وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة - يحيى فارس - المدية
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم :علوم الإعلام والاتصال

الإستراتيجية الاتصالية في مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في نشر الوعي البيئي

(دراسة تحليلية للصفحة الرسمية لمديرية البيئة بولاية المدية)

مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة

إعداد الطالبتين:

- سعيدة شتوح
- سمية سعيداني

إشراف الأستاذ(ة):

- د/ زوهير بوسيالة

السنة الجامعية:2019-2020

كـلمة شـكـــر

بعد الشكر والحمد لله رب العالمين نتقدم بالشكر الجزيل الي الأستاذ المشرف **"الدكتور زوهير بوسيالة"**، على قبوله الإشراف على عملنا خطوة بخطوة جعله الله في ميزان حسناته، نشكر كل من الأساتذة الأفاضل الأستاذ الدكتور **"أحمد شريف بسام** "علي نصائحه وإرشاداته، و السيدة الفاضلة الدكتورة **"ربيعة فندوشي"** على تعاونها المتميز للطلبة دون كلل أو تعب الشكر موصول الي الأستاذ و البروفيسور" **نصر الدين العياضي"** علي تعاونه والشكر أيضا الى كل أساتذة الإعلام و الاتصال بجامعة الدكتور يحي فارس كما نشكرأيضا كل العاملين بمديرية البيئة بولاية المدية وعلي رأسهم السيد المدير **"رفعي مصطفى** "علي تعاونهم معنا و الي العاملين بمؤسسة الردم التقني للنفايات على رأسهم السيد المدير **"ياسين بيران"** شكرا لكل هؤلاء على تعاونهم.

إهـــداء

أهدي عملي هذا:

الى روح أبي الطاهرة رحمه الله و اسكنه فسيح جناته.

الى أمي أطال الله في عمرها.

الى إخوتي كل باسمه.

إلي زين الدين أطال الله في عمره.

الي صديقتي و رفيقة دربي "هدى".

الى كل الأصدقاء و الأحباب " رقية، جويدة ، أمال " .

اليكم جميعا أهدي هذه الدراسة.

سعيدة شتوح

إهـــداء

إلى العين التي ترعاني وتحرسني والقلب الذي يتحسسني ويخفق لأجلي ، إلى الذي أفنى نفسه لأجلي بحنانه ورسم البسمة على شفاهي

إلى حبيبي ومعلمي ودليلي وإلى مثلي أعلى أبي رحمه الله وأسكنه فسيح جناته

إلى أمي الغالية العظيمة التي كافحت وصبرت لأجلي راحتي عربون المحبة منبع الدفء والحنان وركن السعادة ومفتاح الجنة إلى من سهرت ليالي من أجل راحتي إلى من كانت دوما صديقتي

إلي من شاركوني حلو الحياة ومرها إخوتي و أخواتي الأعزاء بدون الاستثناء.

إلى زوجي قرة عيني سندي ورفيق دربي من شجعني ودعمني طوال مشواري الدراسي وإلى كل قاده الزمن إلى دربي ولمست فيهم الحب والصدق والوفاء والإخلاص إلى كل خالاتي وعماتي وبنات أخواتي

وفي أخير أشكر كل من وقف معي وساعدني وشاركني في فرحي وحزني واهدي عملي إلى أمي الغالية أطال الله في عمرها وعائلتي من كبيرها إلى صغيرها وزوجي وعائلته الكريمة .

سمية سعيداني

فـهرس المحتويات

كلمة شكر.....

الإهداء.....

مقدمة..... أ

الإطـار المـنهجي

1- إشكالية الدراسة..... **02**

2- تساؤلات الدراسة..... **03**

3- فرضيات الدراسة..... **03**

4- أسباب اختيار الموضوع..... **03**

5- أهمية الدراسة..... **04**

6- أهداف الدراسة..... **04**

7- منهج الدراسة و أدواته..... **05**

8- مجتمع البحث وعينته..... **09**

9- المقاربة النظرية للدراسة..... **11**

10-مفاهيمالدراسة..... **12**

11- الدراسات السابقة..... **16**

الإطـــار النـــظري

الفصل الأول: مدخل عام للاتصال واستراتجياته

تمهيد..... 21

المبحث الأول: مفهوم الاتصال و أبعاده..... **22**

المطلب الأول :مفهوم الاتصال..... 22

المطلبالثاني:أنواع الاتصال..... 24

المطلب الثالث: وظائف الاتصال..... 36

المبحث الثاني : مفهوم إستراتجيات الاتصال و ميزاتها..... **39**

المطلب الأول: مفهوم الإستراتيجية..... 39

المطلب الثاني : مفهوم إستراتيجية اتصال وأهميتها..... 40

المطلب الثالث: أنواع و خصائص إستراتيجية اتصال..... 44

المطلب الرابع :علاقة الاتصال بالإستراتجية الاتصالية..... 44
خلاصة الفصل..... 47

الفصل الثاني : استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كأداة لنشر الوعي البيئي

تمهيد..... 49
المبحث الأول :الإطار المفاهيمي لمواقع التواصل الاجتماعي..... 50
المطلب الأول:مقدمة عن مواقع التواصل الاجتماعي..... 50
المطلبالثاني:نشأة مواقع التواصل الاجتماعي..... 50
المطلب الثالث:أنواع و آلية عمل مواقع التواصل الاجتماعي..... 51
المبحث الثاني: موقع الفيس بوك كأهم موقع في مواقع التواصل الاجتماعي..... 52
المطلب الأول:تعريف موقع الفيس بوك ونشأته..... 52
المطلب الثاني: أهم تطبيقات موقع الفيس بوك..... 54
المطلب الثالث:آلية التواصل بين أعضاء موقع الفيس بوك..... 55
المبحث الثالث: ترسيخ الوعي البيئي عبر موقع الفيس بوك..... 57
المطلب الأول:تعريف البيئة وعلاقتها بالإنسان..... 57
المطلب الثاني:مفهوم الوعي البيئي..... 60
المطلب الثالث:خصائص الوعي البيئي و أهميته..... 61
المطلب الرابع: أبعاد الوعي البيئي..... 62
خلاصة الفصل..... 66

الفصل الثالث : الإعلام البيئي ودوره في تطوير الوعي البيئي بمديرية البيئة لولاية المدية

تمهيد 68
المبحث الأول :مفهوم الإعـلام البيئي..... **69**
المطلب الأول : نشأة وتعريف الإعلام البيئي..... 69
المطلب الثاني : أهمية وأهداف الإعلام البيئي..... 70
المطلب الثالث :مفهوم الإعلام البيئي الإلكتروني..... 71
المبحث الثاني : الفيس بوك كنموذج للإعلام البيئي بمديرية البيئة لولاية المدية..... **72**

المطلب الأول : بطاقة فنية لمديرية البيئة لولاية المدية..... 72
المطلب الثاني : الهيكل التنظيمي للمديرية البيئة لولاية المدية..... 74
المطلب الثالث : إسهامات موقع الفيس بوك في تحقيق الأهداف الإتصالية لمديرية البيئة لولايةالمدية..... 75
خلاصة الفصل..... 76

الإطـــار التـــطبيقي
استخدام مديرية البيئة لولاية المدية موقع الفايسبوك في عرض إستراتيجياتها الاتصالية

تمهيد..... 78
أولا: إسهامات و سائل الاتصال بمديرية البيئة لولاية المدية في نشر الوعي البيئي..... 78
ثانيا:الخصائص العامة للصفحة الرسمية لمديرية البيئية لولاية المدية..... 80
ثالثا: الاتصال البيئي عبر صفحة الفايسبوك لمديرية البيئة لولاية المدية..... 84
رابعا: استنتاجات الدراسة..... 89
خاتمة. 92
قائمة المراجع. 94
قائمة الملاحق . 98

فهرس الجداول والأشكال

فهرس الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	الجدول رقم (01) : فئة أشكال نشر المواضيع في صفحة مديرية البيئة لولاية المدية	81
02	الجدول رقم (02) : فئة اللغة المستخدمة في صفحة مديرية البيئة لولاية المدية	82
03	الجدول رقم (03) : فئة أساليب التوعية في صفحة مديرية البيئة لولاية المدية	83
04	الجدول رقم (04) : جدول يبين فئة الجمهور المستهدف في صفحة مديرية البيئة .	85
05	.الجدول رقم (05) : جدول يبين فئة المواضيع في صفحة مديرية البيئة لولاية المدية	86
06	الجدول رقم (06) : جدول يبين فئة مصادر المعلومات بصفحة مديرية البيئة لولاية المدية	88

فهرس الأشكال:

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
01	الشكل رقم (01) : الهيكل التنظيمي لمديرية البيئة بولاية المدية	74
02	الشكل رقم (02): النسب المئوية لشكل المناشير في الصفحة الرسمية لمديرية البيئة.	81
03	الشكل رقم (03):النسب المئوية المستخدمة في صفحة مديرية البيئة لولاية المدية:	82
04	الشكل رقم (04):النسب المئوية لأساليب التوعية في صفحة مديرية البيئة لولاية المدية:	83
05	الشكل رقم (05):النسب المئوية للجمهور المستهدف في صفحة مديرية البيئة.	85
06	الشكل رقم (06):النسب المئوية للمواضيع في صفحة مديرية البيئة لولاية المدية:	86
07	الشكل رقم (07):النسب المئوية لمصادر المعلومات بصفحة مديرية البيئة لولاية المدية	88

ملخص الدراسة:

تسعي هذه الدراسة إلى التعرف علي إستراتيجيات الاتصال لمديرية البيئة لولاية المدية عبر صفحة الفيس بوك لنشر الوعي البيئي، من خلال الاستفادة من خصائصه باعتباره أحد أهم تطبيقات تكنولوجيات الإعلام و الاتصال، لترسيخ وبلورت الوعي البيئي لدي الجمهور وذلك بتحليل الصفحة الرسمية لمديرية البيئية لولاية المدية ، باستخدام المنهج الوصفي التحليلي ، وتحليل المضمون كأداة رئيسية لجمع البيانات و الملاحظة و المقابلة كأدوات ثانوية، عن طريق العينة القصدية للمناشير التي قدمت في الصفحة في الفترة الممتدة من 14مارس2020 إلى غاية 30ماي 2020 وتوصلت الدراسة إلى نتيجة مفادها أن صفحة الفيس بوك لمديرية البيئة لولاية المدية اعتمدت أكثر على إستراتيجية الإعلام و الإخبار بتقديم معلومات للجمهور في مجال البيئة لمساعدتهم في تكوين الرأي وإستراتيجية الإقناع عن طريق التوعية بأسلوبي الترغيب والترهيب لإحداث التغيير في، الاتجاه والسلوك لدى الجمهور، وإستراتيجية الحوار التي تجسدت في إشراك الجمهور و تفاعله في تحقيق أهدافها المتعلقة بتطوير الوعي البيئي، وعن طريق النشاطات المشتركة بين الجمهور و مديرية البيئية و كل ذلك يتم بالتركيز علي الصورة البصرية والفيديوهات والاستفادة من خصائص الفيس بوك كأهم موقع في مواقع التواصل الاجتماعي .

Study summary:

This study seeks to identify the communication strategies of the Environment Directorate of Medea State through the Face book page to spread environmental awareness ، by making use of the characteristics of Face book as one of the most important applications of media and communication technologies ، to consolidate and crystallize environmental awareness among the public by analyzing the official page of the Environmental Directorate of Medea State ، using The descriptive analytical approach ، and content analysis as a main tool for data collection ، observation and interview as secondary tools ، through the intentional sample of the publications presented on the page in the period from March 14 ، 2020 to May 30 ، 2020. The study reached a conclusion that the Face book page of the Environment Directorate of Medea State relied more on The media and news strategy to provide information to the public in the field of the environment to help them form opinion and the persuasion strategy by raising awareness of the two carrots and intimidation methods to bring about change in the attitude and behavior of the audience ، and the dialogue strategy that was embodied in engaging the public and its interaction in achieving its objectives

related to developing environmental awareness ، and through activities It is shared between the public and the Environmental Directorate ، and all of this is done in Turkish G to the visual image and videos and take advantage of the features of Face book as the most important site in social networking sites.

مـقــدمـة

مـقـدمة:

لا يختلف اثنان على أن العالم اليوم يعيش تطورات علمية و تكنولوجية متلاحقة بل ثورة علمية متدفقة و تكنولوجيا جبارة، في مختلف المجالات و بوتيرة سريعة قد يقف الإنسان مذهولا أمامها رغم أنه هو من أوجدها و طورها ، و تجسد ذلك أكثر في مجال الاتصالات عبر شبكة الأنترنت، و التي حولت العالم إلى قرية صغيرة و أصبح بإمكان لأي مؤسسة الاتصال بجمهورها ، دون عناء و مشقة و حتى بتكلفة رمزية لا تكاد تحتسب، وقد كان للإعلام والاتصال حصة الأسد في هذا التطور التكنولوجي الحاصل، فتبلور كله تحت مسمى الإعلام الجديد، وما أفرزه من أنماط اتصالية جديدة أثبتت نجا عتها في خدمة الإعلام و لاتصال، في التأثير السريع على المتلقي دون جهد وعناء، فالخدمات الإعلامية الجديدة التي تعتمد علي وسائط البث الرقمية وهو التقدم الناتج عن اندماج الاتصالات، و تكنولوجيات المعلومات، أحدثت في وسائل الإعلام طوفانا معلوماتي و سرعة في نقل الأحداث التي تجري حول العالم، بأكمله و قد ساهمت التطورات المتتالية في شركة الأنترنت في إيجاد شكل جديد من الإعلام كما سبق الذكر تعددت تصنيفاته و مسمياته لدى المهتمين و المختصين الإعلاميين، والذي أطلق عليه اسم الإعلام الجديد أو الإعلام البديل و شمل الشبكات الاجتماعية الافتراضية ، و المدونات وغيرها من الأشكال، و الأنواع المتعددةحيث استطاعت بفضل خصائصها التي أصبحت تؤدي أدورا اقتصادية وسياسية و اجتماعية هامة غيرت في مجري حياة الإنسانمنالحسن إلى الأحسن.

ويعد الفيس بوك كأحد مواقع التواصل الاجتماعي ،من أهم ما أفرزته تلك التكنولوجيا في مجال الاتصال عبر شبكة الأنترنت بفضل الشعبية التي حققها هذا الأخير في التواصل بين الأفراد، وإيصال الرسائل وبث مختلف الفيديوهات و الصور التي كان لها التأثير في الجمهور بسهولة و بسرعة فأثبت بذلك نجا عته بالمقارنة بالمواقع الاجتماعية الأخرى خاصة في كثرة الاستخدام ونسبة التفاعلية التي حققها بتأثيره في الجمهور و ترسيخ بعض القيم لديه، فأصبح بذلك من وسائل الاتصال الأساسية في الإعلام و الاتصال بالنسبة لأي مؤسسة ووسيلة لا يمكن الاستغناء عنها للاتصال بالجمهور من جهة وتحقيق أهدافها، و تلبية حاجياتهامن جهة أخري.

وكل ذلك يسبح في فلك الاتصال، فلا يمكن تصور العمل المؤسساتي دون اتصال سواء كان علي المستوي الداخلي أو علي المستوي الخارجي ، إذ يعتبر عملية لنقل المعلومات و الرغبات والمشاعر و المعرفة و التجارب بأساليب و وسائل مختلفة، و هو في تطور مستمر فلهذا أصبح وجوده مهما في المؤسسة، ولا يمكن الاستغناء عنه إذ أصبح أداة مهمة لتحقيق أهدافها وتطبيق برامجها وفقا لإستراتيجياتها خاصة إذا ارتبط ذلك بتكنولوجيات الاتصال الحديثة في تطوير العملية الاتصالية وتسريعها لتسهل أكثر عمل المؤسسةلتحقق بذلكالأهداف المنوطة بها.

و أمام ما يشهده العصر الحالي من متغيرات بيئية متزايدة جراء التقلبات المناخية من جهة و الفعل الإنساني من جهة أخري، أثرت علي البيئة بشكل يستدعي تدخل كل الجهات المعنية للحد من الخطر الذي يهدد المحيط الذي نعيش فيه وحياة الإنسان ككل هذا الأخير الذي أصبح عليه اتخاذ موقف صارم من بيئته يتمثل أولا في و وعيية و اتجاهه و سلوكياته إزاء البيئية إذ يؤكد المختصون في علم البيئة أن التدهور البيئي، وما يرتبط به من مشكلات و قضايا يعكس الموقف السلوكي، للإنسان من البيئة و إدراكه لها و اتجاهاته نحوها، فالوعي البيئي لم يكن وليد الساعة فقد عرف منذ ثلاثينيات القرن الماضي، حيث كان محور الاهتمام بالبيئة ينصب فقط علي حماية البيئة ومواردها فوجد المختصون أن فكرة الحماية و حدها لا تكفي لحل المشكلات البيئية، وخاصة بعد تفاقم تلك المشاكل، بسبب تزايد مسببات التلوث من جهة والفعل الإنساني و مخلفاته من جهة أخري خاصة فيما يتعلق بالعادات السيئة و السلوك غير اللائق في التعامل مع النفايات واحترام مواقيت رميها في الأماكن الخاصة،يها علي سبيل المثال وعليه فالجزائر كغيرها من دول العالم تعاني من التدهور البيئي، أمام العديد من المشكلات البيئية التي تواجهها أهمها مؤخرا حرائق الغابات والتلوث بالنفايات و يكون الإنسان دائما المتسبب الرئيسي في ذلك، و يرجع ذلك دائما إلى قصور الوعي البيئي لأفراد المجتمع، حيث أصبحت التشريعات القانونية وحدها غير قادرة لردع مثل تلك السلوكيات ، لهذا يتطلب تنمية الوعي البيئي لمختلف شرائح المجتمع كسبيل أخر لتقويم تلك السلوكيات عن طريق استغلال وسائل الاتصال عبر إستراتيجية اتصالية تتوافق والتطور التكنولوجي الحاصل بوسائل الإعلام والاتصال مستغلة بذلك التطور الحاصل في مجال الاتصالات و لهذا عمدت مديريات البيئة علي غرار مديرية البيئة، لولاية المدية علي تطبيق استراتيجة اتصالية عبر صفحتها في الفيس بوك لنشر الوعي البيئي، من خلال تزويد الأفراد بالمعلومات البيئية و إكسابهم اتجاهات إيجابية نحوي البيئة أو تعديل الاتجاهات القائمة و التي تكون مضرة بالبيئة مما يساهم في الحفاظ عليها من خلال تنفيذ تلك الإستراتيجية الاتصالية .

و من خلال هذه الدراسة ، سوف يتم الكشف عن تلك الإستراتيجيات الاتصالية المستخدمة عبر الصفحة الرسمية لمديرية البيئة لولاية المديةللتوعية البيئية، وأيضا كيفية استغلال خصائص الفيس بوك لدعم ذلك، والجهود المبذولة لتطوير روح المسؤولية لدي الأفراد، تجاه المحيط الذي يعيشون فيه بمحاولة التعرف علي تلك الإستراتيجيات الاتصالية، عن طريق تحليل الصفحة الرسمية لمديرية البيئة لولاية المدية، باستخدام تحليل المضمون كأداة رئيسية و الملاحظة والمقابلة كأدوات ثانوية، لجمع البيانات ورصد كل مناشير الصفحة خلال الفترة الممتدة من الرابع عشر مارس إلي ثلاثين ماي ألفين وعشرينوولتجسيد ذلك من خلال هذا الموضوع تم تقسيمها إلي خمسة فصول رئيسية طبقا لمتطلبات الدراسة كالتالي:

يتناول الفصل الأول: إشكالية الدراسة والتساؤلات والفرضيات وأسباب اختيار الموضوع و أهمية الدراسة وأهدافها و منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات، ومجتمع الدراسة و عينته والمقاربة النظرية للدراسة و تحديد مفاهيم الدراسة و بعدها الدراسات السابقة.

أما الفصل الثاني فيتمثل في الإطار النظري والذي يحتوي على ثلاث فصول الفصل الأول معنون بمدخل عام للاتصال و استراتيجيات الاتصال و تضمن مبحثين المبحث الأول مفهوم الاتصال وأبعاده و المبحث الثاني مفهوم إستراتيجيات الاتصال و مميزاتها.

الفصل الثاني و المعنون باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي كأداة لنشر الوعي البيئي و احتوي هذا الأخير علي ثلاث مباحث المبحث الأول تحت اسم الإطار المفاهيمي لمواقع التواصل الاجتماعي المبحث الثاني موقع الفيس بوك كأهم موقع في مواقع التواصل الاجتماعي أما المبحث الثالث ترسيخ الوعي البيئي عبر موقع الفيس بوك.

أما الفصل الثالث عنون بالإعلام البيئي و دوره في تطوير، الوعي البيئي بمديرية البيئة لولاية المدية و تكون هذا الفصل من مبحثين المبحث الأول ،عنون بمدخل مفاهيمي للإعلام البيئي أما المبحث الثاني جاء تحت اسم الفيس بوك كنموذج للإعلام البيئي بمديرية البيئية لولاية المدية.

و الفصل الخامس تمثل في الإطار التطبيقي و عنون باستخدام مديرية البيئة لولاية المدية موقع الفيس بوك في عرض إستراتيجيتها الاتصالية لنشر الوعي البيئي وتكون هذا الفصل من العناصر التالية:

أولا إسهامات وسائل الاتصال بمديرية البيئة، لولاية المدية في نشر الوعي البيئي أما ثانيا فعنون بخصائص العامة للصفحة الرسمية لمديرية البيئية لولاية المدية و ثالثا الاتصال البيئي عبر صفحة الفيس بوك لمديرية البيئة لولاية المدية والخاتمة تكونت من نتائج الدراسة.

الإطار المنـهجي

1- إشكالية الدراسة و التساؤلات.
2- فرضيات الدراسة.
3- أسباباختيار الموضوع.
4- أهمية الدراسة.
5- أهداف الدراسة.
6- منهج الدراسة و أدواته.
7- مجتمع البحث وعينته.
8- المقاربة النظرية للدراسة.
9- مفاهيم الدراسة.
10- الدراسات السابقة.

1- إشـكالية الـدراسة:

شهد العالم في العقود الأخير تغييرات جذرية طالت مختلف المجالات ، جراء التطور التكنولوجي في وسائل الإعلام و الاتصال من جهة وتطور شبكة الأنترنت، وتنامي استخدامها كوسيط واسع الانتشار في نقل المعلومات و الأخبار من جهة أخري ففي هذه سنة أي2020 بلغ مستخدمي شبكة الأنترنت حوالي 60%، بمقدار4.1 مليار متابع و العدد في تزايد مستمر بحسب رأي الخبراء، و يعكس هذا أهمية استخدام هذه الشبكة في العالم وما أفرزته هذه الأخيرة من مواقع الكترونية و مواقع للتواصل الاجتماعي ، كان أبرزها وأهمها موقع الفيس بوك و الذي احدث بدوره تغيير جذري، في تكوين العمليات الاتصالية في طريقة التفاعل و تدفق المعلومات المتبادلة، فأصبح المتلقي منتجا و مرسلا و مستقبلا في الوقت نفسه، و بالتالي خلق كل هذا إمكانيات تقنية جديدة لاتصال المؤسسة بجمهورها و تحقيق أهدافها و التأثير فيه وتوجيهه وكل هذا يتم بأقل تكلفة، مما شكل مكسبا مهما في اكتساب جمهور جديد يتابع و يهتم بما يصدره موقع الفيس بوك عبر شبكة الأنترنت من برامج ومعلومات كل مؤسسة بحسب نشاطها و هدفها الذي تسعي لتحقيقه، وأمام الاهتمام الكبير والملفت الذي أصبحت تحضي به البيئة في العالم وبعد المشاكل التي شهدتها المعمورة جراء تدهور هذه الأخير، بسبب الفعل الإنساني بالدرجة لأولي أصبح لزاما علي الجزائر كباقي الدول استغلال التأثير، القوي لموقع الفيس بوك علي الجمهور إذ أصبح هذا النمط الجديد أبلغ وأقوي في التعامل، مع قضايا المجتمعات في التغيير و التوجيه فشكل موقع الفيس بوك مصدرا ،مهما وأساسي في تشكيل الوعي البيئي وتنميته و بلورته في كنف التكنولوجيات الحديثة كخطوة مهمة لحماية البيئة والمحافظة عليها، خاصة بعد العلاقة النفعية التي باتت تجمع الإنسان ببيئته، المبنية علي المصلحة الاقتصادية والاستهلاكية ،دون وعي ومسؤولية و اهتمام أغلب المنظمات العالمية بالقضايا التي تخص البيئة، علي رأسها منظمة الأمم المتحدة ، وفي خضم كل هذا أخذت الجزائر علي عاتقها، استغلال تلك المواقع وعلي رأسها الفيس بوك لتكريس وترسيخ ثقافة المحافظة علي البيئة فعكفت وزارة البيئة عن طريق مديرياتها عبر الوطن، علي مواكبة هذه التحولات في العملية الاتصالية عن طريق تطوير استراتيجياتها الاتصالية وفقا لمتطلبات العصر.

وتعتبر مديرية البيئة لولاية المدية من ضمن المديريات التي استغلت هذا التطور التكنولوجيبتخطي النمط التقليدي في الاتصال الذي يعتمد غالبا علي الوسائل و الأساليب التقليدية ، في عرض الإستراتيجية الاتصالية التي تعتمدها عبر صفحة الفيس بوك من أجل التعريف بقضايا البيئة، في أوساط المواطنين والتأثير في سلوكهم لترسيخ التربية البيئية في مستخدمي هذه المواقع .

والدراسة الحالية تراعي بعدين أساسيين، في غاية الأهمية وتبحث عن العلاقة بينها ، وهما استراتيجيات الاتصال عبر مواقع التواصل الاجتماعي ،أي صفحة الفيس بوك لمديرية البيئة لولاية المدية وتنمية

ونشر الوعي البيئي في أوساط الجمهور، مستخدمي هذه الصفحة عن طريق عرض تلك الإستراتيجيات الاتصالية ،في صفحة الفيس بوك و البحث في التعرف عليها وكيفية استخدامها لتساهم بشكل مباشر وغير مباشر في تحقيق الوعي البيئي وتبنيه كسلوك حضاري لدي مستخدمي موقع الفيس بوك، وانطلاقا مما سبق ارتقينا إلي دراسة هذا الموضوع من خلال طرح الإشكالية التالية:

ما هي الإستراتيجية الاتصالية التي تتبعها مديرية البيئة بولاية المدية عبر موقع الفيس بوك لنشر الوعي البيئي؟

و تتفرع الإشكالية إلي التساؤلات التالية:

- ما هي أساليب التوعية التي اعتمدتها مديرية البيئة لولاية المدية عبر صفحة الفيس بوك لنشر الوعي البيئي ؟.
- كيف تساهم الإستراتيجية الاتصالية عبر موقع الفيس بوك لمديرية البيئة لولاية في ترسيخ و و بلورة الوعي البيئي؟.
- ما هي أهم المضامين التي تحتويها صفحة الفيس بوك لمديرية البيئة لولاية المدية ؟

2- فرضيات الدراسة:

- اعتمدت صفحة الفيس بوك لمديرية البيئة لولاية المدية ،علي مجموعة من أساليب التوعية للتأثيرفيالجمهورمنهاالأساليبالإرشاديةوالتحذيريةوقوانينإجرائية.

- ساهمت الإستراتيجية الاتصالية في موقع الفيس بوك لولاية المدية في تجسيد الوعي البيئي عن طريق الحوار والإعلام والإقناع والتفاعلية عن طريق الاتصال الأحادي والثنائي .

- ركزت صفحة الفيس بوك لمديرية البيئة لولاية المدية علي المضامين الإخبارية و التثقيفية والإعلانية والبصرية باستخدام الصور والفيديوهات .

3- أسباب اختيار الموضوع:

يرجع اختيار هذا الموضوع لمجموعة من الأسباب الذاتية والموضوعية وهي كالأتي:

3-1- لأسباب ذاتية:

- الاهتمام الشخصي بمثل هذا النوع من الدراسات المتعلقة بالاتصال البيئي.

علاقة الدراسة بالتخصص(اتصال وعلاقات عامة).

- معرفة مدى قدرتنا المعرفية في تطبيق ما درستاه خلال خمس سنوات من التكوين.

القناعة الشخصية بأهمية ترسيخ الوعي البيئي ،في المجتمع كسلوك حضاري للمحافظة علي البيئة.

3-2- الأسباب الموضوعية:

- قلة الدراسات التي تناولت استراتيجيات الاتصال عبر مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) وارتباط معظم الدراسات الخاصة بالوعي البيئي، بوسائل الاتصال التقليدية كالإذاعة والصحافة المكتوبة.

- الشعبية الكبيرة التي يحظي بها موقع الفيس بوك كإحدى مواقع التواصل الاجتماعي والاستفادة من ذلك في نشر الوعي البيئي .

- الاهتمام المتزايد و الملحوظ بقضايا البيئة علي المستوى المحلي والدولي.

- رصد درجة مواكبة موقع الفيس بوك لمديرية البيئة لولاية المدية ،للتطور التكنولوجي و درجة استفادتها من تكنولوجيات الإعلام و لاتصال الحديثة في نشر الوعي البيئي و المحافظة علي البيئة.

4- أهمـيةالـدراسة:

تظهر أهمية الدراسة في الموضوع نفسه و يمكن ،تحديد هذه الأهمية من خلال النقاط التالية:

- تكمن أهمية هذا البحث في عرض أهم إستراتيجيات الاتصال التي تستخدمها مديرية البيئة بولاية المدية عبر صفحة الفيس بوك ومدي فعاليتها في نشر الوعي البيئي .

- إبراز موقع الفيس بوك كأداة هامة للاتصال الاجتماعي، و الذي يستخدم في نشر حملات التوعيةفي إطار المحافظة علي البيئة، بالاعتماد علي إستراتيجيات الاتصال التي تعتمدها مديرية البيئة لتحقيق ذلك، ليس فقط ذلك بل تتعداه إلي نقل المعلومات ،و الأخبار و التظاهرات المتعلقة بالبيئة عبر تراب الولاية.

- كما تستمد هذه الدراسة أهميتها من إبراز استراتيجيات الاتصال لمديرية البيئة لولاية المدية و التعرف عليها من خلال عرضها في صفحتها فيالفيس بوك .

- كما تساهم هذه الدراسة في تزويد الأسر بصفة خاصة والمجتمع بصفة عامة بالطرق و الأساليب الصحيحة، للمحافظة علي البيئة و المحيط من خلال تفعيل إستراتيجيات الاتصال في صفحة الفيس بوك الخاصة بمديرية البيئة لولاية المدية وبالتعرف علي مختلف نشاطات هذه الأخيرة.

5- أهـداف الـدراسة:

إن لكل دراسة في مجال البحث العلمي أهداف تصبو إلي تحقيقها، و هذه الدراسة تسعي لتحقيق الأهداف التالية:

- أما الهدف الرئيسي يتمثل في التعرف علي مختلف إستراتيجيات الاتصال التي تستخدمها مديرية البيئة،عبر صفحة الفيسبوك لمديرية البيئة وكيفية تفعيلها لنشر و تأطير الوعي البيئي والتأثير في مستخدمي الصفحة للمحافظة علي البيئة.

- التعرف علي مختلف الطرق ولأساليب التي تتبعها إدارة الصفحة في إيصال معلومات التوعية لمستخدمي شبكة الأنترنت .

- الكشف عن مساهمة إستراتيجية الاتصال بتوظيفها في موقع الفيس بوك لمديرية البيئة لولاية المدية وأهم الخدمات التي تقدمها من خلال عرض الخطط و البرامج ومختلف أنواع الاتصال لترسيخ الوعي البيئي لدي الجمهور بالاستفادة من مميزات أهم تطبيقات الإعلام الجديد والمتمثل في موقع الفيس بوك.

- التعرف علي مضامين موقع الفيس بوك لمديرية البيئة لولاية المدية فيما يخص إستراتيجيتها الاتصالية وأهم المعلومات و الخدمات و الأخبار و انشغالات المواطن التي يقدمها عبر موقع الفيس بوك وكل ما يتعلق بقضايا البيئة إضافتا إلي ترشيد سلوك المتلقي ليرتقي إلي المحافظة علي الوسط الذي يعيش فيه عن طريق المشاركة في مختلف النشاطات البيئية التي تنظمها مديرية البيئة لولاية المدية.

6- منهج الدراسة وأدوات البحث:

6-1- منهج الدراسة :

6-1-1 تعريف المنهج:

المنهج هو مجموعة من القواعد و الإجراءات، والأساليب التي تجعل العقل يصل إلي معرفة حقه بجميع الأشياء التي يستطيع الوصول إليها، بدون أن يبذل مجهدات غير نافعة و قد يبني الإنسان و يبتكر قبل أن يفكر في الأسس والمناهج ،التي صمم عليها هذا البناء أو هذا الابتكار و عندما تنجح محاولاته يبدأ البعض ملاحظة و اكتشاف الأسس التي أدت إلي نجاح هذه الأعمال.1

بالنظر إلي موضوع الدراسة وتبعا إلي الإشكالية والتساؤلات فإن هذه الدراسة تصنف ضمن الدراسات الوصفية، التي تقوم بوصف الظواهر وتحليلها وتصنيفها وعليه استخدم في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي(هو أسلوب من أساليب التحليل المركز علي معلومات كافية و دقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد، أو فترة أو فترات زمنية معلومة، و ذلك من أجل الحصول علي نتائج علمية ثم تفسيرها بطريقة موضوعية بما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة.)2

1 – عبد المجيد إبراهيم,**أسس البحث العلمي**,مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع,ط1 عمان,الأردن,2000,ص60.

2– رجاء وحيد دويدري, **البحث العلمي أساسياته النظرية و ممارسته العلمية**, دار الفكر المعاصر,ط1,دمشق,2000 ص183.

2-6 - أدوات البحث:

تستخدم في البحوث الإعلامية الكثير من الوسائل، ومن أكثرها شيوعا هي الاستقصاء أو الاستبيان والمقابلة و الملاحظة الميدانية، واختبارات الثبات و الصدق، ويتم اختيار هذه الأدوات و بنائها علي ضوء أسس علمية، للوصول إلي البيانات المطلوبة، و بالتالي تحقيق أهداف البحوث الإعلامية، ويمكنأن تستخدم هذه الأدوات منفردة أو مجتمعة، وذلك تبعا لطبيعة البحث، وأهدافه وتوجيهات الباحثوالإمكانات المتاحة.1

اعتمدت الدراسة الحالية في جمع البيانات علي الظاهرة المدروسة علي تحليل المضمون كأداة رئيسية وأداتي الملاحظة و المقابلة كأدوات مساعدة و تتمثل فيما يلي:

1-2-6 الملاحظة:

هي مشاهدة الوقائع علي ما هي عليه في الواقع، أو كما هي في الطبيعة و الوقائع مختلطة بعضها ببعض ، وهي في تغيير مستمر.2

هناك أنواع عديدة للملاحظة و مهما كانت أنواعها لكنها تصب في منبع واحد و هي أداة البحث العلمي و يسعي الباحث بهذه الطريقة أن يجد الأشياء ذاتيا و من أنواعها:

1-1-2-6-أنواع الملاحظة.

- الملاحظة العادية: يطلق هذا التصنيف علي كل ملحوظة تتم بواسطة الحواس، و منها الملحوظة التي يقوم الرجل العادي في حياته اليومية، و لا ينبغي التوصل لكشف علمي، و هذا ما يجعل ملاحظة تخضع لغرض النفع العام، الخاص بالحياة العملية.

