثانوي 4.17% بـ. 5 مفردات المتوسط المتوسط 1.67% من فئة 02 أما فيما يتعلق بالابتدائي0% ومن ناحية أخرى نشر المعلومات

المعلومات جامعي كانت 9.17% بـ 11 مفردة، المستوى الثانوي 1.67% بعدد مفردة 2 من 2 من المتوسط 0.83% بعدد مفردة 1، أما المستوى الابتدائي دائما 0% وكذلك فيما يخصالأشخاص الذين بدون مستوى.

بينما الحملات التوعوية المستوى الجامعي 1.67% بعدد مفردة 2 المستوى الثانوي 0.83% بـ 1 مفردة وايضا نفس النسبة كانت للمستوى المتوسط بالمثل دائما المستوى الابتدائي بـ 0% وكذلك نفس النسبة فيما يخص الأشخاص الذين بدون مستوى.

المواضيع الأخرى جاءت بنسبة 5.83% بعدد مفردة 7 وذلك للمستوى الجامعي فيما يخص المستوى الثانوي كانت النسبة 0.83% بـ 1 مفردة المستوى المتوسط أيضا نفس الفئة ونفس النسبة 0.83% المستوى الابتدائي 0% وأيضا بدون مستوى 0%.

وفق المواضيع التي تضم بها منصة الفايسبوك وذلك حسب الاقامة بالنسبة للدردشة داخل المدينة كانت بنسبة 20% من 24 مفردة و 10.83% من 13 مفردة خارج المدينة متابعة الأخبار داخل المدينة كانت 38 مفردة بنسبة 31.67% وخارج المدينة كانت 18 مفردة نسبة 15% حيث كانت المواضيع نشر المعلومات 9 مفردة بنسبة 7.5% داخل المدينة وخارج المدينة 5 مفردة بنسبة 4.17% والحملات التوعية داخل المدينة 3 مفردة بنسبة 2.5% وخارج المدينة 1 مفردة بنسبة 0.83% أما فيما يخص المواضيع الأخرى داخل المدينة 5 مفردة بنسبة 4.17% وخارج المدينة جاءت بـ 4 مفردة في حين كانت نسبتها بـ 3.33%.

بناءاً على ما سبق أن المستوى الجامعي يستخدمون الفايسبوك بشكل كبير لمتابعة الأخبار والتواصل الاجتماعي ما يبرز إلى أن منصة الفايسبوك تلبي احتياجاتهم الفورية للمعلومات والتواصل ويوفر لهم محتوى متنوع يسهل الوصول إليه في أي وقت في المقابل استعرض نسبة متدنية مقارنة بالنتائج الأخرى في حملات توعوية مما يكشف أن المشاركة في الحملات بالنسبة أقل جانبية ولا تتماشى مع اهتماماتهم وأولوياتهم اليومية وفضلون الحصول على المعلومات التوعوية من مصادر أخرى.

على صعيد المواضيع حسب الإقامة سجلت النسب عالية لاستخدام الفايسبوك لمتابعة الأخبار والدردشة يعكس الاهتمام الكبير بمتابعة الأحداث الجارية واعتماد على الفايسبوك لتلبية احتياجات الاجتماعية والمعلوماتية نسبة أقل مقارنة بالمقيمين داخل المدينة مما يشير إلى قلة التفاعل الاجتماعي واستخدام وسائل تواصل أخرى أما بشأن النسب المتدنية في الحملات التوعوية كانت داخل وخارج الاقامة ليست بنسب عالية يبرز قلة الوعي والاهتمام بالحملات التوعوية أو الفرص في المشاركة في ظل هذه الأحداث.

الجدول 13: توزيع أفراد العينة حسب طبيعة المواضيع التي تهتم بها عبر الفايسبوك.

طبيعة المواضيع / المتغير	ثقافية		علمية		اجتماعية		سياسية		اقتصادية		بيئية		المجموع	
المستوى التعليمي	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
جامعي	34	28.33	14	11.66	43	35.83	00	00	00	00	00	00	100	
ثانوي	02	1.67	02	1.67	03	2.5	00	00	00	00	09	7.5	12	100
متوسط	02	1.67	00	00	03	2.5	01	0.83	01	0.83	04	3.33	06	10
ابتدائي	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	05
بدون مستوى	00	00	00	00	01	0.83	01	0.83	00	00	00	00	02	00
المجموع	38	31.67	16	13.33	50	41.67	01	1.67	01	0.83	13	10.83	120	100

من خلال بيانات جدول طبيعة المواضيع التي قد تهتم بها منصة الفايسبوك حسب المستوى التعليمي حيث جاء المستوى الجامعي 34 مفردة بلغت في المواضيع الثقافية نسبة 28.33% والمواضيع العلمية بنسبة 11.66% في 14 مفردة وأعلى نسبة كانت في المواضيع الاجتماعية 43 مفردة بنسبة35.83% وبخصوص مواضيع السياسية والاقتصادية لم تسجل أي اجابات، والمواضيع البيئية 9 مفردة بنسبة 7.5% وهي أعلى نسبة في المستوى الثانوي.

المستوى المتوسط 2 مفردات بنسبة 1.67% في المواضيع الثقافية والمواضيع العلمية لا توجد اجابات في المواضيع الاجتماعية بلغت نسبة 2.5% في 3 مفردات أما المواضيع السياسية والاقتصادية فس النسبة ب0.83% في 1 مفردة والمواضيع البيئية 4 مفردات

بنسبة 3.33% فيما خص المستوى الابتدائي كانت الاجابات منعدمة وفي الأخير بدون مستوى في المواضيع الثقافية والعلمية كانت الاجابات منعدمة أما المواضيع الاجتماعية 1 مفردة بنسبة بلغت 0.83% والسياسية كذلك قدرت بـ.0.83%.

نستقرأ من التحليل الكمي المواضيع الاجتماعية تحظى بأعلى نسبة اهتمام خاصة لدى المستوى الجامعي يفسر ذلك أن المواضيع الاجتماعية تحتل مكانة كبيرة في هذا المستوى ومثل هذه المواضيع غالبا ما تضمن قضايا حياتية تهم الأفراد على المستوى الشخصي بشكل عام إن الاهتمامات تختلف بوضوح حسب المستوى الدراسي بينما لاحظت اهتمام البعض بالمواضيع البيئية مقارنة بنتائج الأخرى يفسر بأنه هناك تركيز في السنوات الأخيرة على التعليم البيئي في المدارس حيث هناك وحدات دراسية تركز على التغير المناخي والتلوث.

