

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة أحمد دراية - أدرار -

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية والعلوم الاسلامية

قسم العلوم الانسانية



دور موقع التواصل الاجتماعي " الفيس بوك " في تنمية الوعي البيئي لدى طلبة العلوم الإنسانية - جامعة أدرار نموذجاً.

مذكرة تخرج مقدمة لنيل شهادة ماستر في الإعلام والاتصال

تخصص: صحافة مكتوبة

تحت إشراف :

الدكتورة خديجة بن سالم

إعداد الطالبتين :

فاطمة بربوشي

زينب صديقي

السنة الجامعية: 1437-1438هـ

2016-2017م

قال الله

تعالى:

(قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي

الَّذِينَ يَخْلُقُونَ

وَالَّذِينَ

لَا يَخْلُقُونَ)

سورة الزمر — الآية -09

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي  
خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ  
وَالَّذِي يُضَوِّبُ الْمَوْتِ  
وَالَّذِي يُضَوِّبُ الْمَوْتِ  
وَالَّذِي يُضَوِّبُ الْمَوْتِ

# إهداء

الهي لا يطيب الليل إلا بشكرك ولا يطيب النهار إلا بطاعتك ولا تطيب اللحظات  
إلا بذكرك ولا تطيب الآخرة إلا بغفرانك ولا تطيب الجنة إلا برويتك  
اهدي ثمرة عملي الأقل من المتواضع إلى:

من أعطاني الاحترام أبي حفظه الله

إلى ملاكي في الحياة إلى من كان دعائها سر نجاحي و وحنانها سر عطائي وبلسم جراحي

إلى اغلي الحبايب أمي الحبيبة

إلى زوجي الصابر الذي يقاسمني حياتي

إلى فلذة كبدي إبنتي حفظها الله "أميمة" إلى إخوتي وأخواتي (محمد، محمد البركه، خديجة،

عبد الرحمن، الزهرة، عبد الهادي) إلى أزواجهم الأكارم،

إلى من تحلو بالإخاء وتميزوا بالوفاء والعطاء عائلة الثانية "عائلة الدليمي" كل بإسمه إلى

الأخت قبل الزميلة رفيقة دربي في هذا العمل فاطمة

إلى كتاكييت العائلة: ميساء، صفاء، أمين، محمد عبد الله

إلى من ساعدوني ووقفوا لي جانبي من الزملاء والزميلات

# زينب

## ملخص

أتيحت شبكات التواصل الاجتماعي في بداياتها للخواص؛ أي أن كل فئة من المجتمع لديهم موقع يتواصلون به ويترحون عليه اهتماماتهم وكل ما يستجد عندهم، كما كان عليه موقع الفيس بوك، الذي خصصه **مارك زوكربيرج** صاحب الموقع من أجل التواصل مع زملائه حتى خارج الجامعة. لتكون بهذا انطلاقة هذه الشبكة، وفي ظل التطورات المتسارعة التي يشهدها العالم أفرزت لتطبيقات الإعلام الجديد أدواراً غير التي خصصت لها بالأساس، فصارت تتسم بمزيد من الوعي والنضج، ولعل الوعي البيئي وقضايا البيئة هو أحد هذه الأدوار المستحدثة، وتأتي دراستنا الموسومة بدور شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك في تنمية الوعي البيئي لتحاول دراسة استخدامات الجماهير لواحدة من تطبيقات الجيل الثاني للويب وهو موقع الفيس بوك ومدى فاعليته في تنمية الوعي البيئي، حيث تتمحور إشكالية الدراسة في:

هل يساهم موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك في تنمية الوعي البيئي لدى طلبة العلوم الإنسانية بجامعة أدرار؟

وهي تساؤل رئيسي تندرج تحته مجموعة من التساؤلات الفرعية:

- ما هو حجم تعرض طلبة العلوم الإنسانية بجامعة أدرار لموقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك؟

- هل توجد مظاهر بارزة للوعي البيئي من وجهة نظر طلبة العلوم الإنسانية بجامعة أدرار؟

- هل يهتم موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك بقضايا البيئة ومشكلاتها؟

- ما هو حجم اعتماد طلبة العلوم الإنسانية بجامعة أدرار على موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك كمصدر للمعلومات البيئية؟

تأتي أهمية هذه الدراسة في إطار التعريف بالإعلام الجديد, و بصفة خاصة موقع الفيس بوك من خلال أنماط استخدام الجمهور له, وتزايد أهمية التوعية البيئية وطرحها على أصعدة مختلفة محلية ودولية, كما تهدف الدراسة إلى كشف مدى استعمال هذا التطبيق لخدمة القضايا البيئية وتنمية الوعي البيئي بين أفراد المجتمع, من أجل تحقيق ثقافة ووعي بيئي.

تدرج الدراسة الحالية ضمن الدراسات الوصفية, حيث اعتمدنا فيها على منهج المسح بالعينة, والذي يعد المنهج الرئيسي لدراسة جمهور وسائل الإعلام في إطارها الوصفي أو التحليلي إلى جانب تطبيق أداتين من أدوات جمع البيانات, وهما مقابلة والتي تمت مع الأستاذة زهراوي نبيلة مكلفة بالدراسات والإعلام بمديرية البيئة لولاية أدرار, بالإضافة إلى استمارة استبيان التي تضمنت 39 سؤال موزعة على 4 محاور, بغية الإجابة على إشكالية الدراسة وتساؤلاتها, وذلك بتوزيع الاستمارة على العينة القصدية والتي شملت 80 مفردة من أفراد مجتمع البحث, وزعت بشكل عرضي.

وقد توصلت الدراسة الميدانية إلى مجموعة من النتائج أهمها:

1- خلصت الدراسة إلى نتيجة توضح استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بشكل عام عند جميع أفراد العينة أي بنسبة 100%, هذا لأنه لم يعد بمقدورهم الاستغناء عن مواقع التواصل الاجتماعي لما توفره من تغطية شاملة للمعارف والمعلومات والمحادثات مع الأهل والأصدقاء وزملاء العمل, وتبادل الملفات والصور والفيديو, إضافة إلى أن الشبكة المفضلة والأكثر استعمالا هي الفيس بوك وهي مجالا مفتوحا لتبادل الآراء والتعليقات وخلق صداقات جديدة وثقافة وترفيه. كما يعد الحجم الساعي الذي يقضيه الباحثين عبر هذا الموقع كبيرا, حيث يفوق ساعتين في معظم الأحيان, بنسبة 22.85%. وذلك خلال الفترة

المسائية وليلا كأفضل الأوقات لتصفح هذا الموقع, الذي لم بعد استخدامه يقتصر على مكان واحد إنما يشمل أماكن متعددة أكثرها المنزل.

2 - أن أبرز مظاهر الوعي البيئي تتمثل في وجود اهتمام بالقضايا البيئية, بنسبة 70% من الباحثين, وذلك لأنهم يرجعون سبب المشاكل البيئية إلى الإهمال أيضا بنسبة 70%. ومما يعكس جانبا من الوعي البيئي هو المشاركة الفعلية في حملات التنظيف بنسبة 44.28%.

3- أن موقع الفيس بوك يولي اهتمام للقضايا البيئية وذلك ما بينه مجتمع البحث الذي له اهتمام بهذه القضايا بما منسوبة 55.71% لأنهم يثقون بالمعلومات التي يقدمها الموقع عن البيئة 90% ويتفاعلون بها مع أصدقائهم

تفاوتت درجات تقييم الباحثين لمساهمة موقع الفيس بوك في تنمية الوعي البيئي إذ جاءت درجة ممتاز وذو مشاركة عالية وفعالة في مقدمة التقييم يرجع ذلك حسب نظرهم إلى أن الفيس بوك أكثر شعبية من المواقع الأخرى وسريع التداول, جاءت درجة جيد في المركز الثاني, وفي مؤخرة الترتيب لا بأس أو متوسط.

## فهرس المحتويات:

| الموضوع                                  | الصفحة |
|--|--------|
| كلمة الشكر والعرهان                      | /      |
| الإهداء                                  | /      |
| ملخص                                     | /      |
| فهرس المحتويات                           | أ-د    |
| فهرس الجداول                             | ه-ز    |
| فهرس الأشكال                             | ح-ي    |
| <b>الباب الأول الإطار النظري</b>         |        |
| مقدمة                                    | 15-14  |
| الفصل الأول: الإطار العام للدراسة        | 16     |
| الإشكالية                                | 17     |
| مصطلحات الدراسة                          | 19-18  |
| أهمية الدراسة                            | 20     |
| أهداف الدراسة                            | 20     |
| الدراسات السابقة                         | 23-21  |
| موقف الدراسة الحالية من الدراسات السابقة | 24-23  |
| <b>الفصل الثاني: الفيس بوك</b>           |        |
| تمهيد                                    | 26     |
| تعريف الجيل الثاني للويب                 | 26     |
| نشأة الجيل الثاني للويب                  | 27-26  |



|       |                               |
|-------|-------------------------------|
| 29-27 | تعريف شبكات التواصل الاجتماعي |
| 29    | موقع الفيس بوك                |
| 30-29 | تعريف موقع الفيس بوك          |
| 33-30 | نشأة موقع الفيس بوك           |
| 34-33 | خدمات موقع الفيس بوك          |
| 35-34 | خصائص ومميزات موقع الفيس بوك  |
| 35    | صعوبات موقع الفيس بوك         |
| 36    | خلاصة الفصل                   |
| 37    | الفصل الثالث: الإعلام البيئي  |
| 38    | مفهوم الإعلام البيئي          |
| 38    | تمهيد                         |
| 42-38 | تعريف الإعلام البيئي.         |
| 43-42 | أهمية الإعلام البيئي          |
| 45-43 | أهداف الإعلام البيئي          |
| 46    | مهام الإعلام البيئي           |
| 46    | أطر الإعلام البيئي            |
| 51-46 | وسائل الإعلام البيئي          |
| 54-51 | وظائف الإعلام البيئي          |
| 55-54 | مقومات الإعلام البيئي.        |
| 56-55 | جمهور الإعلام البيئي          |
| 57    | خلاصة الفصل                   |

|                                      |                                      |
|--------------------------------------|--------------------------------------|
| 58                                   | الفصل الرابع: الوعي البيئي           |
| 59                                   | تمهيد                                |
| 59                                   | مفهوم الوعي البيئي                   |
| 60-59                                | تعريف الوعي البيئي                   |
| 61-60                                | أنواع الوعي البيئي                   |
| 62-61                                | مكونات الوعي البيئي                  |
| 63                                   | خصائص الوعي البيئي                   |
| 64                                   | أسس ومؤسسات الوعي البيئي             |
| 64                                   | مراحل تنمية الوعي البيئي             |
| 67-64                                | أبعاد الوعي البيئي                   |
| 68                                   | المؤسسات التي تساهم في الوعي البيئي. |
| 70-68                                | أسس الوعي البيئي في الإسلام          |
| 71                                   | خلاصة الفصل                          |
| <b>الباب الثاني: الإطار التطبيقي</b> |                                      |
| 73                                   | الفصل الخامس: الإطار التطبيقي        |
| 74                                   | تمهيد                                |
| 76-74                                | منهج الدراسة                         |
| 79-76                                | أدوات جمع بيانات الدراسة             |
| 90-79                                | عينة ومجال الدراسة                   |
| 90                                   | صعوبات الدراسة                       |
| 124-91                               | تحليل بيانات الدراسة الميدانية       |

|         |                                |
|---------|--------------------------------|
| 126-125 | نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات |
| 127-126 | الاستنتاج العام                |
| 130-128 | خاتمة                          |
| 130     | التوصيات                       |
| 141-131 | قائمة المصادر والمراجع         |
| 150-142 | الملاحق                        |

## فهرس الجداول:

| الصفحة | العنوان   | الرقم |
|--------|---|-------|
| 80     | يوضح جنس الفئة المدروسة   | 01    |
| 81     | يوضح سن الفئة المدروسة  | 02    |
| 82     | يوضح تخصص الفئة المدروسة  | 03    |
| 83     | يوضح المؤهل العلمي للفئة المدروسة   | 04    |
| 91     | يوضح استخدام الفئة المدروسة لمواقع التواصل الاجتماعي                                | 05    |
| 92     | يوضح شبكات التواصل الاجتماعي التي تشترك فيه الفئة المدروسة                          | 06    |
| 93     | يوضح مدة استخدام موقع الفيس بوك الفئة المدروسة                                      | 07    |
| 94     | يوضح الاستخدام اليومي لموقع الفيس من قبل الفئة المدروسة                             | 08    |
| 95     | يوضح اوقات الفئة المدروسة لتصفح الفيس بوك.  | 09    |
| 96     | يوضح المدة المستغرقة في الجلسة الواحدة أثناء استخدام موقع الفيس بوك للفئة المدروسة. | 10    |
| 97     | يوضح مكان استخدام الفئة المدروسة لموقع الفيس بوك.                                   | 11    |
| 98     | يوضح وسيلة الفئة المدروسة في استخدام موقع الفيس بوك.                                | 12    |
| 99     | يوضح أغراض استخدام موقع الفيس بوك للفئة المدروسة.                                   | 13    |
| 100    | يوضح مواضيع الفئة المدروسة عبر موقع الفيس بوك.                                      | 14    |

|     |  |    |
|-----|--|----|
| 101 | يوضح قراءة رسائل الفيس بوك للفئة المدروسة .  | 15 |
| 102 | يوضح قضية النوم بالهاتف لدى الفئة المدروسة.  | 16 |
| 103 | يوضح دوافع تعرض الفئة المدروسة لموقع الفيس بوك.  | 17 |
| 104 | يوضح التأثير الايجابي لموقع الفيس بوك للفئة المدروسة.                                    | 18 |
| 105 | يوضح مساهمة الفئة المدروسة في نشر الأخبار على موقع الفيس بوك.                            | 19 |
| 106 | يوضح اهتمام الفئة المدروسة بقضايا البيئية.   | 20 |
| 107 | يوضح قيام الفئة المدروسة بحملات وبرامج توعية بيئية.                                      | 21 |
| 108 | يوضح السبب الرئيسي للممارسات البيئية الخاطئة من قبل الفئة المدروسة.                      | 22 |
| 109 | يوضح تطوع الفئة المدروسة في مشروع توعية بيئية.   | 23 |
| 110 | يوضح التصرف المتبع لومي عبوة فارغة من طرف الفئة المدروسة.                                | 24 |
| 111 | يوضح وعي المجتمع بقضايا البيئة للفئة المدروسة.   | 25 |
| 112 | يوضح إبلاغ أو عدم إبلاغ السلطات في حال ملاحظة أي سلوك ضار بالبيئة من قبل الفئة المدروسة. | 26 |
| 113 | يوضح السلوكيات الأكثر تحسيدا لدى الفئة المدروسة.   | 27 |
| 114 | يوضح الوسائل الأنجع في نشر الوعي البيئي للفئة المدروسة.                                  | 28 |
| 115 | يوضح اهتمام الفئة المدروسة بالقضايا البيئية التي يتم طرحها على موقع الفيس بوك.           | 30 |
| 116 | يوضح اعتماد الفئة المدروسة على موقع الفيس بوك لمعرفة المعلومات البيئية.                  | 31 |
| 117 | يوضح الأصدقاء الذين لديهم اهتمامات بالبيئة على الفيس بوك للفئة المدروسة.                 | 32 |

|     |  |    |
|-----|--|----|
| 118 | يوضح قيام الفئة المدروسة بنشر مواضيع تخص البيئة على موقع الفيس بوك.        | 33 |
| 119 | يوضح أسباب اعتماد الفئة المدروسة موقع الفيس بوك في متابعة القضايا البيئية. | 34 |
| 120 | يوضح القضايا والمشكلات التي يتناولها موقع الفيس بوك للفئة المدروسة.        | 35 |
| 121 | يوضح مشاركة الفئة المدروسة في المجموعات التي تنشر عن الوعي البيئي .        | 36 |
| 122 | يوضح تقييم دور موقع الفيس بوك في معالجة القضايا البيئية للفئة المدروسة.    | 37 |
| 123 | يوضح مساهمة موقع الفيس بوك في نشر الوعي البيئي للفئة المدروسة.             | 38 |
| 124 | يوضح الثقة بالمعلومات البيئية التي يقدمها موقع الفيس بوك للفئة المدروسة.   | 39 |