- الملاحظة العلمية: حين يشاهد العالم الظاهرة معينة فإن ملاحظته لها تكون بهدف الكشف عما هو جديد في الظاهرة، ليصبح جزءا مكملا لنسق معرفته عن العالم، فالمعرفة في مجال العلم تتكون من الوقائع التي نصبح علي وعي بها. 3

وفي هذه الدراسة اعتمدت علي الملاحظة البسيطة أو العادية، والتي استخدمت في ملاحظة مختلف منشورات الصفحة الرسمية لمديرية البيئة لولاية المدية، خلال الفترة الممتدة من 14 مارس 2020 إلي غاية 30 ماي 2020.

2-2-6 المقابلة:

1- سعد سلمان المشهداني,**مناهج البحث الإعلامي**,دار الكتاب الجامعي, دولة الإمارات العربية المتحدة,لبنان,2017,ص93.

2- عبد الله العسكري, **منهجية البحث العلمي في العلوم لإنسانية**,دار النمير,ط2 ,دمشق,حلبوني,سورية,2002,ص156.

3 -,مرجع سبق ذكره ,ص 157.

و يعني بها طرح التساؤلات وجها لوجه علي المبحوثين، و يمكن أن يتم تطبيق هذه الأداة في أماكن متعددة كأن ينتقل الباحث أو الشخص المكلف بإجراء المقابلة بين المنازل، أو أماكن وجود أفراد العينة المستهدفة كالمدارس أو أماكن العمل أو الأسواق.

و المقابلة الشخصية واحدة من أكثر الوسائل الفعالة، في الحصول علي البيانات و المعلومات الضرورية ، فقد تبدو هذه الوسيلة للشخص الذي لا خبرة له بهذا الأسلوب شيئا بسيطا أو سهلا، وهي ليست كذلك في واقع الأمر فأسلوب المقابلة ليس مجرد الانتقاء بعدد من الناس و سؤالهم بعض الأسئلة العامة أو الخاصة. 1

وأجريت أداة المقابلة في الدراسة الحالية، مع القائم علي الصفحة الخاصة بمديرية البيئة لولاية المدية السيد : مفتش رئيسي بالمديرية **الطاهر بوخاري**، و رئيس مصلحة البيئة الحضارية و الصناعية السيد: **قدور يماني** لمعرفة مضامين الصفحة بالإضافة الي أهم الأهداف التي تسعي لتحقيقها والخدمات التي تقدمها لمستخدمي الصفحة في مجال المحافظة علي البيئة، وكيفية توظيف إستراتجية الاتصال من أجل تحقيق ذلك ، وأجريت مقابلات أيضا مع بعض مستخدمي موقع الفيس بوك لمديرية البيئة ، للتعرف علي مدي تفاعلهم مع مضامين الصفحة وأهم المعلومات التي تتم الاستفادة منها من خلال ذلك خاصة فيما يخص نشاطات المديرية في مجال التوعية البيئية .

3-2-6 تحليل المضمون:

يستخدم تحليل المضمون في تحليل محتوي المادة التي تقدمها وسائل الاتصال الجمعي أي الجماهيري، كالصحف والمجلات و الكتب و لأفلام و برامج التلفزيون وذلك بالوصف الموضوعي المنظم والكمي للمحتوي الظاهر لوسيلة الاتصال، وعلى الرغم من أن طريقة تحليل المضمون تركز علي الرسالة الاتصالية إلا أنه يمكن استخدام ، الطريقة نفسها للإجابة، علي الأسئلة المعروفة المتعلقة بالعناصر الأخرى، لعملية الاتصال وهي (من، يقول ماذا، إلي، من، كيف وما هو الأثر؟)2.

و استخدمت أداة تحليل المضمون في هذه الدراسة في تحليل الصفحة الرسمية لمديرية البيئة ، والتي سيتم من خلالها تصنيف مادة البحث إلي فئات لتسهيل التحليل، وتصنيفه بأعلى نسبة من الموضوعية و الشمولية و تتوافق مع أهداف الدراسة وتجيب علي إشكالية الدراسة.

حيث أن الهدف من استخدام فئات التحليل هو تقسيم المحتوي إلي منظومة من الأفكار التي لها علاقة مباشرة بالإشكالية وأهداف الدراسة ، ومنه يجب علي الباحث تجنب باقي الأفكار التي لا تخدم تلك

1- محمد عبد الله عبد العزيز الحيزان,**البحوث الإعلامية** مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر ,ط1,الرياض,1998,ص102.

2- أحمد بدر ,**أصول البحث العلمي و مناهجه** ,وكالة المطبوعات,عبد الله حرمتي,الكويت,2008,ص347.

التوجيهات و بالتالي فلا توجد فئات نمطية صالحة لكل أنواع البحوث، بل يتوقف اختيارها علي إشكالية البحث و أهدافه، كما يتوقف علي طبيعة المحتوي المراد تحليله و طبيعة الدراسة و كميتها.1

و يتضمن تحليل المضمون مجموعة من الخطوات الآتية:

- تحديد المجال الزماني و المكاني: يقوم الباحث أولا بمسح مادة التحليل التي يتم الحصول عليها من خلال تحديد المجال الزماني والمكاني للبحث.

- تحديد وحدة التحليل: لما كان تحليل المضمون يسعي الي تحليل عناصر المضمون، وصفا كميا فكان من الضروري أن يتم تقسيم هذا المضمون، إلي وحدات تحليل و التي تقسم بحسب ما ذهب إليه **بيلسون** إلي خمس وحدات رئيسية وحدة الموضوع وحدة الكلمةوحدة الشخصية، وحدة المفردة، وحدة المساحة والزمن.

- تحديد فئة التحليل:يعتمد تحليل المضمون في دقته علي تحديد فئات التحليل ، التي تعدمن الخطوات المهمة، التي يجب علي الباحث أن يعطيها اهتماما كبيرا لأن الإعداد الجيد و الواضح لفئات التحليل تؤدي إلي الوصول إلي نتائج علمية متميزة، و تنقسم فئات تحليل المضمون إلي قسمين :

أولا: فئات الموضوع: (ماذا قيل) :و التي تمثل مجموعة الفئات التي تصف المعاني والأفكار التي تظهر في المحتوي والتي تتضمن فئات فرعية أهمها ،فئة الموضوع، فئة القيم، فئة المستويات، فئة الاتجاهفئة الأساليب المتبعة.

ثانيا: فئات الشكل: (كيف قيل):و تمثل مجموعة الفئات، التي تصف كيفية أو أسلوب تقديم أو عرض، المحتوي و تتضمن ما يأتي.

فئة أو نمط المادة الإعلامية، فئة شدة الاتجاه ،فئة شكل العبارات أو الموضوع، فئة وسيلة الإقناع فئة اللغة المستخدمة2

6-2-3-1- التعريفات الإجرائية لوحدات و فئات التحليل:

تحديد وحدة التحليل:

وفي هذه الدراسة تم استخرج وحدة التحليل انطلاقا من مشكلة وهدف الدراسة و تم اختيار الوحدات التالية:

- وحدة الموضوع: وهي التي تركز علي فكرة الموضوع في الدراسة والمتمثلة في" الوعي لبيئي" من خلال إستراتيجية الاتصال عبر صفحة الفيس بوك لمديرية البيئة لولاية المدية.

1- يوسف ثمار ,**تحليل المحتوي للباحثين و الطلبة الجامعيين**,طاكسيج كوم ,ط1,الجزائر2007,ص24.

2 – سعد سلمان المشهداني,**مناهج البحث العلمي**, مرجع سبق ذكره,ص120-121. نقلاعن ,سمير محمد عبد الحميد,**تحليل المحتوي في بحوث الإعلام**,دار الشرق للنشر و التوزيع و الطباعة,1983,ص132-134.

- تحديد فئات التحليل:

وعليه سيتم فيما يلي تقديم مجموعة الفئات التي اعتمدت في تحليل مضامين صفحة الفيس بوك الخاصة بمديرية البيئة لولاية المدية خلال الفترة الزمنية الممتدة من 14مارس2020 إلي غاية 30ماي2020.

و تم تحديد فئات التحليل وفقا لما تتطلبه الدراسة من إجابة عن تساؤلاتها و تحقيق أهدافها و فيما يخص تحليل عينة الدراسة فتم اختيار ستة فئات.

أولا: فئات الشكل "كيف قيل ": وهي الفئات المتعلقة بشكل عرض المنشورات المعروضة في

الصفحة الرسمية لمديرية البيئة لولاية المدية و تمثل الفئات التالية: (اللغة، أشكال النشر، أساليب التوعية).

فئة اللغة :و تعبر عن طبيعة اللغة المستعملة في منشورات الصفحة الخاصة بمديرية البيئة و و تتكون من الفئات التالية: (اللغة العربية، اللغة الفرنسية، اللغة الإنجليزية، مزيج لغوي.)

فئة أشكال النشر:و تمثل الطريقة التي يتم بها عرض معلومات المنشور و تمثل الفئات التالية (نص ، صورة، فيديو، رسوم).

فئة أساليب التوعية: و تمثل طرق وسبل التي تتبعها إدارة صفحة الفيس بوك البيئة لولاية المدية لإيصال معلومات التوعية لمستخدمي الأنترنت وتتكون من الأجزاء التالية:(معلومات إرشادية، معلومات تحذيرية، قوانين).

ثانيا: فئات المضمون: و هي الفئات التي تعبر عن مضامين المنشورات في صفحة مديرية البيئة لولاية المدية و تمثل الفئات التالية (فئة الموضوع، فئة الجمهور المستهدف' فئة مصدر المعلومات).

- فئة الموضوع: و تعني أنواع المواضيع التي تتناولها الصفحة الرسمية لولاية المدية و تتفرع إلي الفئات التالية :(التظاهرات البيئية، نشاطات مديرية البيئة، أخبار تخص الوزارة الوصية، إعلانات وإحصائيات).

- فئة الجمهور المستهدف:و فئات الجمهور التي تتلقي منشورات الصفحة الرسمية لمديرية البيئة لولاية المدية وتشمل الفئات التالية (الجمهور بصفة عامه، الشركاء الاجتماعيين ،منظمات المجتمع المدني).

- فئة مصدر المعلومات: وهي الفئة التي تمثل أصل المعلومات، في صفحة الفيس بوك لولاية المدية و تمثل الفئات الآتية:(بحوث أكاديمية، العاملين علي الصفحة، منظمات حكومية).[1]

[1]- منذر الضامن,**أساسيات البحث العلمي**,دار المسيرة للنشر و التوزيع, ط1,عمان ,الأردن 2007,ص160.

7-مجتمع البحث وعينته:

المقصود بمجتمع الدراسة كل العناصر المراد دراستها، إن سحب جزء من مجتمع الدراسة يطلق عليه اسم العين(sample) و العملية التي تتم بهذا الشكل يطلق عليها المعاينة، (sampling).1

وفي هذه الدراسة يتمثل مجتمع البحث في كل ما نشر في صفحة مديرية البيئة لولاية المدية على موقع الفيس بوك وهي صفحة حكومية تابعة لمديرية البيئة، والتي بدورها تعمل تحت وصاية وزارة البيئة.

7-2-عـينة الدراسة:

يقوم الباحث باختيار عينة من مجتمع الدراسة' ثم يقوم بتصميم النتائج التي أجراها علي العينة علي المجتمع الذي سحبت منه تلك العينة، و كلما كان أفراد العينة أكبر كلما عكس ذلك خصائص المجتمع بشكل أفضل، وكانت الأخطاء أقل في التطبيق و تصميم النتائج، و الأسئلة التي يهتم بها الباحث هي:

- ما هي المجموعة التي يود دراستها ؟
- كيف يتم اختيار أفراد العينة ؟
- كم نحتاج من الأفراد لغرض الدراسة ؟

و لإختيار عينة صحيحة يفترض أن تكون العينة المختارة ممثلة لمجتمع الدراسة و العينة هي تقدير لمجتمع الدراسة.2

7-2-1 - العينة المقصودة:

إن العينة المقصودة هي تلك العينة التي يتفصد الباحث، باختيارها ليعمم نتائج هذه العينة علي الكل فكثير من الباحثين يختارون عينة لسهولة جمعها أو مدرسة لسهولة مراجعتها و توفير المستلزمات الخاصة، بالبحث بتلك المدرسة.

في الحقيقة لا توجد عينة تمثل مجتمع الأصل إلا إذا كانت متجانسة و عندما تكون العينة، متجانسة فإن عينة صغيرة كافية لتمثيل مجتمع الأصل وتختار العينة علي أساس، قانون الاحتمالات وان العينة المقصودة تكاليفها محدودة علي أن يلاحظ الدقة في الاختيار3

و في هذه الدراسة تمثل كل المواد التي نشرت علي صفحة مديرية البيئة لولاية المدية على موقع الفيس بوك خلال الفترة الزمنية الممتدة من 15مارس2020الي غاية 30ماي2020 وقد تم اختيار هذا

1- نفس المرجع السابق ص160.

2- منذر الضامن,**أساسيات البحث العلمي**. مرجع سبق ذكره ص160.

3- وجيه محجوب, **أصول البحث العلمي و مناهجه**, دار المناهج للنشر والتوزيع .ط2, عمان .الأردن,ص151.

التوقيت تزامنا مع فصل الربيع، الذي يعبر علي جمال البيئة وتكثر فيه حملات التوعية البيئية بالإضافة إلي حملات التشجير التي يشارك فيها معظم شرائح المجتمع.

8– المقاربة النظرية للدراسة:

تعتمد هذه الدراسة علي نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام ، والتـي لهـا علاقـة مباشـرة بموضـوع الدراسة ، إذ لها دور مهم في تفسيره.

ويقصد بالمسؤولية الاجتماعية للإعلام: هي تلك المسؤوليات التي تحددها الحكومة و الأنظمة السياسية للإعلام عبر تحديد جملة الأفعال التي يحظر القيام بها كالقذف و القدح و هي مسؤولية وجوبيه، و تكون مرتبطة بالمجتمع الذي يمنح الإعلام الحق في العمل علي فرض أنها ستسد حاجة أفراد للمعلومات و الحقائق و الآراء بموجب المسؤولية التعاقدية 1

8-1- نشأة نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام :

ظهرت هذه النظرية بعد الحرب العالمية الثانية في الولايات المتحدة الأمريكية، إثر صدور تقرير لجنة حرية الصحافة عام 1947م بعنوان:"صحافة حرة ومسؤولة"، بهدف الدعوة إلي تحقيق ممارسة إعلامية قائمة علي المسؤولية الاجتماعية ، حيث تم وضع مجموعة التصورات حول وظائف الصحافة التي لابد أن تراعي و تتكيف أيضا مع التطورات والمتغيرات الاجتماعية ، التقنية، السياسية الاقتصادية التي يعرفها المجتمع البشري ، وبذلك تسير كل من المسؤولية و الحرية في نفس المسار من أجل تحقيق المصلحة العامة، فمفهوم الحرية يرتبط أساسا بمجموعة مفاهيم أخري ذات صلة كمفهوم الحق ، الواجب والمسؤولية، مما يستوجب علي وسائل الإعلام التقيد بمعايير وضوابط مهنية لتأدية التزاماتها تجاه المجتمع أو الجمهور الذي تخاطبه و في مقدمتها الصدق والموضوعية إلي جانب "التعددية الإعلامية " التي تضمن تنوع الآراء، و الأفكار المطروحة بما يعكس تنوعها بين مختلف أفراد هذا المجتمع و شرائحه، كما يندرج في إطار هذه النظرية التزام وسائل الإعلام بالمعالجة الجادة للأحداث اليومية بعيدا عن كل تهويل أو تضليل أو مصلحة خاصة ، والأهم من ذلك أن يتم دون المساس بالحريات الفردية.

8-2- المبادئ التي تقوم عليها نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام :

وتقوم هذه النظرية التي انتقدت الحرية المطلقة للصحافة علي مجموعة من المبادئ الأساسية التي لخصها **دينيس ماكويل** فيما يلي:

- للصحافة و و سائل الإعلام الأخرى التزامات معينة تجاه المجتمع يتم تنفيذ هذه الالتزامات أو

1 – محمد حسام الدين,**المسؤولية الإجتماعية**, الدار المصرية اللبنانية,ط1, لبنان, 2003.ص62.

الوظائف في إطار معايير مهنية وتشريعات قانونية ضابطة.

يتعين علي الصحافة تنظيم نفسها بشكل ذاتي، وهو ما يعكس كذلك شكلا من أشكال الرقابة الذاتية .يجب علي الصحافة أن تتجنب نشر ما يمكن أن يؤدي إلي ممارسة العنف و الجريمة ناهيك عن احترام الأقليات والحيلولة دون خلق فوضي اجتماعية.

- يجب علي الصحافة أن تكون متعددة و تلتزم بحق الرد.

ومن هذا المنطلق فإن الوظيفة الأساس الملقاة علي عاتق وسائل الإعلام هو التعامل بموضوعية وحيادية مع ما تبثه من أخبار و معلومات، ما يقضي خضوعها لمواثيق أخلاقيات المهنة، ليتم بذلك تحقيق التوازن، بين حرية الأفراد و مصالح المجتمع أي المصلحة العامة.

و لا يمكن تحقيق المسؤولية الاجتماعية في المجتمع إلا إذا تضافرت كل الجهود ،سواء دورالإعلام فيما يخص نقل الأخبار بمصداقية و احترافية و موضوعية للجمهور المتلقي قصد التأثير فيه لتغيير سلوكه و طباعه غير اللائقة و التي تصب في المحافظة علي صحته و علي المحيط الذي يعيش فيه و وهذا ما تصبو إليه مديرية البيئة ،من خلال ما تنشره عبر صفحة الفيس بوك الخاصة بها بتوظيف مختلف إستراتيجيات الاتصال، و هي مهمة تلقي علي عاتق الإعلام للمحافظة علي المجتمع عن طريق اتخاذ سبل النجاة بالتوعية والإرشاد والإعلام بإعطاء الأدلة والبراهين العلمية، و الإحصائيات و تسليط الضوء علي مختلف الأنشطة التي تجسد أهداف مديرية البيئة لولاية المدية في جو يسوده الحوار والتشاور لتحقيق المصلحة المشتركة وتجسيد المسؤولية الاجتماعية و هذا ما تتفق فيه هذه الدراسة و نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام .[1]

9- تحديد مفاهيم الدراسة:

إن البحث لا يتوقف عند نقطة صياغة المشكلة و التساؤلات، بل القيام أيضا بضبط الموضوع من حيث تحديد، المصطلحات التي تضمها هذه الدراسة و القصد هنا بتحديد المصطلحات هو ضبط المعني المستخدم، لها في البحث لأننا عادة ما نجد للمصطلح الواحد أكثر من معني اصطلاحي إلي جانب معناه العام لذا وجب علي الباحث تحديد المعني اللغوي والإجرائي في الحث2

9-1- الاتصال:

1–سعد شيحاني , **نظريات الإعلام**,المحاضرات المدرجة لشهر أفريل 2020, جامعة الجزائر 3 كلية الإعلام و الإتصال ,الجزائر ,2019,2020 ,ص04.

2 – أحمد بن مرسلي,**مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الإتصال** , ,ديوان المطبوعات الجامعية, ط4,الجزائر 2003 ص82,83.

لغة:

مشتق من مصدر وصل الذي يعني أساسا الصلة أو بلوغ الغاية أما قاموس اوكسفورة، فيعرف الاتصال بأنه نقل و توصيل أو تبادل الأفكار و المعلومات أو الكتابة أو الإشارات1

اصطلاحا:

يشير مفهوم الاتصال إلي العملية أو الطريقة التي تنتقل بها الأفكار و المعلومات بين الناس داخل نسق اجتماعي معين يختلف من حيث الحجم، ومن حيث محتوي العلاقات المتضمنة فيه، بمعني أن هذا النسق الاجتماعي قد يكون مجرد علاقة ثنائية نمطية بين شخصين أو جماعة صغيرة أو مجتمع محلي أو قومي أو حتى المجتمع الإنساني 2.

التعريف الإجرائي:

يقصد بالاتصال في هذه الدراسة، سيرورة المعلومات و الأفكار والنصائح والإرشاد عبر صفحة الفيس بوك لمديرية البيئة لولاية المدية لنشر وترسيخ الوعي البيئي لدي أفراد المجتمع.

9-2-الإستراتيجية:

لغة: كلمة إستراتيجية مؤلفة من الكلمة اليونانيةstrategos و تعني stratos الجيش، الرباط ، agos و تعني القائد، فمن الناحية اللغوية الإستراتيجية تعني فن القيادة3

اصطلاحا:

الإستراتجية هي عملية تتضمن وضع وتصميم و من ثمة تنفيذ الأهداف ذات الأمد البعيد، و التي تؤدي إلي بلوغ المنظمة أهدافها الأساسية.4

التعريف الإجرائي:

توحي كلمة الإستراتيجية في هذه الدراسة إلي مجموعة الخطط والبرامج التي تعدها مديرية البيئة لولاية المدية من أجل المحافظة عن البيئة بمحاولة نشر الوعي البيئي عن طريق تجسيد تلك الخطط و البرامج في صفحة الفيس بوك الخاصة بها لتحقق أهداف المديرية المنوطة بها.

9-3- إستراتيجية الاتصال:

اصطلاحا:

---

1 – فوضيل دليو,**اتصال المؤسسة**, ,دار الفجر للنشر والتوزيع ,ط1, القاهرة,مصر, 2003,ص22.

2 – منال طلعت محمود , **مدخل الي علم لاتصال** ,المعهد العالي للمؤسسة الإجتماعية, جامعة الإسكندرية, مصر,2001–2002, ص18.

3– عيسى حيرش . **الإدارة الإستراتيجية** ,المملكة العربية السعودية , جامعة الملك فيصل , السعودية,1975 ,ص 3.

4– محمد الكرخي , **التخطيط الإستراتيجي المبني علي نتائج** ,مطبعة الريان ,دار الكتب القطرية , قطر2014,ص70.

تعرف الإستراتيجية الاتصالية بأنها، مجموعة من القرارات الهامة حول الأهداف الاتصالية التي يجب الوصول إليها و الوسائل المطبقة من أجل تحقيقها و هي تحتوي علي أشكال الاتصال في المؤسسة فكل اتصال يوجه للجمهور المتلقي رسالة مختلفة لأنه غير متجانس ، و يمكن إن يمتد عمر الإستراتيجية من ثلاث سنوات إلي خمس، بحيث تدعمها المنظمة و المؤسسة لتحقيق أهدافها.1

التعريف الإجرائي:

يشير مفهوم الإستراتيجية الاتصالية في هذه الدراسة إلي مجموعة القرارات والخطط و البرامج الاتصالية التي تعدها مديرية البيئة بولاية المدية للمحافظة علي البيئة و ترسيخ ثقافة التربية البيئية ، لدي الجمهور عن طريق عرض تلك الخطط و البرامج في صفحة الفيس بوك الخاصة بها.

9-4-مواقع التواصل الاجتماعي

اصطلاحا:

عرفها زاهر راضي أنها منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشترك فيها ،بإنشاء موقع خاص به، و من ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات و الهوايات نفسها .2

التعريف الإجرائي:

مواقع التواصل الاجتماعي هي عبارة عن شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح لمستخدميها التواصل ، في أي وقت يشاءون وفي أي مكان من العالم و اكتسبت اهتماما اجتماعيا كونها تعزز العلاقات بين البشر، و لهذا استخدمتها مديرية البيئة لولاية المدية كوسيلة لنشر الوعي البيئي.

9-5- الفيس بوك:

اصطلاحا:

هو كتاب الوجوه باللغة العربية، هو موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية، أي يتيح عبره الأشخاص العاديين والاعتباريين (كالشركات) أن يبرز نفسه، وأن يعزز مكانته عبر أدوات التواصل الاجتماعي مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع3

1- منية دحدوح,**الاتصال في المؤسسة**, كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية, تسيير الموارد البشرية,جامعة 08ماي1945قالمة,2015,2016,ص75.

2- بشير جميل الراوي ,**دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير**,مدخلنظري,مجلة الباحث الإعلامي, العدد11 2012,ص71.

3 - خالد غسان يوسف المقدادي, **ثورة الشبكات الاجتماعية**,دار النفائس للنشر والتوزيع, ,عمان,الأردن, 2011,ص34.

هو موقع يساعد علي تكوين علاقات بين المستخدمين، يمكنهم من تبادل المعلومات والملفات، والصور الشخصية ومقاطع الفيديو و التعليقات ، كل هذا يتم في عالم افتراضي يقطع حاجز الزمن و المكان .1

التعريف الإجرائي:

هو موقع الكتروني يسمح لمستخدميه من متتبعي ،الصفحة الخاصة بمديرية البيئة لولاية المدية و حسب ما تتناوله هذه الدراسة بالتواصل بها و مع الجمهور أيضا عبر عالم افتراضي يتبادلون فيه المعلومات والأخبار والتوجيه والإرشاد في مجال المحافظة علي البيئة.

9-6- الوعي:

لغة:

(الوعاء) وهو مفرد أوعية، و أوعي الزاد و المتاع أي جعله في الوعاء، ووعي الحديث أي حفظه و فهمه و قبله، و الوعي هو الحفظ و التقدير و الفهم و سلامة الإدراك.2

اصطلاحا:

الوعي هو محصلة عمليات ذهنية و شعورية معقدة، فالتفكير وحده لا ينفرد بتشكيل الوعي فهناك الحدس و الخيال و الأحاسيس و المشاعر و الإدارة و الضمير، وهناك المبادئ و القيم و مرتكزات الفطرة و حوادث الحياة و النظم الاجتماعية ، و الظروف التي تكتف حياة المرء ، و هذا الخليط الهائل من مكونات الوعي ، يعمل علي نحو معقد جدا، و يسهم كل مكون بنسبة تختلف من شخص إلي آخر ، مما يجعل لكل شخص نوعا من الوعي يختلف عن وعي الآخرين.3

التعريف الإجرائي:

هو إدراك المجتمع لبيئته وأهم مكوناتها ومعرفته بالمخاطر التي تحدق بها والمشاركة في كيفية حلها، و المحافظة عليها و يتم ذلك عن طريق صفحة الفيس بوك التي تديرها مديرية لولاية المدية البيئة.

9- 7 - البـيئة:

لغة :

مشتقة من بوأ ويقال تبوأت منزلا بمعني نزلته و هيأته و يمكن القول أن البيئة تعني المكان ، وحالاته الطبيعية و يتطابق المفهوم العربي للبيئة إلي حد بعيد مع تعريف علم التبؤ(écologie) و التي تعني أحد فروع علم الحياء، وبالعودة إلي كلمة (biology) وبالعودة إلي كلمة (écologie) نجد أنها مشتقة

3- سلطان مسفر مبارك الصاعدي الحربي,**الشبكات الاجتماعية خطر أم فرصة**, المملكة العربية السعودية, المدينة المنورة,2003,ص11.

1- محمد بن أبي بكر الرازي عبد القادر,**مختار الصحاح**,مكتبة لبنان,بيروت,1986,ص303.

3- عبد الكريم بكار,**تجديد الوعي, دار القلم,** , دمشق,سوريا,2000,ص12.

الكلمة اليونانية (oikos) وتعني المنزل أو البيت و كلمة (logos) تعني علم أي علم التبؤ و هو العلم الذي يهتم بدراسة الكائن الحي في منزله وهو العلم الذي يبحث في علاقات الكائنات الحية فيما بعضها كما صدر عن العالم الألماني ernsheckel عام 1960 .1

اصطلاحا:

هي الوسط الذي يعيش فيه الإنسان و يمارس الأنشطة الاجتماعية و الاقتصادية و هي خزان الموارد الطبيعية المتجددة، مثل حقول الزراعة و الموارد الطبيعية غير المتجددة مثل مناجم المعادن و أبار النفط.2

التعريف الإجرائي:

هي الوسط الطبيعي الحيوي الذي يعيش فيه الإنسان مؤثرا ومتأثرا بعناصره، و يمارس مختلف أنشطته فيه.

الوعي البيئي:

عبارة عن إدراك الفرد لمتطلبات البيئة عن طريق إحساسه و معرفته بمكوناتها، وما بينهما من العلاقات ، و كذلك القضايا البيئة وكيفية التعامل معها و الوعي لبيئي لا يمكن أن يتحقق فقط 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. و يعرف الكثير عن صفاته لكنه في نفس الوقت يقتلعه و لا يهتم به، إن الوعي البيئي في أصله يتكون من ثلاث حلاقات منفصلات و متدخلات في أن واحد و هي :1- التربية و التعليم البيئي 2- الثقافة البيئية 3- الإعلام البيئي .3

10-الدراسات السابقة:

تعد الدراسات السابقة أحد أجزاء خطة البحث العلمي ، وتتعلق بشكل مباشر بالمعلومات التي يمكن للباحث الاستفادة منها ، حيث تعتبر كمرجع يعتمد عليه الباحث في تحليل نتائجه و أيضا مصدرا للمعلومات هذا من جهة ومن جهة أخري، يستطيع الطالب من تصحيح بعض الأخطاء والهفوات، التي يمكنه تجنبها من خلال الإطلاع علي تلك الدراسات وأيضا يمكن لهذه الدراسة أن تكون امتداد لتلك الدراسات، و قد تم الإطلاع علي دراستين هما علي التوالي:

---

1 – سامح الفراينة,يحي الفربان ,**مدخل الي العلوم البيئية**,دار الشروق,ط1, 1999,عمان ,الأردن,ص17.

2 – محمد صابر,**الإنسان و تلوث البيئة**,,مكتبة ملك عبد العزيز الإدارة العامة للتوعية العلمية للنشر, المملكة العربية السعودية,2000,ص07.

3– أسماء راضي خنفر,عايد راضي خنفر, **التربية البيئية و الوعي البيئي** ,دار الحامد للنشر و التوزيع,الأردن,2017, ص127.

10 -1- الـدراسة الأولي : عبد الباسط خلف 2011.

دراسة من إعداد عبد الباسط خلف "دور وسائل الإعلام المتخصصة في تطوير الوعي البيئي"رسالة ماجستير، من جامعة بيرزيت بفلسطين، تنطلق مشكلة الدراسة من ضعف الإعلام البيئي في فلسطين و تغييب وسائل الإعلام، فظل التدهور الذي وصلت إليه البيئة الفلسطينية جراء ممارسات الاحتلال الإسرائيلي، و سياسته التعسفية وهدفت الدراسة إلي السعي لتناول و تفكيك العلاقة التي تجمع بين الإعلام البيئي المحلي و التي يقصد بها الرسائل المتخصصة التي صاغها الباحث في الحرم الجامعي، كما هدفت الدراسة أيضا معرفة تأثير الإعلام المتخصص في الجمهور المتلقي و ترجمة دوره إلي جهد عملي مؤثر يساهم في معالجة التدهور البيئي .

و استخدم في هذه الدراسة المنهج الوصفي لرسم صورة للمشهد الراهن للوعي البيئي و استعان الباحث بأداة الاستبيان و كانت استمارة بحث شملت عينة تكونت من 400 طالب وطالبة. أجريت عليهم دراسة معمقة ، وكانت نتائج الدراسة كلأني:

وجود حالة من عدم الاهتمام تجاه قضايا البيئة و نقاشاتها ليس من الطلبة فحسب بل من خلال بعض من الأساتذة .

بالرغم من أن التجربة دفعت بقضية البيئة إلي الواجهة و كما أشرنا ، غير أن الثغرة في قوانين قوانين الجامعة التي لا تراعي البيئة، و لا تشتمل أي تعليمات أو عقوبات تجاه الموضوع البيئي.

غياب المسؤولية البيئية كحال 57، 3 % الذين إن عدم فرزهم للنفايات يعود إلي الكسل ، و 17، 5% فقط أفادوا بأن الرسائل التي شاهدوها حول الوجبات السريعة و أضرارها الصحية توقفوا عن شرائها رغم وعيهم بخطورتها.

الطالبات أكثر التزاما بالفرز من الطلاب الذكور، و أكثر ميلا للتطوع في قضايا البيئة داخل الحرم الجامعي .

السبب في تراجع الوعي البيئي لدي طلبة الكليات الإنسانية إذا ما تم استثناء دائرة الجغرافيا يعود إلي عدم وجود مساق علمي يتطرق إلي البيئة.

إن فرض قضيا و إجراءات تتعلق بالبيئة ، في تجمع لا يتداول الشأن البيئي و تغيب عنه هذه المسألة، يحتاج إلي إشراك المجتمع المحلي الذي تتحرك فيه الدراسة.

اجري الباحث تجربة مشابهة في ثلاث ، مدارس في محافظة جنين علي مدار أسبوعين في كل واحدة منها، و توصل إلي نتائج إيجابية تفوق النتائج التي حققها في الجامعة.

10-2- الـدراسة الثانية :فتيحة كيحل(2012/2011) .

الدراسة لفتيحة كيحل بعنوان "الإعلام الجديد و الوعي البيئي"، دراسة تطبيقية علي طلبة جامعة الحاج لخضر بباتنة، وهي مذكرة ماجستير في برنامج في فرع الإعلام و تكنولوجيا الاتصال الحديثة .تنطلق هذه الدراسة من الإشكالية التي مفادها العلاقة بين دور الإعلام الجديد و الذي جسدته الطالبة في موقع الفيس بوك كأحد نماذج الإعلام الجديد نظرا للشعبية التي يحضي بها كموقع من مواقع التواصل الاجتماعي ، ودور هذا الخير تجاه الوعي البيئي فكان سؤال الإشكالية كالتالي "كيف يؤدي استخدام موقع الفيس بوك كإحدى تطبيقات الإعلام الجديد إلي نشر الوعي البيئي لدي جمهور المستخدمين الجزائريين ، فاستخدمت المنهج الوصفي التحليلي واعتمدت في جمع البيانات علي الملاحظة من أجل متابعة الموضوع عن قرب علي أدوات جمع البيانات علي الملاحظة من أجل متابعة الموضوع عن قرب ، حيث عمدت الباحثة إلي فتح صفحة عبر الموقع في الفيس بوك و شاركت المستخدمين اهتماماتهم

و هو ما سهل عليها فرصة التحليل والتفسير و ربط جوانب الدراسة النظرية والتطبيقية و اعتمدت كذلك علي أداة الاستبيان.

أما نتائج الدراسة فقد تمثلت في بروز الفيس بوك كأهم موقع علي الإطلاق بالمقارنة مع مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى، لدي المبحوثين حيث يقضون حوالي ساعتين في معظم الحيان خلال الفترة المسائية، وبلغت النسبة المئوية لموقع الفيس بوك ومدي مساهمته في نشر الوعي البيئي 74.19%.

10-3- مناقشة الدراسة الحالية بالدراسات السابقة:

تتقاطع الدراسة الحالية في عديد من النقاط مع الدراسات السابقة ، ويكن تلخيصها فيما يلي:

- تعتبر الدراسات السابقة متشابهة مع الدراسة الحالية في موضوع الدراسة إذ كلاهما يشترك في قياس مستوي الوعي البيئي.
- تتفق هذه الدراسة مع الدراسات السابقة ، في استخدام وسائل الإعلام كأداة لنشر الوعي البيئي.
- وتتشابه أيضا مع الدراسات السابقة في معالجة موضوع البيئة و مسألة المحافظة عليها عن طريق التأثير الإعلامي عبر وسائل الإعلام الجديد المختلفة .

أما عن نقاط الاختلاف فتتمثل في النقاط التالية:

غياب متغير الاتصال والذي يدخل ضمن استراتيجيات الاتصال، في كلتا الدراستين واقتصارهمعلي، استخدام وسائل الإعلام الجديد ة وتأثيرها.

- كلتا الدراستين تمت علي مستوي المبحوثين في الجامعة أي الطلبة عكس الدراسة الحالية والتي كانت علي مستوي مديرية البيئة لولاية المدية .

10 -4- مجالات الاستفادة من الدراسات السابقة:

- تمت الاستفادة من الدراسات السابقة في تحديد الإجراءات المنهجية مثل منهج الدراسة و أدوات البحث و ضبط الإشكالية والتساؤلات .