الجدول 14: توزيع أفراد العينة حسب المتابعة لإحدى الصفحات البيئية لموقع في حالة الاجابة بنعم.

الاحتمالات	التكرار	%	الحالة في الاجابة بنعم	تكرار	%
نعم	90	75	صفحات توعية على البيئة	30	33.33
			صفحات الحفاظ على البيئة	45	50
لا	30	25	صفحات حول الأخطار التي تهدد البيئة	15	16.67
المجموع	120	100	المجموع	90	100

حسب معطيات النسب الخاصة بالمتابعة لإحدى الصفحات البيئية حسب الاحتمالات حيث جاءت نعم 90 مفردة نسبة 75% هي أعلى نسبة ولا 30 مفردة بنسبة 25% أما فيما يخص صفحات التوعية على البيئة 30 مفردة بنسبة 33.33% تليها صفحات الحفاظ على البيئة 45 مفردة بنسبة 50% وهي أعلى نسبة مقارنة بصفحات الأخرى وأخيراً صفحات حول الأخطار التي تهدد البيئة 15 مفردة بنسبة بلغت 16.67%.

ترجمة أكبر نسبة في الاجابات كانت بنعم يفسر هذا أن المشاركين في الاستمارة يتابعون صفحات البيئة على منصة الفايسبوك مما يشير إلى رغبتهم في زيادة معرفتهم حول القضايا البيئية.

الجدول 15: توزيع أفراد العينة حسب المتابعة لإحدى الصفحات البيئية لموقع في حالة الاجابة بنعم.

مشاركة	المتغير	الوسط العائلي		الاصدقاء		الجمهور العام		المجموع	
المستوى الدراسي		التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
جامعي		22	18.33	40	33.33	38	31.66	100	83.39
ثانوي		2	1.67	6	5	4	3.33	12	10
متوسط		2	1.67	3	2.5	1	0.83	6	5
ابتدائي		0	0	0	0	0	0	0	0
المجموع مستوى		1	0.83	1	0.83	0	0	2	1.67
المجموع		27	22.5	50	41.67	43	35.82	120	

بالنسبة للمشاركة القضايا البيئية في موقع الفايسبوك حسب المستوى التعليمي ورد المستوى المستوى الجامعي في الوسط العائلي 22 مفردة نسبة 18.33% ثم الأصدقاء 40 مفردة بنسبة بنسبة 33.33% تمثلت في أعلى نسبة ثم الجمهور العام 38 مفردة قدرت بـ31.66% ثم

ثم يليها المستوى الثانوي 2 مفردة نسبة 1.67% و6 مفردة في خانة الأصدقاء نسبة 5% اضافة غلى الجمهور العام 4 مفردة نسبة 3.33% بينما نجد المستوى المتوسط في الوسط العائلي بلغ 1.67%، الأصدقاء نسبة 2.5% والجمهور العام نسبة 0.83%.

بخصوص المستوى الابتدائي لم نسجل أي إجابات وأخيرا بدون مستوى في الوسط العائلي 1 مفردة نسبة قدرت 0.83% في مشاركة الأصدقاء 0.83% والجمهور العام لم نسجل أي إجابات.

على مستوى مشاركة الأشخاص الذين لديهم مستوى جامعي مثمن نطاق الاتصال المرتبط بالقضايا البيئية جاء بشكل كبير الأصدقاء والجمهور العام ويتجه إلى التعبير عن رغبتهم في التأثير الأوسع ونشر الوعي البيئي وورد المستوى الثاني في المشاركة على نطاق أضيق مقارنة بالمستوى الجامعي لأن طلاب المستوى الثانوي يكونون أقل معرفة وخبرة وهذا النقص يقلل من مشاركتهم ومناقشتهم لهكذا قضايا ونستنتج أن مستوى المشاركة يقل مع انخفاض المستوى التعليمي وهذا ما تفسره النتائج.

الجدول 16: توزيع أفراد العينة حسب التعرف على القضايا البيئية

التعرف على القضايا البيئية / المشاكل الحالية	الردم التقني		قضايا التشجير		السلوكيات المدمرة		أخرى		المجموع	
الإقامة	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
داخل المدينة	6	5	40	33.33	25	20.83	8	6.67	79	65.83
خارج المدينة	3	2.5	24	20	9	7.5	5	4.16	41	34.17
المجموع	9	7.5	64	53.33	34	28.34	13	10.83	120	100

يظهر من البيانات أعلاه التعرف على القضايا البيئية الحالية ومشاكلها حسب الإقامة داخل المدينة جاءت في الردم التقني 6 مفردة نسبة 5% بينما مجد قضايا التشجير 40 مفردة بنسبة 33.33% تمثلت في أعلى نسبة والسلوكيات المدمرة 25 مفردة قدرت بـ 20.83% وقضايا أخرى 8 مفردة بنسبة 6.67% أما فيما يخص خارج المدينة الردم التقني جاء 3 مفردة بنسبة 25% بخصوص قضايا التشجير 24 مفردة بنسبة 20% نسبة منخفضة مقارنة بداخل المدينة ونجد السلوكيات المدمرة 9 مفردة بنسبة 7.5% قضايا أخرى 5 مفردة بنسبة 4.16%.

يتجلى أن النسبة الأعلى جاءت ضمن قضايا التشجير بنسبة مرتفعة داخل المدينة مقارنة قضايا التشجير خارج المدينة يفسر أن المنطق خارج المدينة تعاني أقل من قضايا التشجير والسلوكيات الضارة مثل التلوث فيما يتعلق بالردم التقني رغم أن النسبة فيه في كلتا الحالتين منخفضة إلى أنه أكبر داخل المدينة مقارنة بمنطق الخارجية يفسر أن هذه مشكلة أقل حدة في المنطق الريفية.

الجدول 17: توزيع أفراد العينة حسب طبيعة القضايا البيئية التي تعالجها الفايسبوك.