## فهرس الأشكال:

| الصفحة | العنوان   | الرقم |
|--------|---|-------|
| 81     | يمثل جنس الفئة المدروسة.  | 01    |
| 82     | يوضح سن الفئة المدروسة.   | 02    |
| 83     | يمثل تخصص الفئة المدروسة.   | 03    |
| 84     | يمثل المؤهل العلمي للفئة المدروسة.  | 04    |
| 91     | يمثل استخدام الفئة المدروسة لمواقع التواصل الاجتماعي                                | 05    |
| 93     | يمثل شبكات التواصل الاجتماعي التي تشترك فيه الفئة المدروسة                          | 06    |
| 94     | يمثل مدة استخدام موقع الفيس بوك الفئة المدروسة                                      | 07    |
| 95     | يمثل الاستخدام اليومي لموقع الفيس من قبل الفئة المدروسة                             | 08    |
| 96     | يمثل اوقات الفئة المدروسة لتصفح الفيس بوك.  | 09    |
| 97     | يمثل المدة المستغرقة في الجلسة الواحدة أثناء استخدام موقع الفيس بوك للفئة المدروسة. | 10    |
| 98     | يمثل مكان استخدام الفئة المدروسة لموقع الفيس بوك.                                   | 11    |
| 99     | يمثل وسيلة الفئة المدروسة في استخدام موقع الفيس بوك.                                | 12    |
| 100    | يوضح يمثل أغراض استخدام موقع الفيس بوك للفئة المدروسة.                              | 13    |
| 101    | يمثل مواضيع الفئة المدروسة عبر موقع الفيس بوك.                                      | 14    |

|     |  |    |
|-----|--|----|
| 102 | يمثل قراءة رسائل الفيس بوك للفئة المدروسة .  | 15 |
| 103 | يمثل قضية النوم بالهاتف لدى الفئة المدروسة.  | 16 |
| 104 | يمثل دوافع تعرض الفئة المدروسة لموقع الفيس بوك.  | 17 |
| 105 | يمثل التأثير الايجابي لموقع الفيس بوك للفئة المدروسة.                                    | 18 |
| 106 | يمثل مساهمة الفئة المدروسة في نشر الأخبار على موقع الفيس بوك.                            | 19 |
| 107 | يمثل اهتمام الفئة المدروسة بقضايا البيئة.  | 20 |
| 108 | يمثل قيام الفئة المدروسة بحملات وبرامج توعية بيئية.                                      | 21 |
| 109 | يمثل السبب الرئيسي للممارسات البيئية الخاطئة من قبل الفئة المدروسة.                      | 22 |
| 110 | يمثل تطوع الفئة المدروسة في مشروع توعية بيئية.   | 23 |
| 111 | يمثل التصرف المتبع لرمي عبوة فارغة من طرف الفئة المدروسة.                                | 24 |
| 112 | يمثل وعي المجتمع بقضايا البيئة للفئة المدروسة.   | 25 |
| 113 | يمثل إبلاغ أو عدم إبلاغ السلطات في حال ملاحظة أي سلوك ضار بالبيئة من قبل الفئة المدروسة. | 26 |
| 114 | يمثل السلوكيات الأكثر تجسيدا لدى الفئة المدروسة.   | 27 |
| 115 | يمثل الوسائل الأنجع في نشر الوعي البيئي للفئة المدروسة.                                  | 28 |
| 116 | يمثل اهتمام الفئة المدروسة بالقضايا البيئية التي يتم طرحها على موقع الفيس بوك.           | 30 |
| 117 | يمثل اعتماد الفئة المدروسة على موقع الفيس بوك لمعرفة المعلومات البيئية.                  | 31 |



|     |  |    |
|-----|--|----|
| 117 | يمثل الأصدقاء الذين لديهم اهتمامات بالبيئة على الفيس بوك للفةة المدروسة.   | 32 |
| 118 | يمثل قيام الفةة المدروسة بنشر مواضيع تخص البيئة على موقع الفيس بوك.        | 33 |
| 119 | يمثل أسباب اعتماد الفةة المدروسة موقع الفيس بوك في متابعة القضايا البيئية. | 34 |
| 120 | يمثل القضايا والمشكلات التي يتناولها موقع الفيس بوك للفةة المدروسة.        | 35 |
| 121 | يمثل مشاركة الفةة المدروسة في المجموعات التي تنشر عن الوعي البيئي .        | 36 |
| 122 | يمثل تقييم دور موقع الفيس بوك في معالجة القضايا البيئية للفةة المدروسة.    | 37 |
| 123 | يمثل مساهمة موقع الفيس بوك في نشر الوعي البيئي للفةة المدروسة.             | 38 |
| 124 | يمثل الثقة بالمعلومات البيئية التي يقدمها موقع الفيس بوك للفةة المدروسة.   | 39 |

تعتبر الشبكة العنكبوتية العالمية انترنت جزءاً من حياتنا اليومية، نظراً لما توفره من خدمات فريدة للأشخاص والمؤسسات باعتبارها شبكة مفتوحة تجعل المشترك قادراً على الوصول إلى مختلف المصادر والخدمات والمعلومات في شتى المجالات. حيث يرجع الفضل الأكبر لمواقع التواصل الاجتماعي ميزة الجيل الثاني للويب، التي تعتبر أهم تطبيقاته، وهي عبارة عن مواقع تتيح للأفراد التواصل مع مجتمع افتراضي يُعرفون فيه بأنفسهم ويتبادلون الاهتمام، كذلك يقومون من خلالها بنشر المواضيع الصور والفيديوهات وغيرها من النشاطات. لكنها لم تقف عند هذا الحد فقط بل تعدته لتصل إلى مسائل ذات أبعاد مختلفة، غيرت مصير شعوب كما الوطن العربي الذي لعبت فيه مواقع التواصل الاجتماعي أكبر الأدوار، مسدلتاً بذلك الستار عن مرحلة التعميم التي عاشها العالم مع الإعلام التقليدي. لتكون المعلومات باختلاف خطورتها عند ابسط مواطن. كان لها أيضاً تأثير على جوانب أخرى ثقافية اقتصادية اجتماعية وكذا إنسانية وتوعوية كقضايا البيئة، التي باتت تعرف مشكلات جسيمة ناجمة عن تصرف الأفراد.

تعتبر البيئة وقضاياها من المواضيع التي أثار اهتمام العام والخاص، فلقد تلقت عناية متزايدة من طرف الكثير من الشعوب، خاصة بعد التقدم التكنولوجي في المجال العلمي، الذي تمحض عنه ظهور علم البيئة، أما القطرة التي أفاضت الكأس التلوث البيئي بأشكاله وأنماطه المختلفة. تعد قضايا البيئة محور حوار بالنسبة للأمم المتحدة أيضاً، انطلاقاً من جانب الإنسانية الذي أدلت فيه بحق الإنسان في بيئة نظيفة. تقع مسؤولية حماية البيئة على الأفراد مع المؤسسات على حدٍ سواء للحد من المخاطر التي تلحقها، والعمل على إعطائها قدر كبير من الأهمية، حيث تعتبر محوراً أساسياً وفاعلاً في تحقيق مفهوم التنمية الشاملة، وترتبط ارتباطاً وثيقاً بخصائص المجتمعات السياسية الاقتصادية والاجتماعية.

من هنا كان لزاماً على الإعلام الجديد تحريك عجلة الوعي البيئي ودفعها إلى بر الأمان و لأن وسائل الإعلام الجديد لها صلة وثيقة بالحياة الخاصة للأفراد، فهي التي بمقدورها أن تحدث تغييراً إيجابياً. لأن حماية البيئة ليست مسؤولية الدولة فحسب أو المراكز التي تعمل في إطار البيئة وحدها. ولكن استشعار الأهمية في الحياة اليومية.

من هذا المنطلق سنحاول تسليط الضوء على موقع التواصل الاجتماعي "الفييس بوك" وإسهامه في تنمية الوعي البيئي لدى طلبة جامعة أحمد دراية -أدرار-

قسمنا هذه الدراسة في البداية إلى بابين: الباب الأول: الجانب النظري ويضم أربعة فصول الفصل الأول هو الفصل التمهيدي وفيه تطرقنا إلى الإطار العام للدراسة وقد ضم: تحديد الإشكالية وصيانة الفرضيات وأهمية الدراسة وأهدافها وكذا تحديد المفاهيم والدراسات السابقة، أما الفصل الثاني جاء فيه تعريف مبسط للجيل الثاني للويب وشبكات التواصل الاجتماعي، وصولاً إلى الفييس بوك الذي هو الموضوع الأساسي في هذا الفصل وذلك بذكر نشأته مع الخصائص والتحديات. أما الفصل الثالث: الإعلام البيئي تم فيه التعرّيج على مفهوم الإعلام البيئي مع الأهمية والأهداف ومهام ووسائل ومقومات الإعلام البيئي، بالإضافة إلى جمهوره. خصص الفصل الرابع للوعي البيئي انطلاقةً من تعريفه وذكر خصائصه وأنواعه ومراحل تنميته والمؤسسات المساهمة في نشر الوعي البيئي إضافة إلى أبعاده وأسس في الإسلام.

أما الباب الثاني فخصصناه للجانب التطبيقي ويضم الفصل الخامس المنهج المستخدم مع أدوات جمع البيانات المستعملة، بالإضافة المجال الجغرافي والزمني وكذا البشري الذي شملته الدراسة مع عرض وتحليل وتفسير النتائج وصولاً إلى استنتاج عام وخاتمة للدراسة.

الإشكالية:

تشهد شبكة الانترنت العالمية تطورات وتحسينات حديثة تطراً عليها باستمرار ما أكسبها فاعلية وأهمية كبيرة في مجال المعلومات ومن بين هذه التطورات والتحسينات ما يعرف بالإعلام الجديد أو شبكات التواصل الاجتماعي، والتي تعتمد على المشاركة والتفاعلية بين الأفراد .

حظيت شبكات التواصل الاجتماعي بشعبية واسعة ومميزة خاصة في السنوات الأخيرة وذلك راجع لسهولة مداولتها حيث أثار الإعلام الجديد على غرار الفيس بوك، تويتر، اليوتيوب وغيرها العديد من القضايا، فكانت المحرك الأساسي للاحتجاجات الشعبية التي دارت مجرياتها في الوطن العربي عن طريق بث الأخبار والمعلومات عن المظاهرات علاوة على ذلك تزويد القنوات الإخبارية بكل ما هو جديد، وأخذت هذه الدائرة في الاتساع لتشمل القضايا الاجتماعية السياسية وكذا البيئية والوعي البيئي والذي يمثل موضوع الدراسة، ولأن الإعلام عنصر أساسي في إثارة قضايا البيئة وأبعادها المختلفة من خلال التربية البيئية لأفراد المجتمع، وبهذا فهو يعمل على إنجاح خطط التنمية والتقرب من المفهوم الصحيح للوعي البيئي .

تمثل شبكات التواصل الاجتماعي دوراً مهماً في العالم العربي، حيث أصبحت وسيلة بالغة الأهمية في إبراز العديد من القضايا التي يتأثر الجميع بها بصفة عامة بينما تمثل هذه الشبكة قوة متصاعدة بين الفئة الدارسة في هذا المجتمع ولاسيما الطلبة الجامعيين الذين أيقنوا أن وسائل الإعلام التقليدية لم تعد قادرة على القيام بمتطلبات هذا العصر .

انطلاقاً مما تقدم نطرح إشكالية الدراسة كالتالي:

هل يساهم موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك في تنمية الوعي البيئي لدى طلبة العلوم الإنسانية بجامعة أدرار؟

وللإجابة عن هذا التساؤل قمنا بطرح مجموعة من التساؤلات الفرعية:

- ما هو حجم تعرض طلبة العلوم الإنسانية بجامعة أدرار لموقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك؟

- هل يهتم موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك بقضايا البيئة؟

- ما هو حجم اعتماد طلبة العلوم الإنسانية بجامعة أدرار على موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك كمصدر للمعلومات البيئية؟

- هل توجد مظاهر بارزة للوعي البيئي .. من وجهة نظر طلبة العلوم الإنسانية بجامعة أدرار؟

### الفرضيات:

- يستخدم طلبة العلوم الإنسانية بجامعة أدرار موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك بصفة كبيرة ومستمرة.

- توجد مظاهر بارزة للوعي البيئي من وجهة نظر طلبة العلوم الإنسانية بجامعة أدرار.

- يوجد اهتمام لموقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك بقضايا البيئة ومشكلاتها.

- يعتمد طلبة العلوم الإنسانية بجامعة أدرار على موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك كمصدر للمعلومات.

### مصطلحات الدراسة:

من الضروري تحديد وتعريف بعض المفاهيم التي وردت في دراستنا وهي كالآتي:

### الفيس بوك:

عرف قاموس الإعلام و الاتصال " Communications and Media of Dictionary " فيس بوك بأنه " موقع خاص بالتواصل الاجتماعي أسس عام 2004 ويتيح نشر الصفحات الخاصة "profile" قد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين لكنه اتسع ليشمل كل الأشخاص.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - Marcel Danesi, **Dictionary of media and communications**, M.E. Sharpe, New York, 2009,p117.

### التعريف الاجرائي:

هو مواقع اجتماعي تفاعلي يتيح التواصل لمستخدميه من خلال واقع افتراضي للالتقاء الأصدقاء والمعارف والأهل يماثل الواقع الطبيعي من خلال تكوين علاقات مع الأصدقاء من مختلف الأعمار والأجناس ومن كافة أنحاء العالم تجمعهم اهتمامات ونشاطات مشتركة بالرغم من اختلاف وعيهم وتفكيرهم وثقافتهم.

**الإعلام البيئي:** هو عملية إنشاء ونشر الحقائق العلمية المتعلقة بالبيئة من خلال وسائل الإعلام بهدف إيجاد درجة من الوعي البيئي وصولاً إلى التنمية المستدامة.<sup>1</sup>

### الوعي البيئي :

لغة: هو الفهم وسلامة الإدراك.<sup>2</sup>

اصطلاحاً: هو الإدراك القائم على الإحساس والمعرفة بالعلاقات والمشكلات البيئية، من حيث أسبابها وأثرها ووسائل خلقها.<sup>3</sup>

**التعريف الإجرائي:** هو مدى إدراك الفرد للشؤون و المشكلات البيئية ومدى قدرته على تحليل وتغيير اتجاهاته و تنمية معارفه البيئية والبحث عن سبل خلقها.