- توسيع المعلومات من خلال ، الإطلاع علي الدراسات السابقة في الجانب النظري خاصة، في تحديد الخطوط العريضة التي يجب تناولها لخدمة الجانب التطبيقي في تحليل النتائج.

- تكوين فكرة معمقة عن متغيرات الدراسة الحالية في طريقة الصياغة وربط العلاقة بينها فيما يخص متغير الوعي البيئي .

- اهتمت الدراسات السابقة بأهم تطبيقات الإعلام الجديد، وهي مواقع التواصل الاجتماعي و الفيس بوك كنموذج ، و اكتساب العديد من المعلومات حول هذا الأخير خاصة في المجال النظري للدراسة الحالية.

الإطار النظري

فعالية إستراتيجية الاتصال عبر مواقع التواصل الاجتماعي في ترسيخ الوعي البيئي.

الفصل الأول:مــدخل عام للاتصال وإستراتيجياته.

تمهيد:

المبحث الأول: مفهوم الاتصال و أبعاده.

المطلب الأول: مفهوم الاتصال.

المطلبالثاني:أنواعالاتصال.

المطلب الثالث: وظائف الاتصال.

المبحث الثاني: مفهوم الإستراتيجية الاتصالية و ميزاتها.

المطلب الأول: مفهوم الإستراتيجية.

المطلب الثاني: مفهوم إستراتيجية الاتصال وأهميتها.

المطلب الثالث: أنواع و خصائص إستراتيجية اتصال.

المطلب الرابع :علاقة الاتصال بالإستراتجية الاتصال

خلاصة الفصل.

تمهيد:

أصبح الاتصال بمختلف أنواعه وسيلة حيوية له دور بالغ الأهمية في نجاح المؤسسات و سببا لقوتها خاصة بما تشهده حاليا من تعقيدات سواء من ناحية التنظيم أو في بناء العلاقات مع غيرها،و يعتبر الاتصال أحد الطرق فمن خلاله، يتم نقل وتبادل المعلومات والعملية الاتصالية، عملية معقدة يجب التخطيط لها مسبقا، وتتضمن عدد من العناصر والخطوات قبل تنفيذها لهذا نجد اليوم أن معظم المؤسسات الحديثة ،والرائدة تعتمد على مزيج من الإستراتيجيات الإتصالية، تتناسق مع الإستراتجية العامة للمنظمة ،مبنية على خطط علمية واضحة قابلة لتحقيق نتائج مرضية للمؤسسة والمساهمة أيضا في نجاح المؤسسة، ومن خلال هذا الفصل سوف يتم التطرق إلى دور الإستراتجية الاتصال في المؤسسة .

المبحث الأول:مفهوم الاتصال و أبعاده .

المطلب الأول : مفهوم الاتصال.

فكلمة الاتصال بالرغم من تداولاها الواسع إلا أنها تحمل معان مختلفة عديدة فقد نستعملها لنعني بها مجال الدراسة الأكاديمي أوالنشاط التطبيقي الملازم له أو بوصفها علما أو فنا أو علاقات إنسانية أووسائل اتصال جماهيرية أوحاسبات آلية شخصية أوإرشادا نفسيا، كما أنها قد تعبر على عملية هادفة مقصودة أوطبيعية أو تلقائية .....الخ.....

إن كلمة الاتصال المترجمة عن communication مشتقة أصلا من الكلمة اللاتينية communisa التي تعني الشيء المشترك وفعلها commun care أي يضيع أو يشيع

عرفه روجر زوكنكايدRogerkincaid فقد وصفا الاتصال بأنه العملية التي يخلق فيها الأفراد معلومات متبادلة ليصلوا إلى فهم مشترك.1

يعرفه تشارلز كولي عالم اجتماع الشهير بأنه ذالك الميكانيزم الذي أمكن من خلاله للعلاقات البشرية أن تقوم وتتطور وأمكن من خلاله لرموز العقل الإنساني أن تترابط وتنتقل عبر الزمان والمكان بواسطة وسيلة لإرسال.

ويعرفه"جورج لند برج"الاتصال بأنه التفاعل بواسطة الرموز والإشارات التي تعمل كمنبه أو مثير يثير سلوكا معين عند المتلقي.

أما" كارك هوفلاند"فيري أنه عملية يقوم بمقتضاها المرسل لإرسال رسالة لتعديل سلوك المستقبل أو تغيره.

ويري" شانون "و"ويفر"أن الاتصال يمثل كافة الأساليب والطرق التي يؤثر بموجبها عقل في عقل آخر بالاستعمال رموز.

ومن العلماء العرب يعرف الدكتور " إبراهيم إمام" الاتصال بأنه حامل العملية الاجتماعية، والوسيلة التي يستخدمها الإنسان لتنظيم واستقراروتغيير حياته الاجتماعية، ونقل أشكالها معناها من جيل إلى جيل عن طريق التعبير والتسجيل والتعليم .

وتعرف الدكتورة "جيهان رشتي"الاتصال بأنه العملية التي يتفاعل بمقتضاها متلقي ومرسل الرسالة كائنات حية أو بشر أو آلات في مضامين اجتماعية معينة وفي هذا التفاعل يتم نقل أفكار ومعلومات منبهات بين الأفراد عن قضية أومعنى أو قرار معين .

1- فضيل ديلو ,**الاتصال المؤسسة علاقات العامة علاقات مع الصحافة**, دار الفجر لنشر والتوزيع, ط1, 2003 ص21,22.

ويرى الدكتور "سمير حسين" أن الاتصال هو النشاط الذي يستهدف تحقيق العمومية أو الذيوع أو الانتشار أو الشيوع أو المألوفة لفكرة أو موضوع أو منشأة أو قضية ، عن طريق انتقال المعلومات أو الأفكار أو الآراء أوالاتجاهات من شخص أو جماعة إلى أشخاص أو جماعات بالاستخدام رموز ذات معني موحد ومفهوم بنفس الدرجة لدى كل الطرفين .

ويعرفه الدكتور "عاطف العيد" بأنه نقل المعلومات والأفكار والاتجاهات من طرف إلى آخر ومن خلال عملية ديناميكية مستمرة ليس لها بداية أو نهاية.1

ماذا يفهم العلماء المعاني من كلمة اتصال؟إن الكتابات في هذا الموضوع كثيرة كثرة التقاليد والممارسات والاعتقادات وقد نتج ماذا يفهم العلماء من كلمة اتصال؟إن الكتابات في هذا الموضوع كثيرة كثرة التقاليد والممارسات والاعتقادات وقد نتج عنها تعريفات ونظريات كثيرة للاتصال.ومن خلال نظرة تحليلية إلى العلاقات مابين التواصل والمجتمع يمكن تمييز معان ثلاثة لاتصال.الاتصال المباشر و الاتصال التقني والاتصال الاجتماعي.

ؤ عنها تعريفات ونظريات كثيرة للاتصال ومن خلال نظرة تحليلية إلى العلاقات مابين التواصل والمجتمع يمكن تمييز معان ثلاثة لاتصال.الاتصال المباشر و الاتصال التقني والاتصال الاجتماعي.

1إن الاتصال هو وقبل كل شيء"تجربة أنتروبولوجية"أساسية فالتواصل بالغريزة يعني التبادل مع الأخر .وبكل بساطة ليس هناك من حياة فردية وجماعية بدون الاتصال.ومن خاصية كل تجربة شخصية .وكل مجتمع أن يحدد لنفسه قواعد الاتصال فيه فإذا كان المحال وجود رجال بدون مجتمع فلا وجود لمجتمع بدون اتصال ، فإن الاتصال هو دائما حقيقة ونموذج ثقافي معا بحيث أن العلماء التاريخ يكتشفون تدريجيا عن مختلف نماذج الاتصال الشخصية والجماعية التي توالت عبر التاريخ فلم يكن يوما من اتصال بحد ذاته ، فهو دائما مرتبط بنموذج ثقافي يعني بصورة للآخر لأن الاتصال يعني النقل وأيضا التفاعل مع الفرد أو الجماعة إن فعل الاتصال البسيط يختصر في الواقع تاريخ ثقافة والمجتمع .2

الاتصال هو أيضا مجموعة التقنيات التي خرقت خلال القرن شروط الاتصال المباشر التقليدية لتستبدله بحكم الاتصال عن بعد.

أقل ما نقصد بكلمة الاتصال "اتصال المباشر بين اثنين أو أكثر من الناس والاتصال عن بعد عبر وسائط تقنية التلفزيون التلفون الراديو المعلوماتية الوسائل الرقمية فالتقدم كان هائلا والتطورات مدهشة حتى أن صل المباشر بين طرف من العالم وطرف آخر بواسطة الصوت أو الصورة أو المعلومة أصبح أمرا حاصلا ولم يعد يقتصر على الدول الغنية

1 محمد منير,حجاب,**نظريات الاتصال**,دار الفجر للنشر والتوزيع 2010 ط1 مصر ص26.25

2 مي العبد الله ,**الاتصال في عصر العولمة** دار النهضة العربية بيروت ط2 2001 ص 34

إن التفاوت بين الطابع " العلمي الطبيعي " للتقنيات والصعوبات التواصل الظاهرة أكثر فأكثر بين المجتمعات هو أحد خصائص القرن العشرين مع كل ما وعدت به الإيديولوجيات التقنية وتعد به من تقريب للمسافات وتوحيد للمضامين التواصلية .و الاتصال أخيرا قد أصبح حاجة اجتماعية عملية بالنسبة للدول النامية فمنذ أن أصبح النموذج المهيمن هو النموذج الانفتاح منذ انهيار النظام الاشتراكي بالذات إن على الصعيد التجاري وإن على صعيد التبادل والدبلوماسية ، فإن تقنيات الاتصال تؤدي دورا إيجابيا ضروريا فيما أن السائل كلها منفتحة ومتفاعلة فالأنظمة التقنية كلها من حواسيب وشبكات إلكترونية وأقمار الصناعية كلها ضرورة عملية لا علاقة لها بنموذج الاتصال الموحد.

فالاتصال العالمي لم يعد له علاقة بأفق الاتصال على مستوى الأفراد والجماعات الصغيرة ومعناه يبقى أن هناك قاسما مشتركا بين التعريفات الثلاثة لكلمة الاتصال المباشر والتقني والعملي وهو التفاعل فالتفاعل هو بحد ذاته ما يعرف عن الاتصال ومن اللحظة التي تتكاثر فيها التفاعلات نحصل على المزيد من التواصل وهنا يظهر التعقيد.

فالتفاعلات في الاتصال العملي لا تعني أبدا التفاهم المتبادل وهنا لا عجب إن رافق سوء التفاهم إشكالية التواصل في علاقاته مع المجتمع .1

المطلب الثاني:أنواع الاتصال

لقد اتضح من عرضنا السابق لبعض التعاريف العامة للاتصال أن هذا الأخير شامل وهادف و للأهمية فهم ماهيته لتفعيل تأثيره على المستقبلين اهتم بعض الدارسين بطبيعة الاتصال نفسه فحاولوا تصنيفه إلى عدة أنواع:

1- أنواع الاتصال وفقا للغة المستخدمة:

كلمة اللغة لا تقتصر فقط على اللغة اللفظية وحدها ، فأي منهج منظم ثابت يعبر به الإنسان على فكرة تجول بخاطره ، وإحساس يحسه في صدره ، هو اللغة قائمة بذاتها . وعلى ذلك يمكن تقسيم الاتصال الإنساني حسب اللغة المستخدمة إلي :

1- اتصال اللفظي.

2-إتصال غير لفظي.

1- الاتصال اللفظي:هو الاتصال الذي يستخدم فيه اللفظ أو اللغة كوسيلة لنقل رسالة من المصدر إلي المستقبل.واستخدام اللغة كوسيلة اتصال فعالة ومؤثرة تساعدنا على تحقيق أهدافنا، وتجعل اتصالنا بالآخرين أكثر نجاحا.

1- مرجع سبق ذكره ص36.

ومن ناحية أخرى فإن فهم استخدام اللغة كوسيلة اتصال فعالة لا يتطلب فقط دراسة قواعد اللغة كالنحو و الصرف. فهذا وحده لا يكفي فهناك قواعد و أسس خاصة بالاتصال ترشدنا إلى الاستخدام الفعال لها فلكي يدرك البعد الاتصالي للغة ، لابد أن نتعامل معها على أساس أنها ظاهرة اجتماعية لا يمكن عزلها عن النشاط الاجتماعي ، و يقودنا ذلك إلى معرفة كيفية استخدام الناس للغة أي ماذا يفعل الناس بها ؟ ثم معرفة مضمونها أي ما يحملونه فيها من أفكار ومعان ؟

وقد بدأ إ استخدام اللغة في التفاهم الإنساني عندما تطورت المجتمعات و أصبحت قادرة على صياغة كلمات ترمز إلى معان محددة يلتقي عندها أفراد المجتمع و يعتمدون على دلالاتها في التنظيم علاقاتهم و التعبير عن مشاعرهم.

وينقسم الاتصال اللفظي إلى قسمين .

1-1-اتصال شفهي :وفي هذا النوع من الاتصال يصل اللفظ منطوقا إلى المستقبل ويدركه بحاسة السمع ومن أمثلة هذا النوع المحاضرات و الندوات و المناقشات والمناظرات و المقابلات و الخطب ، ويتميز الاتصال الشفوي بقدرته على توفير الوقت كما أنه يسمح بالمواجهة و يخلق نوعا من الصداقة و التعاون و الألفة بين الطرفي الاتصال ويشجع على الأسئلة والإجابة عليها ويتوقف نجاح هذا الاتصال على مقدرة المسئولين في توفير المقومات الآتية :

. خلق مجال طيب يسمح للإنسان أثناء الاتصال بالتفكير و التحدث ودون أن يشعر بمعوقات تحول بينه وبين ذلك.

ـ تبني و تشجيع الجديد من الأفكار و الآراء التي يكون هدفها زيادة معدلات الأداء أو التقليل الشعور بالتعب أو الملل

. أن يكون هناك نسقا من القيم و المبادئ و المعايير التي يتمسك بها طرف اتصال

انتقاء القنوات التي تسمح بتدفق محتويات اتصال بين أفراد الجمهور

. إتاحة الفرصة لكل الأفراد للمشاركة بالرأي

1-2-الاتصالالكتابي:و يعمل على نقل المعلومة المطلوبة إلى عدد كبير من الأفراد بإضافة إلى أنه يمكن الرجوع إليه وقت الحاجة. كما يسمح بتوصيل جميع المعلومات المراد إيصالها سواء كانت تعليمات أم أوامر أم بيانات أم إحصاءات.....الخ.....[1]

وتقديمها بصورة تفصيلية واضحة وتوصيلها بفاعلية إلى أفراد الجمهور المقصود.

[1]- محمد منير حجاب مرجع سبق ذكره ص67,68.

ولكي يكون الاتصال الكتابي فعالا ينبغي أن تتوافر له بعض الاعتبارات الأساسية فالكتابة يجب أن تكون واضحة. لأن اتصال غير الواضح لا قيمة له لأنه ينقل معلومات غير مفهومة، وبهذا يصبح من الضروري استخدام العبارات الواضحة السهلة المعنى و الابتعاد عن العبارات المحيرة أو المضللة التي تسبب سوء الفهم. كما يجب أن نوجز حتى لا يكون هناك تطويل.وأن نركز على الأشياء المهمة والعبارات القصيرة ذات المعنى الجلي، ومن أمثلة هذا النوع التقارير والمذكرات والسجلات و الكتب و المنشورات و المجالات والصحف .....الخ....

2-اتصال غير اللفظي :

هو الاتصال الذي لا يعتمد على الرموز ولذالك يسمي أيضا بالاتصال غير الرمزي

ويمثل نسبة تتراوح مابين 70% و 80% من حجم المعلومات التي تستقبلها، في حين لا تبلغ نسبة المعلومات عبر وسائل الاتصال الرمزي أو اللفظي سوى النسبة الباقية .1

ويستخدم هذا النوع من اتصال اللغات الآتية :

2-1- اللغة الإشارات:

ويقصد بها استخدام الإنسان لبعض الحركات في الجسم للتعبير بها بدلا من الكلام مثل استخدام الأصابع لتعبير عن الموافقة أو الرفض أو للتهديد أو لتأكيد .واستخدام الرأس للتعبير عن الموافقة أو الرفض.واستخدام الألوان للتعبير عن شعورنا بمشاركة الناس مناسباتهم سواء كانت حزنا أو فرحا .تتركز اللغة الجسم على الرسائل التي يمكنك توصيلها عبر أدوات ووسائل غير الكلمات ويعبر عنها بمثابة اللغة الصامتة .

أنواع اتصال من حيث درجة التأثير:

يقسم الخبراء اتصال من حيث درجة تأثيره إلي:

اتصال ذاتي ـاتصال شخصي اتصال جمعي ـاتصال جماهيري ـاتصال الإلكتروني.

2ـالاتصال الذاتي:

نطلق عليه اتصالا الذاتي علي جميع العمليات الواعية التي تحدث داخل الإنسان كالتأمل و التفكير و الإحساس بالانفعالات والمشاعر وحالات الخوف والحب و التفاؤل.حيث المرسل و المتلقي شخص واحد وجميع هذه العمليات تحدث داخل الفرد في شكل منولوج ،لغوي يشبه إلي حد كبير حالة معالجة البياناتالتي تحدث في جهاز الكمبيوتر . وتلعب تجاربنا الشخصية وخبراتنا نظرتنا لذواتنا دورا مهما في تحديد[2] معالجتنا الاتصالية وطرق استجابتنا للمواقف الاجتماعية في معظم الأحوال هذا علاوة على أن قدرات الإنسان العقلية علي استخدام الرموز واللغة هي التي تهيئ لقيام العملية الاتصالية بشكلها

1 محمد منير حجاب مرجع سبق ذكره ص72

2 -محمد منير حجاب مرجع سبق ذكره ص67,68.

المصغر في داخل كل واحد منا،فهي بمثابة الأدوات الأساسية لصناعة الرسالة و الوسيلة ، لترحيلها داخل معملنا العقلية في كل اللحظات التي تمارس فيها حضورنا الواعي في الحياة ، أي أن محاولات الاستقبال و الفهم و التفسير و السلوك ما هي إلا محصلة أو ،نتائج نهائية تعكسها قراراتنا و أفعالنا في يومياتنا ،وهي المؤثر الأوحد علي ما يحدث في داخل رأس كل فرد منا في مختلف الأوقات و المواقف.

فالاتصال الذاتي هنا ليس إلا تفاعلا مصغرا بين الإنسان والصور الذهنية والتجارب الخاصة به و المعارف والأفكار و المواقف السابقة التي عايشها و المعاني الملتصقة بها وفهمنا لتفاصيل هذه العمليات في حالات التذكر و التخيل و التفكير الجاد ، و الإحساس بمعاني الألم و الفرح و الجمال والحب و الكره ، يوفرلنا أرضية مشتركة لفهم الكيفية التي يتفاعل فيها الإنسان مع عالمه الخاص والعالم المحسوس من حوله ويعيننا في إدراك تعقيدات العملية الاتصالية عندما يتفاعل الأفراد بعضهم مع البعض الأخر.1

أو مع عالم الوسائل الإعلامية، أو مع ما يحدث في البيئة الاجتماعية بصفة عامة.

ولقد حظي هذا المستوي من اتصال باهتمام علماء النفس، و هو مستوي يرتبط بالبناء المعرفي و الإدراك و التعلم وكافة السمات النفسية الأخرى.

ولقد حظي هذا المستوى أيضا باهتمام علماء الاجتماع خاصة لدى مدرسة التفاعليةsymbolicinteractionism فقد رأى مؤسس هذه المدرسة وهو "جورج ميد" أن اتصال الذاتي حلقة هامة ترتبط بين السلوك الفرد وبين البيئة التي يعيش فيها .يتم اتصال بين الفرد ونفسه في محاولة لتنظيم إدراكه عن الأشخاص و الأشياء و الأحداث و المواقف التي يتعرض لها، أو حول ما يتعرض له من معلومات أو الأفكار أو آراء ، باعتبارها منبهات أو مثيرات تتطلب منه استجابة بشكل معين أو في اتجاه معين .وهذا الشكل من اتصال هو الذي يسمح للفرد أن يتخذ قراراته بناء على المعلومات التي يستقبلها عن طريق حواسه .

وعلى سبيل المثال عندما نسمع أو نشاهد عملا فنيا من خلال الراديو أو التلفزيون أو السينما أو العرض المسرحي ، فإن حواس الأذن و العين هي التي تستقبل هذه المعلومات و ترسلها إلي المخ الذي تتم فيه عملية تقييم الرموز التي استقبلتها الحواس ، وإضفاء المعاني الذاتية عليها فيتخذ قراره بقبول الاستمرار في الاستماع أو المشاهدة أو رفضها ، فيعطي أوامره إلي الجهاز الحركي لتغيير المحطة أو غلق الجهاز علي سبيل المثال، وفهم هذه العملية التي تحدث بين الفرد و نفسه ، هو أساس فهم عملية اتصال ذلك أن

1- مرجع سبق ذكره ص79.78

رد الفعل تجاه أي رسالة يستقبلها الفرد في أي شكل من أشكال اتصال الأخرى1 يتوقف على ناتج هذه العملية التي تحدث ذاتيا في جميع المواقف ، وتتأثر بالمخزون الإدراكي لدى الفرد عن الأشخاص و الرموز التي يتعرض لها في عملياته الانفعالية .

بالإضافة إلى هذه العملية أيضا بالشكل المشار إليه تتم في مرحلة مبكرة من العمليات الاتصالية التي تتم مع الآخرين حيث يقوم الفرد من خلال اتصال الذاتي بالتعرض و الملاحظة للعديد من الأشياء و الرموز التي يتأثر باه في بناء رسائله الاتصالية ، ويتأثر اختياره للرموز هذه الرسائل أيضا بما لديه من مخزون معرفي والإدراكي حول فكرة الرسالة و موضوعها و أهدافها ، وفكرته أيضا عن الفرد المتلقي وهذه كلها تتم من خلال عملية الاتصال الذاتي بين الفرد ونفسه قبل أن يقوم باتصال بالآخرين.

3- الاتصال الشخصي:

ويقصد بيه العملية التي يتم بمقتضاها تبادل المعلومات و الأفكار و الاتجاهات بين الأفراد بالطريقة المباشرة وجها لوجه وفي اتجاهين ودون قنوات وسبطية حيث يصبح المرسل و المستقبل علي اتصال يبعضهما وجها لوجه وفي مكان محدد ، ويتميز بأن المرسل فيه يصبح مستقبلا والعكس .ومن أمثلة هذا الاتصال اتصال الطبيب بمرضاه ، إذ أن مرضاه محدودين ويمكنهم أن يحسوا المعاملة الطيبة التي يعاملهم بها الطبيب وفي نفس الوقت فإن الطبيب يلمس الثقة الأهالي و إقبالهم عليه أو إعراضهم عنه نتيجة لهذا التعامل .وكذالك مثل علاقة ضابط الشرطة بالمواطنين المتردين عليه ، فهي علاقة بسيطة يراها الناس في حسن لقائه لهم ومد يد المساعدة لهم أو تعسفه وسوء استعماله لسلطته ، كما يلمسها الضابط من خلال إقبال المواطنين علي مد يد العون له ومساعدته أو ابتعادهم عنه.

ويلاحظ أن التأثير الناتج عن اتصال الشخصي يتسم بالعمق و الاستمرار لفترة أطول لتأسيسه على الإقناع ، لقدرة اتصال الشخصي على ضمان المصداقية في المصدر وعلى السيطرة على انتباه المستقبل وخاصة بالنسبة للرسائل التي تتفق مع ميول الجمهور و اتجاهاته كما يتميز بتوافر قدر كبير من رجع الصدى من المستقبل أو ردود أفعال المستقبل للرسالة ، مما يتيح لنا إدخال تعديلات مستمرة على رسائلنا وفقا لرجع الصدى بما يضمنه لنا من فعالية أكثر ، ولهذا فالتفاعل فيه بين المرسل والمستقبل مباشر و الفرصة للمشاركة في الخبرة أكبر منه في حالة اتصال الجمعي و الجماهيري ، وفي هذا النوع من اتصال يصل اللفظ منطوقا إلى المستقبل و يدركه بحاسة السمع ومن أمثلة هذا النوع المحاضرات والندوات والمناقشات و المناظرات و المقابلات و الخطب ، ويتميز اتصال الشخصي بقدرته على توفير الوقت كما أنه يسمح بالمواجهة ويخلق نوعا من الصداقة والتعاون والألفة بين طرفي اتصال ويشجع على الأسئلة و الإجابة عليها .

1 –محمد منير حجاب مرجع سبق ذكره ص,81,80.

واتصال المباشر أكثر فعالية في التنمية يقول "شرام"إن الوسائل الجماهيرية في خدمة التنمية الوطنية هي من عوامل التغير الاجتماعي ، وأن التغير الاجتماعي لا يعتمد فقط على هذه الوسائل بل يعتمد على عوامل ووسائل أخري كالتغيرات في المواقف والمعتقدات و المهارات و الأوضاع الاجتماعية ، وبدون اتصال الشخصي أو اتصال المباشر لا يحدث تغير بمعنى الكلمة ، أو أن التغير الذي يحدث يكون سطحيا فالتغيير لا يتم إلا بالإقناع ولا يتم إلا بالمناقشة و المناقشة لا تثمر إلا إذا شعر المناقشون بأنه يشاركون في اتخاذ القرارات ، أما أن أجتمع بك وأناقشك لأفرض عليه رأي أخر الأمر ، فهو ضياع للوقت والجهد دون أدنى فائدة، 1لابد إذن من أن يكون اتصال في اتجاهين ، أخذ وعطاء وأن تدور المناقشة بين ندين متساوين .لا من أعلى إلى الأسفل ، ويرى "شرام" أ، مثقفي القرية أو الناحية وقادة الرأي فيها يعرفون ما يحتاج إليه القرويون ، ويعرفون كيفية مخاطبتهم لأنهم يتحدثون إليهم باللغة التي يفهمونها، أما وسائل اتصال الجماهيرية فهي تعمل على مساعدة اتصال المباشر وتثبيته .

وخلال السبعينات و الثمانينات دعمت مكانة اتصال الشخصي وقدراته على إحداث التنمية وذلك من خلال البحوث العديدة التي تمت في هذا المجال ولعل أهم ما توصلت إليه هذه الدراسات فيما يتعلق بموضوعنا ما يلي :

أولا: للاتصال الشخصي الغلبة في مجمل صياغة اتجاهات ومعارف البشر فمن خلاله تتشكل الاتجاهات الأساسية للأفراد منذ طفولتهم في إطار الأسرة ثم في إطار المدرسة وهي الاتجاهات التي تصبح أكثر مقاومة للتعديل بعد ذلك .

ثانيا:جماعات اتصال الشخصي التلقائية هي التي تقوم وبشكل تلقائي أيضا بتصفية مضمون رسائل اتصال الجماهيري، بمعنى تقيميها والحكم عليها ومن ثم تصديقها و التأثر بهيا إيجابا ،أو تكذيبها والتأثير بهيا سلبا .

ثالثا: يتميز اتصال الشخصي بأنه الأكثر مرونة بحيث يمكن تعديل الرسالة فورا ووفقا لمقتضيات الحال لتصبح أكثر إقناعا وقابلية للتصديق وذلك من خلال التفاعل المتبادل بين المرسل والمتلقي.

رابعا: يتميز اتصال الشخصي بأنه الأكثر الاستمرارية بمعنى أن مرسل يستطيع أن يظل وراء رسالته مكررا إياها ومعدلا في مضمونها.2

كلما أتيحت الظروف المناسبة و الوقت الملائم ، دون التزام بتوقيت مسبق قد لا يكون هو التوقيت المثالي.

خامسا : يتميز اتصال الشخصي بما يتيحه للمرسل من إمكانية رصد ومتابعة ما تحدثه رسالته من تعديل في الاتجاهات بل وفي السلوك الفعل أيضا في كثير من الأحيان .

---

1 محمد منير حجاب مرجع سبق ذكره ص82

2-مرجع سبق ذكره ص83

سادسا:إن اتصال الشخصي التلقائي هو الأكثر انتشارا حيث أنه يشمل المجتمع جميعا و طيلة الوقت .
سابعا:إن الإنسان بطبيعته أميل إلى تبنى ما يعتقد أنه شارك شخصيا في إنجازه كما أميل إلى النقد وتمحيص ما يتلقاه جاهزا إذا ما كان موجها إليه من السلطة و بالتالي فإن تأثير اتصال الشخصي الناجح على تعديل الاتجاهات يكون أكثر عمقا و ثباتا.
ثامنا :يتميز اتصال الشخصي بذلك التبادل المستمر و السريع للأدوار و المواقع بين المرسل والمستقبل ، فخلال أغلب المناقشات أو التفاعلات التلقائية يصعب أن نتصور مرسلا يداوم الإرسال طيلة وقت اتصال ، ومستقبلا يداوم التلقي طيلة ذلك الوقت .
تاسعا:تشير وقائع التاريخ الاجتماعي و السياسي للشعوب أن الدعوات الاجتماعية الكبرى التي لعبت دورا حاسما في مسار التطور الفكري و الاجتماعي للبشر قد بدأت وقويت و ازدهرت من خلال عمليات اتصال الشخصي التي قام بها الداعية الرائد ولا يبدأ دور اتصال الجماهيري عادة إلا بعد أن يستتب الأمر لمثل هذه الدعوات أي بعد أن تتمكن من السيطرة الفعلية على أجهزة اتصال الجماهيري .1
لعل تلك الخصائص هي أهم ما يعنينا في هذا المقام من مميزات اتصال الشخصي والتي استوقفت اهتمام العاملين في مجال اتصال الجماهيري وبدأت الدراسات و البحوث و التجارب تتجه إلى توظيف اتصال الشخصي بمميزاته السابق الإشارة إليها لتحقيق الأهداف التي يسعي إليها اتصال الجماهيري ومن هنا بدأت صورة جديدة من صور اتصال الشخصي نستطيع أن نطلق عليها اتصال الشخصي ألعمدي أو المخطط.
ويتمثل جوهر ذلك اتصال الشخصي المخطط في تهيئة داعية مدرب كفئ يتولى القيام بعملية اتصال الشخصي لتحقيق هدف اتصالي محدد سلفا ، وهكذا أكدت الدراسات أهمية اتصال المباشر و قدراته علىتأثير في الرأي العام فالناس لا يستطعون أن يتجنبوا سهولة الحديث مع الزميل أو القريب أو الصديق وبخاصة إذا كان موضوع الحديث معلوما ، بينما يستطعون ذلك مع وسائل اتصال الجماهيرية .كما أنهم لديهم عبر قنوات اتصال الشخصي الفرصة لعرض وجهات نظرهم و القدرة عل تقدير رد الفعل مباشرة ، وتغيير أسلوب المواجهة كما أنهم عندما يقتنعون بوجهات نظر أشخاص معروفين لديهم وموضع ثقتهم . وهذا الاهتمام بالاتصال الشخصي و التركيز على دوره في إحداث التنمية لا يعني إهمال اتصال الجماهيري .وإنما الاعتراف بمكان الصدارة للاتصال الشخصي بين وسائل اتصال الأخرى من حيث القوة التأثير على إحداث التغيير ونشر الأفكار المستحدثة .2
وفضلا عن ذلك فهناك عوامل أخرى تجعل اتصال الشخصي أو المباشر أهمية أكبر في مجال نقل المعلومات منها .

1- مرجع سبق ذكره ص84
2 مرجع سبق ذكره ص85

1- إن التعرض للاتصال المباشر يخلو عادة من عنصر الانتقاء بعكس التعرض لوسائل الإعلام ، فعند ما يرى المريء صديقا له فإنه لا يعرف مقدما أية أفكار جديدة سوف يتناولها الحديث.

2- عندما يسيء الفرد تفسير ما يقوله المتحدث في اتصال المباشر فإن المتحدث يدرك بملاحظة ما هو مشترك بين الأفكار ، ويعمل على تصحيح سؤالهم وهذا أمر غير متوافر في اتصال عن طريق وسائل الإعلام .

3- الحوار الشخصي يذكر الآخرين بوجود الأفكار الجديدة ،ويتكرر ذلك منه حتى لو لم يكن مقتنعا بهذه الأفكار .

فالاتصال المباشر أكثر تأثير من غيره من أساليب اتصال و خاصة في عملية انتشار الأفكار و المعلومات إلا أنه يكون أكثر أهمية في مواقف معينة و بالنسبة للأفراد معنيين و يتضح ذلك مما يلي :

1- مرحلة التقييم: وهي مرحلة تقييم المعلومات و الأفكار لدى الجماهير ويبلغ فيها اتصال المباشر ذروته، حيث يقوم بعملية الشرح و التفسير.

2- المتبنون الأواخر : وهم الذين يقبلون على تبني المعلومات والأفكار بعد غيرهم من الناس فهؤلاء يكون اتصال المباشر أكثر تأثيرا عليهم من المتبنين الأوائل لأنهم ينظرون إلى نتيجة تبني غيرهم لأفكار و المعلومات والمواقف غير المستقرة أو المواقف الغامضة فعندما يشعر الفرد بأنه في حاجة إلى من يشجعه على إتباع أسلوب معين أو اعتناق أفكار معينة أو تقبل معلومات معينة فإنه يلجأ إلى الآخرين ويتعاون ويتفاعل معهم .1

وخلاصة القول : فإن الاتصال الشخصي دور هام في توجيه الرأي العام وفي نقل الفكر و المعلومات والقيم بين أفراد المجتمع ، وتبرز هذه الأهمية بصفة خاصة في المجتمعات النامية ، حيث تكثر القضايا و المشكلات الاجتماعية، ففي تلك البيئة الاجتماعية تتضح إذا أهمية التعرف على كيفية تناول الفكر الأصيل و الثقافات و المعلومات المختلفة فيما بين الأفراد و الفئات الأقل حظا من التعليم و الثقافة و الوضع الاجتماعي و الاقتصادي ، أي فيما بين تلك الجماعات و الأفراد التي لم يتطور إطارها المعرفي إلا في حدود ضيقة وربما لم يتطور هذا الإطار على الإطلاق نتيجة لمشكلات اجتماعية وحضارية يعاني منها المجتمع وهذه الأفكار والمعتقدات تشكل مضمون مادة اتصال المباشر أو الشخصي .2

3- اتصال الجمعي : يتم بين فرد و آخرين أو مجموعة من لأفراد قد لا يعرفون بعضهم أو تجمع

---

1 نفس المرجع ص86

2 محمد منير حجاب مرجع سابق ص87

بينهم خصائص أو سمات مشتركة ولكنهم يشتركون معا في الموقف اتصالي و يلتقون مباشرة مع القائم بالاتصال وهذا الشكل نجده في الندوات أو محاضرات العامة وفي الفصل الدراسي والمناقشات على سبيل المثال :وقد يتم بصورة مباشرة أو غير مباشرة من خلال وسائل اتصال السلكية واللاسلكية و الخطابات و المحررات ويتميز اتصال الجمعي بالخصائص التالية :

- تزداد ثقة الأفراد فيمن يعرفونهم ويقابلونهم وجها لوجه، وبالتالي يكون احتمال تأثير المرسل أو القائم بالاتصال كبيرا في اتصال أو جمعي.

- ـ نتيجة لهذه المعرفة الشخصية، فإن تأثير القائم باتصال أو المرسل كشخصي يضاف إلى تأثير الفكرةأوالرسالة،فيزيدمنالأثرالعاملللاتصالفيالاتجاهالمؤيدللموضوعاتصال.