طبيعة القضايا البيئية / المتغير	التوعية بأهمية الحفاظ على البيئة		شجيع الأفراد على اتخاذ اجراءات صارمة للبيئة في حياتهم اليومية		دعم المبادرات البيئية والحملات التوعية تهدف للحد من التلوث		المجموع	
المستوى التعليمي	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
جامعي	43	35.83	10	8.33	47	39.16	100	83.33
ثانوي	7	5.83	3	2.5	2	1.67	12	10
متوسط	3	2.5	2	1.66	1	0.83	6	5

ابتدائي	0	0	0	0	0	0	0	0
بدون مستوى	1	0.89	1	0.83	0	0	2	1.67
المجموع	54	45	16	13.33	50	41.67	120	100

يتضح من التحليل من خلال الجدول أعلاه طبيعة القضايا البيئية حسب المستوى التعليمي جاء المستوى الجامعي في التوعية بأهمية الحفاظ على البيئة 45 مفردة نسبة 35.83% يليها شجيع الافراد على اتخاذ اجراءات صارمة للبيئة في حياتهم اليومية 10 مفردة بلغت 8.33% أما دعم المبادرات البيئية والحملات التوعية التي تهدف للحد من التلوث 47 مفردة قدرت بـ39.16% سجلت كأعلى نسبة والمستوى الثانوي 7 مفردة بنسبة 5.83%في التوعية بأهمية الحفاظ على البيئة وبلغت 2.5% شجيع الأفراد على اتخاذ اجراءات صارمة للبيئة في حياتهم اليومية وأخيراً دعم المبادرات قدرت بـ 1.67% أما فيما يخص المستوى المتوسط جاءت أهمية الحفاظ على البيئة 3 مفردة نسبة 2.5% ثم تليها شجيع الأفراد على اتخاذ اجراءات صارمة للبيئة في حياتهم اليومية 2 مفردة نسبة 1.66% دعم المبادرات البيئية والحملات التوعية للحد من التلوث بلغت 0.83% اضافة إلى المستوى الابتدائي لم نسجل أي اجابات، بدون مستوى نسبة متدنية مقارنة نتائج الأخرى 1 مفردة نسبة 0.83% في التوعية بأهمية الحفاظ على البيئة وبنفس النسبة في شجيع الأفراد بلغت 0.83% ولم نسجل أي اجابات في دعم المبادرات البيئية والحملات التوعية للحد من التلوث.

من المستدل أن المستوى الجامعي هو الأكثر نشاط في دعم القضايا البيئية يفسر هذا اهتمام اهتمام واضح بالتوعية التي تعتبر الخطوة الأولى في أي حملة بيئية إضافة الى أن الأشخاص الأشخاص ذوي التعليم الثانوي يساهمون في القضايا البيئية لكن بدرجة أقل ويظهر هذا من خلال

من خلال البيانات أن المستوى التعليمي يلعب دوراً كبيراً في المشاركة في القضايا البيئية عبر عبر منصة الفايسبوك بينما تقل هذه المشاركة تدريجيا مع انخفاض المستوى التعليمي.

الجدول18: توزيع أفرادالعينة حسب المساهمةفي النشركانت بـ:

المساهمة / المتغير	نشر الصور والفيديوهات		نشر الأحداث المهمة المتعلقة بقضايا البيئة		مشاركة الأصدقاء والأفكار وا لآراء		أخرى		المجموع	
السن	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
من 8 إلى 25 سنة	25	21	23	19	22	18	16	13	86	72
من 16	3	3	2	2	23	19	0	0	28	23

إلى 33 سنة									
أكثر من 34 سنة	2	2	1	1	3	2	0	0	6	5
المجموع	30	26	26	22	48	39	16	13	120	100

يتبين من الجدول بأن المساهمة حسب السن جاءت الفئة العمرية من (18 إلى 25 سنة) سجلت أعلى نسبة في نشر الصور والفيديوهات بعدد مفردة 25 بلغت 21%، أما المساهمة في نشر الأحداث المهمة المتعلقة بقضايا البيئية 23 مفردة قدرت بـ 19.% وكذلك المساهمة في مشاركة الأصدقاء والأفكار والآراء 22 مفردة نسبة 18% وطرق أخرى بلغت 13% كما تليها فئة من (16 إلى 33سنة) جاءت المساهمة في نشر الصور والفيديو بلغت 3% ونشر الأحداث المهمة المتعلقة بقضايا قدرت بنسبة 2% اضافة إلى المشاركة الأصدقاء والأفكار والآراء 23 مفردة بلغت 19% لم نسجل أي اجابات في طرق أخرى وأخيراً فئة (أكثر من 34 سنة) 2 مفردة بنسبة 2% نشر الصور والفيديوهات ونجد نشر الأحداث المهمة نسبة 1% والمساهمة في مشاركة الأصدقاء والأفكار والآراء 3 مفردة بلغت 2% وكانت اجابات منعدمة بنسبة لطرق أخرى.

نستنتج أن الفئة العمرية من 18 إلى 25 سنة هي الأكثر نشاط في مختلف أنواع المساهمات بينما تتراجع النسب المشاركة بشكل كبير في الفئات العمرية الأكبر يفسر هذا أن الفئة الشبابية تكون أكثر تفاعلا مع وسائل الاعلام الاجتماعية وتميل إلى استخدام التكنولوجيا الحديثة والثقافية الاجتماعية الرقمية.

الجدول19: توزيع أفرادالعينة حسب المواضيع التي تخص القضايا البيئية عبرموقع الفايسبوك.

المواضيع		نعم		لا		المجموع	
المتغير		تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
السن	من 18 إلى 25 سنة	50	41.67	36	30	86	71.67
	من 26 إلى 33 سنة	14	11.66	14	11.67	28	23.33
	أكثر من	3	2.5	3	2.5	6	5

	34 سنة						
المجموع		67	55.83	53	44.97	120	100
المستوى الدراسي	جامعي	55	45.83	45	37.5	100	83.33
	ثانوي	9	7.5	3	2.5	12	10
	متوسط	2	1.67	4	3.33	6	5
	ابتدائي	0	0	0	0	0	0
	بدون مستوى	1	0.83	1	0.83	2	1.67
المجموع		67	55.83	53	44.17	120	100