**الطالب الجامعي:** هو ذلك الشخص الذي يمثل مرحلة هامة من مراحل العمر، ألا وهي مرحلة الشباب، والتي عرفها "محمد علي محمد" بقوله: "إن الشباب ظاهرة اجتماعية أساساً، تشير إلى مرحلة من العمر، تعقب مرحلة المراهقة وتبدو خلالها علامات النضج الاجتماعي والنفسي والبيولوجي واضحة."<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - مزاهرة اليمن، التربية البيئية، دار المناهج، عمان الاردن، 2004، ص15.

<sup>2</sup> - إبراهيم مذكور، معجم العلوم الاجتماعية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 1975، ص644.

<sup>3</sup> - المرجع نفسه، ص666.

<sup>4</sup> - محمد علي محمد، الشباب العربي والتغيير الاجتماعي، دار النهضة العربية، بيروت، 1985، ص16.

**التعريف الاجرائي :** هو ذلك الشخص الذي سمحت له كفاءاته العلمية بالانتقال من المرحلة الثانوية إلى الجامعة، تبعا لتخصصه بواسطة شهادة، أو دبلوم يؤهله لذلك.

### أهمية الدراسة :

تظهر أهمية الدراسة من خلال إشراك مفرزات التكنولوجيا الحديثة؛ الإعلام الجديد في الارتقاء بالتواصل لخدمة أغراض إنسانية ثقافية واجتماعية أكثر نضجا ووعيا من ذي قبل. وذلك تبعا لما تفرضه متطلبات العالم اليوم الذي أصبح يعرف تطورا كبيرا في شتى المجالات، إلا أن هذا التطور وللأسف جاء على حساب البيئة، لذا كان ولا بد للإنسان أن يتحرك إزاء ذلك.

### أهداف الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد تطبيقات الإعلام الجديد التي بإمكانها خلق الوعي البيئي وبناء الخلفيات الثقافية لقضايا البيئة وإشكاليات ما يعرف بالإعلام البيئي انطلاقا من أدوات ووسائل جديدة أفرزتها التطورات التكنولوجية المتلاحقة، فيمكن تلخيص أهداف الدراسة فيما يلي:

- 1- تسليط الضوء على حلقة من حلقات الإعلام الجديد وآفاقه الواسعة، وأشكاله المتنوعة والتعرف على مدى انتشار هذه المواقع في أوساط الطلبة والفترة الزمنية في استعمال هذه المواقع.
- معرفة الدور الذي يؤديه موقع الفيس بوك لخدمة أغراض الإرشاد والتوعية البيئي
- 3- تقييم وتحليل دور وفعالية مواقع التواصل الاجتماعي ولاسيما موقع الفيس بوك في إبلاغ رسالته الإعلامية إلى المجتمع لتنمية الوعي البيئي وإدراكه بخطورة مشكلات البيئة التي تتعرض لها بيئتنا
- 4- معرفة حجم اهتمام موقع الفيس بوك بقضايا البيئة ومشكلاتها وتحديد نوعية هذه الإشكالات والقضايا المطروحة على صفحاتها
- 5- الكشف عن المنافع التي يمكن أن يحصل عليها الطلبة من خلال استخدام موقع الفيس بوك في نشر الثقافة و الوعي البيئي
- 6- معرفة درجة التفاعل مع مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالوعي البيئي

الدراسات السابقة:

- الدراسة الأولى ل: بن يحي سهام " الصحافة المكتوبة وتنمية الوعي البيئي في الجزائر: دراسة تحليلية لمضمون صحيفتين وطنيتين "الشروق" و "le matain" وصحيفتين جهويتين " آخر ساعة" و "L'est République " السنة الجامعية 2005/2004 بالجزائر. حيث تبلور مشكلة هذه الدراسة فيما يلي : ما هو الدور الذي تضطلع به الصحافة المكتوبة بشقيها ( وطنية و جهوية) في تنمية الوعي البيئي لأفراد مجتمع الجزائري و يهدف هذا البحث لاختبار الفروض التالية:

- 1 - ينخفض حجم اهتمام الصحف المكتوبة الجزائرية - محل الدراسة - بقضايا البيئة ومشكلاتها ومن ثمة ينخفض دورها في تنمية الوعي البيئي لأفراد المجتمع.
  - 2- تعد الصحف الوطنية أكثر اهتماما نسبيا من الصحف الجهوية بمعالجة القضايا البيئية ومشكلاتها.
  - 3- يعتبر الخبر الصحفي أكثر القوالب استخداما في معالجة القضايا البيئية ومشكلاتها في الصحف الجزائرية - محل الدراسة - .
  - 4- تنخفض نسبة المعلومات البيئية المقدمة في الرسائل الإعلامية بالصحف الجزائرية -محل الدراسة - ومن ثمة ينخفض دورها في تنمية الوعي البيئي لأفراد المجتمع .  
وتهدف هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الأغراض تتمفصل في ما يلي:
1. تقييم و تحليل دور وفعالية وسائل الإعلام لاسيما منها الصحافة المكتوبة بشقيها (الوطنية و الجهوية ) في إبلاغ رسالتها الإعلامية إلى ا مجتمع لتنمية وعيه البيئي وإدراكه بخطورة مشكلات البيئة التي تتعرض لها البيئة في الجزائر.
  2. التعرف على الأنواع أو القوالب الصحفية المستخدمة في عرضها للقضايا البيئية ومشكلاتها.
  3. الكشف عن بعدي الوعي البيئي المتضمنين في الرسالة الإعلامية وهما بالتحديد المعلومات البيئية و الاتجاهات نحو البيئة.
  4. تحليل مضمون الرسائل الإعلامية المكتوبة المقدمة من طرف الصحافة بشقيها (الوطنية والجهوية ) لمعرفة مدى مساهمتهما في نشر وتنمية الوعي البيئي لأفراد المجتمع الجزائري.



5. معرفة حجم اهتمام الصحافة المكتوبة بشقيها ( الوطنية والجهوية) بقضايا البيئة ومشكلاتها وتحديد نوعية هذه المشكلات والقضايا المطروحة على صفحاتها. ولأن هذه الدراسة استخدم فيها منهج تحليل المضمون باعتباره أفضل المناهج التي تساعد على تحقيق أهداف الدراسة فيما يتعلق بدور الصحافة المكتوبة الجزائرية في تنمية الوعي البيئي، فقد اتبعت للتحقق من صحة الفروض المطروحة حول الدراسة. ومن بين أدوات جمع البيانات في الدراسة هي: المقابلة واستمارة البحث كأداة لجمع البيانات والإجابة عن التساؤلات، القوالب المستخدمة لتعريفها واتجاهات معالجتها. وطبقت هذه الأدوات المنهجية على عينة من أعداد جريدة الشروق، جريدة Le matain، جريدة أخرى ساعة، جريدة L'est publique

و أظهرت النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يلي:

1. ضرورة الاهتمام بتطوير وتنمية الصحف الجهوية والاستفادة من إمكانياتها لتحقيق الاحتياجات الإعلامية والثقافية والاجتماعية للجمهور.
2. ضرورة إعداد الصحف بنوعيتها (الوطنية والجهوية) البرامج الإعلامية التي تتناول القضايا البيئية ومشكلاتها وذلك بصورة مستمرة ودائمة.
3. أن تقوم الصحف عند معالجتها للقضايا البيئية ومشكلاتها بالاتصال بالمعاهد العلمية والتعاون مع المتخصصين والعلماء في مجال البيئة نظرا لان موضوع البيئة ذو طابع علمي.
4. الاهتمام بإجراء بحوث ودراسات حول الإعلام البيئي في الجزائر.
5. إعداد الصحفيين وتكوينهم في مجال الإعلام البيئي، لتمكينهم من أداء مهمتهم.
6. ضرورة وضع إستراتيجية إعلامية شاملة لتنمية الوعي البيئي.

أما الدراسة الثانية فكانت لـ: عبد العزيز عبد الله احمد الشايع "الإعلام ودوره في تحقيق الأمن البيئي، سنة 2003 بجامعة الملك سعود بحيث تنطلق من سؤال أساسي مفاده: ما دور الإعلام في تحقيق الأمن البيئي؟

وتهدف هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الأغراض تتمفصل في ما يلي :

1. التعرف على الوسائل التي يستخدمها الإعلام في التوعية البيئية
  2. التعرف على مدى تضمين وسائل الإعلام لجوانب التوعية البيئية في موادها الإعلامية
  3. التعرف على العلاقة بين التوعية الإعلامية البيئية وتحقيق الأمن البيئي
  4. التعرف على مدى تحقيق الإعلام لجوانب التوعية البيئية.
- وتندرج هذه الدراسة ضمن منهج المسح الاجتماعي الذي يعرف بالمنهج الوصفي التحليلي نظرا لطبيعة الدراسة واشكالياتها المطروحة وطبق أداة البحث استمارة المقابلة الشخصية وقد توصل الباحث إلى مجموعة من النتائج:

1. اهتمام نصف إدارات أو جهات العمل ببرنامج التوعية البيئية
2. أكثر الوسائل الإعلامية المستخدمة في التوعية البيئية هي : التلفزيون - الصحف - الإذاعة
3. أكثر نوعية الرسائل الإعلامية المستخدمة في التوعية البيئية هي:تحقيقات - إعلانات - حوارات ...
4. تضمين وسائل الإعلام بدرجة ضعيفة لجوانب التوعية البيئية في موادها الإعلامية، وكان على رأسها "تضمين ووسائل الإعلام للتوعية من التلوث الهوائي"

### موقف الدراسة الحالية من الدراسات السابقة:

#### 1. أوجه التشابه:

تعد الدراستين السابقتين التي تم اعتمادها دراسات مشابجة للدراسة الحالية ، وذات علاقة مباشرة بها، حيث تشترك معها في متغير أساسي، ألا وهو الإعلام والوعي البيئي، وبالرغم من تشابهها في نقاط، فإنها تختلف معها في نقاط أخرى، ويمكن تلخيص أهم نقاط التشابه في ما يلي:

تشترك الدراستين السابقتين مع الدراسة الحالية في اهتمامها بموضوع البيئة، وضرورة الحفاظ عليها والتوصل لحلول هادفة للقضاء على المشاكل البيئية بدأً من نشر الثقافة والتوعية البيئية.

تتفق الدراسة الحالية مع الدراستين السابقتين في نفس الأدوات المستعملة لجمع البيانات وهي المقابلة والاستمارة.

تتشارك دراسة "عبد العزيز عبد الله احمد الشايع" مع الدراسة الحالية على أن كلاهما يندرجان ضمن البحوث الوصفية.

## 2. أوجه الاختلاف:

تظهر أوجه اختلاف الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة التي تم عرضها في نقاط عدة هي:

- اختلافها من ناحية الموضوع، ففي حين يدور موضوع الدراسة الحالية حول: دور موقع التواصل الاجتماعي "الفيس بوك" في تنمية الوعي البيئي لدى طلبة العلوم الإنسانية-جامعة ادرار -نموجا- أما الدراستين السابقتين فتناولوا:
- الإعلام ودوره في تحقيق الأمن البيئي
- "الصحافة المكتوبة وتنمية الوعي البيئي في الجزائر: دراسة تحليلية لمضمون صحيفتين وطنيتين" الشروق و"le matain" وصحيفتين جهويتين "آخر ساعة" و " République L'est "

- اختلاف الدراسة الحالية، عن الدراستين السابقتين في المجال الجغرافي والزماني والمكاني وكذا العينة المختارة للمبحوثين.

- تختلف دراستنا الحالية مع دراسة بن يحي سهايم في المنهج المستخدم حيث انها استعملت منهج تحليل المضمون الذي يساعد على تحقيق أهداف دراستها على الدراسة الحالية التي استعملنا فيها المنهج الوصفي التحليلي.

- تنفرد الدراسة الحالية باستعمال وسائل إعلامية جديدة المتمثل في مواقع التواصل الاجتماعي ألا وهو موقع الفيس بوك، على عكس الدراستين السابقتين التي استعملت وسائل إعلامية تقليدية كالتلفزيون والإذاعة والصحافة المكتوبة.

## تمهيد:

جاءت شبكة الإنترنت خدمة للأغراض العسكرية في الولايات المتحدة الأمريكية ثم بدأت في التوسع والانتشار شيء فشيء لتشمل مناحي الحياة المختلفة حيث كان هذا التوسع بفضل التقنيات المتطورة عليها مثل الجيل الثاني للويب. يحمل الجيل الثاني للويب تطبيقات شبكات الواصل الاجتماعي على غرار الي وتيوب -تويتر والفييس بوك الذي يشكل محور الدراسة.

في بداية هذا المبحث سنتطرق إلى التعريف بالجيل الثاني للويب وظهوره ، لأنه يعتبر النواة الأساسية التي انشق عنها الفييس بوك ، الذي بدوره يمثل أحد تطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي.

**1-تعريف الجيل الثاني للويب(web2.0)**

من الناحية اللغوية فمصطلح الويب 2.0 يتكون من شقين :  
ويب "الدلالة على البيئة الافتراضية"

2.0"يعبر عن النسخة المتقدمة باستخدام لغة الأرقام"<sup>1</sup>

من الناحية الاصطلاحية فويب 2.0 يشير إلى "مجموعة من التقنيات الجديدة والتطبيقات الشبكية التي أدت إلى تغيير سلوك الشبكة العالمية إنترنت."<sup>2</sup>

**2- نشأة الجيل الثاني للويب (web 2.0) :**

كلمة الويب 2.0 "سمعت لأول مرة في دورة نقاش بين شركة أورلي الإعلامية المعروفة، ومجموعة ميديا لايف الدولية لتكنولوجيا المعلومات، في مؤتمر تطوير الويب الذي عقد في سان

<sup>1</sup> - سامي مبرك، المكتبة الوطنية في بيئة الويب 2.0 : نحو نموذج جيل ثاني للمكتبات الوطنية العربية ودوره في مواصلة إرساء مجتمع المعرفة المعاصر، ص928 .

<sup>2</sup> - السيد صلاح الصاوي، سمات الويب 2.0 على مواقع الأرشيفات والمكتبات الرئاسية على الإنترنت، مجلة مكتبة الملك فهد الوطنية، العدد2، ماي- نوفمبر 2012، ص. ص 218- 248.

<sup>3</sup> - مسفرة بنت دخيل الله الختعمي، توظيف تطبيقات الويب 2.0 في مؤسسات المعلومات والتحديات التي يمكن أن تحول دون الاستفادة منها: دراسة استطلاعية نحو جيل جديد من نظم المعلومات والمتخصصين : رؤية مستقبلية، المؤتمر العشرون الاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات، ص 239 .

فرانسييسكو سنة 2003، الكلمة ذكرها رئيس شركة أورلي دايل دويرتي في محاضرة الدورة للتعبير عن مفهوم جديد للشبكة العالمية<sup>3</sup>

### 3- تعريف شبكات التواصل الاجتماعي:

تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي من أكبر المواقع المتواجدة على الانترنت لتقديمها خاصية التواصل بين الأفراد والجماعات المستخدمين لها، وهي من أهم تطبيقات الويب 2.0. أولاً: سنخرج إلى تعريف الشبكة والاتصال وبعدها نصل إلى تعريف شبكات التواصل الاجتماعي جملة.