3ـ في اتصال الجمعي تتوافر إمكانية حدوث اتصال في اتجاهين من المرسل إلى المستقبل بالنسبة للرسالة ، ومن المستقبل إلى المرسل بالنسبة لرجع الصدى و بالتالي يمكن للمرسل أن يتعرف على استجابة المستقبل بالنسبة للرسالة مباشرة و أثناء عملية اتصال ويقل رجع الصدى إذ كان اتصال الجمعي غير مباشر.

4ـ يوفر اتصال الجمعي درجة عالية من المرونة في العملية اتصالية حيث يمكن أن يعدل المرسل من رموز الرسالة أو الوسيلة بالشكل الذي يحقق أهداف اتصال ويتحقق هذا نتيجة المراقبة المباشرة و السريعة لاستجابة المستقبل التي تظهر في رجع الصدى أو التغذية العكسية ، واتصال الجمعي عنصر أساسي في إدارة المؤسسات ويساعد المؤسسة على تحقيق وظائفها ويأخذ اتصال الجمعي أشكالا عديدة مثل اجتماعات صنع القرارات واجتماعات الأقسام وندوات التوجيه وبرامج التدريب وغير ذلك من الوظائف التي تتعلق بمهام العمل ورغم هذه المزايا فهناك صعوبات يدركها الخبراء لاتصال الجمعي منها أنه لا يتيح فرصة كبيرة لنقل وتوصيل المعلومات الحديثة لحاجته إلى وقت طويل مما يصعب استخدامه عند عدم تواجد الأفراد المراد الاتصال بهم في مكان محدود و انتشارهم في أماكن شتى ولهذا فهو يحتاج لوقت أكبر ونفقات أكثر لاتصال بالأعداد الكبيرة.1

رابعا:اتصال الجماهيري : يقصد بالاتصال الجماهيري العملية التي يتم بمقتضاها نقل الأفكار و المعلومات و الاتجاهات إلى عدد كبير نسبيا من الأفراد بالاستخدام وسيلة أو أكثر من وسائل اتصال الجماهيرية ويتم هذا اتصال بطريقة غير مباشرة وفي اتجاه واحد ولعدد كبير من الأفراد متواجدين في مكان غير محدود و يعرفه الدكتور " إبراهيم إمام " بأنه بث رسائل إعلامية ودرامية موحدة على أعداد كبيرة من الناس يختلفون اقتصاديا واجتماعيا وثقافيا وسياسيا وينتشرون في مناطق متفرقة والمقصود

1 محمد منير حجاب, مرجع سبق ذكره ص88

بالرسائل الإعلامية نشرات الأخبار و التعليقات و التحقيقات وغيرها من المعلومات المباشرة التي تنشرها أو تبثها وسائل الإعلام أما الرسائل الدرامية فتشمل التمثيليات و الروايات والقصص وغيرها من المواقف الدرامية المبنية على الواقع أو الخيال وهكذا نجد أن الجماهير المختلفة بالاختلاف السن أو الحالة الاقتصادية أو المكانة الاجتماعية أو الثقافية تتعرض جميعا لنفس التأثير الإعلامي و الدرامي مهما تباعدت مناطق سكنهم .

ويساعد اتصال الجماهيري بما يقدمه من معلومات إعلامية و تثقيفية و ترفيهية على دفع عجلة التغيير وتحقيق أهداف التنمية في كثير من البلدان وذلك بحشد القوى الإنسانية وإقناع الجماهير وتهيئة المشاعر وتجسيم الأهداف وتعليم الشعب وتبصيره بالحقائق و تلقينه المهارات.1

ومساعدته على كسب الثقة بنفسه وبقيادته باعتبار أن ذلك كله من أهم السبل لبلوغ غايات التنمية .

وتستخدم المنشآت هذا النوع من اتصال، لقدرته على تزود الجماهير بأكبر قدر من المعلومات والمعارف كما أنه أقل تكلفة من اتصال الشخصي المباشر ورغم ذلك فهناك بعض الصعوبات في استخدامه ومنها أنه اتصال من جانب واحد نفتقد فيه ردود أفعال الجمهور، نحو رسائلنا وبذلك فنحن لا نعرف مدى وصول الرسالة ومدى إستعاب المستقبل لها، و الكيفية التي تقبلها بهيا ورد الفعل الناتج ورغم الأساليب المختلفة للوقوف على هذه الجوانب إلا إنها أقل بكثير مما يوفره اتصال الشخصي لنا .

يعرف اتصال الجماهيري بأنه عملية اتصال التي تتم بالاستخدام وسائل اتصال الجماهيري ويتميز بقدرته على توصيل الرسائل إلى جمهور عريض متباين الاتجاهات والمستويات ولإفراد غير معروفين للقائم بالاتصال تصلهم الرسالة في اللحظة نفسها وبسرعة مدهشة مع مقدرة على نقل المعارف و المعلومات .

1- ولوجود قاعدة اقتصادية متينة من التمويل اللازم للحصول على تكنولوجيا اتصال مثل شبكة الطرق و النقل و الكهرباء مما يسهل عمليات التوزيع للوسائل المطبوعة والإذاعتين المسموعة والمرئية.2

2- وجود قاعدة علمية وثقافية في المجتمع بحيث يكون بإمكانها إنتاج المعلومات وتوزيعها و استهلاكها ويدخل في هذا المجال زيادة التعليم بين الأفراد المجتمع .

3- أن تتوافر كثافة سكانية معقولة ذلك أن وسائل اتصال الجماهيري ذات تكلفة باهظة وتشغيل تلك الوسائل بفاعلية يحتاج إلى كثافة سكانية يمكنها أن تستهلك نتاج الوسائل الإعلامية.فمثلا جريدة محلية في المدينة تنجح بينما في القرية تفشل وذلك للقدرة على تغطية تكاليفها في مدينة أكثر من القرية لزيادة أعداد السكان.

---

1 محمد منير حجاب, مرجع سبق ذكره ص95

2 نفس المرجع ص 96.

خامسا: اتصال الإلكتروني:

أثمر التطور الهائل في تكنولوجيا اتصال والمعلومات والحاسبات الإلكترونية عن وسائل اتصال حديثة تعتمد على الحاسبات الإلكترونية كوسيلة أساسية لعملها كوسائل اتصال و تستفيد من التطورات الأخرى في مجال الأقمار الصناعية وأشعة الليزر و الألياف البصرية والتصوير المجسد وفي هذا المجال يمكننا أن نشير إلى وسائل عديدة تفيد في مجال اتصال مثل البريد الإلكتروني و المواقع الإلكترونية وقوائم أكبر من واجهات العرض الإلكترونية ومجموعات المناقشة و المجموعات الإخبارية وعقد المؤتمرات عن بعد والجرائد والمجلات الإلكترونية وهذه الوسائل تعتمد على شبكة الأنترنت وهي شبكة تسمح بمروركم هائل من المعلومات بسرعة عالية وبتكلفة رخيصة وبصورة تجعلنا نخطب المهتمين فقط وتسمح لهم بالاتصال و التفاعل مع مصدر الرسالة وعرض أفكارهم وآرائهم ومن ناحية أخرى لا توجد حدود قصوى للمساحات

الإعلامية والإعلانية مقارنة بالوسائل الأخرى كما أن الوصول إلى معلومات1.

والتعامل معها سريعا جدا مقارنة بالبريد السريع أو الفاكس والتسويق والإعلام يتم بخصوصية شديدة وراحة تامة ويتم هذا اتصال عادة بين الأطراف الآتية من الأعمال إلى المستهلك

من المستهلك إلى الأعمال،من المستهلك إلى المستهلك ،من حكومة إلى حكومة ،من حكومة إلى الأعمال ،من الحكومة إلى المواطنين.

وهذا الاتصال جاء نتيجة للاستفحال دور التكنولوجيا المعلومات في السنوات الأخيرة حيث تلعب ثورة المعلومات دورا ملحوظا في أعمالنا اليوم من خلال التقنية الحديثة وللانتشار المعلوماتية وتقدم وتعدد طرق اتصال وحرية التجارة الدولية وزيادة أهميتها وتطورها وانعكاس أثار هذه المعلومات وثورة التكنولوجيا الحيوية على كافة مناحي الحياة .2

يصنف اتصال كذالك وخاصة في إدارة المؤسسات والمنظمات المختلفة إلى اتصال رسمي واتصال غير رسمي بالنسبة للاتصال الرسمي فإن إدارة المؤسسة هي التي تحدده وتخضع خطوطه وقنواته ومضمونه. أما اتصال غير الرسمي فيتم تلقائيا مابين الجماعات سواء داخل التنظيم أو خارجه ، وهو يساعد المنظمة في تحقيق أهدافها .

ويتم اتصال الرسمي عادة تتدفق المعلومات في اتصال الرسمي بما يتمشى و التنظيم الرسمي للسلطات و الاختصاصات و الوظائف ويمكن أن يسير اتصال الرسمي من الأعلى إلى الأسفل أو من أسفل إلى

1 محمد منير حجاب ,مرجع سبق ذكره ص97.

2- مرجع سبق ذكره ص98

أعلى أو بشكل أفقي وتتصف الاتصالات الرسمية عادة بما يلي قانونية مكتوبة تتعلق داخل التنظيم وتتعلق به ملزمة لأطراف ذات العلاقة.

اتصال غير الرسمي :لا يخضع لقواعد وإجراءات وقوانين إدارية مثبتة ومكتوبة ورسمية ومتفق عليها كما هو الحال ي اتصال الرسمي ويتم غالبا عبر قنوات خارجة عن القنوات الرسمية داخل التنظيم كما يتم بين مستويات إدارية مختلفة متخطيا خطوط السلطة الرسمية ، ولا يتم اتصال غير الرسمي داخل التنظيم فقط بل قد يتعداه إلى خارج التنظيم من خلال الاتصالات الشخصية و اللقاءات والحفلات و الرحلات والاجتماعات غير الرسمية 1.

ويجب على الإدارة استغلال اتصال غير الرسمي إيجابيا وعدم السماح له بالتأثير سلبا على التنظيم من خلال التشويش بأشكاله المختلفة كالإشاعات الكاذبة وغيرها وهناك نوعان من اتصال يسمى اتصال الخارجي external ويشمل اتصالات الجارية بين المدراء والأطراف الأخرى خارج المنظمة مثل منظمات والمؤسسات والدوائر ذات العلاقة والوزارات والأجهزة الحكومية وغيرها وتسهم الاتصالات الخارجية في زيادة فاعلية وكفاءة الأداء الإداري والاستثمار الأفضل للموارد كما تلعب دورا مهما في الإعلام والتسويق والتعاون وتبادل الخبرات .2

سادسا :الاتصال البيئي

تعرفه الدكتورة " جيهان رشتي " هو توظيف لوسائل الاتصال بشكل فعال ليس فقط لتنمية وعي المواطنين للمحافظة على البيئة ، ولكن أيضا للتأثير على السلوك وتحديد الصعوبات أو المعوقات التي تعترض وسائل الإعلام في سعيها لتحقيق الهدف الاتصال البيئي".

هو أيضا عملية التي تكون بين المرسل والمستقبل في تداول الرسالة الإعلامية البيئية ورجع الصدى لها.

ويعرف أيضا الاستعمال الاستراتجي و المخطط للعمليات والأنشطة الاتصالية ومخرجات وسائل الإعلام من أجل النقل الفعال للسياسة البيئية الموضوعية لمشاركة الجمهور في وضع المشاريع الموجهة نحو الاستدامة البيئية .3

1- ربحي مصطفي عليان وعدنان محمود الطوبابي,**الاتصال و العلاقات العامة**,ط1 دار النشر صفاء عمان 2005 ص102

2- محمد منير حجاب,**نظريات الاتصال**,نفس المرجع ص103

3 قريني مريم وزميلتيها,**الاتصال البيئي ودوره في نشر الثقافة البيئية**, مذكرة لنيل شهادة ماستر في علوم الاعلام واتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة جامعة ورقلة ,2018-2019 ص20 .

المطلب الثالث : وظائف الاتصال

حاول موريس جانوفيتز وهو من كبار العلماء المهتمين بدراسة اتصال أن يحدد أهم وظائف اتصال الجماهيري فذكر ثلاثة وظائف أساسية هي:

- نقل التراث المجتمع من جيل لآخر
- جمع المعلومات التي تساعد على مراقبة البيئة والإشراف عليها
- المساعدة على ترابط مختلف أجزاء المجتمع في وجه التغيرات الهائلة التي تطرأ على تلك البيئة

وقد تبدو هذه الوظائف غريبة بعض الشيء أو على الأقل غير مألوفة للكثيرين ممن يتصورون أن الوسائل اتصال وظائفها وأهدافا أخرى غير هذه مثل الدعاية السياسية و الترويج للمذاهب والأيدلوجيات والأفكار المتعلقة بنظام الحكم أو حتى الترويج لأنواع معينة من النشاط الاقتصادي عن طريق الإعلان وذلك فضلا عن توفير بعض مواد الترفيه والتسلية الراقية المفيدة.1

وربما كانت هذه الوظائف الثلاث التي ذكرها جانوفيتز في نظره:

- الوظائف النهائية: أو الوظائف العليا التي ينبغي لوسائل اتصال الجماهيري أن تعمل على تحقيقها في أخر الأمر هناك رأي آخر يرى أو وظائف اتصال هي:

- استقبال ونقل الرسائل والاحتفاظ بالمعلومات .
- القيام بعمليات على أساس المعلومات المتاحة بهدف اشتقاق نتائج جديدة لم يكن يدركها الفرد مباشرة وكذلك بهدف إعادة بناء الأحداث الماضية والتنبؤ بالمستقبل .

التأثير في العمليات الفسيولوجية داخل الجسم وتعديلها .

التأثير في الأشخاص الآخرين ولأحداث الخارجية وتوجيه هؤلاء الأشخاص وتلك أحداث.

بينما يرى بعض المختصين في اتصال أن الوظائف اتصال هو:

التوجيه وذلك بفرض تكوين اتجاهات فكرية في الأفراد يراها المجتمع صالحة ويحققه لأهدافه.

التثقيف وذلك عن طريق تزويد الأفراد والجماعات بعناصر معرفية جديدة والتثقيف يمكن أن تقوم بيه الأفراد بأنفسهم لأنفسهم أو قد يكون عن طريق وسائل الاتصال الجماهيرية .2

الترفيه وذلك عن طريق زيادة استماع الأفراد بوقت طيب وتنمية اتجاهاتهم .

التعارف الاجتماعي ويكون ذلك عن طريق ابتكار فرصا لاحتكاك وتقارب الأفراد والجماعات على المستويين الشخصي والعاطفي ويتحقق ذلك عن طريق وسائل الاتصال مثل الصحافة والإذاعة.

---

1 احمد محمد عليق وآخرون,**وسائل الاتصال والخدمة الاجتماعية**, المكتب الجامعي الحديث الإسكندرية 2004 ص 160 .

2- أحمد عليق وآخرون مرجع سيق ذكره ص161

وفي الواقع أن وظيفة الاتصال تتسع لتشمل آفاقا أبعد فكثير من الباحثين يتناولون الاتصال كوظيفة للثقافة، وكوظيفة للتعلم وكوظيفة للجماعات الاجتماعية وكوظيفة للعلاقات بين المجتمعات بل ويعتبرون الاتصال كوظيفة لنضج شخصية الفرد وغير ذلك من جوانب توظيف الاتصال .1

وهناك وظائف أخري للاتصال و يمكن تحديد الوظائف الرئيسية التي يؤديها الاتصال من وجهات نظر مختلفة :

فيصنف "لاسويل "وظائف الاتصال الجماهيري في ثلاث مهمات أساسية

أولا: تغطية المحيط: أي جمع ونشر معلومات عن مجريات الأمور والأحداث وذلك بالصيغة المعروفة لنا" الأخبار"

ثانيا:تنسيقا وربط: توسيع المعلومات بواسطة التعليق أو التحليل مثل افتتاحات الصحف مقالات بحث ومقابلات مع ذوي الصلاحيات والخبرة في المجالات المختلفة أي إضافة الآراء إلى الأخبار .

ثالثا: الاستمرارية:نقل الموروث الثقافي من جيل إلى آخر لخلق التضامن والاستمرارية في المجتمع عبر الأجيال أي أن تقوم وسائل الإعلام بدور الوسيط المربي والمعلم في المجتمع بواسطة الكتب الصحافة الأفلام برامج تلفزيونية تعالج التاريخ الثقافة الدين الأدب والفنون....الخ

وبتأثير التغيرات والتطورات التي طرأت ثم إضافة وظائف أخرى لإعلام الجماهيري هي:

رابعا: الترفيه :ويتميز بأنه يساعد على إزالة التوترات الشخصية أو الجماعية والتي قد تضعضع الاستقرار في المجتمع كالبرامج الموسيقية والأفلام وبرامج الترفيه المختلفة.

خامسا: التعبئة والتجنيد: إن الأساس في ذلك هو عملية التنسيق فبمقدور الاتصال الجماهيري أن يقوم بتنمية مصالح القومية وأن يتبلور سلوكا في حالات الطوارئ كالحروب والأزمات وفي الحالات العادية الأخرى يقوم بالتجنيد في عدة مجالات كالدعم السياسي التجنيد الاقتصادي.2

وظائف الاتصال عند "مارك ويل"

وظيفة الإعلام بمعني تنشر كل المعلومات حول الأحداث والوقائع الداخلية والخارجية، وتحديد اتجاهات القوى الفاعلة والعلاقات بينها والتعرف على ما يستنجد في التجارب الخارجية الأخرى:

تحقيق التماسك الاجتماعي وذلك من خلال الشرح والتفسير والتعليق على الآراء والأفكار والأحداث والمعلومات ثم تدعيم المعايير الاجتماعية ودعم الاجتماع حول القضايا المختلفة.

تحقيق التواصل الاجتماعي وذلك من خلال التعبير عن الثقافات الأخرى ودعم القيم الشائعة والمشتركة

وظيفة الترفيه ونعني به التسلية وتوفير جو الراحة والاستلقاء والقضاء على التوتر الاجتماعي

1- نفس مرجع ص162

2 محمد منير حجاب,**نظريات الاتصال**, دار الفجر 2010 ط,1مصر ص45, 46.

وظيفة التعبئة وذلك بالمساهمة في الحملات الاجتماعية وخاصة أثناء الأزمات السياسية والاقتصادية والحروب

وظائف الاتصال عند " ليزلي مولان"

وظيفة الإخبار وتزويد المعلومات ومراقبة البيئية.

الربط والتفسير بهدف تحسين نوعية المعلومات وتوجيه الناس لما يفكرون فيه وما يفعلون

الترفيه وهدفه التحرير العاطفي من التوتر والضغوط والمشكلات

التنشئة الاجتماعية وهدفها المساعد في توحيد المجتمع من خلال توفير قاعدة مشتركة للمعايير والخبرات الجماعية.

التسويق وهدفه ترويج السلع والخدمات

قيادة التغير الاجتماعي في المجتمع

خلق المثل الاجتماعي وذلك بتقديم النموذج الإيجابي في الشؤون العامة والأدب والثقافة والفنون

الرقابة على مصالح المجتمع وأهدافه 1

1 نفس المرجع ص46 47

المبحث الثاني:الإستراتجية الاتصالية وميزاتها :

المطلب الأول :مفهوم الإستراتجية:

كثير من المؤلفين قد تناولوا كلمة إلا أنهم لم يتفقوا على تعريف محدد لها في كل التخصصات لاختلاف المجال والنطاق الذي تستخدم فيه ، فالإستراتجية مأخوذة أساسا من التنظيم العسكري وتعرف بأنها فن استخدام القوة بما يجعلها أكثر فاعلية في تحقيق الأهداف السياسية كما أنها أكثر استخداما في إدارة المؤسسات ، حيث يعرفها المؤلفون على أنها خطة شاملة على مستوى المنظمة طويلة المدى يتم من خلالها تحديد الأساليب والوسائل اللازمة لتحقيق الأهداف المرجوة ، كما تتألف من خطط فرعية مرحلية تسهم في تحقيق التكامل بين أجزاء المنظمة.1

وما يود المؤلف التركيز عليه فبهذا الشأن هو كيفية تناول المؤلفين والممارسين لمفهوم الإستراتجية في سياق العلاقات العامة والتي اتفق عليها المؤلفين في أنها تمثل تبيان أساليب العمل في العلاقات وسار على هذا النهج "فرين بانكسfearn Banks وعرفها على أنها طريقة أو أسلوب ومدخل لكيفية التعامل مع المشكلة ما في حين من اتخذ تلك الأسس التي تمثل الأساليب والإجراءات الأزمة لتحقيق أهداف العلاقات العامة إلى تطبيقها من إطار التوجه البحثي لديه حيث عرفها باركو parter طبقا لهذا بأنها عملية بناء العلاقات الفعالة مع الجمهور والتي تحتاج لفترة زمنية ممتدة حتى تتحقق الأهداف المرجوة منها وبالتالي تتركز في تحديد وتبيان الإجراءات والأساليب التي تحقق أهداف وعمليات العلاقات الإستراتجية.

ويعود مصطلح الإستراتجية إلى الكلمة اليونانية STRAEGOS والتي تعني فن القيادة العسكرية ومعناها "الجنرال " وقد استخدم هذا المفهوم حتى قبيل الحرب العالمية 2 ليشير إلى توظيف كل الفنون العسكرية لتحقيق أهداف السياسة وعلى رأسها إلحاق الهزيمة بالعدو أو الإقلال من أثار الهزيمة ثم انتقل هذا المفهوم من الاستخدام العسكري إلى الاستخدام المدني ضمن إطار إدارة الأعمال لكي يشير إلى استخدام كل الطاقات المنظمة وتعبئتها باتجاه تحقيق الأهداف الأساسية لها :وبهذا المفهوم وعلى أساس مجموعة التعاريف و المفاهيم التي أوردها كبار المهتمين بموضوع الإدارة الإستراتجية فإن الإستراتجية هي العملية التي تتضمن وضع و تصميم ومن ثم تنفيذ الأهداف ذات الأمد البعيد والتي تؤدي إلى بلوغ المنظمة أهدافها الأساسية:

من أبسط تعار يفها أنها: مجموعة القرارات التي تحقق أهداف المنظمة وطموحاتها بالشكل المرغوب.2

---

1 سعيد عبد الوهاب محمد ,**إستراتجيات إدارة الأزمات والكوارث دور العلاقات العامة**, دار نشر العلوم ط1 ,القاهرة ص28.

2- مجيد الكرخي,**التخطيطالاستراتجي المبني على النتائج**,دار كتب قطر2014 ص71.

المطلب الثاني : مفهوم الإستراتجية الاتصالية وأهميتها

هي مجمل الخطط والبرامج التي تتخذها المؤسسة بعين الاعتبار من أجل تحقيق الوصول إلى تطلعات الراهنة والمستقبلية تعبر عن فلسفة المؤسسة تعبر عن فلسفة المؤسسة بالاعتماد على إجراء الفعلي والتقني والاستراتجي الذي تقوم به إداراتنا من جل بعث رسالة وأولويات المؤسسة والتي تهدف لتحقيق وفرض مكانتها لهذا فقد عرف المصطلح من قبل العديد من الباحثين ومن هذه التعريف نذكر :

المقصود بها: مجموعة القرارات الهامة والمستقلة عن بعضها التي تتخذها المؤسسة بغرض تحقيق الأهداف معينة وذلك باستعمال وسائل اتصال وتقنيات متعددة.

و أيضا :هي مجموعة القرارات الهامة والمستقبلية عن بعضها التي تتخذها المؤسسة بغرض تحقيق أهداف معينة وذلك باستعمال وسائل اتصال وتقنيات متعددة .

وأيضا:هي مجموعة من القرارات حول الأهداف الاتصالية التي يجب الوصول إليها ، والوسائل المطبقة من أجل تحقيقها وهي تحتوي على أشكال الاتصال في المؤسسة فكل اتصال يوجه إلى الجمهور رسالة مختلفة لأنه غير متجانس ويمكن أن يمتد عمر الإستراتجية الاتصالية، من ثلاث سنوات إلى خمس بحيث تدعمها المنظمة أو المِؤسسة لتحقيق أهدافها .

ويعرفها فليب كوتلر:أسلوب للمؤسسة أن تبدع وتحافظ على الرابطة الضيقة بين الأهداف و الوسائل من ناحية أخرى وهو يدور بصفة خاصة حول، كيفية تحديد وتسير النشاطات التي اختارتها المؤسسة لمجال الاستثمار1

ويرى الدكتور ناصر دادي عدون على إن الإستراتجية، الاتصالية هي من بين العوامل الهامة المساعدة في عملية تحديد الطرق والوسائل المساهمة، في تطبيق وأداء الإستراتجية العامة للمنظمة فان التطورات المتصارعة في المجال التكنولوجي وفي مختلف الميادين الأخرى ، ونظرا للخصائص التي تميز المحيط المتغير للمنظمة جعل الاتصال اليوم جزء لا يتجزأ من التفكير الاستراتجي.

- **أهمية الإستراتجية الاتصالية:**
- تحقيق أفضل انجاز من خلال معرفة اتجاهات المنظمة لفترة زمنية طويلة نسبيا
- تعطي الخطة الإستراتجية أهداف وتوجيهات واضحة المستقبل
- التعرف على العوامل الخارجية والداخلية المؤدية إلى إحداث تغيرات مهمة في المنظمة كإدخال منتج جديدة أو التوسع في الأسواق جديدة.
- تساعد الإستراتجية متخذي القرار على معرفة الاتجاهات الصحيحة في اتخاذ القرارات وتساعد

1- عماد شعبان ,**دور الاستراتجية الاتصالية في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الإقتصادية**,مذكرة لنيل شهادة ماستر في علوم الاعلام واتصال تخصص اتصال وعلاقات العامة جامعة بسكرة 2018-2019 ص33, 35.

المدراء على فحص المشكلات الرئيسية.

- تنظم تدخل القرارات المالية والتسويقية المهمة المتعلقة باتجاهات المنظمة
- تمكن الخطة الإستراتجية متخذي القرار من تحقيق الاتصال الكفء أو التنسيق والتكامل والتفاعل

مع كافة فعليات المنظمة.

إضافة إلى أن التخطيط الاستراتجي الناجح هو بحد ذاته من الأعمال الإدارية المهمة لأنها توفير المعيار الذي يمكن استخدامه في عملية اتخاذ القرار الصائب.

- القدرة على التجاوب مع الظروف البيئية المختلفة
- المساعدة في الوضع الخطط الهجومية لمواجهة المنافسين
- تساعد في التفكير بعيد الأمد
- الاقتصاد في الاستخدام الموارد لان الموارد تستخدم وفقا للطريق المرسوم ولتحقيق الأهداف1

أهداف الإستراتجية تكون واضحة ودقيقة ومدروسة وهذا يساعد على توجيه جهود المنشأة باتجاه الصحيح

فتقلل من حالات المخاطرة .

- تمكن الإستراتجية من زيادة قدرة المنظمة على الاتصال بالمجموعات المختلفة داخل المنظمة

تفيد الإستراتجية في إعداد الكوادر العليا حيث تساعد اشتراك المديرون في إعداد الإستراتجية في تنمية الفكر لديهم كما، تساعد الإستراتجية على تخصيص الفائض من الموارد.

المطلب الثالث :أنواع الإستراتجية الاتصالية وخصائصها:

بالنظر للدور الحيوي الذي يلعبه الاتصال في حياتنا اختلف الباحثون في تحديد أنواع للإستراتجية الاتصالية فلكل واحد منهم منظور مختلف نذكرها كالأتي:

1- إستراتجية أنشر وتأمل:

لا تعد هذه الإستراتجية ذات فعالية كبيرة في الاتصال حيث يتعقد المدير في ضلها بأن الكم الهائل من المعلومات الذي يتم إيصاله للمرؤوسين سيحقق اتصالا ناجحا غير أن الأمر لا يبدو بهذه الصيغة البسيطة فكثرة المعلومات قد تفسد موضوع الاتصال وتجعل من مضمونه مضمونا يتصف بالعمومية وليس محددا ، وسبب ذلك يعود لانشغال المرؤوسين بهذه المعلومات الغير مجدية التي تعيد الفهم الدقيق1والصحي لمضمون ومعاني الاتصال الفعال ففي هذه الإستراتجية لا توجد مطابقة بين الكمية المعلومات و الفعالية.

1 عماد الدين شعبان مرجع سبق ذكرة ص36,38

2- إستراتجية أخبر ورغب:

يقوم المدير ضمن هذه حدود هذه الإستراتجية بتقديم كم من المعلومات ، يكون أقل بكثير مما هو عليه في الإستراتجية السابقة مستهدفا بذلك تحقيق اتصال ناجح من خلالها ، كما أن محتوى الرسالة في هذه الإستراتجية يكون غنيا وواضح ، وتكون موضوعات الرسالة مفهومة وتجذب الانتباه فرغم ذلك فإن الإستراتجية يمكن اعتبارها بمثابة وسط من ناحية الكفاءة لأنها لا تحقق أفضل النتائج المنشودة من عملية الاتصال.

إستراتجية تحديد ما هو مهم ثم الاستطلاع :

تعد هذه الإستراتجية مهمة من حيث الفعالية لأنها تحقق أفضل تطابق وملائمة بين الكمية المعلومات والمنقولة والمستوى العالي لفعالية الاتصال ، كما يمكن اعتبارها إستراتيجية بمسارين حيث يتم في إطارها تقدير المرؤوسين إيجابيا ، وانسجام المجال الكافي من خلال استطلاع أرائهم في المعلومات المنقولة أثناء عملية الاتصال و الواقع أن وجود تغذية عكسية يعزز كفاءة الاتصال والمعلومات بطريقة تجعل منها أكثر انسجاما مع ما تستهدفه من غايات

4 -إستراتجية التقييد ثم التعزيز :

في هذه الإستراتجية يقوم المدير بإبلاغ العاملين بما يعتقد أنهم بحاجة إليه ، لكنه يبلغهم عندما يعتقد أن الوقت ملائم لإبلاغهم فقط ، بحيث تعد السرية والرقابة على المعلومات من أهم الأمور باعتبار أن المعلومات هي مصدر القوة والأساس الذي يفترض أن يعطي للعاملين دون الحاجة إليه وبسبب قلة المعلومات وأساليب التحكم فيها وعن الإشاعات غالبا ما ترافق هذه الإستراتجية في العديد منالموضوعات التي يقوم عليها الاتصال في المؤسسة وبذلك نقل فعالية الاتصال بشكل جيد، عادة ما تلجأ الإدارة في المنظمة إلى تفضيل نمط معين من هذه الإستراتجيات، وليس بالضرورة أن تكون الإستراتجية المختارة هي الأكثر فعالية من حيث قدرتها على الاتصال .

أما "رولر" فقد قدم أربع إستراتجيات اتصالية يمكن لممارسي الاتصال استخدامها أو استخدام بعضها في الممارسات اليومية وفقا للمواقف التي يواجهونها لهذا أطلق "رولر" النموذج الموقفي الذي يضمن أربع إستراتجيات اتصالية وهي:2

1-زواقة عواطف وحرنان,**الاستراتجية الاتصالية ودورها في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين**, مذكرة لنيل شهادة ماسترفي علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة جامعة أم البواقي 2015- 2016 ص46.

2- زواقة عواطف وحرنان سماح, مرجع سبق ذكره ص 47.

4- إستراتجيةالإعلام :

يكون الاتصال وفقا لهذه الإستراتجية في اتجاه واحد وفي الوقت نفسه يعبر المضمون الاتصالي عن رؤى المنظمة ، يحمل معاني ودلالات ذات معنى واحد يتم في هذه الإستراتجية تقديم المعلومات إلى الجماهير الأساسية لمساعدتهم في تكوين رأي واتخاذ القرارات ومن أمثلة ذلك البيانات الصحفية ومطبوعات المنظمة.

5- إستراتجية الإقناع :

تجمع هذه الإستراتجية بين الاتصال في اتجاه واحد والمضمون الاتصالي الذي يعبر عن رؤى كل من المنظمة والجماهير ، فيجعل دلالات تعكس وجهة نظر الطرفين ، وتعد هذه الإستراتجية الاتصالية هي الأساسية في كلمن الإعلان والدعاية تستخدم في اتصالات المنظمة عندما تسعى إلى خلق قاعدة للعلاقات مع جمهورها الداخلي والخارجي حيث تسعى من خلالها إلى التغير المقصود في المعارف واتجاهات وسلوكيات جمهور معين.1

6- إستراتجية بناء الإجماع :

تجمع هذه الإستراتجية بين اتجاهين ، والمضمون الاتصالي الذي يعبر عن رؤى المنظمة و العاملين فيها، أو بينها وبين بيئتها الخارجية وعادة ما تطبق هذه الإستراتجية عندما يكون هناك تعارض المصالح بين أطراف يعتمد كل منها في وجوده على الطرق الأخرى فعلى سبيل المثال تعتمد المنظمات في وجودها على الجماهير الأساسية في بيئتها الخارجية وعادة ما يكون هناك تعارض بين المصالح المنظمة من جانب ومصالح تلك الجماهير من جانب أخر .

7- إستراتجية الحوار :

تجمع إستراتجية الحوار بين الاتصال في اتجاهين وهي المضمون الاتصالي الذي يعبر عن رؤى كل من المنظمة والجماهير فيحمل دلالات تعكس وجهة نظر الطرفين تتضمن هذه الإستراتجية استشارة الجمهور في سياسات المنظمة وأخذ رأيه في القضايا المختلفة بعين الاعتبار فيتم إشراك الجمهور في عملية صنع القرار لذلك تسمى إستراتيجية التسيير حيث تعمل المنظمة على تسهيل اشتراك الجمهور وتفاعله في صنع سياستها وتحرص في الوقت نفسه على تنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية

خصائص الإستراتجية الاتصالية :

تتميز الإستراتجية الاتصالية بمجموعة من الخصائص نذكر منها:

1 مرجع سبق ذكره ص48.

هي ممارسة أكثر منها وسيلة للتخطيط فالفرق بين التخطيط قبل التطبيق والتخطيط حال الممارسة وهذه هي من أهم خصائصها التي تميزها عن التخطيط الاستراتجي المحض وهي العمل في بيئة متغيرة لتحديد الأهداف حسب الأولوية وتحديد الجمهور المستهدف لمخاطبته بالرسالة المناسبة باختيار أنجع الوسائل الاتصالية ولتسهيل صعوبة العمل على هذه البيئة فإن الإستراتيجية الاتصالية بحاجة إلى ما يسمى بقائمة التدقيق والفحص لإمكاناتها وتحديد مواطن ضعفها فيما يخص علاقاتها بالمحيط وبوسائل الاتصال المتاحة

اعتمادها على صياغة مصداقية دائمة لها بفعل عملها على تطوير خطاب راقي يتسم بمواكبة أراء وصدى الواقع لذا من أهم وسائل الدعم التي تحتاجه الإستراتجية الاتصالية في مجال التسويق الاجتماعي هو الاتصال الشخصي عبر قادة الرأي .

ومن خصائصها أيضا اعتمادها على تمديد اتصالاتها عبر كافة وسائل الاتصال المتاحة حيث أن ما أضاف للإستراتجية الاتصالية قوة في هذا العصر تدعيمها بشبكات التواصل الاجتماعي و المدونات التي أصبحت من أكبر منافسي وسائل الاتصال الحديثة الأخرى وذلك لقدرتها على الوصول إلى جماهيرها أكثر إضافة إلى تحقيق قدر كبير من التفاعلية الاتصالية التي ت فتقدها الوسائل الأخرى.1

الإستراتجية الاتصالية بالنسبة للمؤسسات هي اختيار حيوي لها ومن غير المفيد القيام بالتواصل مدة واحدة شهر أو سنة حيث ترتبط بالمواظبة و الاستمرار و التكرار على الدوام لأجل الحصول على النتائج حقيقية .