تبرز النتائج حول المواضيع التي تخص القضايا البيئية حسب الفئة العمرية من (18 إلى 25 سنة) بلغت نسبتها 41.67% كانت الاجابات بنعم في حين الاجابات التي كانت بـ. بـ. لا بلغة نسبتها 30% أما فيما يتعلق بالفئة العمرية من (26 سنة إلى 33 سنة) والاجابات التي كانت بـ. نعم جاءت بـ. 14 مفردة أي نسبة 11.66% في حين الاجابات التي كانت بـ. لا كانت بنفس المفردة ونفس النسبة أما فيما يخص السن أكثر من (34سنة) كانت كانت الاجابات بـ. نعم قد بلغت نسبتها 2.5% أي 3 مفردات والاجابات بـ. لا جاءت أيضا أيضا بنفس عدد المفردات والنسبة أيضا فيما يخص المستوى الدراسي جاءت المعطيات كالتالي كالتالي بالنسبة للمستوى الجامعي والأكبر نسبة جاءت بـ.45.83% أي ب55 مفردة بالنسبة بالنسبة للإجابة بـ. لا بلغت نسبتها 37.5% أي 45 مفردة، المستوى الثانوي جاءت الاجابة بـ. الاجابة بـ. نعم بـ. 9 مفردات حيث كانت النسبة بـ. 7.5% أما فيما يخص الاجابات بـ. لا لا جاءت بـ. 3 مفردات أي نسبة بـ. 2.5%، المستوى المتوسط جاءت بـ. 2 مفردات أي نسبة أي نسبة 1.67% للإجابة بـ. نعم أما فيما يخص الاجابات بـ. لا جاءت بـ. 4 مفردات أي أي نسبة 3.33%، المستوى الابتدائي والاجابات بنعم جاءت بـ. 0 مفردة من نفس النسبة

والمفردة وأيضا فيما يخص ب. الاجابة ب. لا أيضا كانت ب. 0% في حين الاشخاص الذين بدون الذين بدون مستوى كانت الاجابات ب. نعم 1 مفردة أي 0.83% والاجابات ب. لا أيضا بنفس بنفس المفردة وبنفس النسبة.

من المستدل أن الفئة العمرية من (18 إلى 25 سنة) هي الأكثر نشاطا من حيث نشر المواضيع التي تخص القضايا البيئية حيث يمكن أن يكون لديهم اهتمامات بسيطة بشأن البيئة وقد يكون لديهم اهتمام بالحملات الاجتماعية والنشاطات البيئية لأنها تعكس أفكارهم ومبادئهم أما فيما يخص الفئة العمرية من (26 إلى 33سنة) قد يكونوا جيل مهندسي بالاستدامة والتكنولوجيا الخضراء وطرق الحياة المستدامة أما فيما يخص الفئة العمرية (أكثر من 34 سنة) ليسوا مهتمين بالمستوى التعليمي الجامعي قد يكون لديهم خبرة ووعي بالقضايا البيئية نتيجة لتجاربهم ومعرفتهم قد يكونوا مهتمين بالحفاظ على البيئة للأجيال القادمة أما لمستوى الثانوي قد يكونوا مهتمين بتنظيم أنشطة وحملات بيئية في المدارس لتشجيع الطلاب على المشاركة والتوعية، المستوى المتوسط يمكن أن يكونوا ابدا مستعدون لاستيعاب المفاهيم

البيئية من خلال الأنشطة التعليمية والألعاب التعليمية، المستوى الابتدائي هذه الفئة ليت مهتمة فيما يخص بدون مستوى يمكن للأهل والمجتمع المحلي أن يلعبوا دورا حيويا في تعزيز الوعي بين الأطفال من خلال الأنشطة الخارجية والورش العمل.

نتائج الدراسة:

فيظل الأسئلة الفرعية توصلت الدراسة المسحية وبالاعتماد على الاستبيان الإلكتروني كأداة لجمع البيانات الفرعية وبعد تفريغها توصلنا الى مجموعة من النتائج الآتية:

أظهرت النتائج أن غالبية أفراد العينة تتراوح أعمارهم بين 18 و 25 سنة وأن معظمهم يقيمون داخل المدينة، كما توصلنا إلى أن معظم أفراد العينة يحملون مؤهلات جامعية.

كشفت النتائج أن معظم المشاركين في الدراسة يستخدمون منصة الفايسبوك يوميا أي بشكل دائم بشكل دائم وتتراوح مدة استخدامهم لها بين ساعة إلى 3 ساعات ، كما تشير المعطيات أنم

أغلبية المبحوثين يفضلون استخدام الفيسبوك في الفترة الليلية وأن العديد منهم يميلون إلىقضاء قضاء أكثر من 3 ساعات على المنصة مما يعكس إقبالهم الكبير والمكثف على الشبكات الاجتماعية الاجتماعية .

أظهرت الدراسة أن معظم أفراد العينة يفضلون استخدام منصة الفايسبوك لمتابعة الأخبار والتفاعل مع الأصدقاء بسرعة لتبادل المعلومات وتعزيز معرفتهم ، يشير البحث أيضا الى اهتمام الأرض بالمواضيع الاجتماعية على الفايسبوك كوسيلة لزيادة رصيدهم الثقافي والتواصل مع المجتمع .

تشير الدراسة الى أن غالبية أفراد العينة يتابعون صفحات بيئية على المنصة ، وتوضح النتائج أن معظم هذه الصفحات تركز على الحفاظ على البيئة بإضافة الى معالجة القضايا البيئية الحالية ومشكلاتها معظمها تهتم بقضايا التشجير .

ابلت الدراسة أن طلاب التعليم العالي يلعبون دورا فاعلا في دعم المبادرات البيئية من خلال دعم المبادرات البيئية والمشاركة في حملا التوعية للحد من التلوث كما تشير الاستنتاجات إلى أن المبحوثين يولون اهتماما بالمساهمة في جهود التشجير واكتساب الوعي البيئي حول فوائده نظرا لأهمية التشجير في تقليل التلوث وضرورة القيام بهذا النوع

من الأعمال البيئية كما بينت الدراسة أن الأغلبية مهتمة بحملات التشجير والوعي الاجتماعي حولها.

- النتائج إلى غالبية المشاركين مهتمون بمشروع السد الأخضر ، وهو مشروع بيئي بهدف إلى بهدف إلى إنشاء شريط نباتي لمكافحة التصحر والجفاف ، وتركزت معظم النتائج دور الرسائل الرسائل الصية القصيرة التي يتلقاها الأفراد من منصة MEER والتي تتنازل موضوع السد السد الأخضر وتحث على زراعة الأشجار وتحسين البيئية من خلال السد الأخضر ، هذا النشاط النشاط يهدف الى توعية المجتمع حول أهمية عمليات التشجير وحماية البيئة .