#### 1-3-1 تعريف الشبكات :

إن كلمة شبكة في اللغة الفرنسية تعني réseaux وفي قاموس لاروس le petit rousse تعرف على أنها " مجموعة العناصر الكبيرة أو الصغيرة أو دقيقة، كهربائية أو هاتفية أو شبكات المدن أو شبكات رقمية أو كمبيوترات، أو بين الأفراد."<sup>1</sup>

وجاء في معجم منير حجاب أن الشبكة هي " مجموعة من عناصر الكهربائية أو الأفراد أو المؤسسات أو الحواسيب والكل تعمل من أجل تحقيق غاية معينة."<sup>2</sup>

#### 1-3-2 تعريف الاتصال: إن كلمة اتصال أو تفاهم " مشتقة من الأصل اللاتيني

communis الذي يقصد به عام أو شائع، والاتصال عملية ديناميكية يستطيع بها الطرفان أن يشاركا في فكرة أو مفهوم أو إحساس أو اتجاه أو عمل من الأعمال والمقصود بالطرفين هنا أنه فرد يخاطب فرداً آخر أو أفراد آخرين أو هيئة تخاطب هيئة أو مجموعة كبيرة من الناس، وكلمة المشاركة هنا لا يعني أن أحد الطرفين سلمي والآخر إيجابي، ولكنها عبارة عن أخذ وعطاء."<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر النشر والتوزيع، مصر، 2004، ص 301.

<sup>2</sup> - مصطفى ع. عبد السميع محمد وآخرون، تكنولوجيا التعليم، دار الفلكر ناشرون وموزعون، الأردن، 2004، ص. 54-55.

<sup>3</sup> - مصطفى ع. عبد السميع محمد وآخرون، المرجع السابق، ص 54-55.

شبكات التواصل الاجتماعي : يعرف رضوان بلخيري شبكات التواصل الاجتماعي على أنها " تلك المواقع الضخمة التي تجمع الآلاف بل الملايين أين يمكنهم تكوين صداقات ومشاركة صورهم وملفاتهم، كما يمكنهم تكوين جمعيات وأحزاب، وعقد التحالفات وتنظيم الحملات الإلكترونية.<sup>1</sup> تعرف شبكات التواصل الاجتماعي كذلك على أنها "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمستخدم فيها إنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها."<sup>2</sup>

شبكات التواصل الاجتماعي مصطلح واسع يقصد به تبادل المضامين عبر شبكات الإنترنت من أجل الحوار وخلق التفاعل بين الناس

صاغ مصطلح الشبكات الاجتماعية في 1954 من قبل "جون بارنز" الذي كان باحثاً في العلوم الإنسانية في جامعة لندن ... وفي منتصف مطلع التسعينات من القرن العشرين، بدأت شبكات التواصل الاجتماعي بشكلها الحديث بالظهور، مدفوعة بالطبيعة الاجتماعية للبشر وحاجتهم للتواصل.

أول موقع لشبكات التواصل الاجتماعي (classmates.com) انطلق عام 1995 وهو موقع اجتماعي للاتصال والتواصل مع الأصدقاء والمعارف من الروضة حتى الجامعة وعضوية هذا الموقع مجانية، بحيث يستطيع أي شخص أن ينشئ ملفه الشخصي ثم يبحث عن زملاء آخرين، ويستطيع من خلاله أن يتصل بأصدقاء فقد الاتصال بهم، وأن ينضم للمجموعات المحلية، والدراسة في المنتديات.<sup>3</sup>

وفي عام 1997م أطلق الموقع المشهور (sixdegrees) الذي يركز على الروابط غير المباشرة، الملفات الشخصية للمستخدمين، الرسائل المتبادلة المدججة ضمن قائمة أصدقاء، كما

<sup>1</sup> - رضوان بلخيري، مدخل إلى الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2014، ص16.

<sup>2</sup> -نادية بن ورقلة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب العربي، جامعة الخلفة، دس، ص 3.

<sup>3</sup> -عبد الله ممدوح، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظرا لصحفيين الأردنيين، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام، إشراف حلمي ساري، جامعة الشرق الأوسط، 2012، ص. ص32-33.

ظهرت عام 1999 نماذج مختلفة من شبكات التواصل الاجتماعي تقوم أساسا على الثقة والصدقة، حيث شملت التحديثات منح المستخدمين سلطة التحكم في المضمون والاتصال. وخلال الفترة ما بين 2002 - 2004 بلغت شعبية شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية عبر العالم ذروتها من خلال ظهور ثلاثة مواقع اجتماعية ( **friendistr** ) عام 2003، ثم تلاه موقع (**my space**) الأكثر شعبية من بينها، كما برز موقع **face book** الذي أنشأه مارك زوكربيرج عام 2004 ليجمع زملائه في جامعة هارفارد الأمريكية، وأصبح بسرعة أهم هذه المواقع الاجتماعية لاسيما بعد انفتاحه على الأفراد خارج الولايات المتحدة الأمريكية.<sup>1</sup>

وبهذا بدأ الانتشار الواسع لشبكات التواصل الاجتماعي ففي عام 2006 ظهر **twitter** على يد ثلاثة طلاب وهو بشكل مدونة صغيرة<sup>2</sup> ويهدف هو أيضا إلى تحقيق التواصل والتفاعل مع الأصدقاء والأقارب وعامة الناس، ومع ذلك ظهرت مواقع للتواصل الاجتماعي متخصصة في مجالات معينة ومتخصصة وفي هذا الإطار ظهرت مواقع تواصل اجتماعي حول محتوى معين ومن أهمها **YouTube** **ملفات الفيديو**.

## 2-الفييس بوك:

### 2-1تعريف الفييس بوك

يعتبر الفييس بوك من أهم مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر تداولاً ، حيث سنتطرق هنا إلى ظهوره وتطوره وكذا تعريفه بشكل مفصل.

الفييس بوك هو عبارة عن شبكة اجتماعية يمكن الدخول إلي هجائنا، وتديره شركة "فييس بوك" محدودة المسؤولية كم لكية خاصة لها، فيمكن للمستخدمين الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة، أو ج هة للعمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الاتصال مع الآخرين والتفاعل معهم.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - عبد الكريم علي الديسي، وزهير ياسين طاهات، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى الطلبة الجامعات الأردنية، مجلة دراسات كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 1، 2013، ص70.

<sup>2</sup> - عبد الرحمان بن غالب دبور، تطبيقات الويب 2.0 وأنماط الإفادة منها من جانب أعضاء هيئة التدريس بجامعة طيبة دراسة تحليلية وصفية، مجلة مكتبة الملك فهد الوطنية، مج 19، العدد 2، ماي- أكتوبر 2013 ص. ص332-370.

<sup>3</sup> - عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية، دار وائل، الأردن، 2011، ص123.

ويعرف قاموس الإعلام والاتصال فييس بوك على أنه "موقع خاص بالتواصل الاجتماعي أسس عام 2004 ويتيح نشر الصفحات الخاصة ( profile ) وقد وضع في بداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين لكنه اتسع ليشمل كل الأشخاص".<sup>1</sup>



صورة مؤسس موقع الفييس بوك (مارك زوكربيرج)

المصدر: الموسوعة الحرة وكيبيديا

## 2-2 نشأة الفييس بوك

انطلق موقع الفييس بوك كنتاج غيرمتوقع من موقع "فييس ماتش" face match التابع لجامعة "هارفارد" وهو موقع من نوع Hot or Not، يعتمد على نشر صور لمجموعة من الأشخاص، تم اختيار رواد الموقع للشخص أكثر جاذبية، وقد قام (مارك زوكربيرج) بابتكار (الفييس ماش) في 28 أكتوبر 2003، عندما كان يرتاد جامعة "هارفارد" كطالب في السنة الثانية. ووفقاً لما نشرته جريدة "هارفارد كريم سون"، فإن موقع "فييس ماش" استخدم صور مجموعة من دليل الصور المتاح على الانترنت، والخاص بتسعة من طلبة المدينة الجامعية مع وضع صورتين بجانب بعضهما البعض، ودعوة المستخدمين إلى اختيار الشخص الأكثر الجاذبية.

<sup>1</sup> - عبد الرحمان بن غالب دبور، المرجع السابق، ص 347.



وكي يتمكن (زوكبيرج) من تأسيس الموقع، فإنه لجأ إلى اختراق مناطق محمية في شبكة الحاسوب الخاصة بجامعة "هارفارد"، وقام بنسخ صور خاصة بالطلبة في السكن الجامعي. إن مبادرة جامعة "هارفارد" باتخاذ إجراء مضاد لذلك الفعل، ربما يرجع لأسباب قانونية دون إدراك القيمة الحقيقية لذلك الانتهاك الذي ربما يحدث للعديد من الكليات الأخرى، ورد ذلك في مدونته الشخصية (زوكبيرج) قائلاً: "ولكن هناك أمر واحد مؤكد، وهو أنني ارتكبت حماقة عندما أقدمت على إنشاء ذلك الموقع، على كل حال إن أي شخص آخر كان سيقوم بذلك في نهاية الأمر ...".<sup>1</sup>

وسرعان ما تم توجيه الموقع إلى العديد من وحدات الخدمة الخاصة بالحرم الجامعي، ولكن تم إغلاقه بعد بضعة أيام من قبل إدارة جامعة "هارفارد"، وقد قامت إدارة الجامعة باتهام (زوكبيرج) بخرق قانون الحماية وانتهاك حقوق التأليف والنشر وكذلك انتهاك خصوصية الأفراد، مما يعرضه للطرده من الجامعة، ولكن تم إسقاط جميع التهم الموجهة إليه في نهاية الأمر.

في النصف الثاني من العام الدراسي نفسه قام (زوكبيرج) بتأسيس موقع face book على النطاق the facebook.com وتحديدًا في: 4 نوفمبر 2003. وقد أدلى (زوكبيرج) بتصريح لجريدة "هارفارد كريم سون" قائلاً: "لقد كان الجميع يتحدثون عن دليل الصور العالمي المأخوذة في جامعة "هارفارد"، أعتقد أنه من السخف أن تستغرق الجامعة عامين للقيام بمثل هذا العمل. يمكنني أن أقوم بالأمر على نحو أفضل منهم بكثير وفي غضون أسبوع واحد فقط." كانت عضوية الموقع قاصرة في بداية الأمر على طلبة "هارفارد كوليديج" أقدم كليات جامعة "هارفارد"، وخلال شهر الأول من إتاحة الموقع للاستخدام، قام أكثر من نصف الطلبة الذين لم يتخرجوا بعد من الجامعة بالتسجيل في هذه الخدمة وبعد فترة وجيزة، انضم كل من

<sup>1</sup> - يوسف بهوطي، الأنظمة التواصلية في شبكات التواصل الاجتماعي: تحليل سمائي للرسائل البصرية في موقع الفييس بوك، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والحضارة الإسلامية، جامعة وهران، 2014، ص. 97-98.

(إدوارد سافرين) المدير التنفيذي للشركة، و(داستين موسكو فيتز) مبرمج و(أندروماكولام) رسام جرافيك و (كريس هيوز) إلى(زوكريج) لمساعدته في تطوير الموقع.<sup>1</sup>

وبالفعل جسد فكرته هذه التي رأت النور في 4 فيفري 2004 مع انطلاق الموقع حقق نجاحا كبيرا ليصبح اليوم من أهم مواقع الشبكات الاجتماعية وأكثرها استخداما على الإطلاق.<sup>2</sup>

وفي شهر مارس 2004 فتح الفييس بوك أبوابه أمام جامعات "ستانفورد" و"كولومبيا" و"بيل". بعد ذلك اتسع الموقع أكثر وفتح أبوابه أمام جميع كليات مدينة "بوسطن" وجامعة "أيفيلج"، وشيئا فشيئا أصبح متاحا للعديد من الجامعات في "كندا" و"الولايات المتحدة الأمريكية".

في شهر جوان 2004، تم نقل مقر الفييس بوك إلى مدينة "بالوآلتر" في ولاية "كاليفورنيا"، وقد قامت الشركة بإسقاط كلمة the من اسمها بعد شراء اسم الناطق Face book.com نظير مبلغ 000,200 دولار أمريكي في عام 2005.

كما قام الفييس بوك بإصدار نسخة للمدارس الثانوية في سبتمبر 2005. وهو ما أشار إليه(زوكريج) بالخطوة المنطقية التالية. فخلال هذه الفترة كانت شبكات المدارس الثانوية بحاجة إلى دعوة للانضمام إلى الموقع. بعد ذلك، أتاح الموقع اشتراك الموظفين من العديد من الشركات، ومن بينها شركة "أبل المندجة" وشركة "مايكروسوفت".

وفي 26 سبتمبر 2006، فتح الموقع أبوابه أمام جميع الأفراد البالغين من العمر ثلاثة عشر (13) عاما فأكثر، والذين لديهم عنوان بريد إلكتروني صحيح. وفي أكتوبر 2008، أعلن القائمون على إدارة "الفييس بوك" باتخاذ مدينة "دبلين" عاصمة "أيرلندا" مقرا دوليا له.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>- المرجع نفسه، ص.ص 98-99.

<sup>2</sup>- حميدة بن يحيى، الهوية الافتراضية للطالب الجامعي على شبكة الانترنت: شبكات التواصل الاجتماعي فييس بوك نموذجا، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع الإعلام والاتصال، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2012-2013 ص 77.

<sup>3</sup> - يوسف بهوطي، المرجع السابق، ص 99.



صورة لسمات موقع الفييس بوك

المصدر: موقع الفييس بوك

## 2-3- خدمات الفييس بوك:

يقدم هذا الموقع مجموعة من الخدمات، كلوحة الحائط المخصصة لوصف اليوميات وإرسال الرسائل وخدمة تحميل الصور والألبومات والتعليق على الصور والفيديوهات. ومع مرور الوقت طور الموقع نفسه، بإدراج خدمة التغذية الإخبارية التي تقدم بيانات خاصة بكل التغييرات والأحداث التي تطرأ على الصفحة، وتطورت معها خدمة التحكم في البيانات إضافة إلى تخصيص مجال أكثر خصوصية كالرسائل الشخصية، وقد أضيفت حديثاً ميزة الاتصال بالصوت والصورة مما سهل على المشتركين بالفييس بوك رؤية الطرف الآخر الذي يتواصل معه. وامتدت شهرة الموقع لتصل إلى المجال الاقتصادي والخدمات، كوسيلة ناجحة للتسويق كما، دخل المجال السياسي بقوة من خلال اهتماماتها المشتركة، عن طريق تبادل وجهات النظر وصولاً لضرب المواعيد والدعوة لحضور مكثف للتظاهرات المختلفة أيا كانت طبيعتها.

وإن لم يتواجد الإنترنت، لما تمكنت كل من مواقع التواصل الاجتماعي ومختلف قنوات الإعلام الجديد، من الازدهار والرقى وسيطرتها على العالم كله.<sup>1</sup>

## 2-4 خصائص ومميزات موقع الفييس بوك

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

"لوحة الحائط المخصصة لوصف اليوميات وإرسال الرسائل."<sup>2</sup>

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

PROFILE PAGE-الملفات الشخصية، الصفحات الشخصية.

من خلال الملفات الشخصية يمكنك التعرف على اسم الشخص ومعرفة المعلومات الأساسية عنه مثل الجنس تاريخ الميلاد و البلد.

-الأصدقاء والعلاقات.

-ألبومات الصور يتيح موقع الفييس بوك لمستخدميه إنشاء عدد لانهائي من الألبومات ورفع مئات الصور وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء للاطلاع والتعليق عليها.