المطلب الرابع :علاقة الاتصال بالإستراتجية :

الاتصال عملية أو تفاعل هادف أي يشير في مفهومه إلى الاستمرارية من إرسال لرسالة ورجع للصدى بعد تفكيك لتلك الرسالة وهكذا .....، ومن هنا فإن غرض الإستراتجية ينطبق عليه ، حيث يصفيها بوفر beaufer بأنها أي الإستراتجية تهتم بالعمل البشري القاصد الهادف الإداري والصعب ، فالهادف يعني الرامي إلى تحقيق أغراض أو نتائج محددة بدقة والإرادي يعني أن الإرادة المرتبطةبالمدة لدى الوحدة الفاعلة وتمثل شرطا أساسيا في تحقيق الهدف والصعب أي أن هذا التحقيق يتطلب جهودا ملموسة جوهرية وبالتالي مستمرة من أجل التغلب على الحواجز والعوائق 2

الإستراتجية هي تعبير عن مهارة الإدارة والتخطيط أو هي الوسائل العملية التي تؤدي إلى تحقيق الأهداف المنشودة فجذور مصطلح الإستراتجية تاريخيا يعود إلى الأصل الإغريقي اليوناني strategia ومعناه " الإمرة على الجيش " و "مناورة الحرب " أو الحيلة أي أن كلمة استراتيجيا

1- مرجع سبق ذكره ص49 ,50.

2-عيسى بوكرموش,**إستراتجيةالا تصال في الحملات الإعلامية**, رسالة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال فرع اتصال استراتجي جامعة الجزائر 3, 2012 ,2013- ص32.

حلت محل التعبير القديم " فن الحرب " فمن ذلك الإستراتجية العسكرية أو السياسية التي تضمن تحقيق أهداف من خلال استخدام وسائل معينة فهي علم وفن التخطيط والتكتيك والعمليات وفي المجال الاقتصادي تعني تحديد أساليب تنفيذ النشاطات لتحقيق أهداف طويلة الأجل في سوق معينة ، باستخدام موارد معينة في بيئة متغيرة ثم اتسع مجال استعمالها ليشمل الاتصال وتبرز الخصائص المشتركة التي تجمع هذه المجالات في تطبيقها للإستراتجية في :1

ـ المستوى الأعلى لتخطيط الأهداف والغايات :

تنحصر استخدامات مصطلح إستراتجية في كل ما يعده أو ما يخططه أو بتداوله المستوى القيادي أو الإداري الأعلى في أي منظمة بشرط أن تكون ،هي المسؤولة عن تحديد وتحقيق غايات المنظمة والذي يشترك فيه فريق عمل مكون من جميع قادة الأفرع و التخصصات والأنشطة بصرف النظر عن حجمها ودورها في التنظيم فمن الناحية العسكرية مثلا نجد تسلسل الخطط وتدرجها يتم من أعلى المستوى الإداري أو القيادي حيث ترسم الغايات والأهداف الكبرى إلى أسفله حيث التخطيط التعبوي الميداني والعملياتي كما، وأن الفصل بين المستويات يكون ضروريا ومحسوما لما له من مميزات تفويض السلطة وتخصيص المهام وتوفير الأعباء الذهنية والتركيز في انجاز وتحقيق المهام وتوفير قنوات الاتصال والسيطرة تتحول الخطة الإستراتجية إلى أمر ميداني من قائد مخطط إلى جندي يكفي تدريبه على تقنيات القتال المختلفة وعلى هذا يجب أن يحتفظ المستوى التخطيطي بموقعه في قمة الهرم القيادي أو الإداري وإلا تحول إلى مستوى آخر .

وجود تهديدات أو منافسة.2

إن معظم الأهداف والإستراتجيات يمكن أن تتعلق على رؤية وجوب التصرف في مواجهة أزمات ممكنة ، ما من أجل منع وقوع الأزمة فعلا تضافر وسائل ضاغطة أو مانعة ، ومن جهة أخر باتخاذ تدابير تكييفية مسبقة من أجل تقليص نتائجها أو استبعادها إن حدثت ،ومن أمثلة هذه التنظيمات نجد الاتحاد الاروبي والحلف الأطلسي.

- تخصيص مهام وتحديد مسؤوليات ومراحل التخطيط

فالتخطيط لتحقيق هدف مباشر يتم تحقيقه بواسطة نفس المستوى المخطط ،لا يتصف بالإستراتجية ولذا فالخطة الإستراتجية يجب أن ينتج عنها تقسيم للأهداف وتخصيص للمهام وتوزيع للأدوار للمستويات المتوسطة والدنيا وتبعا لهذه المهام تعد تلك المستويات ، خطط جديدة ومنفصلة لتحقيقها والتي بمجموع نجاحها يتحقق الهدف الغاية وان لم تتواجد تلك الخطط الدنيا فلا مجال لوصف الخطة بال إستراتجية لفقدها عنصر تقسيم الأدوار والتعاون.

1-مرجع سابق ص33

2مرجع سابق ص34

خلاصة الفصل:

من خلال ما سبق يمكننا القول أن تطور الاتصال وانتشاره داخل المؤسسة وخارجها كان استجابة لحتمية تطويرها فأصبح المحرك ،أساسي لتسير نشاطاتها واستمرارها وهذا وفق خطط علمية وبرامج تنظيمية هادفة ذات طبيعة ،خاصة تتكامل مع خطوات الإستراتجية الاتصالية تسعى من خلالها تحقيق أهداف المسطرة فالإستراتجية الاتصال تعتبر من بين العوامل الهامة والمساعدة في عملية تحديد الطرق والوسائل المساهمة في تطبيق أداء الإستراتجية العامة للمنظمة ، كما أن الخصائص التي تميز المحيط المتغير ، للمؤسسة جعل الاتصال اليوم جزاء ليتجزأ من التفكير الاستراتجي بحيث يمثل تحديد الأهداف المتعلقة بالإستراتجية العامة للمؤسسة التي تضبط عملية التسيير أم الإستراتجية الاتصالية تكون الصورة التي يظهر بها هذا التسيير لجمهور المؤسسة مما يجعلها تصل إلى ما تريد تحقيقه وتقوم بأعمالها على أكمل وجه.

الفصل الثانـي

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كأداة لنشر الوعي البيئي

تمهيد

المبحث الأول:الإطارالمفاهيمي لمواقع التواصل الاجتماعي.

المطلب الأول:مقدمة عن مواقع التواصل الاجتماعي.

المطلب الثاني:نشأة مواقع التواصل الاجتماعي.

المطلب الثالث:أنواع مواقع التواصل الاجتماعي و آلية عملها.

المبحث الثاني:موقع الفايسبوك كأهم موقع في مواقع التواصل الاجتماعي.

المطلب الأول:تعريف موقع الفايسبوك ونشأته.

المطلب الثاني:تطبيقات موقع الفايسبوك.

المطلب الثالث:آلية التواصل بين أعضاء موقع الفايسبوك.

المبحث الثالث:ترسيخ الوعي البيئي عبر موقع الفايسبوك.

المطلبالأول:تعريف البيئة وعلاقتها بالإنسان.

المطلب الثاني :مفهوم الوعي البيئي.

المطلب الثالث:خصائص الوعي البيئي و أهميته.

المطلب الرابع:أبعاد الوعي البيئي.

خلاصة الفصل.

تمهيد:

لقد أتاحت الأنترنت والجيل الثاني للويب ظهور الكثير من التطبيقات ومواقع التواصل الاجتماعي التي بات اهتمامها ينصب على تناول الكثير من القضايا ،بما في ذلك القضايا البيئية ومن بين أهم الوسائل نذكر شبكات التواصل اجتماعي.

لقد أصبحت هذه الشبكات تستخدم من طرف الأفراد يوميا الفيس بوك، توتير، يوتيوب، إنستغرام.....

وأصبحت هذه الأخيرة بمثابة وسائل إعلامية غير رسمية أو حكومية، في الغالب لكنها تتمتع بالمصداقية ربما أكثر من بعض الوسائل الإعلامية الرسمية أو الحكومية لأنها مصدرها ،والقائم عليها أفراد عاديون لا مصلحة مادية لهم من وراء نشر الرسائل الاتصالية المتعلقة، بمختلف القضايا بما في ذلك القضايا البيئية وإن كان الإعلام البيئي على مستوى ،الوسائل الإعلامية التقليدية يقوم به إعلاميون يتمتعون بالقدرة على صياغة الرسالة البيئية، بطريقة كفئة وإرسالها إلى الأفراد بطريقة جيدة إعلاميا.

لقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي ،من بين أهم الوسائل التي تمكن من تعبئة الأفراد والتأثير على آرائهم واتجاهاتهم وبالتالي أصبحت تساهم في خلق ،الاهتمام بالقضايا البيئية وجعله يعي بأهمية البيئة و الحفاظ عليها وهو ما أثبتته إحدى الدراسات أين أقر المبحوثين في المجال البيئي "أن موقع الفيس بوك يسهم في نشر الوعي البيئي لديهم وذلك بالنسبة 74%، 19%.

المبحث الأول : الإطار المفايهمي لمواقع التواصل الاجتماعي.

المطلب الأول: مقدمة عن مواقع التواصل الاجتماعي:

هي منظومة من الشبكات الالكترونية تسمح للمشترك فيها بإنشاء حساب خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين، لديهم نفس الاهتمامات والهوايات أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية.

تصنف هذه المواقع ضمن مواقع الجيل الثاني للويب ويب 2، 0 وسميت اجتماعية لأنها أتت من مفهوم " بناء مجتمعات " بهذه الطريقة يستطيع المستخدم التعرف إلى الأشخاص لديهم اهتمامات مشتركة في شبكة الأنترنت والتعرف على المزيد من المواقع في المجالات التي تهمه ومشاركة صوره ومذكراته وملفاته مع العائلة والأصدقاء وزملاء العمل ، انتشرت هذه المواقع الاجتماعية بشكل كبير في أنحاء العالم بما أدى لكسر الحدود الجغرافية له وجعله يبدو كقرية صغيرة تربط أبناء بعضهم ببعض .

تطورت هذه المواقع شيئا فشيء لتصبح الأشهر استخداما بين مرتدي الأنترنت ومع التطور الذي يشهده العالم في مجا التقنية و الاتصالات ذات صيت هذه المواقع بين المجتمعات والشباب.

مواقع الشبكات الاجتماعية هي صفحات الويب التي يمكن أن تسهل التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين في هذه الشبكة الاجتماعية الموجودة بالفعل على الأنترنت وتهدف إلى توفير مختلف وسائل الاهتمام والتي من شأنها تساعد على التفاعل بين الأعضاء بعضهم بعض ويمكن أن تشمل هذه المميزات: المراسلة الفورية ـ الفيديو الدردشة ـتبادل الملفات مجموعة النقاش ـ البريد الإلكتروني ـالمدونات .

تبنى المواقع الاجتماعية على قواعد بيانات عملاقة سير فرات لتؤمن التواصل بين المستخدمين وتتيح تبادل الملفات وإجراء ، المحادثات الفورية بالإضافة إلى العديد من الخدمات الأخرى وهناك حوالي 200 موقع عالمي يصنف ضمن المواقع الاجتماعية.

المطلب الثاني : نشأة مواقع التواصل الاجتماعي :

كان أول ظهور للمواقع الاجتماعية في أواخر القرن العشرين حيث ظهر موقع classmates.com عام 1995 ثم تلاه موقع sixdegrees.com اعتمدت هذه المواقع على فتح

صفحات شخصية للمستخدمين وعلى إرسال رسائل لمجموعة من الأصدقاء لكنه تم إغلاقها لأنها لم تأتي بأرباح لمالكيها.1

خلال سنوات التسعينات راجعت صناعة مواقع الأنترنت التي تقوم على تزويد مستخدميها بما يبحثون عنه من محتويات عبر شبكة بث مكونة من مواقع انترنت مرسلة وعدد كبير من الملايين من متصفحات

1-وائل مبارك,خضر فضل الله,**أثر الفايسبوك علي المجتمع**,مدونة شمس النهضة السودان,2010,ط1,ص06.

الأنترنت حول العالم، تستقبل هذا البث وبعد ذلك وبالتدريج استطاع مطورو الأنترنت أن يستخدموا متصفحات الأنترنت لإرسال واستقبال البيانات في نفس ،الوقت بدلا عن دورها الأصلي كمستقبل أعمى للبيانات بداية بتطبيقات البريد الإلكتروني ، الدردشة ومنتديات الحوار و إنتهاءا بالتطبيقات الإلكترونية الأكثر حداثة وثورية مثل موسوعة،الوكيبيديا وقد كانت هذه القفزة في تغير طريقة التعامل مع متصفحات الأنترنت هي البداية الحقيقية لما يعرف بتطبيقات الويب 2، 0.

المبدأ الذي يوفره الجيل الجديد من الويب 2، 0 هو المشاركة المستخدمين في محتويات المواقع ، حيث يقومون بابتكار محتوياتها أو تعديلها وهذا ما أنتج أكثر المواقع شعبية على الأنترنت ولذلك فإن أي شخص يريد أن يكون جزء من شبكة الاجتماعية عبر الأنترنت يستطيع تحقيق ذلك عبر الويب.

ومن هنا نطلق مصطلح الويب 2.0 على المواقع التي تقدم خدماتها معتمدة على تطبيقات من خصائص الويب2.0 وهي : media live Internatinal والتي تعتمد أن يكون الويب 2، 0 أن يتعامل مع الويب كمنصة تطوير بمعزل عن أي عوامل الويب والتي ،هي منصة تطوير متكاملة النظام الذي يبرمج الموقع ليستفيد من موارد وخصائص الشبكة تماما كما يستفيد مطور التطبيقات من أوامر تقنية أخري .1

المطلب الثالث: أنواع والية عمل مواقع التواصل الاجتماعي.

تقوم الفكرة الرئيسية للشبكات الاجتماعية على جمع بيانات الأعضاء المشتركين في الشبكة ويتم نشر هذه البيانات علنا على الشبكة حتى يتجمع الأعضاء، ذو المصالح المشتركة والذين يبحثون عن ملفات أو صور اعتمادا على صلاحيات الخصوصية، التي تمنحها للزوار وتعمل لتشبكه مواقع فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم بعض وتبادل الصور وغيرها ،من الإمكانات التي توطد العلاقة الاجتماعية بينهم.[2]

وهناك لآلاف من المواقع الشبكات ،الاجتماعية التي تعمل على الصعيد العالمي وهناك الشبكات الاجتماعية الصغيرة التي طرحت التناسب القطاعات البسيطة بينما البعض الآخر أكثر جراءة في استخدام التكنولوجيا الحديثة والقدرات الإبداعية.

4-1 أنواعها:

هناك عدد من أصناف الشبكات الاجتماعية نذكر منها:

النوع الأكثر شهرة وهو الشخصية:

1-وائل مبارك,خضر فضل الله,**أثر الفايسبوك علي المجتمع**, نفس المرجع السابق ص 6 .

2- نفس المرجع السابق ص 8.

هذا النوع يعتمد على فتح ملف شخصي لكل، مستخدم ويوفر له خدمات عامة مثل المرسلات الشخصية ومشاركة مستخدمي هذه المواقع ،فيما بينهم العديد من الصور والملفات المرئية والروابط.

النوع الثاني وهو العام:

هو الموقع الذي يربط زملاء المهنة الواحدة أو أصحاب الأعمال و الشركات بعضهم ببعض ،كما يعطي هذا النوع من الشبكات ملفات شخصية للمستخدمين، تتضمن سيرتهم الذاتية وخبرتهم بالإضافة إلى الدراسات قاموا بها خلال حياتهم المهنية.

5-1 أمثلة لأبرز المواقع الاجتماعية :

Facebook my space Hi5 OKKUT Lin kedinTWitterHAboQZNe academia

مفتوحة المصدر :

JOindiaspora diaspora onesocialuebelgg

المبحث الثاني : موقع الفيسبوك كاهم موقع في مواقع التواصل الإجتماعي.

المطلب الأول :تعريف موقع الفيس بوك و نشأته :

ـالتعريف أولا كما موجود في ويكيبيديا:

فيسبوك بالإنجليزية "facebook" موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجانا وتديره شركة "فيسبوك " محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها فالمستخدمون، بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم ،وذلك من أجل الاتصال بالآخرين و التفاعل معهم وكذلك يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم و أيضا تحديث ،ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم و يشير اسم ،الموقع إلى دليل الصور، الذي تقدمه الكليات و المدارس التمهيدية في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد والذي يتضمن وصفا لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف إليهم .

مصطلح فيسبوك كما هو معروف في أوربا وهو يشير إلى دفتر ورقي يحمل صورا ومعلومات لأفراد في جامعة معينة أو مجموعة ومن هنا جاءت تسمية الموقع وتعتبر هذه الطريقة شائعة لتعريف الأشخاص خصوصا في الجامعات الأجنبية ببعضهم البعض، حيث يتصفح المنتسبون في الجامعة هذه الدفاتر لمعرفة المزيد عن الطلبة المتواجدين في نفس الكلية .

مؤسس الموقع **مارك زكبيرج** أطلق الموقع في الرابع من فبراير 2004 حيث كان طالبا في الجامعة هارفا رد وكان الموقع في البداية ،مخصصا فقط للطلبة في جامعة هارفارد فقط لكن تم تطويره لاحقا [1]

[1]- مرجع سبق ذكره ص 20.

ليسمح لطلبة الجامعات بشكل عام بالاشتراك في موقع من ثم تم السماح ليشمل طلبة المدارس الثانوية وأي شخص يتعدى عمره 13سنة يعتبر الفيس بوك إن من أكبر و أشهر، المواقع العالمية المتخصصة في العلاقات الاجتماعية والتعارف وبناء الصدقات على الإطلاق الموقع ليس حكرا على أحد فالتسجيل فيه مجانا وسهل ويستطيع أي شخص أن يستخدمه ، يعد هذا الموقع آلة الإعلامية ضخمة لطالما أستخدمها الكثيرين في تنفيذ حملات إعلانية أو ترويج لمنتجات معينة كتسويق وأكبر الأحداث التي تم الاستفادة فيها عبر الموقع نذكر منها :

هو قيام رجال السياسة الأمريكيين لاجتذاب أصوات الناخبين في الانتخابات فيكفي أن أنصار مرشح الرئاسة الأمريكية وقتها "أوباما" أستحدموا الفيس بوك ليجتذبوا أصوات الشعب الأمريكي وعلى مستوى الشرق الأوسط قام شباب 6ابريل أسوة في هذا المجال حيث أنهم حرضوا على إضراب 6 ابريل من الفيس بوك وكانت رسالة بسيطة جدا تنشر بين الناس على الفيس بوك توضح الهدف من الإضراب وأيضا المقاطعة الشهيرة التي تمت ضد الموقع ذاته، ولمدة 3 أيام التي تمت في 24من أكتوبر2009 و كلها أحداث كانت نتائجها قوية سنعود لها بالتفصيل لاحقا

مؤسس الفيس بوك مارك زكبيرج من مواليد14 مايو 1984لآن أصبح رجل أعمال ومبرمج أميركي يعمل كمدير كرئيس تنفيذي لشركة فيسبوك التي تملك موقع الفيس بوك الاجتماعي .

-التسجيل و الانضمام للموقع:

التسجيل متاح مجانا في الموقع لكل من54 يريد بحساب شخصي أو حساب لمؤسسة ويتم عبر خطوات بسيطة تسجيل البريد الالكترونيواسمل مستخدم وكلمة السر المراد الدخول بها الموقع .

- الواجهة و الأدوات :

يتكون الموقع من مجموعة من الشبكات تتألف من أعضاء وتصنف المجموعات على أساس الإقليم ومكان العمل والجامعة والمدرسة أو الاهتمام ،وبإمكان المشترك الجديد أن يختار أحد تلك التصنيفات ثم يبدأ بالتصفح واختيار مجموعة لاشتراك فيها.

داخل المجموعات هناك مساحة للتحاور والتعليقات إضافة إلى وجود نتيجة الشهر التي تدون فيها أهم الأخبار التى يهتم بها المشتركون في المجموعة، بدءا من الأحداث القومية أو المحلية حتى أعياد الميلاد الأعضاء كما توجد مساحة لإعلانات البيع و الشراء الخاصة بالأعضاء ولكل عضو مساحة يضيف فيها صوره الشخصية إلى جانب وجود مدونات BLOgs مرتبطة بالموقع ويهدف الموقع بشكل عام إتاحة التعارف بين المستخدمين.[1]

1 نفس المرجع ص 14

المطلب الثاني :تطبيقات موقع الفيس بوك.

تم إنشاء التطبيقات كاستبيانات أو مسابقات من السهولة تنفيذها وهناك ألعاب Games مختلفة تتبع لكبري الشركات المعروفة حاليا هنالك عدد كبير جدا من التطبيقات بعضها منشأ من قبل الشركات كما أسلفنا والبعض الآخر منشأ من قبل مستخدمين ،عاديين اجتماعي كان أو ديني أو سياسي .

المجموعات لديها نفس العناصر وأدوات الصفحة wall صفحة يسمح بالكتابة فيها لجميع أعضاء المجموعة وألبوم ومساحة للحوار، discussion وملفات فيديو وكل ذلك يتم عبر صلاحيات المنح التي يشرف عليها مدير المجموعة.

- الصفحاتpages

لها نفس ميز واستخدامات المجموعة فيما عدا أنها أكثر تفاعلا عبر ظهورها في الصفحة الرئيسية home

لكل المستخدمين وغالبا ما تكون هذا التطبيق لfanclubs معجبين لمشاهير ونجوم مجتمع بحيث تكون الصفحة وسيلة للتواصل مع الشخصية المعنية.

الصفحة الرئيسة:home

يظهر بهذه الطريقة كل جديد تعليقات وصور وروابط أصدقائك الذي أضفتهم أليك وربما قد يظهر لك تعليقات وصور أصدقاء أصدقائك وذلك يحدث فقط عبر أن يتيح المستخدم عبر إعدادات الصلاحية بأن يشاهد محتويات صفحته أصدقاء أصدقائه .

الألعاب GAMES

بال فيسبوك العديد من الألعاب المختلفة مغامرات إستراتجية كرة القدم يستطيع المستخدم أن يستخدمها ويختار مراحلها مرحلة تلو الأخرى والمثير في هذه الألعاب والأكثر أهمية هو أنه يمكن للمستخدم أن يدعو عدد من لأصدقائه لممارسة لعبة معينة [جماعية] .

عند استخدامك لمعظم التطبيقات يتم تنبيهك بأن تنفيذ هذا التطبيق يتطلب الدخول على بياناتك الشخصية ولا يمكن إكمال إجراء التطبيق من دون هذه الخطوة ولا يعرف ما مستوي البيانات الشخصية التي يتطلبها المشاركة في التطبيق.[1]

أنت كمشترك لديك ملف . يتضمن صورتك وأي معلومات أخرى، عنك ولديك جدار [صفحة] تكتب فيه كما تشاء ولديك ألبومات صور وملفات أخرى ولديك قائمة بالأصدقاء الذين تضيفهم أو يضيفونك وبالتالي يستطعون مشاهدة ملفك وكل، ما يعرضه في مساحتك بل وقائمة أصدقائك بحسب ما تسمح لهم

1 نفس المرجع ص 15

بالخصوصيات المتاحة عبر صاحب الصفحة نفسها ويسهل عملية توزيع عملية الصلاحيات للمشاهدة والتعليق عبر تقسيم الأصدقاء إلى مجموعات مثل : زملاء العمل العائلة دفعة الجامعة وهكذا....

[أكتب ما يدور في عقلك] وهي الصفحة الشخصية تسمح بكتابة نصوص أو إضافة رابط لموقع آخر أو إضافة نوت بالإضافة إلى إنشاء المجموعات GROUPS والصفحات page.

المجموعات:Groups

يمكن لكل مشترك في الموقع أن ينشىء مجموعة عبر تسميتها وكتابة تعريف عن الفكرة ثم يميل مدير Admin المجموعة كما أسلف سابقا يتم إنشاء المجموعات لاهتمامات مشتركة أو لأعضاء نادي معين أو لحملة فكر ستكون قد تواصلت وكونت شبكة كبيرة وهكذا يتم مع جميع المستخدمين فتتكون وبالتالي في فترة بسيطة العديد من الشبكات للمستخدمين في الموقع بشكل هرم مقلوب كلما مر الوقت تتزايد عضوية المستخدمين.

المطلب الثالث: آلية التواصل بين أعضاء موقع الفايسبوك:

التعليقات : خاصية التعليقات متاحة بين الأصدقاء و المجموعات والصفحات المنظمين لها ذلك يعتمد أيضا على صلاحيات الممنوحة ، يمكن للمستخدم أن يكتب تعليق في مساحة التعليقات والضغط على زر comment إضافة تعليق وفي نفس المساحة يمكنك أن تضيف رابط موقع أو صورة.

الإشارة:Tags

خاصية الإشارة متاحة في الصور والفيديو والنوت بحيث يمكنك أن تلفت انتباه أصدقائك عبر الإشارة لهم في صورتك أو في مقطع الفيديو المحمل عبر الفيس بوك وبالتالي سترسل لهم تنبيهات لأي تحديث جديد في الصورة.

- الإعجاب:like

خاصية أيضا متاحة بنفس إليه التعليقات ،متاحة بين الأصدقاء والمجموعات والصفحات المنمين لها ذلك يعتمد أيضا على الصلاحيات الممنوحة ، يمكن للمستخدم أن يقوم بعمل معجب like لأي نص أو صورة فيديو لأصدقائك.1

خاصية معجب بسهولة استخدمها وتطورها في الفيس بوك ثم إضافتها في كل المواقع الأخرى كوسيلة لربط المستخدم بحسابه ونظره أخرى تروجيه .

- المناسبات Event:

1-نفس المرجع ص 18

إقامة دعوة لأصدقائك أو الأعضاء مجموعة معينة لحدث مهم أو عمل أو اجتماع على الأرض الواقع ، توضيح فيه العنوان الحدث وتاريخ بدايته ونهايته وتحديد الأعضاء المدعوين وبعض المناسبات تكون مفتوحة لأي عضو في الفيس بوك .

- آلية التشبيك: المشترك الجديد في الفيس بوك يلاحظ إن الفيس بوك يقترح suggest إضافة أصدقاء يعرفهم وله معهم تواصل بما يثير، استغراب المستخدم في المعرفة الموقع لهم ، تفسير ذلك أن الموقع يقوم بامتلاك عنوانين قائمة معارفك في البريد الإلكتروني إن كان في Hot mail أو Yahoo أو Gemmail ويقوم بعمل اقتراح لك أن كانوا على، أعضاء في الفيس بوك أو اقتراح لدعوتهم لانضمام إلى موقع وهذه الخطوة تتم كخرق واضح.

ومن شركات البريد الإلكتروني بدون مشورة صاحب البريد وسنعود لذلك لاحقا عبر محور الصلاحيات والخصوصية .

وعبر خاصية أصدقاء أصدقائك بإمكانك في فترة، بسيطة التعرف والتواصل مع كل معارفك ، زملاء المدرسة منذ الابتدائية والثانوية ثم مرحلة الجامعة وزملاء العمل .

ولذلك عبر التشبيك مع مختلف الشبكات هذه الأصدقاء بمختلف اهتماماتهم وشبكة زملاء العمل وشبكة العائلة بمختلف اهتماماتهم للموقع في ذاته.

:Poke

تحدث فقط لأصدقاء ، بينهم بحيث يقوم المستخدم بتنفيذ ذلك على أحد أصدقائك ويعمل الآخر برد poke لصديقه .

- التفاعل اليومي على الموقع:

مسألة أن يشارك الشخص يومياته وبرامجه خلال، اليوم فرصة جيدة للتقييم والتناصح والدعم من المجموعة أصدقاء الذي متوسطهم 130 صديقا اعتمادا على أرقام إدارة الموقع وسنة حميدة لدفع المستخدمين للتعبير والمشاركة الأدوات التي يوفرها الموقع من نظام الرسائل ونافذة المحادثات .

جعل معدل قضاء استخدام الفيس بوك في اليوم بالنسبة للمستخدم العادي يكون كبيرا وقد ساهم هذا التواجد الكثيف وطوال اليوم من انتشار الأخبار بصورة سريعة .[1]

موقع الفيس بوك وفر مصادر غنية من البيانات السلوكية ، الطبيعية يمكن عبره جمع البيانات والربط بين الصفحات الشخص أو من خلال استخدام تقنيات الجمع الآلي أومن خلال مجموعات البيانات المقدمة

[1] - مرجع سبق ذكره ص19.

من الشركة مباشرة وتمكين الباحثين تحليل شبكة لاستكشاف أنماط على نطاق واسع الاستخدام ومؤثرات واضحة كالاستقصاءات رأي واستطلاعات صحافية .[1]

وقد أجرى العديد من الخبراء في 2007 دراسات تشير أن استخدام الموقع يعمل للحفاظ على العلاقات القائمة حاليا أو القديمة بدلا من العلاقات ،الجديدة للشعب التي قد تكون العلاقات ضعيفة ليس بينها ارتباط معين والتي نجدها متوفرة كعناصر مشتركة بين الأفراد الذين يملكون أصدقاء مثل المدرسة أو الكلية أو العائلة أو العمل.[2]

المبحث الثالث : ترسيخ الوعي البيئي عبر موقع الفيس بوك

المطلب الأول: مفهوم البيئة وعلاقتها بالإنسان.

1- مفهوم البيئة:

أول من صاغ كلمة إ إيكولوجيا العالم هنري ثورو Hothoreaux عام 1858 ولكنه لم يتطرق إلى تحديد معناها وأبعادها.

أما العالم الألماني المتخصص في علم الحياة أرنست هيكل Ernest Hechel فقد وضع كلمة إيكولوجي Ecologie بدمج كلمتين يونانيتين Olkos المنزل أو المكان الوجود و Logos أي العلم وفي سنة 1866 ميلادية عرف أهدافها بدراسة العلاقات بين الكائن الحي و الوسط الذي يعيش فيه وبعد النصف الأخير من القرن التاسع عشر ،ترجمت باللغة العربية بعبارة علم البيئة نقلا اللغة الإنجليزية العلمية .

عرف بيار أغيس: pierreAguese في كتابه مفاتيح علم البيئة علم البيئة بأنه علم معرفة اقتصاد الطبيعة ورصد العلاقات حيوان بمحيطه العضوي والعضوي تتضمن الصلة الطبيعية والعدائية مع الحيوانات و النباتات التي لها علاقة مباشرة بها مشيرا إلى أهمية علم البيئة داعيا لتصبح أحد ركائز الفلسفة الإنسانية الحديثة.

. يعرف العلم ألان بوم بار Alain Bombard البيئة في كتابه الاستقصاء الأخير يتناول دراسة التوازن بين الأنواع الحيوانية والنباتية والمعدنية مشيرا إلى وجود تناقضات في علم البيئة إلا أنها ليست أساسية يمكن التوصيل في الاتفاق عليها بعد مرور طويل من الزمن والاهتمام بها يتطلب تكاليف باهظة .

1 نفس المرجع ص 19

2 نفس المرجع ص 19

. عرف الدكتور **محمد الخولي**M KAWLi رئيس دائرة الجيولوجي في الجامعة الأمريكية في بيروت البيئة بأنها: تشمل نواحي الحياة كافة وحث الدول على المطالبة بمساعدات لإدارات مختلفة للمحافظة على الطبيعة و معالمها ومخلوقاتها وعلى المحيط تربة وهواء وماء ودعي إلى حماية البيئة من التلوث والمحاذير المختلفة والرقابة على الأعمال الإنشائية لجهة توافقها مع البيئة ورفاه الإنسان.1

ـ الباحث **ريكار دوس** الهبر مؤسس جمعية أصدقاء الطبيعة ومدرس في كلية الآداب و العلوم البيولوجية في جامعة الأمريكية في بيروت خص التعريف البيئة في كتابه "طبيعة الإنسان " إنها مجموعة العوامل الطبيعية المحيطة التي تؤثر على الكائن الحي أو التي تحدد نظام حياة مجموعة من الكائنات الحية متواجدة في مكان وتؤلف وحدة إيكولوجية مترابطة.

ومن خلال مجموعة هذه التعاريف يمكننا القول في تعريف شامل إن البيئة تعنى بمحيط ما جميع الكائنات الحية و الجماد وعلم البيئة علم ناشئ وحديث جاء نتيجة هذه البيئة فهو شامل كامل ذو أهمية كبيرة يدرس القوانين الطبيعية ويعي بإبقاء التوازن لذلك المحيط. 2

2-البيئة و الإنسان:

منذ زمن كان الإنسان و نشاطاته تعتبر جزءا من العوامل الطبيعية التي تحدث تغيرات مستمرة وبطيئة في المحيط الذي نعيش في ذلك الغلاف الدقيق من التراب والماء والهواء الذي يلف كوكبنا والذي يحتوي كل أنواع الحياة أما اليوم فقد وجدنا أن الإنسان أصبح يمثل قوة جيولوجية هائلة فالتغيرات التي سببها الإنسان في المحيط الذي يعيش من عدة عقود توازي التغيرات الطبيعية عبر ملايين السنين إن البيئة أصبحت الشغل الشاغل للعالم الذي يعيش في المحيط الحيوي لأرض في سبيل إنقاذه و حمايته والحفاظ عليه .

إن الطبقات المتواصلة من الدخان والغبار تسبح في أجواء الأرض وانتشار السكان في أرجاء واسعة منها حولت المناطق الزراعية إلى صحاري وسد كثيرا من الأنهر ليصبح بحيرات هائلة جبال وتلال قضمت وتحولت أنحاء كثيرة من الأراضي إلى مكبات للنفايات وتحول أيضا معظم الأرض إما إلى بقع مخربة أو بقع سكنية والقليل القليل مازال على طبيعته بعيدا ولكن على مسافة من الإنسان ذلك هو الأثر الإنسان ولكن الخطورة تكمن في تلك التغيرات الأساسية التي أحدثها في عالمه لقد أدخل إلى أنظمة محيطه الطبيعي كميات هائلة من السموم [رصاص زئبقي زرنيخ] وأضاف مواد كيميائية جديدة مصنعة لا تستطيع الكائنات الحية معالجتها ومنذ أن وجد الإنسان قام بتغيير معالم البيئة لتناسب أغراضه في

1- عامر محمود طراف , **إرهاب التلوث والنظام العالمي**, دار النشر المؤسسة الجامعية المجلد ط1 2002 ص 15,16,17

2- مرجع سبقذكره ص21.

وجه هذا الكوكب فمنذ البدء كان كغيره من الكائنات الحية عضوا له مكانة الطبيعي في دورة هذا الكون وكان حلقة من حلقات الدورة الغذائية التي شارك فيها جميع المخلوقات وكان له نصيبه من الطلقة الطبيعية المتوافرة بشكل مستمر في الأطر الطبيعية المتوازنة المنتظمة.

ولكن مع تطويره للتكنولوجيا وازدياد سيطرته على الأرض تغير دوره وإن امتلاكه السيطرة غير منظمة أتلف النظم الطبيعية التي هو عضوا فيها واستحدث مكانها نظما لخدمة أهدافه غير المنطقية .

لقد استبدل الإنسان موجدات النظم الطبيعية ،المتوازنة من الكائنات الحية بنباتات وحيوانات مهجنة لم تكن لتستطيع البقاء دون حمايته وتدجي لها.