الاستنتاجات العامة :

فمن خلال هذه الدراسة خلصنا الى مجموعة من التقديرات العامة كالآتي التي نأمل أن تكون مسارات موجهة لأبحاث أخرى في هذا المجال وهي :

* **تعزيز المحتوى البيئي** : ينبغي تعزيز نشر المحتوى التي يرفع الوعي البيئي على منصة الفايسبوك من خلال التعاون مع المؤسسات البيئية والمختصين لخلق محتوى علمي وجذاب.

تشجيع المشاركة المجتمعية : تحفيز المستخدمين على المشاركة في الأنشطة البيئية الميدانية من خلال الدعوات والمبادرات المنشورة على الفايسبوك أو وسائط الاتصال الحديثة .

* **التعليم البيئي الالكتروني** : دعم إنشاء برامج تعليمية الكترونيةبيئية ونشرها عبر الفايسبوك للوصول إلى جمهور أكبر من المهتمين بالتعلم عن القضايا البيئية .
* **المسابقة والتحديات** : تنظيم مسابقات تشجيعية بين الأفراد أو المجتمعات لزيادة المشاركة في حملات التشجير .
* **المحتوى التعليمي** : نشر محتوى تعليمي عن فوائد الشجير وكيفية الزراعة والعناية بالأشجار.

خاتمـــة

خاتمة :

تعتبر التوعية البيئية أحد أهم العوامل في مواجهة التحديات البيئية التي تواجه الانسان والمجتمعات ، يمكن للتوعية أن تنبع من الأسرة ، المدرسة ، والجامعة وتعزز عبر وسائل التواصل الاجتماعي بما في ذلك الفيسبوك ، إن العلاقة بين الانسان والبيئة أصبحت محط إهتمام كل لمجتمعات العالمية وهذا يعكس جهود العديد من المنظمات الدولية والمحلية المعنية بالبيئة ، تطوير الوعي البيئي يهدف الى تغيير السلوكيات البيئية اتجاه البيئة ، وتشكيل وجدان المجتمع القضايا الحالية على مستوى العالم كله ، مثل التصحر وتلوث المجتمعات وتغير المناخ ، تأتي أهمية الوعي البيئي في دورها تصحيح هذه السلوكيات السلبية ، وتشكيل وجدان الأفراد من خلال وسائل التواصل الاجتماعي ، بما في ذلك facebook كوسيلة فعالة لنشر الوعي البيئي بين المجتمع كله .

بناءا على الدراسة التي أجريت يمكن القول بأن الفايسبوك يعد وسيلة فعالة لتعزيز الوعي البشري بين المجتمع عبر التواصل المستمر ومشاركة السلوكيات الخطئة اتجاه البيئة ، لذلك ينبغي لذلك ينبغي الاستفادة من منصة الفيسبوك كوسيلة رئيسية لنشر الوعي البشري وتحقيق التغيير التغيير الايجابي بين الشباب الطموح والمثقفين وأفراد المجتمع الذين يعتبرون مفتاحا في بناء بناء مستقبل مستدام وصحي للبيئة و الإنسان

المصادر و المراجع

قائمة المصادر والمراجع:

المعاجم:

1_ابرهيم مذكو ر2003 العلوم ،معجمالمصرية،القاهرة،مصر،الاجتماعية،الهيئة.

المراجع باللغة العربية:

2_ ابن منظور االفريقي، لسان العرب، المجلد الأول، دار بيروت للطباعة والنشر، بيروت، 1956.
3_ أحمد بن مر سلي، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلاموالاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003 .
4_أحمد ملحة، الرهانات البيئية في الجزائر،مطبعة النجاح، الجزائر،2000.

إسماعيل إبراهيم'الصحفي المتخصص،دار الفجر، القاهرة-مصر.5_
6_ أماني جمال مجاهد،الخصوصية وتطبيقات الويب2,0كيفية تحقيق المعادلة الصعبة'المؤتمر السادس لجمعية المكتبات والمعلومات السعودية،البيئة المعلوماتية الآمنة:المفاهيم والتشريعات والتطبيقات، الرياض خلال الفترة 6_7 ابريل 2010.
7_ بلقاسم سلاطنية ، منهجية العلوم الاجتماعية،دار الهدى ، الجزائر، 2004.
8 _ دليلة غروبة'الشبكات الاجتماعية وثورة الاعلام الجديد'مجلة الحكمة للدراسات الاعلامية والاتصالية'مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع' الجزائر 2013.
8_ عدنان أبو مصلح، معجم علم الاجتماع، ط1 ،دار أسامة، 2006 ،عمانـ الأردن،.
9 _سامي طايع،دور الإعلام في نشر الوعي البيئي: ندوة الإعلام وقضايا البيئة في مصر والعالم العربي،كلية الإعلام،جامعة القاهرة،1992،.
10 _ سعد سلمان المشهداني، منهجية البحث العلمي، دار أسامة ، عمان الأردن ، ط 1 ، 2019.
12_ سعود صالح كاتب،الاعلام الجديد وقضايا المجتمع:التحديات والفرص، مداخلة ضمن المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي،جامعة الملك عبد العزيز، جدة،13_15 ديسمبر2011.
سناء محمد الجبور، الإعلام البيئي ،دار أسامة، عمان_الأردن '2011.13_
14_ سوزان القليني،وصلاح مدكور،الإعلام البيئي النظرية والتطبيق،ط2'دار النهضة العربية ، القاهرة'2000.
السيد عبد الفتاح عفيفي، بحوث في علم الاجتماع المعاصر، دار الفكر العربي، القاهرة.15_
16_ صالح الدين شروخ، منهجية العلوم الاجتماعية، دار العلوم، عنابة، الجزائر، 2003 .
17_ عبد الرزاق محمد الديلمي ، العالم الجديد والصحافة الالكَترونية، دار وائل، االاردن ،2011 .
18_عبد الرمحان بن غالب دبور، تطبيقات الويب 0.2 وأنماط الإفادة منها من جانب أعضاء بيئة التدريس بجامعة طيبة دراسة تحليلية وصفية، مجلة مكتبة الملك فهد الوطنية، مج 19 ،العدد 2 ،ماي-أكتوبر 2013
19_ رشيد الحمد و محمد صبارني ،الفنون للثقافة عصام توفيق قمر،الأنشطة المدرسية و الوعي البيئي ،الأطراف النظرية الأدوار الوظيفية التجارب العدد والأداب البيئةومشكلاتها،المجلسالوطني، الدولية،دار السحاب للنشر والتوزيع،2004.
20_علي منعم القضاة، مكانة البيئة في الإعلام ، مطبعة المصطفى بدعم من وزارة الثقافة الأردنية،عمان،1996،.