-إمكانية إنشاء صفحات واستخدامها تجاريا، وإنشاء حملات إعلانية تتيح لأصحاب المنتجات أو الفعاليات توجيه صفحاتهم وإظهارها لفئة يحدونها من المستخدمين، يتم فيها وضع معلومات عن المنتج أو الشخصية أو الحدث.<sup>3</sup>

-العالمية بإلغاء الحواجز الجغرافية والمكانية وتتحطم فيها الحدود الدولية.

-التفاعلية الفرد فيه كما هو مستقبل وقارئ فهو مرسل وكاتب ومشارك، فهي تلغي السلبيّة المقيّنة في الإعلام القديم، وتعطي حيز للمشاركة الفاعلة من المشاهد والقارئ.

<sup>1</sup> - دليلة غروبة، الشبكات الاجتماعية وثورة الإعلام الجديد، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر 2013 ص.ص 301-307.

<sup>2</sup> - سعود صالح كاتب، الإعلام الجديد و قضايا المجتمع: التحديات و الفرص، مداخلة ضمن المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، جامعة الملك عبد العزيز، جدة، 13-15 ديسمبر 2011، ص.23.

<sup>3</sup> -مركز معلومات الحوار الأوروبي، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي: دليل للمشاريع الممولة من الاتحاد الأوروبي، الاتحاد الأوروبي، ط2014، ص.8.

التنوع وتعدد الاستعمالات من مختلف شرائح المجتمع ولأي غرض.  
- سهولة لاستخدام والاشتراك بموقع التواصل الاجتماعي الفييس بوك.<sup>1</sup>

## 2-5 الصعوبات والتحديات

- انعدام الهوية الحقيقية: الهوية الحقيقية لا يمكن أن تعرف وتظهر إلا إذا اجتمع الشخص بالأخر، وتبقى العلاقة بين الأشخاص عبارة عن أسطورة، إذ غابت عنها لغة الجسد، ومعرفة السلوك الشخصي مباشرة، لذلك من الصعب الحصول على السلوك الكامل للمستخدم، والسمات الشخصية له من خلال التفاعل الإلكتروني.<sup>2</sup>
- الشرعية والتماثل: تمكنت بعض الشركات غير الرسمية من تضليل وخداع المستخدمين الأقل حذرا بأشكال كبيرة كالنصب ولاحتيال وتزييف المحتوى.
- ضعف الإنتاجية: اعتماد الناس على الأدوات الإلكترونية لتنظيم وتوسيع حياتهم الاجتماعية، لكن ذلك جاء على حساب الإنتاجية والعمل.
- انعدام الخصوصية وضعف الأمان: تتبع معلومات المستخدم الشخصية، والملكية الفكرية مهددة في موقع الفييس بوك فأعمال الكثير من الكتاب والفنانين لا يعرف مصيرها.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - أماني جمال مجاهد، الخصوصية وتطبيقات الويب 2.0 كيفية تحقيق المعادلة الصعبة، المؤتمر السادس لجمعية المكتبات والمعلومات السعودية، البيئة المعلوماتية الآمنة: المفاهيم والتشريعات والتطبيقات الرياض خلال الفترة 6-7 أبريل 2010، ص 19.

<sup>2</sup> - عبد الله ممدوح، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظرا لصحفيين الأردنيين، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام، إشراف حلمي ساري، جامعة الشرق الأوسط، 2012، ص 51.

<sup>3</sup> - هيئة تنظيم الاتصالات، فييس بوك، الإمارات العربية المتحدة 2012، ص 4-5.

## خلاصة الفصل:

تم التطرق في هذا الفصل إلى تعريف الويب 2.0 ثم ما مقصود بشبكات التواصل الاجتماعي وبعدها موقع الفيس بوك والذي ذكر بشكل مفصل حيث يكتسي أهمية بالغة، ويرجع ذلك إلى الانتشار الواسع وعند مختلف طبقات المجتمع. إلا أن هذا الموقع لديه سلبيات متباينة الخطورة، كنشر الثقافة والمعتقدات الدخيلة على مجتمعاتنا، ويساهم في نشر الفساد.

**تمهيد:**

يلعب الإعلام البيئي دورا فعالا في التعبير بقضايا البيئة باعتباره قناة اتصالية إيجابية للتعرف على وجهات النظر المختلفة بين المسؤولين عن حماية البيئة والمجتمعات بصورة سهلة حيث يتم عن طريقها إقناعهم والدفع بهم إلى المشاركة الفعالة في الحفاظ على البيئة . ويعد الإعلام البيئي أداة لتفعيل غرس قيم وثقافة الحفاظ على البيئة التي تعد حلقة أساسية لبلورة وتشكيل الوعي البيئي لدى الأفراد تجاه محيطهم، ومن هنا فإن توعية الجماهير لا تتوقف على مجرد حثهم على العمل الفردي، بل تتجاوز ذلك لتزويدهم بالمعرفة والدوافع لتشكيل رأي عام يحترم المنظومة البيئية ويضغط على أصحاب القرار لاعتماد خطط تنمية كاملة تؤخذ بعين الاعتبار.

ويعد الإعلام البيئي أحد أهم أجنحة التوعية البيئية والرقعي بالوعي البيئي، ونشر الإدراك السليم للقضايا البيئية بين الأفراد . ويعتبر دور الإعلام من أنجح الأدوار التي يمكن أن يؤديها تجاه البيئة وقضاياها، لهذا فإن التخطيط للإعلام البيئي الناجح لا بد أن يقيم علاقة حوار بين المرسل والمتلقي، بما يضمن إيجابية المشاركة الشعبية التي تعتبر أحد الأسس الهامة لنجاح أي برنامج إعلامي بيئي، ويتفاوت الدور الذي تقوم به كل وسيلة إعلامية في المجال البيئي طبقا لقدرتها على التأثير التي تنفرد بها كل وسيلة سواء كانت مقروءة أو مرئية أو مسموعة.

**1- مفهوم الإعلام البيئي**

**1-1- تعريف الإعلام البيئي:**

هو ذلك الإعلام الذي يسعى إلى تحقيق أغراض حماية البيئة من خلال خطة إعلامية موضوعية على أسس علمية سليمة تستخدم فيها كافة وسائل الإعلام، و تخاطب مجموعة من الناس، ويتم أثناء هذه الخطة وبعدها تقييم أداء هذه الوسائل و مدى تحقيقها للأهداف البيئية لهذه الخطة الإعلامية.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - أحمد ملح، الرهانات البيئية في الجزائر، مطبعة النجاح، الجزائر، 2000، ص13.

وهو تعبير مركب من مفهومين هما الإعلام و البيئة، و الإعلام البيئي هو الترجمة الموضوعية الصادقة للأخبار، والحقائق البيئية، وتزويد الناس بها بشكل يساعدهم على تكوين رأي صائب فيما يتعلق بالقضايا البيئية.<sup>1</sup>

ويعرف على أنه: توظيف وسائل الإعلام من قبل أشخاص مؤهلين بيئياً وإعلامياً للتوعية بقضايا البيئة وخلق رأي عام متفاعل إيجابياً مع تلك القضايا.<sup>2</sup>

وقد عرفه البنك العالمي: بأنه نقل معلومات ذات طابع بيئي من وكالات أو منظمات غير حكومية من أجل إثراء معارف الجمهور والتأثير على آرائه وسلوكياته تجاه البيئة.<sup>3</sup>

ويعرف بأنه "استخدام كافة الوسائل المرئية والمسموعة والمقروءة في إيصال المعلومات والحقائق والآراء بقضايا البيئة إلى الأفراد والجماعات في المجتمع".<sup>4</sup>

ويعتبر كذلك بأنه ذلك "الإعلام الذي يسعى لتنمية وعي الجماهير بقضايا ومشكلات البيئة وحثهم على المشاركة في حماية البيئة وصعوبة هوية المصادر الطبيعية للحياة من خلال وسائله المختلفة ويوجد معلومات ومعارف تمكن الإنسان من التعامل الإيجابي مع البيئة".<sup>5</sup>

وعرف على أنه "الترجمة الموضوعية والصادقة للأخبار والحقائق وتزويد الناس بكافة العوامل التي تؤثر في حياتهم وهو أحد المقومات الأساسية في الحفاظ على البيئة وإيجاد الوعي البيئي

2- إبراهيم عبد الواحد عارف، الإعلام البيئي و أهمية إيجاد الوعي بمشكلات البيئة، مجلة اتحاد إذاعة و تلفزيون الخليج، العدد 72، يناير 2008، ص 29.

3- سناء محمد الجبور، الإعلام البيئي، دار أسامة، عمان-الأردن، 2011، ص 12.

<sup>3</sup> - Gillian Martin Mechers, **Manuel de planification de la communication**

**Environnemental pour la région Méditerranéenne**, éditeur

suisse, suisse, 1992, p :01.

<sup>4</sup> - سوزان القليني، وصلاح مذكور، الإعلام البيئي النظرية والتطبيق، ط2، دار النهضة العربية، القاهرة، 2000، ص 54.

<sup>5</sup> - نحلة أبو رشيد، برامج التوعية البيئية في التلفزيون المصري والسوري، رسالة ماجستير، جامعة القاهرة، كلية الإعلام القاهرة، 2003، ص 23.



المعرفة اللازمين لتغيير الاتجاهات و النوايا نحو قضايا البيئة.<sup>1</sup>

وهو عملية إنشاء ونشر الحقائق العلمية المتعلقة بالبيئة من خلال وسائل الإعلام بهدف إيجاد درجة من الوعي البيئي وصولاً إلى التنمية المستدامة.<sup>2</sup>

فهو استخدام كافة وسائل الإعلام المختلفة (المسموعة، المرئية، المكتوبة) لتوعية الإنسان وتزويده بكافة المعلومات التي من شأنها أن تسهم في المحافظة على سلامة المحيط البيئي الذي يعيش فيه.<sup>3</sup>

إن الإعلام البيئي نوع من أنواع الصحافة المتخصصة، لأنها تقع ضمن الصحف الاختصاصية.<sup>4</sup>

فالإعلام البيئي مصطلح مركب بين مفهومين هما الإعلام والبيئة، فالإعلام هو الترجمة الموضوعية والصادقة للأخبار والحقائق الآنية وتزويد الجماهير بها، والبيئة هي كل الظروف والعوامل التي تحيط بالإنسان سواء كانت كائنات حية أم جمادات.<sup>5</sup>

الإعلام البيئي هو الإعلام الذي يسعى إلى تحقيق أغراض حماية البيئة من خلال خطة إعلامية موضوعية على أسس علمية سليمة تستخدم فيها كافة وسائل الإعلام، وتخطب مجموعة بعينها من الناس أو عدة مجموعات مستهدفة، ويتم أثناء هذه الوسائل ومدى تحقيقها للأهداف البيئية لهذه الخطة الإعلامية وبعدها تقييم أداء هذه الخطة.<sup>6</sup>

<sup>1</sup> - أحمد بدر، الاتصال بالجماهير بين الدعاية والتنمية، وكالة المطبوعات، الكويت، 1994، ص 182.

<sup>2</sup> - مزاهرة أمين، التربية البيئية، دار المناهج، عمان-الأردن، 2004، ص 15.

<sup>3</sup> - حجاب محمد منير، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004، ص 63.

<sup>4</sup> - أديب مروة، الصحافة العربية، منشورات دار الحياة، بيروت، 1961، ص 20.

<sup>5</sup> - علي منعم القضاة، مكانة البيئة في الإعلام، مطبعة المصطفى بدعم من وزارة الثقافة الأردنية، عمان، 1996، ص 11.

<sup>6</sup> - معبد عبد الفتاح القصاص، الإعلام العربي وقضايا البيئة، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة، ص 43.

وعليه فالإعلام البيئي هو الخطة الإعلامية ذات منهج علمي سليم تحمل مجموعة من المعلومات تتبناها مختلف وسائل الإعلام في شكل رسائل إعلامية الهدف منها توجيه الجمهور والتأثير في آرائه وأفكاره وسلوكياته إيجابيا من أجل حماية البيئة والحفاظ عليها.

أما من الناحية القانونية ظهر نوع من الاهتمام في الحق بالإعلام البيئي في الفترة الأخيرة، ونلمس ذلك من خلال قانون البيئة رقم 03 / 10 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بحماية البيئة في إطار التنمية المستدامة، ويهدف هذا القانون حسب المادة 02 منه إلى مايلي:<sup>1</sup>

-تحديد المبادئ الأساسية وقواعد تسيير البيئة.

-ترقية وتنمية وطنية مستدامة بتحسين شروط المعيشة، والعمل على ضمان إطار معيشي سليم.

-الوقاية من كل أشكال التلوث والأضرار الملحقة بالبيئة، وذلك بضمان الحفاظ على مكوناتها.

-تدعيم الإعلام والتحسيس ومشاركة الجمهور ومختلف المتدخلين في تدابير حماية البيئة.

وقد جاء في بابه الثاني المتعلق بأدوات التسيير فصلا كاملا حول الإعلام البيئي والحق فيه. فقد

جاء في المادة 07 المتعلقة بالحق العام في الإعلام البيئي "أنه لكل شخص (طبيعي أو معنوي)

يطلب من الهيئات المعنية معلومات متعلقة بحالة البيئة، والحق في الحصول عليها ويمكن أن تتعلق

هذه المعلومات بكل المعطيات البيئية والتنظيمات والتدابير والإجراءات الموجهة لضمان حماية البيئة

وكيفية إبلاغها." وتتعلق المادة 08 من هذا القانون بـ "ضرورة تبليغ المعلومات إلى السلطات

المحلية أو السلطات المكلفة بالبيئة حول كل ما يؤثر بصفة مباشرة وغير مباشرة على البيئة والصحة

العامة." وتنص المادة 09 "على حق المواطن في الحصول على المعلومات حول الأخطار التي

يتعرض لها في بعض المناطق، وكذا تدابير الحماية التي تخصه " (يطبق هذا الحق على الأخطار

التكنولوجية والأخطار المتوقعة)<sup>2</sup>

يبدو أن اهتمام القانون الجزائري بمجال الحق في الإعلام البيئي قد جاء متأخرا بعض الشيء ،

ذلك أن التجربة الجزائرية في مجال البيئة ذاته لا تزال حديثة، وان الاهتمام النسبي للقيادات

<sup>1</sup> - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد43، 20 جويلية 2003، ص9.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص10.

السياسية وصناع القرار يعكس ضعف الوعي البيئي لدى قمة هرم السلطة ، كما أن هذه النصوص تشبه النصوص الأوروبية إلى حد ما ، مما يدل على ضعف الاجتهاد القانوني في مجال الحق في الإعلام البيئي .

واعتمد الإعلام البيئي على مجموعة من العوامل ساعدت على تأسيسه منها:<sup>1</sup>

- تأثير المناخ الصناعي أو الظروف الفيزيائية في صحة العمال النفسية والعقلية والجسمية .
- دراسة تأثير الألوان في الحالة المزاجية للفرد.
- نشر المعلومات المتعلقة بالبيئة بين الأطفال .
- دراسة تأثير الكوارث بأنواعها .
- دراسة الآثار التي تتركها كوارث الطيران والسفن الغارقة وخاصة ناقلات البترول.

### 1-2 أهمية الإعلام البيئي:

تلعب وسائل الإعلام البيئي دورا كبيرا في جذب انتباه الجمهور وفي توجيه اهتمامه لقضايا معينة، وأصبح بفضلها العالم قرية صغيرة نتيجة للانتشار الواسع في كل أنحاء العالم.<sup>2</sup> وخلال العقدين الماضيين بدأ الاهتمام في وسائل الإعلام بشكل عام بقضايا البيئة وتحديد الأولويات البيئية على كافة المستويات المحلية والإقليمية والدولية بشكل خاص.