إن التدخل غير العقلاني بإزالة النبات والحيوان أدى إلى تعطيل الدورة الغذائية الطبيعية وأبدلها بالأسمدة سبب مشاكل كبيرة مازال يدفع ثمنها باهظا لقد لجأ الإنسان إلى استعمال مخزون الأرض من النفط والمعادن المختلفة والفحم الحجري لزيادة الإنتاج خلافا لأطر المدروسة والمنظمة دون مراعاة التوازن الطبيعي و العواقب في إساءة استعمالها، وعندما تكاثفت أعداد البشر وتجمعت بعيدا عن مصادر غذائها طور الإنسان الأساليب الاصطناعية الغذائية وأفقر العناصر الأساسية التي تؤلف الغذاء بعد أبعادها عن مصادرها الطبيعية وسبب بذلك إتلاف النظم الطبيعية المائية ولون ،هذا المورد الحيوي وساهم بالقضاء على جزء كبير من الثورة السمكية و انقراض أعداد كبيرة من النبات والحيوان وفي قمة السيطرة الإنسان على الأرض وجد نفسه على حافة كارثة طبيعة ، ارتدت عليه ومن فعله أصلا أما بعد إزاء ما حدث وسيحدث للطبيعة و انتهاكها وتخريبها عن قصد أو غير ساورت البشرية مشاعر متزايدة بالقلق على المصير في العالم بسبب الأخطار التي تهدد البيئة ووجود الإنسان في المحيط الذي يعيش بحيث نشهد أعظم وأخطر تلوث واستهلاك موارده الغير المتجددة1 ويسمح لأعداده بالتزايد فوق قدرة الأرض على الإستعاب الطبيعي لها واليوم ليس هناك من مكان يتسع وليس هناك طمأنينة لأوضاع المستحدثة فالإنسان بالرغم من تقدمه لا يستطيع معايشة التغير السريع والمستمر الذي يحدثه في بيئته فإن عملية تدهور الحياة اليوم أشبه بعملية حرق للزمن ولحسن الحظ اكتشف الإنسان نفسه أنه عضو فعال سلبي في كثير من الأنظمة الطبيعية وبدأ يقتنع وإن كان متأخرا إنه ليس منفصلا عن الطبيعة وإن من الأفضل أنتنسجم نشاطاته مع عملها الطبيعي وبدأ يستوعب نتيجة النظم التي اصطنعها. أما النظم الطبيعية التي حاول تغييرها بإرادته فمن المستحسن أن تنسجم مع عملها الطبيعي وتقتبس إلى أفضل حد من الطبيعة أساليب إدارتها لأنظمته وفي سبيل البقاء والاستمرار تبين للإنسان أن العمل ضمن أنشطة النظم الطبيعية وبكونه جزءا منها في إدارة كوكبه ، يستدعي الحاجة ،الى ضرورة علم البيئة والقوانينالتي تستوجب رعايتها وحمايتها من المخربين الذين يجازفون بمصير الشعوب بسبب عدم قدرة العلومالأخرى وفعاليتها

1-مرجع سابق ص22.

في معالجة المشاكل الكبيرة المتراكمة منذ الحرب الباردة والتي فجرت مخاوف لدي معظم الباحثين والعلماء وأصبحت الشغل الشاغل لقادة الدول العالم لأنها مصدر قلق لكافة، البشرية في الوسط الذي ،تعيش فيه من جراء سوء استعمال الإنسان لأحدث الوسائل المتطورة التي أدت إلى تخريب البيئة وتعطيل انتظام التوازن الطبيعي . ومن الطبيعي أن يتبين لنا أن الإنسان هو المسئول الأكبر عن الأخطار التي تلحق بالبيئة وكما هو مسئول عن تخريبها يجب أن يتحمل مسؤولية معالجتها وتطرح التساؤلات المتعددة حول المسؤولية بتدمير البيئة والإخلال، بتوازنها وإلى أي دولة ينتمي غنية أم فقيرة ومن يساهم الأغنياء أم الفقراء وعلى من تقع المسؤولية على الدول المتقدمة الشمالية أم الدول النامية أو المتخلفة في خريطة الأجواء وتدمير البيئة كل هذه التساؤلات تجعلنا نسرد بعض الوقائع التي حصلت وتحصل على الأرض ومحيطها .

إن غاز ثاني الأكسيد الكربون وما شبه من الغازات الناتجة عن بعض الصناعات والتي ترسلها في الفضاء دخان المعامل في الدول الصناعية وعن احتراق أخشاب

الغابات كوقود أو استعمالات أخرى في الدول.

المطلب الثاني :مفهوم الوعي البيئي:

تنوعت تعريفات الوعي البيئي بسبب تنوع وتباين اهتمامات الباحثين والمتخصصين ونوعية اتجاهاتهم وأرائهم وتصوراتهم ، ونتوقف أمام بعض التعريفات لاستجلاء جوانب وأبعاد الوعي البيئي وهي كما يلي:

يعرف "الحفار " الوعي البيئي بأنه:

"عبارة عن معرفة القيم وتوضيح المفاهيم التي تهدف إلى تنمية المهارات لازمة لفهم وتقدير العلاقات التي تربط بين الإنسان ثقافته وبيئته الطبيعية الحيوية"

ويعرف" مجاهد" الوعي البيئي بأنه:

"وعي المواطنين والمشكلات المتعلقة بها وتزويدهم بالمعرفة والمهارات والاتجاهات وتحمل المسؤولية الفردية و الجماعية تجاه حل المشكلات المعاصرة والعمل على منع مشكلات بيئية جديدة "

أما " الدمرداش " فيعرف الوعي البيئي بأنه:

" عملية إعداد الإنسان للتفاعل الناجح مع بيئته الطبيعية بما تشمله من موارد مختلفة وتتطلب هذه [1] العملية العمل على تنمية جوانب معينة لدى المتعلم منها توضيح المفاهيم وتعميق المبادئ لازمة لفهم العلاقات المتبادلة بين الإنسان ثقافته من جهة وبينه وبين المحيط البيو فيزيقي من حوله من

1- بن يحي سهام,**التنمية الصحافة المكتوبة وتنمية الوعي البيئي في الجزائر**, مذكرة لنيل شهادة الماجستر في علم اجتماع دراسة ,قسم العلوم الإنسانية و الإجتماعية,جامعة قسنطينة 2003 -2004.ص74.

جهة أخرى ، كما تتطلب أيضا تنمية المهارات التي تمكن الإنسان من المساهمة في حل تمكن الإنسان من المساهمة في حل ما قد تتعرض له بيئته من مشكلات وما قد يهددها من أخطار و المساهمة في تطوير ظروف هذه البيئية وكذلك تكوين الاتجاهات والقيم التي تحكم سلوك الإنسان إزاء بيئته وآثار ميوله و اهتماماته نحو بيئته و إكسابه أوجه التقدير لأهمية العمل على صيانتها والمحافظة عليها " أما " سلامة " فيعرف الوعي البيئي على أنه:

" عملية تكوين الأزمة لفهم و تقدير العلاقات المعقدة التي تربط الإنسان وحضارته بمحيطه الحيوي الفيزيقي وتوضيح حتمية المحافظة على مصادر البيئية وضرورة حسن استغلالها لصالح الإنسان وحفاظا على حياته الكريمة ورفع مستويات معيشته".

المطلب الثالث:خصائص وأهمية الوعي البيئي:

للوعي البيئي خصائص متعددة ومتنوعة من بينها:

الوعي البيئي هدف رئسي من أهداف التربية البيئية تنمية الوعي البيئي لدي الأفراد يتطلب ثلاثة أنواع مهمة من الضبط وهي الضبط المعرفي الضبط السلوكي وضبط اتخاذ القرارات والحلول تجاه البيئة الأساس الأول في تطوير الوعي البيئي هو توافر خلفية معرفية واسعة عن البيئة وأهم مواردها ومشكلاتها وأفضل السبل لمواجهتها والحد من أثارها.

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

- الوعي البيئي لدى الأفراد يحدد سلوكياتهم واتجاهاتهم نحو البيئة.
- تكوين الوعي البيئي لدى الأفراد يتضمن القدرة على اتخاذ القرارات اللازمة لحماية البيئة.[1]

والمحافظة عليها واستخدام أساليب التفكير العلمي الإبداعي والناقد لحل مشكلاتها وعليه نرى أن البيئة المحيطة بالإنسان تؤثر في تكوين الوعي البيئي لديه وأن الوعي البيئي لن يؤتي ثماره بالمعرفة فقط بلعليه أن يشمل جوانب أخرى حتى يتمكن من تكوين الاتجاهات البيئية التي تحدد السلوك الجيد نحو البيئة لذلك يجب أن نأخذ الجوانب الأخرى المهمة من الوعي ولا يكفي الاكتفاء فقط بالمعرفة.2

1-مرجع سبق ذكره ص 75.

2- فاطمة بربوشي,زينب صديقي ,**دور موقع الفيس بوك في تنمية الوعي البيئي لدى طلبةالعلوم الإنسانية**, مذكرة لنيل شهادة ماستر في الإعلام والإتصال تخصص صحافة ,جامعة أدرار ,2016 ,2017 ص63.

أدركت الدول والمجتمعات أهمية نشر الوعي البيئي بين الأفراد والتثقيف به لما له من انعكاسات على نوعية الحياة التي تؤثر بصورة مباشرة وغير مباشرة على الإنسان و الحيوان والنبات أهمية الوعي البيئي في النقاط التالية :

تعزيز الصلة بالعالم الحقيقي من خلال تثقيف ،الأفراد أن ممارساتهم لا تؤثر فقط على بيئتهم الصغيرة التي يعشون فيها بل تتعداها إلى وصول تأثير هذه الممارسات إلى مناطق حيوية ومهمة على كوكب الأرض قد تؤثر على نوعية ككل ، فالممارسات البيئية الخاطئة ل أمة في جهة من الأرض تؤثر على الأمم الأخرى في مناطق مختلفة من الأرض إذا يساعد الوعي البيئي في إدراك عواقب الأنشطة البشرية على كوكب الأرض التي يشترك فيها الإنسان مع الحيوان و النبات الحفاظ على الموارد الطبيعية يعد الوعي البيئي أحد الوسائل التثقيفية الهامة للحفاظ على الموارد الطبيعية و الحد من إ لحاق الضرر بها نتيجة التصرفات و الممارسات البشرية فالوعي البيئي يرتكز على التكامل بين مختلف مجالات الحياة فالحياة اقتصادية ليست منفصلة عن البيئة و مثلها الحياة التكنولوجية والجمالية والبيولوجية إحداث فرق يغرس الوعي البيئي في الأفراد أن تصرفاتهم الفردية لها تأثير إ جابي أو سلبي على البيئة ، ما يساعد في تعميق الممارسات البيئية ما يساعد في تعميق الممارسات البيئية التصحيحية مثل إ عادة التدوير أو الاستخدام الطاقة النظيفة وتجنب الرعي أو الصيد الجائر أو إ لحاق الضرر بالغطاء النباتي الأخضر خلق جيل واعي بيئيا يساهم التثقيف البيئي في سن مبكرة على غرس القيم البيئية ، التصحيحية في الأجيال القادمة التي سترث الأرض في المستقبل ومدى تأثير وعيهم البيئي على تحسين نوعية الحياة على كوكب الأرض وأن احترامهم للبيئة ومواردها وعناصرها يعني حياة الأفضل لهم ولأبنائهم في المستقبل مما يدفعهم إلى ترشيد إ ستهلاك المياه والكهرباء وتجنب أذية الحيوانات والاهتمام بالزراعةالمنزلية وطرق إدارة النفايات و التعامل معها من خلال إيمانهم أنهم جزء من الحل للكثير من المشاكل البيئية الحالية وأن اهتمام بأحيائهم مناطقهم كفيلة بأن تعكس أثرا إيجابيا على المحيط الأكبر.[1]

المطلب الرابع : أبعاد الوعي البيئي:

ويشمل الوعي البيئي ثلاث أبعاد أساسية وهي:

المعرفة البيئية وهي التي تمثل هدفا أساسيا للتربية، البيئية وجانبا مهما من جوانب تعلمها وتشمل

[1]– مرجع سبقذكره,ص16.

المعلومات الأساسية المرتبطة بالبيئة ومكوناتها والتي تزود الفرد بخبرات متنوعة تؤدي به إلى فهم بيئته والإسهام في حل مشكلاتها إن توفر المعرفة، يعني وجود نسق من الأفكار يتضمن معلومات ومفاهيم وقضايا وافتراضات متسقة منطقيا وتمثل هذه المعرفة متغيرات في نسق الفعل وموجهاته.

ولأن تعامل الإنسان الدائم مع بيئته وتفاعله معها يتطلب منه التعرف عليها وعلى أنظمتها وعلى مواردها حتى يتسنى له التكيف معها، واستغلالها وحمايتها ،وحماية نفسه من أخطارها ومشاركته في مختلف نشاطاته.

إن هذا يعني أن المعرفة بالبيئة وقضاياها تكتسي مكانة هامة في تحديد نوع السلوك تجاه البيئة وهي دعامة ،أساسية في الوعي البيئي وتعزيزه لأنه سيكون ،عن قناعة ويساهم بدور فاعل في حماية البيئة والمحافظة عليه ترسيخ الدلالات الأخلاقية والمعنوية المستندة على مفاهيم الاحترام والتقدير والمحافظة في كل سلوك يأتيه الفرد والجماعة في صلته، بالبيئة التي توجد بها في ضميره خاصة ووجدان المجتمع عامة والتأكيد على أهمية رؤية البيئة كقيمة مادية فحسب ،يقدر ما هي قيمة حضارية ودالة من دلالات الأساسية والجوهرية على مبلغ الرقي الذي بلغه مجتمع من المجتمعات بما يجعلها رمزا للتاريخ وحضارة وهوية فالمعرفة، البيئية إذا تساعد الفرد على إضفاء معاني ورموز للبيئة تمكنه من تجاوز رغباته وعواطفه في تعامله مع البيئة وبذالك يتشكل لديه اتجاه بيئي.

- الاتجاه البيئي تعدد تعريفات الاتجاه وتختلف ، حيث يعرفه ألبورت ALLPORT بأنه " حالة استعداد عقلي وعصبي انتقلت عن طريق الخبرة الشخصية وتعمل على توجيه استجابة الفرد نحو الأشياء أو المواقف التي تتعلق بهذا الاستعداد عقلي وعصبي ، انتظمت عن طريق الخبرة الشخصية وتعمل على توجيه استجابة الفرد نحو الأشياء أو موقف الفرد تجاه المشكلات والقضايا البيئية يتكون لديه خلال احتكاكه وتفاعله مع مكونات وعناصر البيئية ومواردها المختلفة وهذا الموقف يظهر في صورة الموافقة أو الرفض وينعكس ذلك على سلوك ، الفرد السلبي أو الإيجابي تجاه البيئة.

ويعرفه مصطفى سويف بأنه " عبارة عن استعداد نفسي أو تهيئ عقلي متعلم لاستجابة الموجبة أو السالبة نحو الأشياء أو الموضوعات أو المواقف أو الرموز في البيئية التي تستثير هذه الاستجابة " وهكذا يتكون لدى الفرد اتجاهات نحو ،الأفراد والجماعات لمؤسسات والمواقف الاجتماعية ولهذا تعتبر الاتجاهات من أهم محركات السلوك الإنساني ومؤشرا ، هاما من المؤشرات نمو الشخصية من كلا التعريفين السابقين لاتجاه، نلاحظ على أنهما يركزان على الجانب النفسي لاتجاه الذي يحصل بالتعلم بمعنى أن الاتجاه يعبر عن الجوانب الحسية والشعورية للفرد .[1]

[1]- مرجع سبق ذكره ص 18.

وباعتبار أن الاتجاهات مكتسبة فإنها قابلة للتغير وهذا تحت تأثير عوامل محددة بما يتماشي وعملية التغير الاجتماعي وهو ما يتطلب زيادة المؤثرات ، المؤيدة لاتجاه الجديد وخفض في هذه المؤثرات المضادة له أو الأمر ين معا أما إذا تساوت المثيرات المؤيدة المضادة فإنه يحدث ، حالة التوازن وثبات الاتجاه وعدم تغيره .

- السلوك البيئي : يعتبر السلوك ذلك النشاط الذي يصدر من الكائن الحي كنتيجة لعلاقته بظروف بيئية معينة والمتمثل في محاولاته، المتكررة للتعديل والتغيير في هذه الظروف حتى[1]

يتناسب مع مقتضيات حياته ويرتبط غالبا بالتصور النظري وعليه فالتصور، النظري لحقيقة البيئة هو الذي يقرر التصرف السلوكي إزاءها .

لأنه لو كان الإنسان يعتقد أن عناصر البيئة من أنهار وجبال وحيوانات ، آلهة مقدسة فإن سلوكه إزاءها سيكون مسترضيا لها القاعد عن استثمارها بما يطور حياته ، أي الحفاظ عليها وفي مقابل ذلك لو كان الإنسان يعتقد في أن البيئة ،عدوا له حائلا دون ممارسة حياته وتطويرها ، فإن سلوكه نحوها سوف يكون سلوك المعادي لها المصارع لعناصرها مع ما يتبع ذلك من آثار التدمير الناتجة عن روح العداء وممارسة الصراع .[2]

وإذا كانت البيئة تتضمن معنى روحيا وراء معناها المادي كما في التصور، الإسلامي فسيكون لذلك أثر بالغ في توجيه السلوك الذي يتجاوز مجرد الانتفاع بمرافق البيئة لإشباع الشهوات والغرائز الطبيعية إلى اعتبارات تقوم على ، التواصل بين الإنسان والبيئة قوامه اللين واللطف وغيرها من المعاني التي يقتضيها التواصل الروحي وما إن أصبح البعد الروحي ثقافة تتحكم في مجمل التصرفات الإنسانية تجاه البيئية فإنه يستثمر موقفا إنسانيا، تحفظ فيه البيئة من أن ينالها الدمار استنزاف أو تلويثا في سبيل تحقيق المتعة المادية.

وعليه فالسلوك البيئي هو محصلة للبعدين السابقين المعرفة والاتجاه بل إنه منبثق من معرفته الواعية وإحساسه العميق بقضايا البيئة ومشكلاتها ومسؤوليته الشخصية نحو علاجها.

كحوصلة نهائية لمعادلة متغيراتها المعرفة ، الاتجاه والسلوك ليتكون الوعي البيئي والذي بات يكتسي أهمية بالغة في حماية البيئة والحفاظ عليها فما إن تجتمع هذه العناصر الثلاثة لدى الفرد وقد حصلنا على الوعي البيئي فردي وبانتشارها لتشمل أغلب ، أفراد المجتمع نحصل على

[1]-مرجع سبق ذكره ص17.
[2]- مرجع سبق ذكره ص 18.

الوعي2البيئي جماعي وهو أساس حماية البيئة كما ورد في بعض الدراسات والبحوث البيئية مجموعة من الأبعاد التي يمكن من خلالها قياس وعي الأفراد تجاه بيئتهم.

1: الأسباب و المشكلات المرتبطة بالمشكلات البيئية والمحلية والعالمية.

2: الأضرار والمخاطر المرتبطة بكل مشكلة من المشكلات البيئية.

3: القيم والاتجاهات والسلوكيات الإيجابية اللازمة لحماية البيئة والمحافظة عليها.

4: اقتراح قرارات وحلول لبعض المشكلات البيئية ووجود ، رغبة في المشاركة والمساهمة الفعالة في حل هذه المشكلات لحماية البيئة و المحافظة على مواردها.[1]

[1] - مرجع سبق ذكره ص17.

خلاصة الفصل :

تم التطرق في هذا الفصل، إلى مفهوم ونشأة مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها،وموقع الفيس بوكتم التطرق إليه بشكل خاص ومفصل لأنه يكتسي أهمية بالغة و ذلك لانتشاره الواسع وسط مختلف طبقات المجتمع وباعتباره أيضا وسيلة جديدة لنشر الوعي البيئي، الذي يكتسي أهمية بالغة لارتباطه بالتنمية من جهة وصحة الإنسان وعلاقته ببيئته ،من جهة أخرى ويعد وسيلةمهمة تعرف الفرد من خلال أهمية البيئة وإدراكه لخطورة وأثار مشاكلها على حياته وتعلمه مختلف أساليب التعامل معها هذا إذنكل هذا سوف يكون عبارة عن محصلة لعملية، معرفية تشترك فيها العديد من مؤسسات التنشئة الاجتماعية في كل لاتجاهات.

الفصل الثالث

الإعلام البيئي ودوره في تطوير الوعي البيئي بمديرية البيئية لولاية المدية

تمهيد:

المبحث الأول:مفهوم الإعلام البيئي:

المطلب الأول:نشأة وتعريف الإعلام البيئي.

المطلب الثاني:أهمية و أهداف الإعلام البيئي.

المطلب الثالث: مفهوم الإعلام البيئي الإلكتروني.

المبحث الثاني:الفايسبوك كنموذج للإعلام البيئة بمديرية البيئة لولاية المدية.

المطلب الأول: بطاقة فنية لمديرية البيئة لولاية المدية.

المطلب الثاني:الهيكل التنظيمي لمديرية البيئية لولاية المدية.

المطلب الثالث: إسهامات الفايسبوك في تطبيق الأهداف الاتصالية لمديرية البيئية لولايةالمدية.

خلاصة الفصل .

تمهيد :

يمثل الإعلام الجديد مظهرا جديدا كليا ، ليس في إطار دلالات ،علوم الاتصال فقط، ولكن في مجمل ما يحيط بهذا النوع المستحدث من الإعلام من مفاهيم خاصة كونه، مازال في معظم جوانبه حالة جنينية لم تتبلور خصائصه الكاملة بعد وبرغم التطور الذي شهدته تكنولوجيا الإعلام الجديد إلا أنها لم تلغي وسائل الاتصال التقليدية ،ولكن طورتها بل غيرتها بشكل ضخم وأدت إلى اندماج وسائل الإعلام المختلفة و بفضل خصائصها استطاعتأن تدخل في جميع مجالات الحياة ، و كانت من الوسائل المؤسساتية التي لايمكن الاستغناء، عنها بفضل الخصائص المهمة التي تتميز بها كالسرعة في إيصال المعلومات الرسائل التي تسعى المؤسسة لتحقيق أهدافها من خلال تطبيقاته .

ويعد الإعلام البيئي في وقتنا الحالي، وجها من الإعلام الجديد وذلك عن طريق توظيف وسائله لخدمة البيئية ونشر الوعي البيئي، وقد استخدمت العديد من المؤسسات البيئية تلك الوسائل لتسهيل مهمتها في إيصال صوتها للجمهور بطريقة سريعة و مباشر وأيضا تفاعلية ،فيتناول هذا الفصل أحد تطبيقات الإعلام الجديدو المجسد في موقع الفايسبوك و كيفية توظيفه في نشر الوعي البيئي بمديرية البيئية لولاية المدية.

المبحث الأول: مفهوم الإعلام البيئي.

المطلب الأول :نشأة وتعريف الإعلام البيئي:

1- نشأة الإعلام البيئي:

ترجع الأصول الأولى لاهتمام وسائل الإعلام بالبيئة إلى سنة 1870 وذلك في مدينة " ميني سوتا" بالولايات المتحدة الأمريكية فقد Hollock مجلة عنيت بقضايا البيئية ، حيث ركزت على الحياة البرية في المدينة وفي عام 1920 بدأت وسائل الإعلام الأمريكية تهتم بالبيئة وفي عام 1962 صدر كتاب Rachel carson بعنوان " الربيع الصامت " أما في عام 1963 شارك نحو 300000 أمريكي في مظاهرة يوم الأرض ، كما أعلن الرئيس "نيكسون" عن إنشاء وكالة حماية البيئة وفي عام 1970 أنشأ إدوارد هيث رئيس الوزراء بإنجلترا وزارة البيئة عام 1970 ثم بدأت وسائل الإعلام في تناول القضايا البيئية وفي عام 1992 عقد مؤتمر قمة الأرض في البرازيل وقد أشارت الدراسات غربية إلى أن البيئة تحتل موقع متقدما في قائمة الاهتمامات الإعلامية دوليا ، إذ تشغل المركز الثاني في قضايا العلم والتكنولوجيا بعد الطب والصحة كما أكدت استطلاعات الرأي العام في كندا وبريطانيا و الولايات المتحدة ومصر أن الموقع البيئة يتراوح بين المرتبو الأولى و الثانية لدى الرأي العام

وقد بدأ الاهتمام بالبيئة والإعلام البيئي في العالم العربي عقب مؤتمر " ريو" للبيئة في عام 1992 وقد أنعكس هذا الاهتمام في حجم ما توليه وسائل الإعلام العربية من اهتمام لقضايا البيئية وهو على الرغم من أنه لا يتبنى إستراتجية واضحة إلا أنه يظل مؤشرا على وجود قدر من الاهتمام بها و على المستوى الرسمي يمكن القول بأن الاهتمام الدولي قد وجد صدى في العالم العربي في شكل إنشاء وزارات وهيئات وجمعيات معينة بالبيئة والإعلام البيئي 1

2- تعريف الإعلام البيئي :

المصطلح تعبيرا مركبا من مفهومين هما الإعلام و البيئة فالإعلام ،هو الترجمة الموضوعية و الصادقة لأخبار والحقائق وتزويد الناس بها بشكل يساعدهم على تكوين رأي الصائب في مضمون الوقائع و أما البيئة فهي المحيط الذي يعيش، فيه الإنسان أرضا وماء وهواء .

يعرف الإعلام البيئي على انه أداة تعمل على توضيح المفاهيم البيئية من خلال إحاطة الجمهور المتلقي والمستهدف بالرسالة الإعلامية البيئية بكافة الحقائق ، والمعلومات الموضوعية بما يسهم في تأصيل تنمية المستديمة وتنوير المستهدفين برأي سديد في الموضوعات والمشكلات البيئية المثارة والمطروحة.

1- محاني باديس ,ا لمقالات التي تناول قضايا البيئة ,مجلة العلوم الإنسانية و الاجتماعية العدد 30 سنة 2017 ص368.

وهو أيضا الإعلام يسلط الضوء على كل المشاكل البيئية ، من بدايتها وليس بعد وقوعها وينقل للجمهور المعرفة والاهتمام والقلق على البيئة

كما يعرف أيضا بأنه عملية إنشاء ونشر الحقائق العلمية المتعلقة بالبيئة من خلال وسائل الإعلام بهدف إيجاد درجة من الوعي البيئي وصولا إلى التنمية المستديمة.

وجاء في تعريف أخر : بأنه الإعلام الذي يهدف إلى تشكيل الوعي البيئي لدى الجماهير وزيادة اهتمامهم بقضايا البيئية وإتاحة الفرصة لهم لاكتساب المعلومات و المعارف والخبرات المختلفة التي تدعم القيم والمعارف والاتجاهات البيئية الإيجابية لديهم بما يضمن سلوكيات إيجابية محتملة يمكن توقعها مستقبلا حيال قضايا البيئية انطلاقا من القاعدة العريضة من الجماهير التي نجح الإعلام في تحويلها من جموع سلبية إلى فئات مهمة ومشاركة إيجابية إزاء مجتمعنا وقضاياه خاصة القضايا البيئية .

المطلب الثاني : أهمية وأهداف الإعلام البيئي

إن الإعلام البيئي له دور في التعريف بقضايا البيئية لكل مجتمع من مجتمعات العربية والعالمية خاصة فهو عنصر أساسي في إيجاد الوعي البيئي ونشر مفهوم التنمية المستدامة ولقد ساعدت النقلة النوعية الكبيرة في سرعة تدفق وتناول المعلومات المتعلقة بالبيئة والتنمية على زيادة الوعي البيئي بمشكلات البيئية فهو من أدوت التغيير الواعي الموجه نحو خلق مجتمع متوازن قادر على التفاعل إيجابيا مع البيئة من خلال تنمية الشعور بالمسؤولية حيال البيئة فالمجتمعات الآن بحاجة إلى هذا النوع من الإعلام الذي يهتم بالبيئة وقضاياها الذي يؤدي إلى إيقاظ الوعي البيئي لدى المواطنين من خلال نقل المعرفة والتخلي عن العادات و السلوكيات الضارة به .[1]

أهداف الإعلام البيئي :

للإعلام البيئي و التوعية البيئية غايات وأهداف متعددة فهو، يطرح القضايا البيئية وتقديمها بصورة مبسطة وشاملة للجمهور وتزويدهم بالمعلومات ذات الصلة بالبيئة و إعلامهم بكل جديد محليا و عالميا من خلال نقل أهم الأخبار و المواضيع المتعلقة بالبيئة وأيضا يسعى إلى تنمية القدرات البيئية وحمايتها بما يتحقق معه تكييف وظيفي سليم اجتماعيا ،وحيويا للمواطنين ينتج عنه ترشيد السلوك البيئي في التعامل الإنسان مع محيطه وتحضيره للمشاركة بمشروعات حماية البيئة والمحافظة على الموارد البيئية وبالتالي تمكين الفرد من تحديد مشكلات بيئيته و اقتراح الحلول المناسبة لها وتنمية الوعي الناقد لدى الأفراد المجتمع لتمييز نوعية البيئية إضافة إلى ترسيخ القيم البيئية لدى فئات المجتمع كافة

1- نفس المرجع ص 368

ويهدف الإعلام أيضا إلى تعزيز الاتجاهات ،البيئية الإيجابية والتي تدفع المستهدفين إلى المشاركة بفعالية في حل المشكلات البيئية علاوة على تغيير السلوكيات الضارة بالبيئة عبر تسليط الضوء على الجوانب والمظاهر الإضرار، بالبيئة وإبداء الملاحظات

اتجاه كل الإجراءات والقرارات التي تؤثر سلبا على البيئة

المطلب الثالث :مفهوم الإعلام البيئي إلكتروني :

يمكن تعريف الإعلام البيئي إلكتروني electronicmedia على أنه نوع جديد، من الإعلام يشترك مع الإعلام التقليدي في المفهوم والمبادئ العامة والأهداف ويتم عبر الطرق الإلكترونية على رأسها الأنترنت ما يميز الإعلام الإلكتروني عن الإعلام التقليدي هو اعتماده على وسيلة جديدة من وسائل الإعلام الحديثة وهي، الدمج بين كل وسائل الاتصال التقليدي بهدف إيصال المضامين المطلوبة بأشكال متمايزة ومؤثرة بطريقة أكبر هو عبارة ،عن نوع جديد من الإعلام البيئي الجديد الذي يشترك مع المفهوم التقليدي لإعلام في وسائل الاتصال الكلاسيكية في ،المفهوم والمبادئ العامة والأهداف ويختلف عنه من حيث أنه يعتمد على وسيط اتصالي الجديد يسمح وهو الأنترنت هذا الوسيط الجديد يسمح بالدمج بين كل من وسائل الاتصال التقليدية بهدف إيصال المضمون البيئي إلى الجمهور المستهدف ، عبر الشبكة بأشكال متمايزة ومؤثرة بطريقة أكبر وبأسلوب مقنع نظرا لتوافر سمة التفاعلية [1]

التي غالبا من تكون غائبة في إطار نموذج الاتصال البيئي التقليدي الذي يكون في اتجاه واحد.

فالأنترنت كقناة للإعلام الجديد ، تتيح تقديم المضامين والرسائل الاتصالية البيئية بطريقة إلكترونية ورقمية عبر شبكة المعلومات الدولية دون اللجوء، إلى محطات البث أو المطابع وبطرق تجمع بين النص.

والصورة والصوت وتكسر في الوقت نفسه الحاجز بين المرسل والمتلقي بحيث يمكن للمتلقي أن يرد الفعل مباشرة ويمكن له أن يتفاعل مع الرسائل والمضامين ، البيئية التي يستقبلها إما مع إدارة الموقعأو مع متلقين أخريين يجمعهم ، اهتمام بيئي بحيث تنحصر هذه العملية الاتصالية إلكترونية البيئية على استخدام الأنترنت تحديدا .2

1-مهري شفيقة,**الإعلام البيئي الإلكتروني**, مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية,مرجع سبق ذكرهص20.

2-مرجع سبق ذكرهص203.

المبحث الثاني : دور الفيس بوك كنموذج للإعلام البيئي للمديرية البيئة الولاية المدية.

المطلب الأول بطاقة فنية للمديرية البيئة لولاية المدية

نشأة المديرية البيئة لولاية المدية :

طبقا لأحكام المرسوم التنفيذي رقم 03/ 494 المؤرخ ديسمبر 2003 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي 96 - 60 المؤرخ في 1996/01/27 المتضمن إحداث مفتشيه للبيئة في الولاية وفي المادة 3 تم تحويل مفتشية إلى مديرية البيئة للولاية وهي تحت وصاية وزارة البيئة والطاقات المتجددة ، ثم تم استحداث مفتشات للبيئة على مستوى الولايات الوطن

رقم الهاتف:025785391

رقم الفاكس: 025785392

البريد الإلكتروني :environnent26medea@gmail com1

المهام الموكلة للمديرية البيئة:

تعتبر مديرية البيئة الجهاز الرئيسي التابع للدولة في مجال مراقبة تطبيق القوانين والتنظيمات المتعلقة بحماية البيئة أو التي تتصل بها ، كما يمكن لها التنسيق مع كل القطاعات بغية حماية البيئة في إطار التنمية المستدامة.

تكلف المديرية البيئة في الولاية بما يلي :

تصور وتنفيذ بالاتصال مع المصالح الخارجية الأخرى والولاية والبلدية ، برامج حماية البيئة وترقية وتثمين وتطوير الطاقات المتجددة والتحكم في الطاقة في كامل إقليم الولاية

السهر على تنفيذ السياسة القطاعية وبرامج العمل في مجال حماية البيئة وترقية وتثمين وتطوير الطاقات المتجددة .

السهر على تطبيق التشريع والتنظيم المعمول بهما في مجال البيئة والطاقات المتجددة .

دراسة وإعداد إجراءات منح الرخص والتأشيرات المنصوص عليها في التشريع والتنظيم المعمول بيهما في ميدان البيئة .1

جمع وتحليل المعطيات والمعلومات المتعلقة بالبيئة وتدعيمها ومعالجتها لغرض إعداد

قواعد معطيات موضوعاتية والتقرير حول حالة البيئة في الولاية .

اقتراح كل التدابير الرامية إلى تحسين التراتيب التشريعية والتنظيمية التي لها صلة بحماية البيئة والطاقات المتجددة .