21_عواطف عبد الرحمان ،الاعلام وقضايا البيئة، ندوة الاعلام وقضايا البيئة في مصر والعالم العربي،كلية الاعلام جامعة القاهرة ،1990

22_فؤاد شعبان، عبيدة صبطي، تاريخ وسائل الاتصال وتكنولوجياته الحديثة، ط1 ،دار الخلدونية للنشر، الجزائر،2012 .
لبنان، بيروت الجامعية.،الوعيالسيكولوجي،دارالراتب،عبد.الرحمانالعيسوي23_
24_ليلى عبد المجيد،توظيف الصحافة لتكوين الاتجاهات والميول ونشر الوعي البيئي و الوسائل و الاليات المستخدمة للتغطية الصحيفة' الدورة التدريبية للإعلاميين البيئيين ،برنامج الأمم المتحدة والهيئة الاتحادية للبيئة،أبو ظبي، نوفمبر 1996،.
25_محمد الجوهري واخرون ،علم اجتماع البيئة،دار المسيرة، الأردن ،2010.
26_محمد خليل الرفاعي،:الاعلام البيئي والشؤون البيئية في الصحافة السورية،-دراسة تحليلية لصحف(البعث_الثورة_تشرين)، مجلة جامعة دمشق،المجلد 27،العدد الثالث والرابع ،2011'.
27_محمد عبد الفتاح القصاص، دور وسائل الاتصال في خدمة البيئة، ندوة الاعلام وقضايا البيئة في مصر والعالم العربي، كلية الإعلام وبرنامج الأمم المتحدة للبيئة، القاهرة ، 18_23افريل 1992.
28_محمد محمود المرسي، دور الإذاعات المحلية في معالجة قضايا البيئة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 1998،03.

29_نايل نبيهة السيد، صحة البيئية والطفل،عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، القاهرة، 2009.

الأطروحات :

30_. حسن إيمان محمد،' دور البرامج البيئية بالتلفزيون المحلي في تنمية الوعي البيئي لدى المراهقين، رسالة ماجستير، معهد الدراسات العليا للطفولة'جامعة تبسة ،2013.
31_ا سحافات دانا عز الدين سلي: دور كتب العلوم في مرحلة التعليم الأساسي في نشر الوعي البيئي لدى الطلبة من وجهة نظر المعلمين في لواء وادي سير،رسالة ماجستير،جامعة الشرق الأوسط ، 2021،.
32_حميدة بن حيي، الهوية الافتراضية للطالب الجامعي على شبكة الانترنيت: شبكات التواصل الاجتماعي فيس بوك نموذجا، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع الإعلام والاتصال، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان2012 .-2013
33_ نادية محمد صفار،مستوى الوعي البيئي لدى طلبة جامعة مؤتة في ضوء المتغيرات، رسالة ماجستير، قسم الارشاد والتربية الخاصة في علم النفس التربوي الأردن،2007،ص 24.
34_ نهلة أبو رشيد ،برامج التوعية البيئية في التلفزيون المصري والسوري،رسالة ماجستير ،جامعة القاهرة ،كلية الإعلام،القاهرة2003.
35_ يوسف هبوطي، الأنظمة التواصلية في شبكات التواصل الاجتماعي:تحليل سيميائي للرسائل البصرية في موقع الفايسبوك، مذكرة زبرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال ، كلية العلوم الإنسانية والحضارة السيميائية ، جامعة وهران ، 2014.
'

المجلات والمقالات:

36_ شارلن روث،الثقافة البيئية جذورها وتطورها واتجاهاتها في التسعينات،ترجمة عبد الله خطايبة،مجلة التعريب،المركز العربي للتعريب و الترجمة والتأليف،دمشق،العدد 1998،15،

37_إبراهيم عبد الواحد عارف،الإعلام البيئي و أهمية إيجاد الوعي بمشكلات البيئة ، مجلة اتحاد إذاعة وتلفزيون الخليج،العدد 72،يناير 2008.
38_د.دليلة فرشان،حملات الاتصال العمومي،مطبوعة بيداغوجية، جامعة الجزائر 3،كلية علوم الإعلام والاتصال،قسم الاتصال، 2023/2022.
39_ عبداللهبوجلال،إشكاليةمفهومالوعيالاجتماعي،المجلة الجزائرية للاتصال،رقم 03 -، / 05 / 09 2021الساعة10:00.

المراجع باللغة الأجنبية:

40_ gillian martin mécheras ,manuel de planication de lacommunication environnemental pour la région méditerranéenne ,éditeur suisse ;suisse ,1992 .
41_simmons bora and other ‘enviromental ’education materials’ guide lines for excellence workbook’ briding theory and practice’ north american for ‘ via’ internet ‘(ERIC) 2003’.

الملاحق

جامعة يحي فارس _ المدية_

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

استمارة بعنوان: دور موقع الفايسبوك في تشكيل الوعي البيئي لحملات التشجير بالجزائر.
بالجزائر.

دراسة مسحية لعينة من المجتمع الجزائري.

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

الملاحظة:

في إطار إنجاز مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة' نقدم إليك الاستمارة التي تحتوي على مجموعة من الأسئلة لذلك نرجو من سيادتكم أن تقدموا على ملئ هذه الاستمارة بوضع علامة (x) في المكان المناسب.

إعداد الطالبتين:

_ بودية كلثوم إشراف الأستاذ الدكتور: رابح بلقاسمي.

_ نعيمة نبيح

الموسم الجامعي: 2023_2024.

المحور الأول: البيانات الشخصية:

1_ السن: من 18 إلى 25 سنة من 26 سنة إلى 33 سنةأكثر من 34 سنة

_ المستوى الدراسي: ابتدائي متوسط ثانوي جامعي مستوى 2

3_الإقامة: داخل المدينة خارج المدينة

المحور الثاني :أنماط وعادات استخدام موقع الفايسبوك .

4_ هل تستخدم منصة الفايسبوك؟

دائما أحيانا نادرا

5_ ماهي المدة التي تقضيها في استخدام موقع الفايسبوك في اليوم؟

أقل من ساعة من ساعة إلى 03 ساعات من 03 ساعات فما فوق

6_ ماهي فترة تصفحك لموقع الفايسبوك؟

الفترة الصباحية الفترة المسائية الفترة الليلية

7_ ماهي الحاجات التي تقدمها لك موقع الفايسبوك؟

الدردشة متابعة الأخبار نشر المعلومات حملات توعية

أخرى أذكرها.....