وقد اتسم تناول الإعلام لقضايا البيئة بخاصتين أساسيتين هما:<sup>3</sup>

- ✓ التركيز عبر الرسالة الإعلامية المخصصة التي تخاطب المتخصص في مجال البيئة.
- ✓ اهتمام وسائل الإعلام بالتغطية الإخبارية للقضايا البيئية والحوادث العامة والتغطية الإعلامية للمؤتمرات والبحوث المعنية بقضايا البيئة.

<sup>1</sup> - محمد خليل الرفاعي، الإعلام البيئي الشؤون البيئية في الصحافة السورية - دراسة تحليلية لصحف (البعث-الثورة- تشرين)، مجلة جامعة دمشق، المجلد 27، العدد الثالث+الرابع، 2011، ص 716.

<sup>2</sup> - سامي طابع، دور الإعلام في نشر الوعي البيئي: ندوة الإعلام وقضايا البيئة في مصر والعالم العربي، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1992، ص 92.

<sup>3</sup> - نحلة ابورشيد، برامج التوعية البيئية في التلفزيون المصري والسوري، رساق ماجستير، جامعة القاهرة، كلية الإعلام القاهرة، 2003، ص 111.

فالإعلام البيئي يسعى إلى تنمية الوعي البيئي من خلال وسائله المرئية المسموعة والمقروءة والتصدي للقضايا البيئية.<sup>1</sup>

ويختلف الاهتمام بالمشاكل البيئية عن طريق الإعلام من مكان لآخر حسب الوعي البيئي لدى الجماهير المختلفة وحسب نوع هذه المشكلة أو القضية البيئية وطبيعتها، فإن وسائل الإعلام قدمت دعماً قيماً للعمل البيئي إذ جلبت بعض الأنشطة البيئية مثل مؤتمر قمة الأرض واليوم العالمي للبيئة، والمعارض والندوات البيئية قدراً كبيراً من الاهتمام المركز على المشكلات والقضايا البيئية المختلفة التي لم تنل من قبل حظها الكافي من العناية في وسائل الإعلام المختلفة.<sup>2</sup>

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

### 1-3 أهداف الإعلام البيئي:

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

<sup>1</sup> - علي منعم القضاة، مكانة البيئة في الإعلام، مطبعة المصطفى بدعم من وزارة الثقافة الأردنية، عمان، 1996، ص12.  
<sup>2</sup> - عواطف عبد الرحمان، الاعلام وقضايا البيئة: ندوة الإعلام وقضايا البيئة في مصر والعالم العربي، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، 1992، ص05.

وتهدف الصحافة البيئية خاصة إلى تحقيق أهداف عامة وأخرى خاصة:

❖ الأهداف العامة:<sup>1</sup>

1. توعية الأفراد والجماعات البشرية بالمشكلات البيئية المؤدية إلى الإخلال بالتوازن البيئي وتشخيصها، وعوامل الوقاية من أخطارها وصولاً إلى الممارسات الذاتية وتداولها تلقائياً لحفظ البيئة ووقايتها.
  2. إشعار السلطات والهيئات الوطنية والقومية من أصحاب القرار بأهمية المعضلة البيئية، بهدف العمل على سن التشريعات الواقية للبيئة وإقرار التوازن بين التنمية والبيئة.
  3. تحريك الرأي العام ضد القضايا البيئية أو معها، وتوعية الناس حول القضايا المحلية وتبيان مدى مشاركتهم بها .
  4. معالجة القضايا البيئية المهمة في المجتمع وتقديمها بشكل مبسط وشامل يحاكي شرائح المجتمع ومتغيراته جميعها.
  5. تهيئة الفكر لمناقشة القضايا البيئية وجعل الأفراد عناصر بناء في البيئة.
  6. إعداد المواطنين أفراداً وجماعات لتقبل فكرة تغيير السلوك التقليدي وتعديله إذا كان مدمراً للبيئة ومواردها، ورفع وعيه بأهمية تغيير هذا السلوك.
- ويتطلب تحقيق هذه الأهداف تعبئة وسائل الإعلام بشكل وظيفي بعيداً عن التصنع والنمطية الإعلامية بغية التأثير في مشاعر الناس واتجاهاتهم.

❖ الأهداف الخاصة:<sup>2</sup>

- 1- توفير المعلومات الصادقة الواضحة للقراء، وتشمل هذه المعلومات :
  - 1- 1. معلومات عامة يحتاجها الجمهور العام حول البيئة .
  - 1- 2. معلومات عملية وفنية تقدم للمختصين والمسؤولين وصناع القرار.

<sup>1</sup> - محمد خليل الرفاعي: الإعلام البيئي الشؤون البيئية في الصحافة السورية - دراسة تحليلية لصحف (البعث-الثورة-

تشرين)، مجلة جامعة دمشق، المجلد 27، العدد الثالث+الرابع، 2011، ص ص717-718.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص718.

1-3. المعلومات العلمية التربوية وتقدم إلى التربويين ومن أنواعها:

- ✓ معلومات بيئية علمية تتعلق بالطبيعة والوسط الجغرافي.
- ✓ معلومات تشريعية تشمل القوانين الناظمة للتعامل مع البيئة.
- ✓ معلومات إدارية تتعلق بالمؤسسات والمنظمات المسؤولة جزئياً أو كلياً عن قضايا البيئة.
- ✓ معلومات عن التجارب، ومحاولات حل مشاكل البيئة في مستويات مختلفة (محلية، إقليمية، عربية، عالمية)

كما انه يهدف كذلك إلى:

- زيادة المعرفة لدى الجماهير من خلال تقديم المعلومات والحقائق والآراء حول قضايا البيئة نظراً لما لو وسائل الإعلام من قدرة على عرض المعلومات والحقائق البيئية لتنمية الوعي الإيجابي تجاه البيئة.<sup>1</sup>

- ومعالجة القضايا البيئية وتقديمها للجمهور بشكل مبسط وشامل بهدف رفع مستوى الوعي البيئي لديهم، و إيجاد وعي بيئي وطني يحدد السلوكيات الإيجابية نحو البيئة والتغلب على المشكلات والقضايا البيئية بحيث يكون لدى الفرد سلوكيات من خلال إكسابه عادات سلوكية جديدة إيجابية تجاه البيئة.<sup>2</sup>

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

#### 1-4- مهام الإعلام البيئي :

<sup>1</sup> -محمد عبد الفتاح القصاص، دور وسائل الاتصال في خدمة البيئة، ندوة الإعلام وقضايا البيئة في مصر والعالم العربي، كلية الإعلام وبرنامج الأمم المتحدة للبيئة، القاهرة، 18-23 أبريل 1992، ص111.

<sup>2</sup> -محمد محمود المرسي، دور الإذاعات المحلية في معالجة قضايا البيئة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد03، 1998، ص47.

وتتمثل في النقاط التالية:<sup>1</sup>

- تنمية الوعي البيئي من خلال تنمية الوعي البيئي العام تجاه القضايا البيئية، مما يساعد على خلق تيار شعبي ضاغط على الحكومات للاهتمام بالمشكلات البيئية.
- إيقاظ الهمم و شحذ الأفراد لتحريك الجمود في الساحة البيئية، وتحفيز أصحاب القرار من خلال المعلومات البيئية الصحيحة، بغية التصرف بمسؤولية اتجاه البيئة، وتحسين نوعية الحياة دون الأضرار بالموارد، ودون تعريض حياة الأجيال القادمة للخطر.
- الدعوة إلى ضرورة تحسين مستوى المعيشة وحفظ التنوع ونقص استنزاف الموارد غير المتجددة ومراعاة الحفاظ على القدرة الاستيعابية للأنظمة الايكولوجية، وتغيير العادات والسلوكيات البيئية السيئة ومواجهة العبث والاستهتار وتعزيز قدرات الفئات الراغبة في التغيير الأفضل وتمكين المجتمعات من حماية بيئتها.

## 2- أطر الإعلام البيئي

### 2-1- وسائل الإعلام البيئي

من أهم وسائل الإعلام البيئي المختلفة على غرار الإعلام المرئي والإعلام المسموع والمكتوب والتي تساهم بشكل كبير في نشر الوعي البيئي في أوساط المجتمع هي كالأتي:

#### أولاً: الإعلام المرئي "التلفزيون"

يعتبر التلفزيون من أحسن وأقوى وسائل الإعلام البيئي من حيث تأثيرها على المشاهدين على اختلاف أعمارهم ومستوياتهم الاجتماعية والثقافية لما له من إمكانيات متعددة ومتنوعة، خاصة في المجال الاجتماعي وما يترتب عن ذلك من توعية ووقاية من مختلف الأزمات والظواهر التي تشكل خطورة على المجتمع وأفراده.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>-إسماعيل إبراهيم، الصحفي المتخصص، دار الفجر، القاهرة -مصر، ص.ص225-226.

<sup>2</sup>-عماد الدين سلطان، مختصر الدراسات الأمنية، ج2، المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب، الرياض، 1986، ص

- وبإمكان التلفزيون من خلال الصورة والصوت تناول قضايا البيئة وإيصالها إلى الجمهور المشاهد بشكل جذاب يجعلهم يتعرفون على واقع بيئتهم، مما يؤثر فيهم على نحو يتيح لهم تعديل بعض السلوكيات أو تحسينها أو تثبيتها، ويمكنهم أيضا من المشاركة في حل المشكلة.
- وللتلفزيون دور كبير في نشر الوعي البيئي وأساليب يمكن عرضها كالاتي:<sup>1</sup>
- تناول أخبار البيئة في أي موجز أو أي نشرة من النشرات الإخبارية.
  - استخدام التمثيليات الإنسانية أو الاجتماعية لتوجيه الجمهور وتقريبه من واقع البيئة.
  - إدراج قضايا البيئة في البرامج الخاصة بالأسرة أو الطفل.
  - إجراء مقابلات ميدانية مع القائمين على شؤون البيئة ونقل انشغالات المواطنين وعرض نماذج من مظاهر التلوث وأسباب تفاقمه دون إهمال الجانب الجمالي للبيئة.
  - الابتعاد عن أسلوب الإثارة والتهويل عند تناول بعض المشكلات البيئية الخطيرة مثل مشكلة النفايات الصلبة.

إن نظرنا إلى واقع برامج تلفزيون اليوم يجعلنا نقف أمام حقيقة مفادها أن مواضيع البيئة لا زالت ضعيفة مقارنة بمواضيع أخرى كالسياسة وأخبار الحروب، وأفلام العنف والجنس وغيره. حيث يعتبر التلفزيون من أكثر الوسائل الإعلامية تأثيرا في الرأي العام الوطني الجزائري، فهو يخاطب كل الشرائح الاجتماعية على اختلاف أعمارهم ومستوياتهم الاجتماعية الثقافية.

### ثانيا: الإعلام المسموع "الإذاعة"

تعرف الإذاعة انتشارا واسعا في معظم بقاع العالم فهي تخاطب كل الشرائح الاجتماعية، فضلا عن أنها تصاحب الفرد ساعات طويلة من الزمن له بالمشاركة الفعلية في الأحداث الإذاعية، هذا ما أتاح لها القدرة على الإقناع والتأثير إذ تستطيع أن تلح توعوي وتثقف وتضيف معلومات جديدة،

<sup>1</sup>-رضوان سلامن، الإعلام والبيئة دراسة استطلاعية لعينة من الثانويين والجامعيين، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، تخصص علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2006، ص142.



أو توضح الرؤى وكثيرا ما ترد على استفسارات المستمعين، لذلك يمكننا توجيه الإذاعة واستخدامها في نشر الوعي البيئي.

لقد أثبتت الإذاعة نجاحها في العديد من الميادين التي و إن اختلفت في ظاهرها عن المشكلة البيئية فإنها تكاد تماثلها من حيث الموضوع، ونذكر في ذلك التوعية الصحية أو نحو الأمية وغيرها، ففي جنوب "كوريا" تمكنت محطة إرسال بقوة ( 50 واط) من إذاعة معلومات عن السل والتيفويد والطفيليات المعوية، ولقد استغرق هذا البرنامج الذي تضمن قدرًا غير قليل من مواد الترفيه كالأغاني والفلكلور المحلي والاتصالات الهاتفية للمواطنين ثلاث ساعات وأذيع ثلاث مرات يوميا، وبعد اختبار عينة ن المستمعين تبين أن أقل من نصفهم من ظل يعتقد بأن مرض السل وراثي، كما أن الجميع تقريبا عرفوا كيف ينتقل التهاب المخ وزاد عدد الذين كانوا يعرفون مصدر التيفويد بنسبة 50%<sup>1</sup>.

ويمكننا عرض بعض الأساليب الإذاعية لنشر الوعي البيئي وهي كالآتي:

- 1) يمكن التطرق إلى أخبار البيئة في أي موجز إخباري عادي .
- 2) الحصص الإذاعية أو اجتماعات الراديو التي تقدم للمستمعين في شكل حوار ومناقشات مع المختصين والقائمين على شؤون البيئة، وبمشاركة المواطنين في كل جوانب الموضوع .
- 3) لقد أثبتت التجارب أن النوادي الإذاعية لها ميزة خاصة من شأنها تقوية وزيادة الوعي بالمشكلات وحلولها وهذا تحت شعار " استمع وناقش ونفذ"<sup>2</sup>
- 4) استعمال الأغاني والحصص والتمثيلات الراديوفونية فهي فعالة في التوعية البيئية، فالفرد وبطريقة غير مباشرة يتعلم ويتوعى بكل مرونة فهو يتلقى الرسالة بلباقة تامة دون أن نرغمه على تغيير رأيه.

<sup>1</sup>- ولير شرام، أجهزة الإعلام والتنمية الوطنية ودور الإعلام في البلدان النامية، ترجمة محمد فتحي، مراجعة يحيى أبو بكر، الهيئة المصرية للتأليف والنشر، القاهرة، 1970، ص 209.

<sup>2</sup>- سمير محمد حسن، الاعلام والاتصال بالجماهير وبالرأي العام، ط3، عالم الكتاب، 1996، ص 233.

- 5) الإعلانات الراديوفونية المتعلقة بالبيئة والتي يمكن عرضها على أمواج الإذاعة والغرض منها التأثير في سلوكيات المستمعين إيجابيا وحثهم على المشاركة في رفع الوعي البيئي .
- 6) يمكن نشر الوضع البيئي الفعلي عن طريق تكرار العملية حتى ترسخ الرسالة البيئية في أذهان المستمعين شرط أن تكون الرسالة بسيطة وواضحة لجميع فئات المجتمع.<sup>1</sup>
- يمكن معالجة قضايا البيئة من خلال الإذاعة المحلية، فقد لاقت هذه الأخيرة نجاحا لما لها من ميزة في معالجة القضايا المحلية وبلغة ذلك المجتمع.

### ثالثا: الإعلام المكتوب "الصحافة المكتوبة"

تعتبر الصحيفة وسيلة ميسرة ومريحة في الوقت نفسه ، كما أن الفن الصحفي وتنوع ما تحتويه من أخبار وتعليقات وآراء المختصين والعامّة وكذا الرسومات الكاريكاتورية والصور .