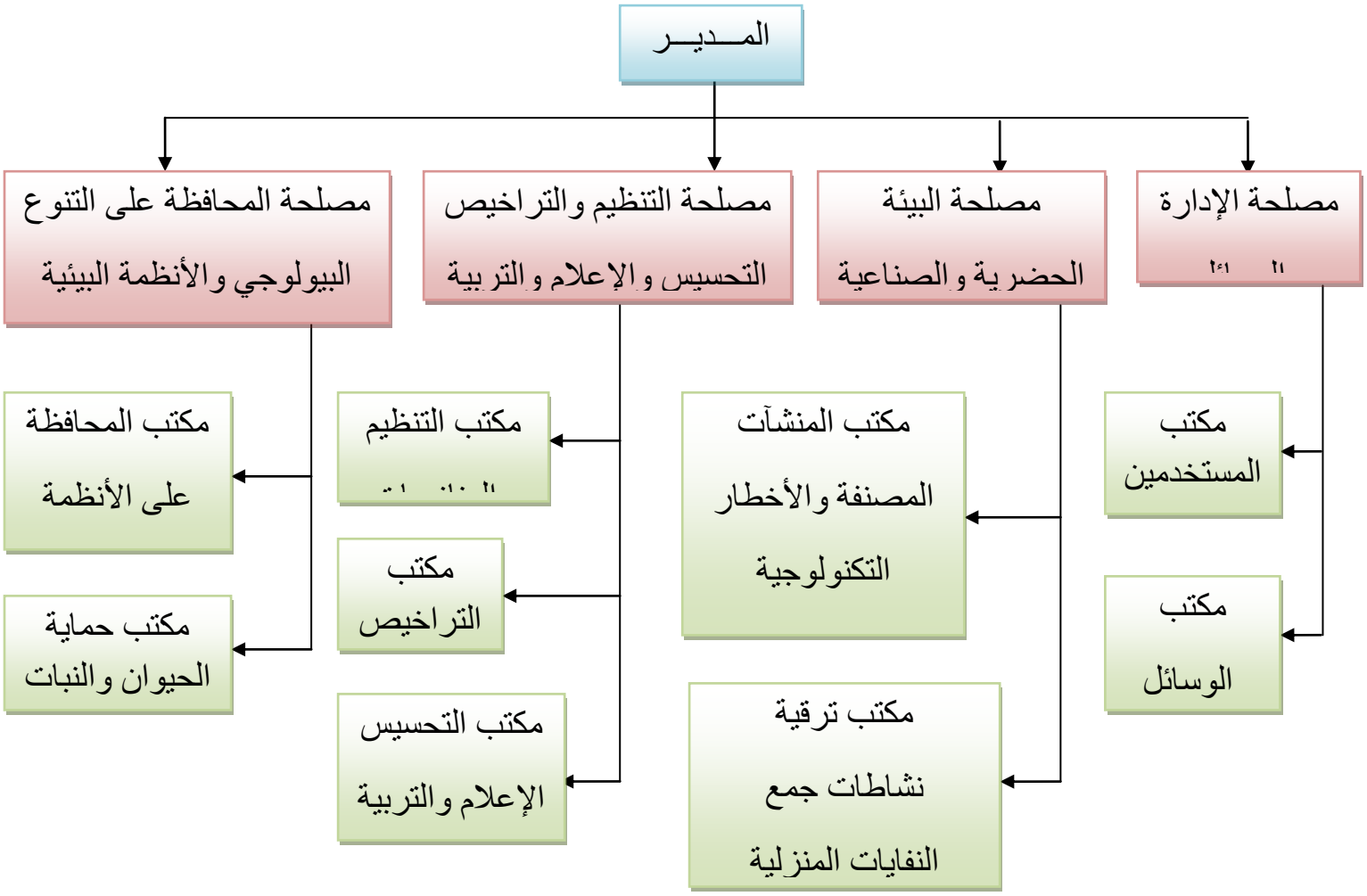
1- بوخاري طاهر مفتش رئيس بالمديرية البيئة لولاية المدية مقابلة يوم الإثنين على ساعة 11 صبحا مقر المديرية بالمديةيوم 22جوان 2020.

تتخذ بالاتصال مع المصالح الخارجية الأخرى ، التدابير الرامية إلى الوقاية من كل أشكال تدهور البيئة ومكافحته ولاسيما التلوث والأضرار والتصحر وانجراف التربة والحفاظ على التنوع البيولوجي وتنميته وكذا الثروات الصيادية وترقية المساحات الخضراء والنشاط البستاني .

- تتخذ التدابير الرامية إلى تحسين إطار الحياة وجودتها
- المشاركة في كل عمل يرتبط بمكافحة التغيرات المناخية لاسيما الملائمة والتقليص بالاتصال مع المصالح المعنية .
- ترقية أعمال الإعلام والتربية والتوعية في مجال البيئة والطاقات المتجددة .
- المساهمة بالتنسيق مع المصالح المعنية في تنفيذ برنامج ومخطط تسيير النفايات الخاصة والنفايات المنزلية وما شابهها والنفايات الضخمة والهامدة ، وفي تطوير وترقية الاقتصاد ألتدويري لاسيما نشاطات الفرز والاسترجاع وتثمين النفايات .
- المساهمة في كل عمل يرتبط بتنمية الاقتصاد الأخضر على المستوى المحلي . 1

1-الجريدة الرسمية الجزائرية العدد30 ص17.

المطلب الثاني :الهيكل التنظيمي لمديرية البيئة بولاية المدية



المطلب الثالث : إسهامات موقع فيسبوك في تحقيق الأهداف الاتصالية لمديرية البيئة لولاية:

تعتبر وسائل الاتصال الاجتماعي من أنجع الوسائل في نشر الوعي البيئي، حيث تلعب دورا كبيرا وهاما لأنها وسيلة التواصل الجديدة وأكثر استخداما و انتشارا ذلك لسهولة استخدامها وأكثر شهرة وجذبا للجماهير حيث أن المديرية البيئة لولاية المدية تنشط عبر الموقع الفيسبوك، من أجل نشر الوعي البيئي عن طريق توفير المعلومات والأخبار البيئية بالإضافة إلى توفير ،المعلومات والأخبار البيئية بالإضافة إلى الدعوة إلى مشاركة والمساهمة في حملات التطوعية والتحسيسيةحملات النظافة وتزين المحيط وحماية البيئة والمحافظة عليها ،حيث تقوم فيبعض الأحيان بإدراج مختلف الصور والفيديوهات والمقالات والمعلومات البيئية، من أجل لفت انتباه المستخدمين وبلورة الوعي البيئي لدى الأفراد[1].

1- مقابلة مع مدير مديرية البيئة رفعي مصطفى بمقر المديرية الساعة 11 صباحا 22 جوان 2020.

خلاصة الفصل:

من خلال ما جاء في هذا الفصل و أيضا المقابلات التي أجريت بمدير مديرية البيئة لولاية المدية تم توضيح الدور الذي يلعبه، موقع الفيس بوك في نشر الوعي البيئي بناء على استراتيجيات وخطط متبعة من قبل المديرية في إيصال المعلومات الاليكترونية بحلتها الجديدة على صفحة الفيسبوك الخاصة بها.

ومن هنا جاء الفصل لتوضيح أهم، إسهامات الفيس بوك كأحد تطبيقات الإعلام الجديد في مديرية البيئة لولاية المدية في تحقيق أهدافها، للموقع وبعض خدماته في المؤسسة خاصة فيما يخص تحقيق برامجها الرئيسية و المتمثلة في توعية المواطنين عن طريق استغلال الخصائص الاتصالية للفايسبوك وكل هذا يعكس الأهمية التي يكتسيها الفايسبوك كوجه من الإعلام البيئي بالمقارنة بالوسائل الاتصالية الأخرى و أهميته في المؤسسات البيئية في نقل المعلومات البيئية والنشطات و أيضا المشاكل و الكوارث التي تحصل بفعل الإنسان او الطبيعة في حق البيئية و كيفية التعامل معها، ويكون كل ذلك بطريقة سريعة و سهلة وتفاعلية أيضا.

الإطـار الـتطبيقي

استخدام مديرية البيئية لولاية المدية موقع الفايسبوك في عرض إستراتيجياتها الاتصالية.

تمهيد

أولا: إسهامات وسائل الاتصال بمديرية البيئية لولاية المدية فينشر الوعي البيئي.

ثانيا: الخصائص العامة للصفحة الرسمية لمديرية البيئية لولاية المدية.

ثالثا: الاتصال البيئي عبر صفحة الفايسبوك لمديرية البيئية لولاية المدية.

رابعا: استنتاجات الدراسة.

خاتمة

تمهيد:

إن موقع الفيس بوك كأهم موقع في مواقع التواصل الاجتماعي وأهم ما أفرزته تكنولوجيا الاتصال في الوقت الراهن ، يعد كوسيلة اتصال حديثة ومهمة، إذ استطاع بخصائصه المتعددة أن يغير مصير العديد من المؤسسات، للأحسن بتسهيل التواصل بجمهورها .

فمديرية البيئة لولاية المدية، تعد من الهيئات التي استغلت تلك الخصائص في عرض استراتيجيه اتصال، تمكنها في التأثير في سلوك الجمهور، للمحافظة علي البيئة عن طريق توعيته، و إقناعه بضرورة التحلي بروح المسؤولية تجاه المحيط الذي نعيش فيه وعن طريق إتباع إستراتيجية اتصال عبر صفحتها في الفيس بوك، تعتمد علي الاتصال الأحادي والثنائي و أسلوب الترهيب والترغيب ولإرشاد والتحذير باستغلال مفرزات التكنولوجيا من فيديوهات وصور ورسومات للإقناع أكثر وإيصال الرسالة فيما يخص، نشر الوعي البيئي.

وفي هذا الفصل سيتم التطرق إلي أهم إستراتيجيات الاتصال التي تستخدمها مديرية البيئة لولاية المدية عبر صفحتها في الفيس بوك، باستخدام أدوات جمع البيانات الملاحظة و المقابلة وأيضا تحليل مضمون الصفحة بتحليل محتواها وبياناتها للوصول إلي نتائج، تمكننا من التعرف علي استراتيجيات الاتصال و كيف استخدمت لنشر الوعي البيئي.

أولا: إسهامات وسائل الاتصال بمديرية البيئة لولاية المدية في نشر الوعي البيئي.

لقد أسفرت المقابلات المختلفة مع القائمين علي صفحة الفيس بوك لمديرية البيئة لولاية المدية، من جهة ومع المتعاملين مع مديرية البيئة كالهيئات العمومية والمؤسسات التي يرتبط عملها الأساسي بشكل مباشر بالمديرية علي غرار المؤسسة الوطنية للردم التقني للنفايات، من جهة أخرى علي العديد من المعلومات المختلفة حول الدور الذي تلعبه وسائل الاتصال في التواصل مع الجمهور وأيضا مع تلك المؤسسات.

- **اتصال مديرية البيئة بالجمهور عن طريق الخراجات الميدانية للتوعية:**

تقوم مديرية البيئة بحسب ما تفضل به السيد **الطاهر بوخاري** مفتش رئيسي بالمديرية، بتنظيم خرجات للمؤسسات التربوية، بمختلف الأطوار من اجل التوعية البيئية، لترسخ ذلك في أذهان التلاميذ منذ الصغر.

بالإضافة إلي الخرجات التي تصاحب بعض المتعاونين الاجتماعيين كالكشافة الإسلامية، والجمعيات والهيئات الحكومية، التي يرتبط عملها بنشاطات مديرية البيئة ويكون ذلك عن طريق تظاهرات مختلفة كحملات النظافة التي تشرف عليها بعض الجمعيات في الأحياء و أيضا تنظيم بعض المنافسات التي بوسعها الإسهام في النظافة و اكتساب سلوك جديد مفاده المحافظة علي المحيط ،عن طريق توزيع هدايا رمزية و كل هذا بالمشاركة مع مديرية البيئة لولاية المدية.

- **اتصال مديرية البيئة بالجمهور عن طريق الإعلام الجواري:**

لقد خطي الإعلام الجواري خطوات هامة في نقل انشغالات وتصوير مشاكل ومعانات المواطنين المختلفة عبر كل ولاية وهذا ما جعل ، مديرية البيئة لولاية المدية تستغل ذلك في تحقيق أهدافها فكانت ترافق تلك النشاطات التي تقوم بها و كحملات النظافة عبر الأحياء مع المؤسسات والجمعيات بمقابلات تذيعها عبر أثير إذاعة المدية، سواء تكون هذه الأخيرة طرف في تنظيم لتك الحملات، أو تكون وسيلة إعلام و إشهار و تذكير للجمهور بتلك التظاهرات عبر الهواء، كما تعمل علي استضافة العناصر الفاعلة من مديرية البيئية والأطراف المشاركة في تلك العمليات الخاصة بالنظافة والتوعية البيئية لإثراء العمل التطوعي و تبيان قيمته وتشجيع شرائح المجتمع خاصة الشباب منه في المشاركة دون قيد .

- **أهمية صفحة الفيس بوك لمديرية البيئة لولاية المديرية في بناء إستراتيجياتها الاتصالية:**

من خلال المقبلات التي أجريت مع القائمين علي صفحة الفيس بوك لمديرية البيئة لولاية المدية و المتعاملين مع الصفحة ، تبين أهمية الفيس بوك و سرعته في نقل المعلومات و الاتصال بالجمهور والتنسيق أيضا مع المتعاملين مع مديرية البيئة خاصة فيما يتعلق بالتعليمات والقرارات الخاصة بنشر لوعي البيئي، وتبيان أهميته من خلال تنفيذ إستراتيجيات اتصالية اعتمدت جلها علي استخدام الصور والفيديوهات المصورة، فقد ساعد استخدام الفيس بوك في تقليص الجهد والوقت وأيضا التكلفة من أجل إيصال الرسالة في جو تفاعلي.

ثانيا: الخصائص العامة للصفحة الرسمية لمديرية البيئة لولاية المدية.

سوف يتم التعرض من خلال هذا العنوان إلي أهم سمات ، الصفحة الرسمية لمديرية البيئة لولاية المدية بالتطرق ، إلي أشكال النشر المستخدمة في الصفحة واللغة الأكثر استعمالا بالإضافة إلي أهم أساليب التوعية التي استخدمت في الصفحة لنشر الوعي البيئي ، سوف يتم تناولها بالتحليل والتفسير علي ضوء الملاحظة المستمرة التي دامت شهرين لمنشورات الصفحة.

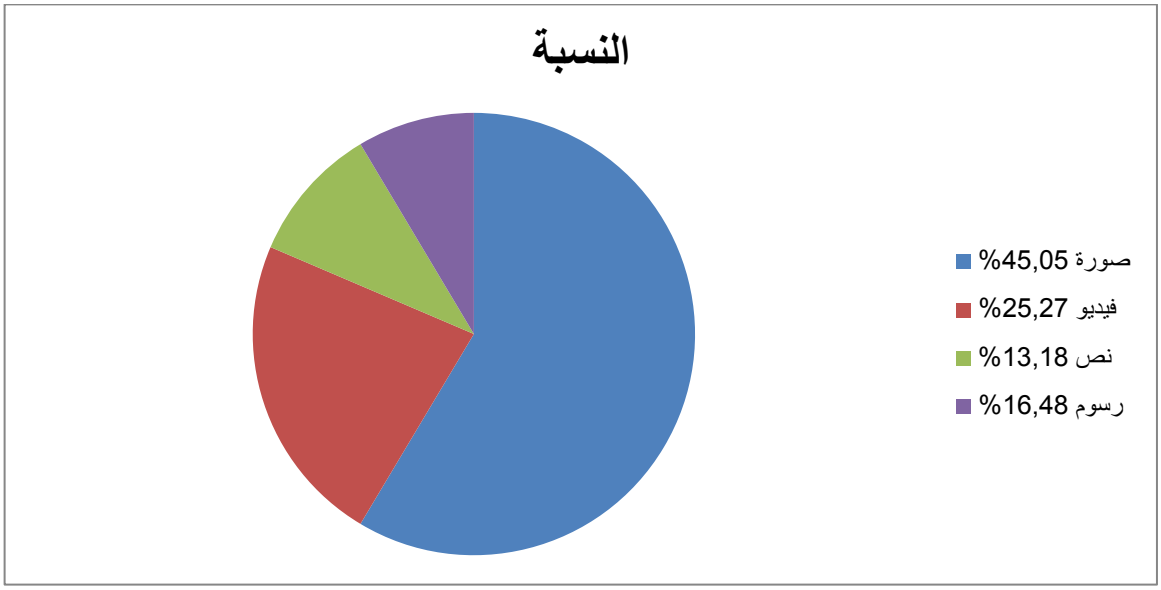
- **التعريف بالصفحة الرسمية لمديرية البيئة لولاية المدية:**

هي عبارة موقع رسمي علي شبكة التواصل الاجتماعي(الفيس بوك) لمديرية البيئة لولاية المدية تتضمن العديد من المواضيع الخاصة بنشاطات المديرية و أخبارها ومختلف حملات التوعية و التظاهرات التي تصب في حماية البيئة وضرورة المحافظة عليها وأيضا تحتوي علي الأبحاث العلمية و الدراسات المتعلقة بالبيئة والمتابعة اليومية للنشاطات الخاصة بنظافة المحيط و التي تجري عبر الولاية بهدف نقل انشغالات المواطنين عبر الولاية فيما يخص نظافة المحيط، والمشاكل البيئية، وأيضا للتواصل مع الشركاء الاجتماعيين والجمهور و نقل أخبار المديرية .1

1 – مقابلة مع المسؤول عن الصفحة الرسمية لمديرية البيئة لولاية المدية ,السيد : **الطاهر بوخاري** بتاريخ 2020/06/22علي الساعة11 صباحا

الجدول رقم (01) : فئة أشكال نشر المواضيع في صفحة مديرية البيئة لولاية المدية:

	التكرار	النسبة	المرتبة
صورة	41	%45.05	01
فيديو	23	%25.27	02
نص	12	%13.18	03
رسوم	15	%16.48	04
المجموع	91	%100	



يشير الجدول إلي أن الصورة هي أكثر استخداما في صفحة الفيس بوك لمديرية البيئة لولاية المدية بتكرار 41 و بنسبة 45.05%، ثم يأتي الفيديو، بتكرار 23 وبنسبة 25.72 % ثم يتبعها النص بتكرار 15 وبنسبة 16.48%، ثم تترتب الرسوم بأقل تكرار وبنسبة16.48%.

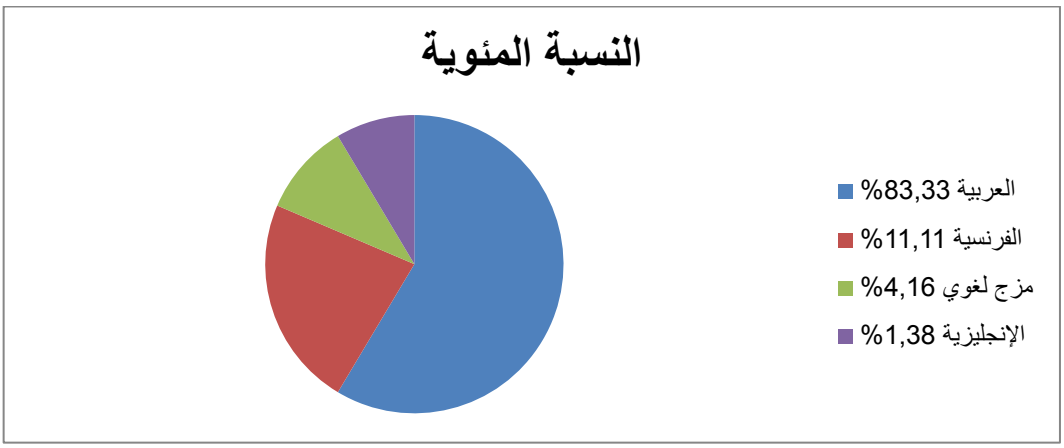
تصدرت الصورة شكل مناشير الصفحة، لكون الصورة من بين الوسائل التعبيرية المهمة و المناسبة أكثر لتعبر عن جمال الطبيعة الذي له علاقة مباشرة بالبيئة، و نظافتها، فالصورة الوسيلة الأنسب للتعبير عن الجهود المبذولة في سبيل المحافظة علي المحيط وأيضا تنقل صورة المحيط في حالة تدهوره

بالنفايات، فصورة تقنع أكثر من النص، وتسمح للمشاهد بالتعبير الشخصي عنها في ذهنه دون اللجوء إلي اختيار العبارات والكلمات المناسبة لذلك، فالفكرة تكون أصدق و أوضح و دون تكلفة.

جاءت فئة الفيديو في المرتبة الثانية بعد فئة الصورة، إذ يعد الفيديو من الوسائل الحديثة والذي عرف رواجا كبيرا في أوساط الشباب خاصة، فيجمع الصورة والصوت معا وينقل الوقائع متسلسلة ، فمقاطع الفيديو أصبحت، من الوسائل الاتصالية الأكثر استخداما لنقل الأحداث والأخبار، إلا أن استخدام الصورة كان بنسبة أعلي و يرجع ذلك ربما إلي تكلفة الفيديو بالمقارنة بالصورة، وأيضا الزمن اللازم لعرضه، بالمقارنة بالصورة، و اقتصرت النصوص علي بعض العبارات المستخدمة لنقل الأخبار الخاصة بنشطات مديرية البيئة وتحركاتها و كانت في الغالب مصحوبة بالصور وفي بعض الحيان بالفيديوهات والرسومات جاءت في المرتبة الخيرة لاستغلالها في بعض الشروح والبيانات الإحصائية والرسوم الكاريكاتورية و التي لها علاقة بالتوعية، و الإرشاد، و التحذير أيضا و هذا ما جعلها تتصدر المرتبة الأخيرة و الشكل رقم 01 يمثل النسب المئوية لشكل المناشير في الصفحة الرسمية لمديرية البيئة لولاية المدية.

الجدول رقم (02) : فئة اللغة المستخدمة في صفحة مديرية البيئة لولاية المدية

الفئة وعناصرها	التكرار	النسبة	المرتبة
العربية	60	%83.33	01
الفرنسية	8	%11.11	02
مزج لغوي	3	%4.16	03
الإنجليزية	1	%1.38	04
المجموع	72	%100	

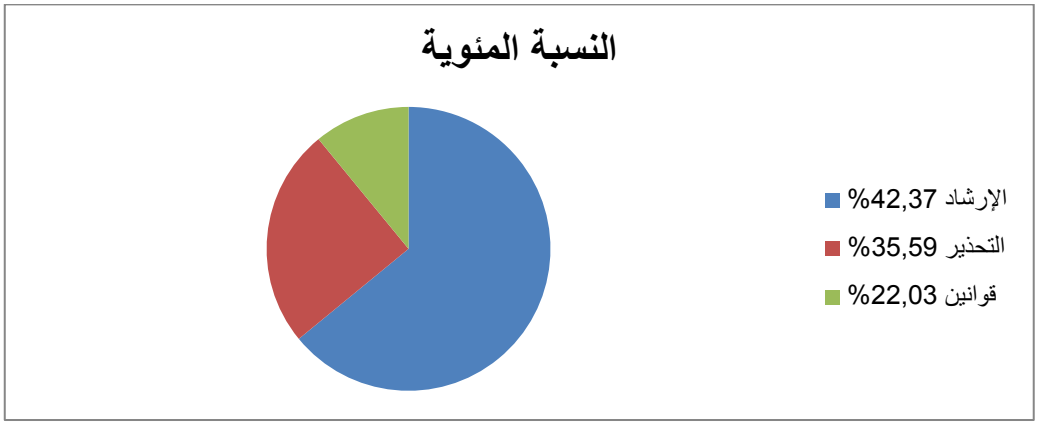


من خلال قراءة الجدول يتبن لنا سيادة اللغة العربية في عرض منشورات صفحة مديرية البيئة لولاية المدية بتكرار 60 وبنسبة 83.33%، و تليها اللغة الفرنسية بتكرار 08 وبنسبة 11.11% وبعدها المزيج اللغوي بتكرار 3 وبنسبة 4.16%، ثم تأتي اللغة الإنجليزية في المرتبة الأخيرة، بتكرار 1 وبنسبة 1.38% والشكل: (01) يبين النسب المئوية للفئات الفرعية لفئة اللغة المستخدمة التي اعتمدت عليها صفحة مديرية البيئة لولاية المدية .

فمعظم المناشير في صفحة مديرية البيئة لولاية المدية جاءت باللغة العربية ، لأنها الأنسب للحوار والتفاهم مع مختلف فئات المجتمع وليتسنى، للجمهور فهم وستعاب كل ما يقدم من طرف الصفحة ويكون في متناولهم، لأن الصفحة موجهة لكافة المواطنين والطبقات الاجتماعية سواء المثقفة أو البسيطة، فالمحافظة علي البيئة مسؤولية الجميع دون استثناء، وهذا ما جعل اللغة الفرنسية تظهر في مناشير قليلة تلك المتعلقة بالمصطلحات الطبية في بعض المواضيع الثقافية أو ما شابه ذلك أو في بعض الشروح، و اللغة الإنجليزية والتي تعد اللغة الثالثة بعد اللغة العربية و الفرنسية ، ظهرت في بعض الصور والملصقات التي تدعوا للمحافظة علي البيئة و في بعض المنشورات الخاصة بالتوعية فقط، وهذا يرجع لقلة تداولها في الجزائر و الشكل رقم 02 يمثل النسب المئوية لنوع اللغة المستخدمة في الصفحة الرسمية لمديرية البيئة لولاية المدية.

الجدول رقم (03) : فئة أساليب التوعية في صفحة مديرية البيئة لولاية المدية.

الفئة وعناصرها	التكرار	النسبة	المرتبة
الإرشاد	25	%42.37	01
التحذير	21	%35.59	02
قوانين	13	%22.03	03
المجموع	59	%100	



تشير معطيات الجدول إلي أن المعلومات الإرشادية جاءت في المرتبة الأولي بتكرار25 وبنسبة 42.37%، فيما جاءت المعلومات التحذيرية في المرتبة الثانية بتكرار21 وبنسبة 35.59%، ثم جاءت فئة القوانين في المرتبة الثالثة بتكرار 13 وبنسبة 22.03%، والشكل رقم: (03) يبين النسب المئوية للفئات الفرعية لأساليب التوعية.

جاءت فئة المعلومات الإرشادية في المرتبة الأولي، فالقائمين علي الصفحة فضلوا أسلوب الترغيب أولا بإعطاء معلومات، و حقائق تجعل المتلقي يعيد حساباته فيما يتعلق بنظافة المحيط و إعطاء أفكار لرمي النفايات والتخلص منها مثلا التشجيع علي التشجير وحملات النظافة وإدراج المسابقات التي تحث علي نظافة و تزيين الأحياء، بالمشاركة مع هيئات متعددة وجمعيات، تصب اهتماماتها كلها في نشر الوعي البيئي، ثم تصدرت المعلومات التحذيرية في المرتبة الثانية، وهذا ما يمثل في معناه العام أسلوب الترهيب، ليبين للمتلقي خطر الاستهتار بنظافة المحيط وعدم الاكتراث للإرشادات والنصائح التي تقدم من طرف مختلف وسائل لإعلام، للحد من مخاطر التلوث البيئي الذي ينجر منه العديد من الكوارث التي بوسعها، تهديد صحة الإنسان والحيوان معا، ثم جاءت فئة القوانين و تمثل القوانين التي سنها المشرع الجزائري في حق هؤلاء الذين لا يكترثون بالبيئة وتعتبر تلك القوانين، و التعليمات بمثابة قوة ردع لهم، وأيضا سن بعض التعليمات التي تسعي من خلالها للتحذير والتوجيه و الشكل رقم 03 يمثل النسب المئوية لأساليب التوعية في الصفحة الرسمية لمديرية البيئة لولاية المدية.

ثالثا: الاتصال البيئي عبر الصفحة الرسمية لمديرية البيئة لولاية المدية.

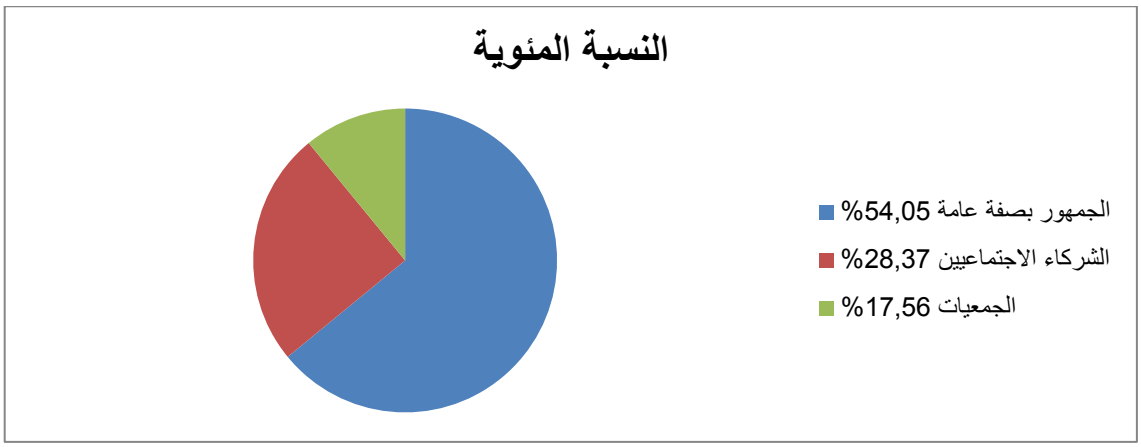
سوف يتم التعرض من خلال هذا العنوان إلي أهم سمات ، الصفحة الرسمية لمديرية البيئة لولاية المدية بالتطرق ، إلي أشكال النشر المستخدمة في الصفحة واللغة الأكثر استعمالا بالإضافة إلي أهم أساليب التوعية التي استخدمت في الصفحة لنشر الوعي البيئي ، سوف يتم تناولها بالتحليل والتفسير علي ضوء الملاحظة المستمرة التي دامت شهرين لمنشورات الصفحة.

يعد الاتصال البيئي من أهم الوسائل التي ساهمت ومازالت تساهم بشكل مباشر في نشر الوعي البيئي و أصبح أكثر فعالية بارتباطه بوسائل الاتصال الحديثة فمديرية البيئة لولاية المدية استطاعت إعداد إستراتيجيات اتصالية خاصة عبر صفحة الفيس بوك الخاصة بها لترسيخ الوعي البيئي لدي الجمهور.

ومن خلال متابعتها، سوف يتم التعرف علي تلك الإستراتيجيات من هذا بعرض ثلاث فئات فئة الجمهور المستهدف و فئة المواضيع التي تطرقت لها الصفحة وفئة مصدر المعلومات.

الجدول رقم (04) : جدول يبين فئة الجمهور المستهدف في صفحة مديرية البيئة لولاية المدية

الفئة وعناصرها	التكرار	النسبة	المرتبة
الجمهور بصفة عامة	40	%54.05	01
الشركاء الاجتماعيين	21	%28.37	02
الجمعيات	13	%17.56	03
المجموع	74	%100	



من خلا ل قراءة الجدول أعلاه ، يتبين لنا تصدر فئة الجمهور العام، باقي الفئات بنسبة54.05% و بتكرار40 ثم تأتي فئة الشركاء الاجتماعيين بتكرار 21 وبنسبة 28.37% ثم تليها فئة الجمعيات بتكرار13و بنسبة 17.56%.

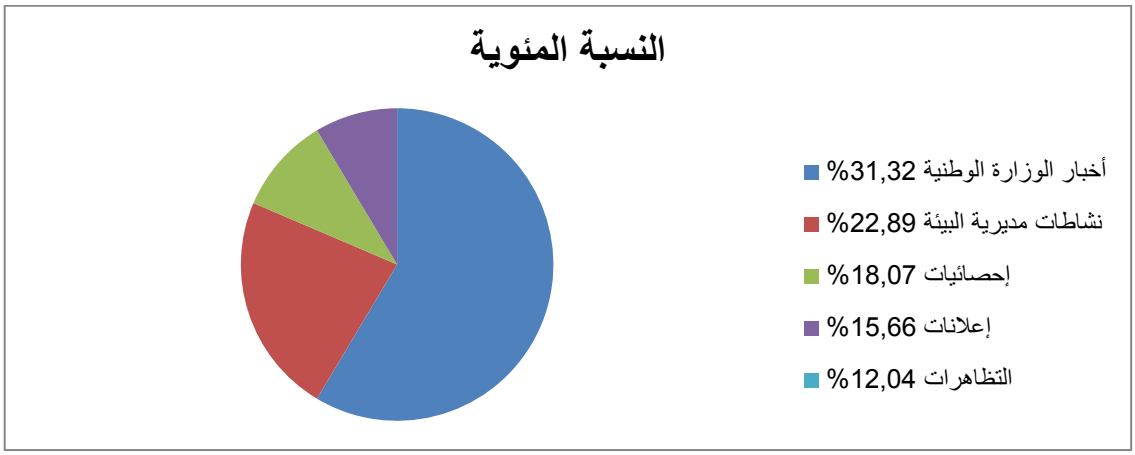
ويفسر هذا بأن القائمين علي صفحة الفيس بوك لمديرية البيئة، يركزون من خلال مناشيرهم علي الجمهور بصفة عامة، فالكل معني بنظافة المحيط، والمحافظة علي البيئة فبلغت نسبة فئة الجمهور العام 54.05 %، مقارنة بالشركاء الاجتماعيين والتي تنحصر علاقتهم بمديرية البيئية في مجال العمل وطبيعته فهناك مؤسسات نشاطها مرتبط بمديرية البيئة، كالمؤسسات الاقتصادية والإنتاجية فيكون التعامل معها أحيانا عبر صفحة الفيس بوك كمؤسسة ردم النفايات وغيرها، فهناك علاقات وطيدة تجمعهم سواء ما تعلق بردم النفايات أو المشاركة في التظاهرات في المناسبات التي تخص البيئة كاليوم العالمي للبيئة 1و و هذه الأخير أيضا معنية بنظافة البيئة فيما يخص مخلفاتها الصناعية وكيفية التخلص

1 – – مقابلة مع المسؤول عن الصفحة الرسمية لمديرية البيئة لولاية المدية ,السيد : **الطاهر بوخاري** بتاريخ 2020/06/22علي الساعة11 صباحا

منها أما بالنسبة للجمعيات ، فيكون من خلال المشاركة في النشاطات والتظاهرات والحملات الإعلانية الخاصة بالبيئة، فالمحافظة علي البيئة هي مسؤولية كل المجتمع سواء جمعيات أو مؤسسات أو مواطنين و الشكل رقم 04 يمثل النسب المئوية للجمهور المستهدف في الصفحة الرسمية لمديرية البيئة لولاية المدية.

.الجدول رقم (05) : جدول يبين فئة المواضيع في صفحة مديرية البيئة لولاية المدية:

الفئة وعناصرها	التكرار	النسبة	المرتبة
أخبار الوزارة الوصية	26	%31.32	01
نشاطات مديرية البيئة	19	%22.89	02
إحصائيات	15	%18.07	03
إعلانات	13	%15.66	04
التظاهرات لخاصة بالبيئة	10	%12.04	05
المجموع	83	%100	



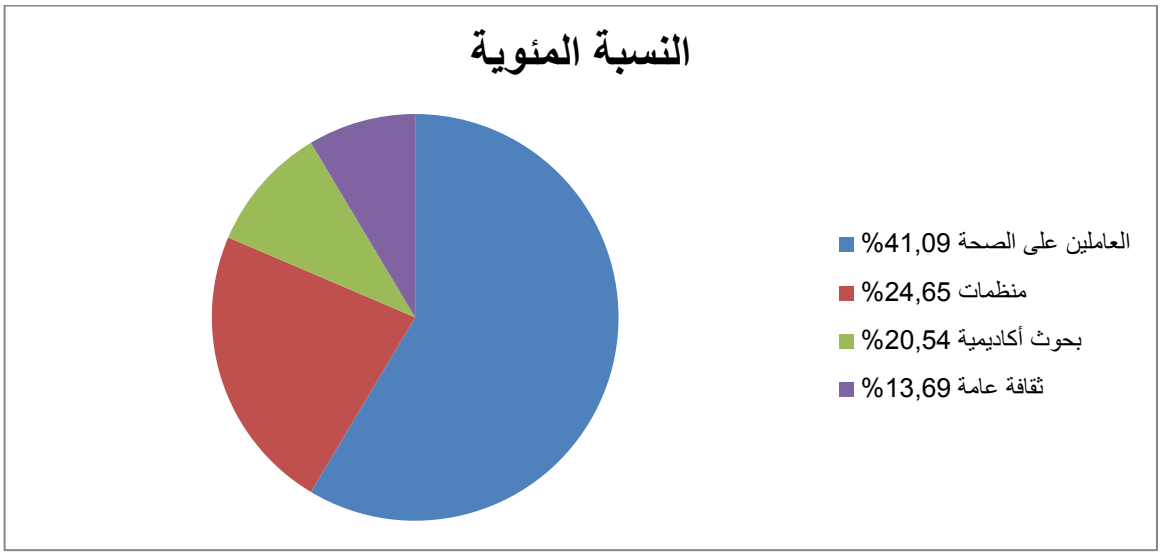
يوضح الجدول أعلاه، مختلف المواضيع التي يتم نشرها من الصفحة الرسمية لمديرية البيئة لولاية المدية، وقد تصدرت فئة أخبار وزارة البيئة قائمة المواضيع المثارة في الصفحة بتكرار 26 و بنسبة 31.32% ثم تلتها المواضيع الخاصة بنشاطات مديرية البيئة بتكرار19 وبنسبة 21.89%و بعدها فئة

الإحصائيات بتكرار15 و بنسبة 18.07%، ثم تأتي فئة الإعلانات بتكرار13 و بنسبة 15.66%، ثم تأتي فئة التظاهرات الخاصة بالبيئة في المرتبة الأخير ة بنسبة، 12.04% و بتكرار 10.