8_ ماهي طبيعة المواضيع التي تهتم بها عبر موقع الفايسبوك؟

ثقافية علمية اجتماعية سياسية اقتصادية بيئية

المحور الثالث: تفاعل مستخدمي موقع الفايسبوك لقضايا البيئة.

9_ هل أنت من المتابعين لأحدى الصفحات البيئية عبر موقع الفايسبوك؟

نعم لا

10_ إذا كانت إجابتك بنعم ماهي الصفحات التي تتابعها ؟

صفحات توعية على البيئة ☐ صفحات على الحفاظ على البيئة ☐ صفحات حول الأخطار التي تهدد البيئة ☐

أخرى أذكرها.....

11_مع من تشارك القضايا البيئية في موقع الفايسبوك؟

الوسط العائلي ☐ الأصدقاء ☐ الجمهور العام ☐

12_ هل يمكنك الاستفادة من موقع فيسبوك للتعرف على القضايا البيئة الحالية ومشاكلها؟

الردم التقني ☐ قضايا التشجير ☐ السلوكات المدمرة ☐ أخرى ☐

13_ ماهي طبيعة القضايا البيئية التي تعالجها موقع الفايسبوك؟

التوعية بأهمية الحفاظ على البيئة ☐ تشجيع الأفراد على اتخاذ إجراءات صارمة للبيئة في حياتهم اليومية ☐

دعم المبادرات البيئية والحملات التوعية تهدف للحد من التلوث ☐

المحور الرابع: الحملات العمومية عبر موقع التواصل عدلت من حيث سلوك المستخدمين من خلال المؤشرات الخاصة بصفحتهم الشخصية.

14_ هل تقوم بنشر مواضيع تخص القضايا البيئية عبر الفايسبوك؟

نعم ☐ لا ☐

15_ إذا كانت إجابتك بنعم' فهل مساهمتك كانت ب:

نشرالصور والفيديوهات ☐ نشر الأحداث المهمة والمتعلقة بالقضايا البيئية ☐

مشاركة الأصدقاء والأفكار والآراء ☐

طرق أخرى أذكرها.....

16_ هل استفدت من المحتويات المنشورة في الفايسبوك لتشكيل الإدراك الخاص بك في المساهمة في التعليق بالقضايا البيئية ؟

نعم ☐ لا ☐

علل إجابتك.....

17_ هل منصة الفايسبوك أثارت انتباهك ومتابعتك للظواهر البيئية الجديدة ؟

.....

المحور الخامس: تعامل مستخدمي الفايسبوك من خلال الأفكار المروطحة لبناء وعي خاص بالتشجير.

18_كم مرة في الأسبوع تشارك فيه المحتوى البيئي المتعلق بالتشجير مع أصدقائك على منصة الفايسبوك؟

مرة ☐ مرتين ☐ أكثر من ذلك ☐

19_ هل تستجيب للمنشورات التي تتحدث عن التشجير على صفحتك الشخصية لمنصة الفايسبوك؟

نعم ☐ لا ☐

برر لماذا؟.....

20_ هل الحملات العمومية الخاصة بالتشجير ساهمت في:

تعديل السلوك ☐ اكتساب أفكار جديدة ☐ أخرى ☐

21_ هل لديك أفكار أخرى تحسن من زيادة تعزيز الوعي البيئي حول قضايا التشجير عبر موقع الفايسبوك؟

.....

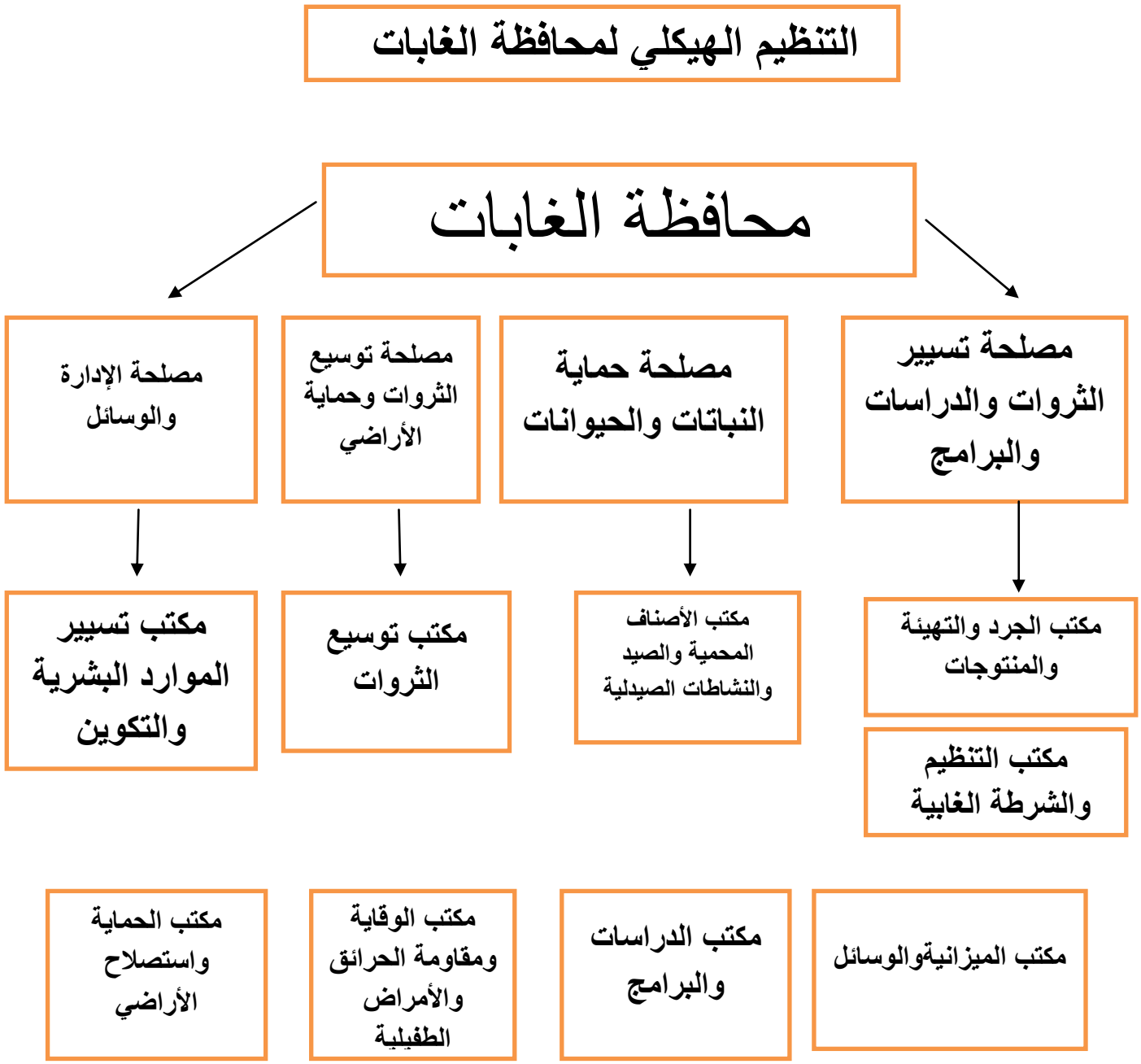
.....