كل ذلك يؤدي إلى أهمية الصحافة بين وسائل الإعلام بالنسبة للرأي العام، هذه المكانة تمنح للصحافة دورا فعالا في التوعية بمختلف مجالاتها وعلى وجه الخصوص التوعية بقضايا ومشكلات البيئة والتلوث على المستوى المحلي والوطني والإقليمي والعالمي.<sup>2</sup>

وبالرغم من الدور الإيجابي للإعلام المكتوب في التوعية ونشر الثقافة البيئية، إلا أن هناك اختلاف في حجم الاهتمام بقضايا البيئة، وخاصة في البلدان النامية فانتشار الأمية فيها وحدثة تجربتها الإعلامية لاسيما في م جال الإعلام البيئي أدى إلى ضعف الوعي والثقافة البيئية لديها.

وتعتبر وسائل الإعلام بكافة أشكالها المصدر الرئيسي للمعلومات حول البيئة، ولها اثر كبير في تشكيل الاهتمامات البيئية لدى مختلف قطاعات المجتمع لذا يتعين على القطاع الإعلامي أن يتناول باستمرار قضايا البيئة المطروحة.

<sup>1</sup>- نبيلة بوحبزة، الاتصال الاجتماعي الصحي في الجزائر، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد، 1997، ص33.

<sup>2</sup>- محمد خليل الرفاعي، أثر وسائل الإعلام في تكوين الوعي البيئي، مجلة المستقبل العربي، العدد215، 1997، ص75.

#### رابعاً: الاتصال الشخصي

احتفظ الاتصال الشخصي بمكان الصدارة في القدرة على الإقناع والتأثير، ويتميز الاتصال الشخصي بالقدرة على معرفة صدق الرسالة عند المستقبل وتوجيه الاتصال على أساس هذا الصدق، مما يساعد على إحداث التأثير المنشود إذا ما توافرت مهارات الاتصال عند المرسل وتهيأت ظروف المستقبل لتلقي الرسالة.

يمكن أن يساهم الاتصال الشخصي في التوعية البيئية على النحو التالي:<sup>1</sup>

- الندوات التي يشارك فيها كبار المختصين وأعضاء الجمعيات البيئية، ومن الضروري أن تمتد هذه الندوات لتشمل الجمعيات الأهلية واللجان الشعبية والمجالس المحلية، وغيرها.
- معالجة مشكلات التلوث على مستوى المساجد بشكل مبسط في إطار خطبة الجمعة، والمواعظ الرئيسية باعتبار الدعوة وثيقة الصلة بما تحث عليه الأديان من حرص على الصلح العام.
- الاتصال في المؤسسات التربوية والتعليمية وإدخال مفاهيم الترشيد والمحافظة على نشر المفاهيم من خلال المحاضرات والندوات العلمية، وإجراء المسابقات الفنية التي تشجع على نشر هذه المفاهيم.

#### خامساً: وسائل الإعلام الجديدة

وهي إحدى إفرزات تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة، والتي تتم بالأساس انطلاقاً من شبكة الانترنت وتشمل المواقع الإلكترونية المتخصصة، والمدونات وصفحات الويكي كما برز في السنوات الأخيرة ما يعرف بالإعلام الاجتماعي أو شبكات التواصل الاجتماعي، والتي صممت لأغراض وأهداف محددة لا تكاد تتجاوز التواصل والدردشة بين المستخدمين، بحيث تقدم خدمات ومزايا تضمن استمرارية التواصل والواضح أنها باتت تستخدم لأغراض أكثر وعياً ونضجاً نظراً لسهولة استخدامها وانتشارها الواسع واستقطابها لجمهور واسع، وتعد القضايا والمشكلات

<sup>1</sup> - علي عجوة، الإعلام وقضايا التنمية، عالم الكتب، القاهرة، 2004، ص، ص 115-116.

البيئية واحدة من المواضيع المطروحة عبر وسائط الإعلام الاجتماعي وبصفة أساسية موق.ع الفيس بوك حيث أصبحت العديد من الجم.عيات والمنظمات المحلية ولذا الدولية تنشط عبر الم.وقع من أجل نشر الوعي والثقافة البيئية من خ.لال الإح.اطة بالمعلومات والأخبار البيئية، والدعوة إلى المساهمة في الحملات التطوعية لحماية البيئة والمحيط إلى جانب إدراج الص.ور، والف.يديوهات والتعليقات من أجل جذب إنتبه المستخدمين وبلورة الوعي البيئي لديهم.<sup>1</sup>

## 2-2-وظائف الإعلام البيئي:

إن وظائف الإعلام البيئي لا تخرج عن نطاق الوظائف العامة للإعلام، ويتميز بكونه يؤدي ذات الوظائف لكن من خلال معالجة الموضوعات وطرح القضايا والمشكلات البيئية ومكوناتها، فلوظائف هي ما يتحقق فعليا من أهداف هذا الاعلام، وما يلمسه الجمهور من بنودها، ولهذا سيتم التعرض لأهم وظائف الإعلام البيئي وهي:

### 1. الإعلام:

تعتبر وظيفة الإعلام من أهم وظائف الإعلام البيئي، إذ يصعب القيام بالوظائف الأخرى في غيابها كما أنها محور الارتكاز ونقطة الانطلاق للوظائف الأخرى، والإعلام يعني تزويد الجمهور بالأخبار و المعلومات البيئية للوقوف على كل ما يدور حولهم محليا وإقليميا وكذا عالميا، فقضية البيئة ذات أبعاد مختلفة حيث أن عددا من مشكلاتها يمس العالم بأسره.<sup>2</sup>

### 2. الأخبار:

تعتبر وظيفة الأخبار بمثابة محور الارتكاز ونقطة الانطلاق لوظائف وسائل الإعلام المختلفة، بل إن الوظائف الأخرى يتم بناء محاورها على أساس ما تحققه الوظيفة من مصداقية فيما تقدمه من معلومات.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - فتيحة كيجل، الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي، مكملة لنيل شهادة الماجستير، تخصص إعلام واتصال كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012، ص 129.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص 116.

<sup>3</sup> - أحمد الجلال، دراسات بيئية في التنمية والإعلام السياحي المستدام، عالم الفكر، القاهرة، 2003، ص 77.

وتتمثل هذه الوظيفة في جمع الأنباء والبيانات والصور و التعليقات عن الأحداث وبثها بعد معالجتها ووضعها في إطارها الملائم، من أجل تلبية حاجيات الناس من أخبار في الاقتصاد والسياسة والحروب والرياضة والثقافة والبيئة وغيرها فقلد، أصبحت الأخبار تصل إلى أكبر عدد من الناس في وقت واحد وقصير ، لذلك يشترط أن تتصف الأخبار بالموضوعة والدقة والصحة والأمانة<sup>1</sup>

### 3. التفسير والتوجيه:

تحتاج الأخبار إلى تفسير وتوجيه ويتم، ذلك من خلال إلقاء الضوء على الأحداث السابقة وتوقعات الأحداث اللاحقة ونقوم وسائل الإعلام بوظيفة التوجيه بهدف مساعدة الفرد على فهم الأمور والتفكير بنمط معين، أو إنتهاج سلوك معين أو تعديله أو تثبيته، و إعلامهم بأساليب المشاركة الإيجابية اتجاه قضية ما والغرض من هذه الوظيفة هو أن شريحة قلة من المجتمع لم تتح لها فرصة التعليم النظامي أو استكمالها لذلك فإن لوسائل الإعلام دور هام في إكسابهم الاتجاهات الفكرية اللازمة.<sup>2</sup>

### 4. التثقيف والتوعية:

تلعب وسائل الإعلام دوراً هاماً في عمليتي التثقيف والتوعية، من خلال تزويد الأفراد بالمعلومات في مختلف المجالات، مما يجعله ذو سلوكيات معينة ومهارات متنوعة في مواجهة ما يعترضه والتثقيف هو المعرفة المكتسبة بغير الأسلوب النظامي المتبع في المدارس، وتساعد هذه المعرفة على اتساع أفق الفرد وفهمه لما دور حوله.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - إبراهيم إمام، دراسة في الفن الصحفي، ط4، مكتبة الانجلو مصرية، مصر، 1971، ص 59 .

<sup>2</sup> -فتح الباب عبد الحلیم و إبراهيم حفظ الله، وسائل التعليم والإعلام، دار الولاية، مصر، 1985، ص 66 .

<sup>3</sup> -فتح الباب عبد الحلیم، المرجع نفسه، ص80.

ومن أجل التعامل مع الناس بسهولة والتكيف مع البيئة بسرعة، فقد أثبتت دراسات علم النفس وعلم الأنتروبولوجيا وعلم الاجتماع أن التثقيف له أثره الكبير في تشكيل الاتجاهات النفسية لرأي العام<sup>1</sup>.

### 5. التربية والتعليم:

تقوم وسائل الإعلام بوظيفة التربية والتعليم، حيث تدفع بالأفراد إلى مزيد من البحث الاطلاع واكتساب المهارات اللازمة لتطوير الأداء، فالإعلام يساعد على نقل التراث الحضاري والثقافي والطبيعي من جيل إلى آخر، مع وضع الصيغة الحديثة لمواكبة التطور دون الإخلال بالأصل، الأمر الذي يؤدي إلى التطور الفكري الذي من شأنه أن ينمي اتجاهات الفرد. إن وظيفة التربية والتعليم تأخذ أهمية بالغة لاسيما بفضل الوسائل السمعية البصرية التي صارت مع الصحافة المكتوبة الأدوات الضرورية لتربية شاملة ودائمة للشباب<sup>2</sup>.

### 6. التسلية والترفيه:

تقوم وسائل الإعلام بهذه الوظيفة آخذة في الاعتبار المنافسة الشديدة بين وسائل الإعلام الأخرى للاستحواذ على الجماهير وربطهم بهذه الصحيفة أو تلك، أو بهذه القناة الإذاعية أو التلفزيونية، من خلال ما تقدمه بهدف تسلية الجمهور وإمتاعه، ويستغل بعض المبدعين الأعمال الفنية الهادفة لحث الجماهير على تثبيت بعض السلوكيات أو تعديلها أو تغييرها.

إن لهذه الوظيفة أثر نفسي حميد للتنفيس عن المتاعب والهموم لكنها قد تجعل المجتمع غارقا في الأوهام بعيدا عن الواقع، مما يزيد من السلبية فضلا عن أن الترفيه يمكن أن يحمل قيمة اجتماعية تضليلية أو سياسية لتمرير رسالة ما<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> -فاروق أبو زيد ، مدخل علم إلى الصحافة، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 1998، ص58.

<sup>2</sup> -عزي عبد الرحمن وآخرون، عالم الاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992، ص12.

<sup>3</sup> -فتح الباب عبد الحليم و ابراهيم حفظ الله، المرجع السابق، ص 88

لذلك من الضروري اختيار المواد المناسبة لتسليية وترفيه الجماهير بشكل يتناسب وقيم كل مجتمع واستغلال مثل هذه البرامج في تنمية الفكر وترقيته.

### 7. الإعلان:

يعتبر الإعلان مصدرًا أساسيًا للدخل بالنسبة لمعظم وسائل الإعلام الجماهيرية، لأنه يساعد على استمرارها وأداء دورها، وقد ظهر الإعلان منذ البدايات الأولى لظهور الصحف.<sup>1</sup>

مما سبق يتضح أن وظيفة الإعلان تتجسد في كونها وسيلة اقتصادية أكثر من كونها وظيفة من وظائف الإعلام البيئي التي تساهم في تعزيز الثقافة البيئية، إلا أن الإعلان يمكن أن يساهم بشكل غير مباشر في نشر ثقافة الحفاظ على البيئة وذلك بتبني مؤسسات منتجة تروج لمنتجات نظيفة وصديقة للبيئة.

### 3-2 مقومات الإعلام البيئي:

يتحقق التأثير الأمثل لوسائل الإعلام البيئي المختلفة، من خلال المبلدئ والمقومات الآتية<sup>2</sup>:

- زيادة قدرة وسائل الإعلام البيئي على التأثير أو الإقناع بأنماط سلوكية جديدة وتغيير أنماط سلوكية سائدة وهو أمر يتطلب استخدام أجهزة مطورة و مداخل إقناعه في إطار خطط علمية متكاملة تستفيد من نظريات الاتصال والتأثير.
- توفير الإمكانيات المادية والفنية اللازمة لتبني الأنماط السلوكية الجديدة وتغيير الأنماط السلوكية الضارة بالبيئة .
- تقديم النماذج الرائدة والقذوة الطيبة من جانب القيادات المسؤولة في التصدي لعمليات الإفساد البيئي وتأييد ودعم الجهود المبذولة للتغلب على كافة مظاهر التخلف المؤدية إلى الإضرار بالبيئة.

<sup>1</sup> -أحمد عادل راشد، الإعلان، دار النهضة العربية، بيروت، 1981 ص5.

<sup>2</sup> - علي عوجة، الإعلام وقضايا التنمية، عالم الكتب، القاهرة، 2004، ص.ص 130-132.

• تطبيق القوانين الخاصة بحماية البيئة وسن ما تتطلبه من قوانين جديدة أو تشديد العقوبات، كل هذا بهدف توفير قاعدة قانونية فعالة، تحقق الانضباط البيئي في الحالات التي لا تكفي فيها الجهود المقنعة لتحقيق هذا الهدف.

• تشجيع قيام الجمعيات النوعية على المستوى المركزي للدولة وعلى المستوى المحلي أيضا وكل الجمعيات التي تستهدف المساهمة في حل المشكلات التي تواجه المجتمع.

• الاهتمام بالتربية البيئية في المدارس والجامعات وبين كل الشرائح الاجتماعية، وهو دور تستطيع أن تشارك فيه الأجهزة التعليمية والثقافية، ومراكز الإعلام الداخلي بالإضافة إلى وسائل الاتصال الجماهيرية والتنظيمات السياسية والشبابية والنسائية.

الاهتمام بالدراسات والبحوث الميدانية التي لها علاقة بالمشكلات البيئية في الجامعات ومراكز البحث العلمي المتخصصة، بهدف التعرف على حجم هذه المشكلات والحلول الممكنة للتغلب عليها.

#### 2-4 جمهور الإعلام البيئي:

يجب أن يوضع الجمهور المستهدف في بؤرة الاهتمام لفترة من الوقت تكون كفيلة بتشكيل أنماط سلوكية جديدة وتوعيته نحو حدث أو مشكلة بيئية.<sup>1</sup>

وقد تم تصنيف الفئات المستهدفة لوسائل الإعلام التي يشملها شرائح المجتمع ولهم دور فعال في التوعية البيئية والمشاركة إلى ثلاث فئات:<sup>2</sup>

❖ **الفئات المؤثرة:** هم أصحاب القرار والمسؤولين عن القطاعات بالدولة :  
صناع القرار .

ب. المسؤولين عن المؤسسات والجمعيات البيئية

<sup>1</sup> -على عوجة، الإعلام والتنمية والمشكلة الاجتماعية والبيئية، ندوة حول الإعلام والحفاظ على مياه الشرب، كلية الإعلام والبرنامج الأهلي القومي للحفاظ على مياه الشرب، القاهرة، 9-10 يناير 1995، ص 92.

<sup>2</sup> -الأمانة العامة لجامعة الدول العربية، تقرير توصيات لجنة برنامج التربية النوعية والإعلام البيئي في الوطن العربي، الاجتماع 13، القاهرة، 3-5/3/2001، ص 62.



ج. قادة الرأي المحليين .

د. الإعلاميون: العاملون بالصحافة المكتوبة والمنتجون للبرامج الإذاعية والتلفزيونية. .