ويفسر تصدر فئة أخبار الوزارة الوصية بنسبة 31.32% قائمة الفئات الي الأهمية التي تمثلها هذه الأخيرة في اتخاذ القرارات المهمة المتعلقة بالبيئة علي مستوي مديرية البيئة لولاية المدية كوحدة من الوحدات التابعة لها ففي كل ولاية توجد مديرية للبيئة ، تسهر وتتابع و تعمل علي المحافظة علي البيئة وترسخ الوعي البيئي لدي مواطني الولاية كما تقوم بعدة نشاطات مشتركة تنبثق من الوزارة الوصية نفسها فتحركات هذه الأخيرة، مرتبط مباشرة بالتأطير الإداري في مديريات البيئة علي مستوي الوطن ويتم عن طريق الوزارة الوصية وهذا ما يفسر المتابعة المستمرة لمديرية البيئة لولاية المدية لتحركات هذه الأخيرة عبر صفحتها بالفيس بوك، و ترتيبها المتقدم في مواضيع الصفحة، ثم تأتي فئة النشاطات المتعلقة بمديرية البيئة في المرتبة الثانية وهذا طبيعي قصد التعريف بالمجهودات المبذولة في سبيل نشر الوعي البيئي والمحافظة علي البيئة، وأيضا الدعوي المستمرة من خلال ذلك بالتحلي بالمسؤولية و التربية البيئية سواء علي مستوي المدارس لتجسيد ذلك، وفئة الإحصائيات والإعلانات جاءت بالمرتبة الثالثة والرابعة ، والتي اعتمدت عليها الصفحة كوسيلة للإقناع، فالأرقام تعتبر أهم أداة للتأثير، وجاءت في الأخير فئة التظاهرات الخاصة بالبيئة، والتي تتعلق بمختلف النشاطات التي تقوم بها مديرية البيئة تارة لوحدها والتي تأتي في شكل مقالات علمية لموضوع يخص البيئة، أو تلك المبادرات التي تكون بالمشاركة مع الجمعيات أو المؤسسات، والتي تكون في معظمها حملات النظافة نظافة بالأحياء، أو تنظيم منافسات والخرجات والاحتفال بمعظم الأعياد والمناسبات الخاصة بالبيئة وتكون غالبا في نهاية الأسبوع تزامنا مع العطلة الأسبوعية و هذا ما يفسر قلتها في الصفحة و **الشكل رقم 05** يمثل النسب المئوية لأهم المواضيع التي نشرت في الصفحة الرسمية لمديرية البيئة لولاية المدية.

الجدول رقم (06) : جدول يبين فئة مصادر المعلومات بصفحة مديرية البيئة لولاية المدية:

الفئة وعناصرها	التكرار	النسبة	المرتبة
العاملين علي الصفحة	30	%41.09	01
منظمات	18	%24.65	02
بحوث أكاديمية	15	%20.54	03
ثقافة عامة	10	%13.69	04
المجموع	73	%100	



يتبين لنا من خلال قراءة الجدول أن النسب متفاوتة في الفئات، ومصدر المعلومات الخاص بفئة العاملين علي الصفحة في المرتبة الأولي بتكرار 30 وبنسبة 41.09%، وفي المرتبة الثانية فئة المنظمات بتكرار 18 وبنسبة 24.65%، وتليها فئة البحوث الأكاديمية بتكرار 15 وبنسبة 20.54%، وفي المرتبة الأخير ة، فئة المصدر الخاصة بالثقافة العامة بتكرار 10 وبنسبة 13.69% فبالرغم من التفاوت النسبي بين الفئات إلا أن فئة المصدر الخاصة بالقائمين علي الصفحة جاء في المرتبة الأولي مقارنة بالفئات الأخرى بنسبة41.09%، كون القائمين علي الصفحة مهمتهم الأولي إدارة الصفحة ونشر المواضيع، التي تخدم أهداف المديرية واستغلال الانتشار الواسع لموقع الفيس بوك، كوسيلة اتصال حديثة وهذا ما أكدته دراسة "الإعلام الجديد و نشر الوعي" البيئي في نتائجها في أهمية الفيس بوك في نشر المعلومات والأخبار، وكيفية استغلاله كوسيلة فعالة لنشر الوعي البيئي،

نظرا للشعبية التي يمتلكها و الانتشار الواسع الذي يحض به، ثم جاء مصدر المنظمات في المرتبة الثانية، باعتبارها منظمات متابعة لحركة البيئة عبر العالم و كل ما يستجد في هذا المجال، كالتغيرات الحاصلة في طبقة الأوزون و التدابير و الاحتياطات الواجب اتخاذها للمحافظة علي البيئة فمهمة تلك المنظمات تلعب دورا مهما في نقل كل التغييرات البيئية الحاصلة في العالم، وأيضا تنقل الأخطار والأمراض الناجمة عن التدهور البيئي وكل ما يتعلق بالفعل الإنساني الذي يضر المحيط وهذا ما جعلها مصدرا مهما للمعلومات في صفحة مديرية البيئة لولاية المدية ، وتليها فئة البحوث الأكاديمية و التي تمثل مقالات علمية تنشرها الصفحة حول البيئة وكل ما يتعلق بها، تحمل معلومات قيمة نتيجة لأبحاث و دراسات معمقة في مجال البيئة يستفيد منها الجمهور ويطور ثقافته البيئية من خلالها، ثم تأتي فئة الثقافة العامة كمصدر للمعلومات، فلطالما كانت الثقافة العامة مصدرا مهما للمعلومات يمس كل النواحي في الحياة، ويعد مهما جدا في المجال البيئي و الشكل رقم 06 يمثل النسب المئوية لمصادر معلومات الصفحة الرسمية لمديرية البيئة لولاية المدية.

رابعا :استنتاجات الدراسة:

1- لقد خلصت الدراسة إلي أن صفحة مديرية البيئة لولاية المدية، تعتمد علي الصورة كأداة، للنشر أكثر من الوسائل الأخرى، ذلك لأن الصورة تعبر بشكل مباشر علي الطبيعة التي تعكس مظهر البيئة أي السرعة في أخذ الانطباع الأول، فالصورة أكثر قوة في التأثير وأبلغ من الكلمات و العبارات والكتابة فلا تحتاج للمستوي التعليمي والثقافي موجهة لكل الناس و لا تحتاج أيضا إلي جهد ولا حتى تكلفة في النشر بالمقارنة بالفيديوهات و وسائل أخري .

2- أظهرت الدراسة أن اللغة العربية هي اللغة الأولي للتعبير عن منشورات صفحة الفيس بوك لمديرية البيئة لولاية المدية ، نظرا لسهولة تداولها، من طرف الجمهور، وباعتبار الصفحة موجهة لجميع الناس، باختلاف مستواهم الثقافي، و المحافظة علي البيئة والمساهمة في ذلك مسؤولية الجميع دون استثناء فلغة الاتصال يجب ان تكون موحدة ومفهومة بين طرفي الاتصال لضمان نجاح العملية الاتصالية.

3- ركز القائمون علي الصفحة الرسمية لمديرية البيئة، علي التوعية عن طريق الإرشاد بنسبة 42.37%، عن طريق التوجيه بتقديم معلومات مختلفة تخص التربية البيئية ، بإتباع أسلوب الترغيب في جمال الطبيعة عن طريق المحافظة عليها، بالدعوة إلي تحسين السلوك الفردي بتطوير الوعي البيئي لديه ، وأسلوب التحذير عن طريق الترهيب بالتحذير من التدهور البيئي، وما ينجم عنه من كوارث تضر الإنسان والطبيعية علي سبيل الوقاية خير من العلاج.

4- كشفت الدراسة علي اهتمام صفحة مديرية البيئة لولاية المدية بالمواضيع التي تخص وزارة

البيئة والتهيئة العمرانية، باعتبار مديرية البيئة لولاية المدية تابعة لها وتعد امتداد لها لتنفيذ قراراتها والسهر علي تجسيد أهدافها عبر تراب الولاية، فيما يخص المحافظة علي البيئة .

5-يمثلالجمهوربصفةعامةالجمهورالمستهدفبالنسبةللصفحةالرسميةلمديريةالبيئةلولاية

المدية بنسبة 54.05 %، وهذا ما تهدف لبلوغه الصفحة ، فالجمهور له علاقة مباشرة بالبيئة لأنه يعيش فيها ويعد العامل الرئيسي للمحافظة عليها أو الإساءة إليها، لذلك تعمل الصفحة دائما علي التأثير في سلوكه لتطور فيه حس المسؤولية تجاه البيئة عن طريق ما تنشره في صفحتها.

تعتمد الصفحة الرسمية لمديرية البيئة لولاية المدية علي مصادرها الخاصة في استقاء المعلومات الموجودة بالصفحة بشكل كبير، فالمواضيع المطروحة في الصفحة كلها تعبر عن المجهودات المبذولة لمديرية البيئة لولاية المدية في سبيل نشر الوعي البيئي .

6- كشفت الدراسة الحالية علي أن مديرية البيئة تستخدم وسائل اتصالية متعددة أهمها موقع الفيس بوك للاتصال بجمهورها، وتتمثل تلك الوسائل في الإذاعة عن طريق المشاركة في حصص التوعية الخاصة بالبيئة و أيضا الخرجات، إلي المدارس لترسيخ الوعي البيئي في أذهان الأطفال أي اتصال مباشر.

خـاتــمة

خاتـمة:

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي و علي رأسها الفيس بوك تشكل وسيلة اتصالية لا غني في نشر المعلومات عن المؤسسة و نشاطها وأهدافها، فالتطور التكنولوجي المستمر في مجال الشبكات الإلكترونية عبر الأنترنت، أدي إلي تطور استخداماتها فلم تعد تمثل مصدر للمعلومات فقط بل أصبحت توفر خدمات تفاعلية تمكنت من خلالها، مديرية البيئة لولاية المدية بناء روابط وعلاقات اتصالية، مع جمهورها الإلكتروني في إطار إستراتيجية محكمة تخضع لأهداف اتصالية مستنبطة من إستراتيجياتها الاتصالية التي تسعي من خلالها إلي نشر الوعي البيئي من خلا ل عرضها عبر صفحة الفيس بوك الخاصة بها وقد حاولت هذه الدراسة تجسيد فعالية الفيس بوك كوسيلة اتصالية حديثة في عرض إستراتيجيات الاتصال من خلال استغلال خصائص هذا الأخير لنشر الوعي البيئي و ترسيخه.

وخلصت الدراسة إلي مجموعة من النتائج نذكرها فيما يلي:

- اعتمدت صفحة الفيس بوك لمديرية البيئة لولاية المدية علي مجموعة من أساليب التوعية للتأثير علي الجمهور فركزت أكثر شيء علي أسلوب الإرشاد والتوجيه عن طريق الترغيب في المحافظة علي البيئة .

- ساهمت الإستراتيجية الاتصالية في موقع الفيس بوك لولاية المدية في تجسيد الوعي البيئي عن طريقالحواربتينيأراءالمواطنينوإشراكهمفيالقضاياالبيئية،منخلالالصفحةوأيضاالإعلاموالإقناعباستخداماتالحجالعلميةوبعرضالعديدمنالدراساتالعلميةوالبحوثوالتفاعليةعنطريقالاتصالالأحاديوالثنائيبينالمتعاملينمعمديريةالبيئةلولايةالمديةوالجمهورأيضا.

- و كنتيجة عامة للدراسة مديرية البيئة ركزت غبر صفحة الفيس بوك الخاصة بها علي إستراتيجيةالإعلاموالإخباروالتيتتمعنطريقتقديممعلوماتللجمهورلمساعدتهمفيتكوينالرأيواتخاذالقرارات،وإستراتيجيةالإقناعوالتيتسعيلإحداثالتغييرفيالاتجاهاتوالسلوكياتالخاصةبالجمهوروإستراتيجيةالحواروالتيتعتمدعلىتسهيلإشراكالجمهوروتفاعلهفيتحقيقأهدافهاالمتعلقةبالمحافظةعليالبيئةونشرالوعيالبيئي.وكلذلكيكونبالتركيز عليالصورةالبصريةوالفيديوهاتواستغلالكلالخصائصالمتعلقةبموقعالفيسبوك،وتبقيهذهالدراسةمحورامنمحاورالبحثالعلمي،فيمجالالإعلاموالاتصالفيمجالالبيئة،والذيعرفمنحيأخرفيكنفالإعلامالجديد،وكيفيةاستغلالخصائصهللحفاظعليالبيئةوتحقيقالتوازنالبيئي،لنكونهذهالورقةالبحثيةمؤسسةلبحوثعلميةأخريتعالجهذاالموضوعمنجوانبأخري.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

أ- الكتب:

1- العسكري عبد الله، **منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية**، دار النمير، ط2، دمشق حلبوني،سورية، 2002.

2- الحيزان محمد عبد الله العزيز، **البحوث الإعلامية**، مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر، ط1، الرياض، 1998.

3- الفراينة سامح، الفربان يحي ، **مدخل الي العلوم البيئية**،دار الشروق، ط1، ، عمان ، الأردن. 1999.

4- المشهداني سعد سلمان، **مناهج البحث العلمي الإعلامي**، دار الكتاب الجامعي، دولة الإمارات العربية المتحدة لبنان، 2017.

5- الضامن منذر، **أساسيات البحث العلمي**، دار المسيرة للشر و التوزيع ، ط1، عمان، الأردن، 2007.

6- الكرخي محمد، **التخطيط الإستراتيجي المبني علي نتائج**، مطبعة الريان، دار الكتب القطرية، قطر، 2014.

7- بدر أحمد، **أصول البحث العلمي و مناهجه**، وكالة المطبوعات، عبد الله حرمتي، الكويت، 2008.

8- بن أبي بكر الرازي محمد بن عبد القادر، **مختار الصحاح**، مكتبة لبنان، بيروت، 1986.

9- بن مرسلي أحمد، **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والإتصال**، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.

10-ثمار يوسف، **تحليل المحتوي للباحثين والطلبة الجامعيين**، طاكسيج كوم، ط1، الجزائر، 2007.

11-حسام الدين محمد، **المسؤولية الاجتماعية**، الدار المصرية اللبنانية، ط1، 2003.

12-حيرش عيسي، **الإدارة الإستراتيجية**، المملكة العربية السعودية، جامعة الملك فيصل، السعودية، جامعة الملك فيصل ، السعودية، 1975.

13-عبد المجيد إبراهيم، **أسس البحث العلمي**، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2000.

14-بكار عبد الكريم ،**تجديد الوعي**، دار القلم، دمشق، سوريا، 2000.

15-غسان يوسف خالد المقدادي، **ثورة الشبكات الاجتماعية**، دار النفائس للنشر والتوزيع، ، عمان، الأردن، 2011.

16-ديليو فوضيل، **اتصال المؤسسة**، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2003.

17-الصاعدي مبارك سلطان مسفر الحربي، **الشبكات الاجتماعية خطر أم فرصة**، المملكة العربية السعودية، المدينة المنورة، 2003.

18-محجوب وجيه، **أصول البحث العلمي ومناهجه**، دار المناهج للنشر والتوزيع، ط2عمان، الأردن.
19-راضي خنفر أسماء، راضي خنفر عايد، **التربية البيئية و الوعي البيئي**، دار الحامد للنشر و التوزيع، الأردن، 2017.
20-طلعت محمود منال، **مدخل الي علم الإتصال**، المعهد العالي للمؤسسة الاجتماعية، جامعة الإسكندرية، مصر 2002، 2001
21-وحيد دويدري رجاء، **البحث العلمي أساسياته النظرية وممارسته العلمية**، دار الفكر المعاصرط1 دمشق، 2000.
22-صابر محمد، **الإنسان و تلوث البيئة**، ،مكتبة ملك عبد العزيز الإدارة العامة للتوعية العلمية للنشر المملكة العربية السعودية، 2000.
23-فضيل ديلو ،**الاتصال مؤسسة علاقات عامة علاقات مع الصحافة**، دار الفجر ط1 2003
24-حجاب محمد منير، **نظريات الاتصال**، دار الفجر ط1 مصر 2010 .
25-مي عبد الله سنو،**الاتصال في عصر العولمة**، دار النهضة العربية بيروت ط2 ،2001.
26-ربحي مصطفى عليان،الطوباليعدنانمحمود،**الاتصال والعلاقات العامة**، ط1 دار الصفاء عمان 2005 .
27-وائل مبارك وخضر فضل الله ،**اثرالفيس بوك على المجتمع**،تسمة النهضة لودان 2010.
28-قاهر محمود طراف إرهاب،**التلوث والنظام البيئي**، دار النشر المؤسسة الجامعية ،ط1، 2012

ب- المجلات:

1- الراوي جميل بشير، **دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير**، مدخل نظري، مجلةالباحث الإعلامي ،العدد 11، 2012.
2-مجاني بن باديس،**الاعلام البيئي الاليكتروني**،المجلة الاجتماعية عبر موقع الفيس بوك ودوره في تحقيق تنمية المستدامة جامعة باتنة ،2017.

ج- المحاضرات:

1- شرحاني سعد، **نظريات الإعلام**، المحاضرات المدرجة لشهر أفريل.2020، جامعة الجزائر3، كلية الإعلام والإتصال، الجزائر، 2020/2019.

د- المقـــالات :

1- مول وفاء،مفهوم الوعي البيئي ، مجلة الجزائر نيوز مقال 2019.
2- مجاني باديس، المقالات التي تتناول قضايا البيئة، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية عدد 30 ص 2017

3- احمد محمد عليق واخرون **وسائل الاتصال والخدمة الاجتماعية**، المكتب الجامعي الحديث الاسكندرية، 2004 .

4- سعيد عبدو وهاب ،**مهمة الاستراتيجيات في إدارة الأزمات والكوارث**،دور العلاقات العامة دار نشر العلوم، ط1، القاهرة.

5- الكرفي مجيد،**التخطيط الاستراتيجي المبني على نتائج**،دار الكتب ،قطر 2001 بدون طبعة

6- مهري شفيقة الإعلام البيئي الإلكتروني، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 23 ديسمبر 2016 .

هـ- الرسائل الجامعية:

7- قرني مريم ،مزمل ليلى،**الاتصال البيئي ودوره في نشر الثقافة البيئة**،جامعة قالمة، مذكرة لنيل شهادة ماستر علوم الإعلام والاتصال، 2019/2018 .

8- شعبان عماد،**دور الإستراتيجية الاتصالية في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الاقتصادية**مذكرة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال ،جامعة بسكرة ،2019/2018

9- زواقة عواطف ،جرنان سماح ،**الاتصالية ودورها في تحقيق الرضي الوظيفي**،مذكرة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال جامعة،ام البواقي 2017/2016.

10-بوكرموسعيسى،**الإستراتيجية الاتصال في الحملات الاعلامية**، دراسة لنيل شهادة ماجستر في علوم الإعلام والاتصال،جامعة الجزائر 3 ،2013/2012.

11-بن يحي سهام،**تنمية الصحافة المكتوبة للوعي البيئي في الجزائر**،مذكرة لنيل شهادة الماجستر في علم الاجتماع البيئي جامعة قسنطينة 2005/2004 .

12-بربوتي فاطمة، صديقيزينب،**دورمواقع التواصل في تنمية الوعي البيئي**،مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في الإعلام والاتصال تخصص صحافة مكتوبة ،جامعة ادرار2017/2016.

قائـــمة المـــلاحق

ملحق رقم 01:دفــتر المـلاحظة:

مـكان الـملاحـظة: الصفحة الرسمية لمديرية البيئة لولاية المدية.

حـالات الـملاحظة:

- المناشير اليومية لصفحة الفيس بوك لولاية المدية.
- المواضيع المتعلقة بنشر الوعي البيئي.
- مختلف النشاطات الخاصة بالتربية البيئية وأساليب التوعية المستخدمة في ذلك.
- التظاهرات البيئية المنظمة وكيفية التفاعل معها.
- كل ما يتعلق بالوعي البيئي وكيفية ترسيخه عبر صفحة الفايبسوك لمديرية لولاية المدية.

زمن المـلاحظة: الفترة الممتدة من 14 مارس 2020 إلى غاية 30 مـاي2020 أثنـاء الفترة الصـباحية والمسائية.

المـلاحـظات:

- استخدام الصور في التعبير أكثر من الكتابة و أيضا الفيديوهات أحيانا .
- التركيز علي التوعية عن طريق الحملات الإعلانية و الملصقات.
- متابعة يومية لأخبار الوزارة الوصية.
- نقل يومي لكل حملات النظافة علي مستوي بلديات الولاية.
- الاهتمام بكل البحوث العلمية الخاصة بالبيئة و سبل المحافظة عليها.
- استخدام الإحصائيات والأرقام للتوعية.
- المشاركة في تنظيم مسابقات وتوزيع جوائز تحفيزية للتشجيع علي المحافظة علي البيئة .
- مواكبة كل الأحداث المتعلقة بالبيئة كاليوم العالمي للبيئة مثلا.
- متابعة لكل التطورات البيئية الحاصلة في العالم وعامة و في الجزائر خاصة.

ملحق رقم:2 دليل المقابلة:01

إسم الشخصية :بوخاري طاهر

رتبتها : مفتش رئيسي بمدرية البيئة لولاية المدية.

تاريخ المقابلة : 22جوان 2020 على الساعة 11 صباحا .

موضوع المقابلة : الإستراتجية الاتصال في موقع الفيس بوك لمدرية البيئة لولاية المدية

الأسئلة :

1. ماهي الوسائل الاتصالية المعتمدة في نشر الوعي البيئي ؟
2. هل تساهم فعلا هذه الوسائل في نشر الوعي البيئي ؟
3. هل تعتبرون وسائل الاتصالالاجتماعي من أنجح الوسائل في نشر الوعي البيئي ؟
4. ما هي مختلف الإستراتجيات والخطط المتبعة لنشر الوعي البيئي ؟

ملحق رقم:03 المقابلة:02

إسم المستخدم:سمير الطيب

مهنته: عامل ي مجال حماية البيئة

تاريخ المقابلة : 3جوان 2020 الساعة 2 مساءا

مكان المقابلة : عبر موقع الفيس بوك

الأسئلة :

1. هل منشورات صفحة مديرية البيئة لولاية مدية تخدم المواطن وتساهم في نشر الوعي البيئي ؟
2. هل هناك تجاوب لمنشورات صفحةالفيس بوك لمدرية البيئة لولاية المدية من طرف المواطن ؟
3. هل تؤثر النشاطات التي يكون محتواها عن الوعي البيئي في تعديل وترشيد سلوك المواطن ؟
4. هل تعتبرون مشاركة المواطنين في الفعاليات والأنشطة البيئية ذات أثر كبير في رفع الوعي البيئي؟
5. هل حماية البيئة ونشر الوعي هي مسؤولية تقتصر على جهات معينة أم هي مسؤولية الجميع ؟

الملحق رقم: 4المقابلة :03

إسم المستخدم :عبد القادر زواوين

مهنته: أعمال الحرة .

تاريخ المقابلة :2جويلية ساعة 13 مساء.

مكان المقابلة : عبر موقع الفايسبوك أحد المتعاملين مع الصفحة.

الأسئلة:

1. ماهي المعوقات التي تواجهكم في إعداد النشاطات الاتصالية البيئية ؟
2. هل تتجاوب صفحةالفيس بوك لمديرية البيئية مع انشغالات المواطن؟
3. ماهي الطبقات التي تستهدفها الصفحةالمديرية لغرس وترسيخ الوعي البيئي؟
4. في رأيك كمستخدم ماهي نقائص وسلبيات صفحةالفيس بوك لمديرية البيئية لمدية ؟

ملحق رقم :05استمارة تحليل المضمون

جـــامعة الدكتور يـــحي فـــارس بالـــمدية

كلـــية الـــعلوم الإنســـانية و الإجـــتماعية

قســم عـــلوم الإعـــلام والإتـــصال

استمارة تحليل المضمون

الإستراتيجية الاتصالية في مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في نشر الوعي البيئي

دراسة تحليلية للصفحة الرسمية لمديرية البيئة بولاية المدية

تم تقديم هذه الاستمارة في إطار إنجاز دراسة تحت عنوان إستراتيجيات الاتصال عبر مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في نشر الوعي البيئي، مستعملين في ذلك أداة تحليل المضمون، والتي تضمنت فئات الشكل والمضمون.

من إعـداد الطلبة: **تحت إشراف الأستاذ**

سعيدة شتوح. زوهيربوسيالة

سومية سعياني

البيانات الأولية:

أولا: البيانات الخاصة بالوثيقة محل الدراسة.

اسم الصفحة: 1

ثانيا :فئات الشكل

△ **فئة أشكال نشر المواضيع:**

صورة فيديو نــص رسوم .






△ **فئة اللغة المستخدمة:**

العربية الفرنسيةمزج لغوي الإنجليزية.






△ **فئة أساليب التوعية:**

الإرشاد التحذير قوانين





ثالثا: فئات المضمون:

△ **فئة الجمهور المستهدف.**

الجمهور بصفة عامة الشركاء الاجتماعيين الجمعيات





△ **فئة المواضيع المنشورة في صفحة الفيس بمديرية البيئة لولاية المدية.**

أخبار الوزارة الوصية نشاطات مديرية البيئة إحصائيات و إعلانات التظاهرات الخاصة بالبيئة



△ **فئة مصادر المعلومات في صفحة الفيس بمديرية البيئية لولاية المدية.**

العاملين في الصفحة منظمات بحوث أكاديمية ثقافة عامة

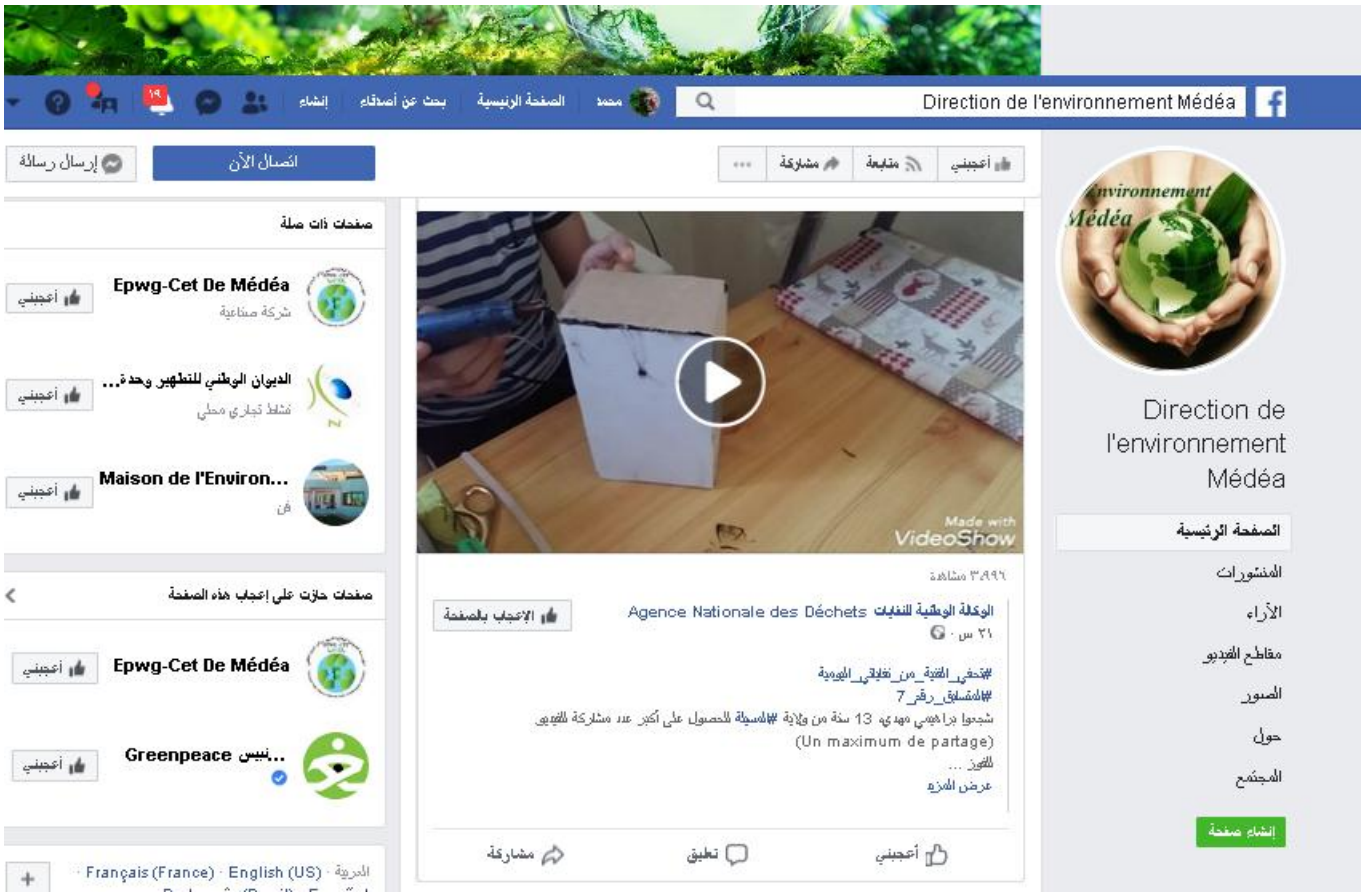


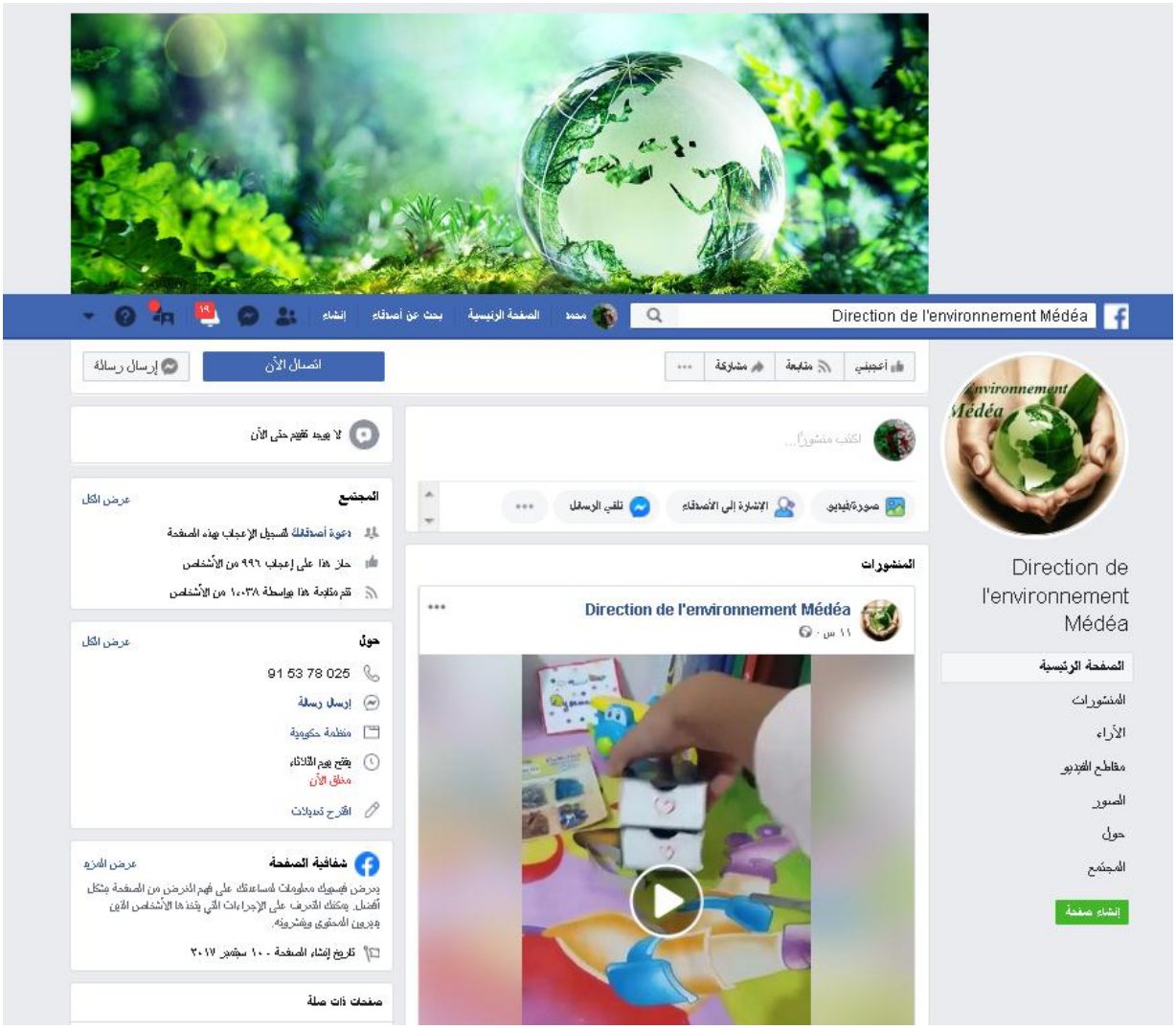
رابعا: دليل الاستمارة:

△ تدل علي الفئات الرئيسية .

▭ تدل علي الفئات الفرعية .

⬭ تدل علي اختيارات الفئات الفرعية.


Direction de l'environnement Médéa
الصفحة الرئيسية
بحث عن أصدقاء
إنشاء
أعجبني
متابعة
مشاركة
اتصال الآن
إرسال رسالة
صفحات ذات صلة
Epwg-Cet De Médéa
شركة صناعية
الديوان الوطني للتطهير وحدة...
نشاط تجاري محلي
Maison de l'Environ...
فن
صفحات حازت على إعجاب هذه الصفحة
Epwg-Cet De Médéa
Greenpeace ...نيس
Made with VideoShow
٣٬٩٩٦ مشاهدة
الوكالة الوطنية للنفايات Agence Nationale des Déchets
٢١ س ·
#تحقيق_الفترة_من_نفاياتي_اليومية
#المشاتق_رقم_7
شجعوا براهيمي مهدي 13 سنة من ولاية #المسيلة للحصول على أكبر عدد مشاركة للفيديو
(Un maximum de partage)
للفوز ...
عرض المزيد
الإعجاب بالصفحة
أعجبني
تعليق
مشاركة
Direction de l'environnement Médéa
الصفحة الرئيسية
المنشورات
الآراء
مقاطع الفيديو
الصور
حول
المجتمع
إنشاء صفحة
Français (France) · English (US) · العربية


Direction de l'environnement Médéa
الصفحة الرئيسية
بحث عن أصدقاء
إنشاء
اتصال الآن
إرسال رسالة
أعجبني
متابعة
مشاركة
المجتمع
عرض الكل
دعوة أصدقائك لتسجيل الإعجاب بهذه الصفحة
حاز هذا على إعجاب ٩٩٦ من الأشخاص
تم متابعة هذا بواسطة ١،٠٣٨ من الأشخاص
حول
91 53 78 025
إرسال رسالة
منظمة حكومية
يفتح يوم الثلاثاء
مغلق الآن
اقترح تعديلات
شفافية الصفحة
عرض المزيد
صفحات ذات صلة
اكتب منشوراً...
صورة/فيديو
الإشارة إلى الأصدقاء
تلقي الرسائل
المنشورات
Direction de l'environnement Médéa
Direction de l'environnement Médéa
الصفحة الرئيسية
المنشورات
الآراء
مقاطع الفيديو
الصور
حول
المجتمع
إنشاء صفحة