.....

الملحق رقم 02: قائمة الأساتذة المحكمين

الرقم	الإسم واللقب	التخصص	الرتبة	الجامعة
1.	بسام شريف أحمد	علوم الاعلام والاتصال	أستاذ محاضر	يحي فارس- المدية كلية العلوم الاجتماعية والانسانية
2.	موسى العيدي	علوم الاعلام والاتصال	أستاذ محاضر	يحي فارس- المدية كلية العلوم الاجتماعية والانسانية

الملحق رقم 03: التنظيم الهيكلي لمحافظة الغابات



فهرس الجداول:

الجدول 1: مخطط التدخل المتعلق بحملة الوقاية من حرائق الغابات: 49
الجدول 2: حصيلة حرائق الغابات لسنة 2023:..... 49
الجدول 3: البرنامج القطاعي العنوان 3 لسنة 2023..... 50
الجدول 4: البرنامج القطاعي العنوان 3 لسنة 2024..... 51
الجدول 5: بطاقة تقنية 52
الجدول 6: توزيع أفراد العينة حسب متغير السن 54
الجدول 7 : توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي..... 55
الجدول 8: توزيع أفراد العينة حسب الاقامة..... 56
الجدول 9: توزيع أفراد العينة حسب كيفية استخدام منصة الفايسبوك. 57
الجدول 10: يوضح توزيع أفراد العينة حسب المدة التي يقضيها في اليوم لتصفح منصة الفايسبوك. . 60
الجدول 11: توزيع أفراد العينة حسب فترة استخدام منصة الفايسبوك. 62
الجدول 12: توزيع أفراد العينة حسب الحاجات التي تقدمها منصة الفايسبوك. 64
الجدول 13: توزيع أفراد العينة حسب طبيعة المواضيع التي تهتم بها عبر منصة الفايسبوك. 67
الجدول 14: توزيع أفراد العينة حسب المتابعة لإحدى الصفحات البيئية لمنصة الفايسبوك في حالةالإجابة بنعم.....69
الجدول 15: توزيع أفراد العينة حسب المتابعة لإحدى الصفحات البيئية لمنصة الفايسبوك في حالةالإجابة بنعم 70
الجدول 16: توزيع أفراد العينة حسب التعرف على القضايا البيئية الحالية ومشاكلها..... 72
الجدول 17: توزيع أفراد العينة حسب طبيعة القضايا البيئية التي تعالجها منصة الفايسبوك. 74
الجدول 18: توزيع أفراد العينة حسب المساهمة في نشر كانت بـ: 76
الجدول 19: توزيع أفراد العينة حسب المواضيع التي تخص القضايا البيئية عبر منصة الفايسبوك. .. 78

فهرس المحتويات

إهداء: 3

شكر وعرفان 5

ملخص الدراسة: 10

مقدمة : ..... أ

الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة.....

1- إشكالية الدراسة : 1

2- تساؤلات الدراسة : 3

3-أهداف الدراسة : 3

4- أهمية الدراسة : 4

5- أسباب الدراسة : 4

6- تحديد المصطلحات : 5

7_ الدراسات السابقة : 9

8- منهج الدراسة و أداة البحث : 10

9- عينة الدراسة: 12

10 - حدود الدراسة: 12

الإطار النظري .....

الفصل الثاني: الفايسبوك و الإعلام البيئي.....

تمهيد 14

المبحث الأول الفايسبوك : 15

نشأة الفايسبوك : 15

فهرس المحتويات

تعريف الفايسبوك :..... 17

خدمات الفايسبوك: 18

خصائص ومميزات موقع الفايسبوك :..... 19

دور موقع الفايسبوك في تنمية الوعي البيئي: 20

المبحث الثاني : الإعلام البيئي:..... 21

تعريف الإعلام البيئي:..... 21

أهمية الإعلام البيئي:..... 22

أهداف الإعلام البيئي:..... 24

الأهداف الخاصة: 25

مهام الإعلام البيئي:..... 26

خلاصة الفصل الثاني:..... 28

الفصل الثالث:حملات الاتصال العمومي والوعي البيئي.....

تمهيد 30

المبحث الأول :الحملات الإعلامية والاتصال العمومي .....**Erreur ! Signet non défini.**

المطلب الأول: الحملات الإعلامية.....31

مفهوم الحملة الإعلامية :..... 31

أسس الحملة الإعلامية :..... 32

أشكال الحملات الإعلامية:..... 33

المطلب الثاني: الاتصال العمومي..... 35

تعريف الاتصال العمومي: 35

وضائف الاتصال العمومي:..... 36

أهداف الاتصال العمومي: 37

المبحث الثاني: الوعي البيئي..... 38

مفهوم الوعي البيئي:..... 38

أنواع الوعي البيئي: 39

مكونات الوعي البيئي: 39

خصائص الوعي البيئي: 40

خلاصة الفصل: 42

الإطار التطبيقي 43

الفصل الرابع:قضايا البيئة (التشجير) .....

تمهيد 45

بعض الحصائل النهائية لمشروع السد الأخضر : 46

بطاقة فنية حول محافظة الغابات لولاية المدية : 47

تفريغ البيانات تحليلها: 54

نتائج الدراسة 81

الاستنتاجات العامة 83

خاتمة 86

قائمة المصادر والمراجع:.....

الملاحق .....

فهرس الجداول: .....

فهرس المحتويات .....