هـ. الجامعات والمعاهد: الأساتذة المساهمون في تكوين الأجيال والكوادر.

و. المرأة والأسرة: هي الفئة الأولى لتكوين وتأسيس الوعي البيئي لدى الأطفال .

علماء الدين.

### ❖ الفئات الخاصة:

✓ الشباب

✓ الأطفال

✓ الأميون

✓ المهنيون والحرفيون .

✓ ذوي الاحتياجات الخاصة.

❖ **الجمهور العريض** : هو الجمهور العام في المجتمع، ويتضح مما سبق أن الجمهور

المستهدف لوسائل الإعلام في مجال البيئة يشمل كل فئات وقطاعات الجمهور المختلفة.

## خلاصة الفصل:

يعتبر الإعلام أحد المقومات الأساسية في الحفاظ على البيئة حيث يتوقف ذلك على قدرته على إيجاد الوعي البيئي وإكساب المعرفة اللازم ة لتغيير الاتجاهات والقيم السلبية نحو القضايا البيئية وعلى نقل المعلومات، وعلى استعداد الجمهور نفسه ليكون أداة في التوعية ونشر القيم الجديدة وتنمية الإحساس بالبيئة لدى كل متلقي الرسالة الإعلامية البيئية حتى يصبحوا مواطنين فاعلين، كما يعد عاملاً أساسياً من عوامل التنمية المستدامة المتواصلة بمحافظتهم على البيئة ويستخدم الإعلام البيئي في ذلك وسائل الإعلام جميعها لتوعية الإنسان بترشيد سلوكه البيئي في تعامله مع محيطه وتحضيره للمشاركة بمشروعات حماية البيئة وتعاظم أهمية الإعلام البيئي في دق ناقوس الخطر عند رصد أي اعتداء على البيئة مواردها، ويظهر ذلك من خلال زيادة المادة الإعلامية البيئية بكافة أشكالها في مضامين وسائل.

تمهيد:

يلعب الوعي البيئي دوراً كبيراً في تكريس سلوك معين للإنسان تجاه البيئة والمحافظة عليها، وهذا الوعي ينمو ويتعاضد دوره من خلال التربية البيئية التي تعرف بأنها منهج تربوي يهدف إلى تكوين الوعي البيئي من خلال تزويد الفرد بالمعارف والمهارات والقيم والاتجاهات التي تنظم سلوكه وتمكنه من التفاعل مع بيئته الاجتماعية والطبيعية بما يساهم في حمايتها وحل مشكلاتها واستثمارها استثماراً مرشداً ومستداماً..

### 1- مفهوم الوعي البيئي:

#### 1-1- تعريف الوعي البيئي

تعددت التعريفات التي تناولت مفهوم الوعي البيئي، نظراً لصلته الوثيقة بمفهوم البيئة فيعرف الوعي البيئي على أنه إدراك الفرد لدوره في مواجهة البيئة. ويعرف الوعي البيئي أيضاً بأنه "الإدراك القائم على الإحساس بالعلاقات والمشكلات البيئية من حيث أسبابها وآثارها ووسائل حلها.<sup>1</sup> ويعرف أيضاً بأنه" عبارة عن إدراك الفرد لمتطلبات البيئة عن طريق إحساسه ومعرفته بمكوناتها، وما بينهما من العلاقات، وكذلك القضايا البيئية وكيفية التعامل معها . والوعي البيئي لا يمكن أن يتحقق فقط من خلال التعليم، إنما يتطلب خبرة حياتية طبيعية . وهناك فرق أساسي بين التربية والوعي. فربما يتعلم الفرد بمعلومات كثيرة عن نبات ما من النباتات النادرة، ويعرف الكثير عن صفاته لكنه في نفس الوقت، يقتلعه ولا يهتم به."<sup>2</sup> وهو "حالة عقلية مستندة إلى المعرفة بالقضايا البيئية ينتج عنه سلوك وإع ايجابي"<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - عصام توفيق قمر، الأنشطة المدرسية و الوعي البيئي، الأطر النظرية الأدوار الوظيفي التجاري الدولية، دار السحاب للنشر و التوزيع، 2004، ص25.

<sup>2</sup> - ليلي عبد المجيد، توظيف الصحافة لتكوين الاتجاهات والقيم ونشر الوعي البيئي والوسائل والآليات المستخدمة للتغطية الصحفية، الدورة التدريبية للإعلاميين البيئيين: برنامج الأمم المتحدة للبيئة والهيئة الاتحادية للبيئة، أبو ظبي، نوفمبر 1996، ص22.

<sup>3</sup> - Simmons Bora and Other, **Environmental, Education Materials , Guide lines for Excellence Workbook, Bridging Theory and Practice**, North American Association for, Via, Internet. (ERIC) 2003 ,p, 37.

وفي نفس السياق يعرف " الوعي البيئي " بأنه يشير إلى درجة الإدراك على المستويين الفردي والمجتمعي لأهمية المحافظة على البيئة وحمائتها، والتعامل معها، دون الجور عليها لتطويعها من أجل تحقيق غايات فردية سريعة للإنسان في المدى القصير تلحق بالبيئة أضراراً على المدى الطويل.<sup>1</sup> وبالتالي فإن الوعي البيئي هو الإحساس بالمسؤولية، وإدراك كيفية التعامل مع البيئة وصيانتها من الإخطار التي تهددها.

### 1-2- أنواع الوعي البيئي:

يعتبر الوعي البيئي من أهم عناصر الثقافة السائدة في المجتمع، والتي تعمل كموجه لسلوك الأفراد وبالتالي فإن الوعي هو إدراك الفرد لذاته، وما يحيط به إدراكاً مباشراً وللوعي البيئي عدة أنواع من بينها مايلي:<sup>2</sup>

- الوعي الكامل(الوقائي):وهو الذي يمنع حدوث المشكلة
- الوعي العلاجي:وهو الذي يواجه به الفرد المشكلات الفعلية الناجمة عن سوء الاستخدام وتمثل الأضلع الثلاثة للوعي البيئي في:
  - 1) الحكومة وأجهزتها.
  - 2) المجتمع بكافة هيئاته ومؤسساته.
  - 3) الأفراد الذين يشكلون حماة البيئة في حال توافر المعرفة والإدراك والفهم الصحيح لدورهم تجاه البيئة، أو من يمثلون صناعات التلوث في حالة غياب الوعي وسوء الفهم وفقدان الإحساس بالمسؤولية تجاه البيئة.

أي أن الوعي البيئي الوقائي والعلاجي كلا منهما يكمل الآخر . ويرى بعض المؤلفين أنواع أخرى للوعي البيئي وهي كالتالي:<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - السيد عبد الفتاح عفيفي، بحوث في علم الاجتماع المعاصر، دار الفكر العربي، القاهرة، 1996، ص222.

<sup>2</sup> -حسن إيمان محمد، دور البرامج البيئية بالتلفزيون المحلي في تنمية الوعي البيئي لدى المراهقين، رسالة ماجستير، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين الشمس القاهرة، 2004، ص176.

<sup>3</sup> - حسينة علوان، البيئة ودورها في تنمية المجتمع المحلي، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص تنظيم وتنمية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة تبسة، 2013، ص38.

- الوعي الغريزي: هو الذي يتكون لدى الفرد نتيجة لممارسات وخبرات عديدة يكتسبها الفرد من خلال حياته اليومية ويكون مدفوعاً فيها بدوافع.
- الوعي العقلي: هو القائم على أعمال العقل والفهم والاقتناع، حيث يتم الوصول إلى هذا الوعي عن طريق جهد مخطط ومقصود لكي يصل الفرد إلى مستوى الاهتمام والتبني والتحمس والدفاع عن فكرة ما ويختلف من شخص إلى آخر، حسب عدة عوامل كالسن ومستوى الذكاء والخبرات السابقة.
- وعلى هذا يتحدد وعي الإنسان بما حوله وبمكونات البيئة ومتغيراتها، وبالتالي الإحساس بالمسؤولية العامة نحو الإنسان ومحيطه، إلى أن يصبح المواطن العادي ملماً بالعلاقات الأساسية بين مكونات البيئة، ومدى تأثير كل منها على الأخرى ومدى تأثير الإنسان عليها.<sup>1</sup>
- حيث يتبين أنه من الواجب علينا أن نرتقي إلى تلك المستويات من الوعي اللازمة لمنع حدوث المشكلات البيئية وتجنبها من خلال توعية كافة الأفراد توعية بيئية كاملة وهادفة للوصول إلى مستوى الأمان البيئي وهو المستوى الذي يتطلب تضافر كافة الجهود من جميع الأفراد والمؤسسات والهيئات المعنية.

### 1-3- مكونات الوعي البيئي :

- إن مفهوم الوعي البيئي وثيق الصلة بمفهوم البيئة ويرتبط بالإنسان حيث أنه الكائن الحي الذي يؤثر ويتأثر بالبيئة بالسلب والإيجاب، ويتطلب أمر الوصول إلى برامج فاعلة وهادفة لنشر الوعي البيئي والتي تتكامل في ثلاث مكونات أساسية هي:
- ❖ التعليم البيئي: هو العملية التي تهدف إلى تطوير القدرات والمهارات والوعي البيئي لدى الأفراد المهتمين بالبيئية وقضاياها، والذي من خلاله يحصلون على المعرفة العلمية البيئية والتوجيهات الصحيحة واكتساب المهارات اللازمة للعمل بشكل فردي أو جماعي في حل المشكلات البيئية القائمة، والعمل أيضاً قدر الإمكان للحيلولة دون حدوث مشكلات بيئية جديدة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - فتحية محمد حسن، مشكلات البيئة، مكتبة المجتمع العربي، الأردن، 2005، ص12.

<sup>2</sup> - نادية محمد صقار، مستوى الوعي البيئي لدى طلبة جامعة مؤتة في ضوء بعض المتغيرات رسالة ماجستير، قسم الارشاد والتربية الخاصة في علم النفس التربوي، الأردن، 2007، ص24.

❖ الثقافة البيئية: تبدو على أنها: فهم أساسيات التفاعل بين الإنسان والبيئة بمكوناتها الحية وغير الحية، بحيث يتضمن هذا التفاعل الأخذ والعطاء بين الإنسان والنبات والحيوان<sup>1</sup> كما أنها: الموجه لسلوك الأفراد والمجتمع في مواجهة مختلف القضايا البيئية وهي التي تحدد السلوك البيئي المرغوب فيه من وجهة نظر الأفراد والمجتمع.<sup>2</sup>

❖ الإعلام البيئي: هو أحد أهم أجنحة التوعية البيئية، وهو أداة إذا حسن استثمارها كان لها المردود الإيجابي للوعي البيئي، ونشر الإدراك السليم للقضايا البيئية، ويعمل الإعلام البيئي في تسيير فهم وإدراك المتلقي لقضايا البيئة المعاصرة وبناء قناعات معينة تجاه البيئة وقضاياها.<sup>3</sup>

فالثقافة البيئية إذا هي السلوكيات والقيم والاتجاهات والأفكار التي تمكن الأفراد من التعامل مع الوسط الذي يعيشون فيه، والذي يعكس التصرف الإيجابي للمحافظة عليه وحمايته من التدهور.

❖ الإعلام البيئي في تسيير فهم وإدراك المتلقي لقضايا البيئة المعاصرة وبناء قناعات معينة تجاه البيئة وقضاياها.<sup>4</sup>

فالثقافة البيئية إذا هي السلوكيات والقيم والاتجاهات والأفكار التي تمكن الأفراد من التعامل مع الوسط الذي يعيشون فيه، والذي يعكس التصرف الإيجابي للمحافظة عليه وحمايته من التدهور. وعليه فإن أي مشكلة أو قضية لا تتعرض لها وسائل الإعلام لا يمكن أن تجد لها صدى بين الجماهير ومن هنا تتضح أهمية الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام.

<sup>1</sup> - شارلن روث، الثقافة البيئية جذورها وتطورها واتجاهاتها في التسعينات، ترجمة عبد الله خطايبية، مجلة التعريب، المركز العربي للتعريب والترجمة والتأليف، دمشق، العدد 15، 1998، ص 143.

<sup>2</sup> - محمد الجوهري وآخرون، علم اجتماع البيئة، دار المسيرة، الأردن، 2010، ص 18.

<sup>3</sup> - نايف بن صالح الشلهوب، الإعلام والتوعية البيئية، الملتقى الإعلامي الأول للتنمية والتنمية المستدامة، القاهرة 28-30/11/2006، ص 5.

<sup>4</sup> - المرجع نفسه، ص 4.

### 1-4 - خصائص الوعي البيئي:

- 1) للوعي البيئي خصائص متعددة ومتنوعة من بينها:<sup>1</sup>
  - 1) الوعي البيئي هدف رئيسي من أهداف التربية البيئية .
  - 2) تنمية الوعي البيئي لدى الأفراد يتطلب ثلاثة أنواع مهمة من الضبط وهي: (الضبط المعرفي، الضبط السلوكي، وضبط اتخاذ القرارات والحلول تجاه البيئة)
  - 3) الأساس الأول في تطوير الوعي البيئي هو توافر خلفية معرفية واسعة عن البيئة وأهم مواردها ومشكلاتها، وأفضل السبل لمواجهتها والحد من أثارها.
  - 4) فهم وإدراك العلاقة التفاعلية المتبادلة بين الإنسان والبيئة على أنها عامل أساسي في تكوين الوعي البيئي .
  - 5) الوعي البيئي لدى الأفراد يحدد سلوكياتهم واتجاهاتهم نحو البيئة .
- تكوين الوعي البيئي لدى الأفراد يتضمن القدرة على اتخاذ القرارات اللازمة لحماية البيئة 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 يؤدي ثماره بالمعرفة فقط بل عليه 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 يكن الاكتفاء فقط بالمعرفة.

<sup>1</sup> - نايل نبيهة السيد، صحة البيئة والطفل، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، القاهرة، 2009، ص211.

## 2-2- أسس ومؤسسات الاعلام البيئي.

### 2-1- مراحل تنمية الوعي البيئي:

- تم تحديد إجراءات تكوين الوعي البيئي في خمس مراحل أساسية وهي كالتالي:<sup>1</sup>
1. المرحلة التمهيديّة: وفي هذه المرحلة لابد من تثبيت دقيق لما يتوفر لدى المتعلم من المعرفة والسلوكيات المتعلقة بالبيئة.
  2. مرحلة التكوين: ويتم في هذه المرحلة تحديد المداخل المناسبة لتكوين الوعي لدى المتعلمين من خلال إثارة الدافعية لديهم.
  3. مرحلة التطبيق: تتاح في هذه المرحلة المواقف المناسبة للمتعلمين لكي يطبقوا ما تعلموه من مفاهيم وما تكون لديهم من وعي للتأكيد من بقاء أثر التعليم.
  4. مرحلة التثبيت: وهي عملية إثراء لما تعلمه الطالب سابقاً، والتأكد من تأثير ما تم تعلمه في عقول الطلاب وسلوكياتهم.
  5. مرحلة المتابعة: في هذه المرحلة يتم التخطيط لأنشطة جديدة يشارك فيها الطلاب، وهي ما تسمى بأنشطة المتابعة، وتهدف إلى تهيئة مواقف تساعد المتعلم على ممارسة ما تم تعلمه من اجل ما تمدهم الخبرات التي مره.

### 2-2- أبعاد الوعي البيئي

ويشمل الوعي البيئي ثلاث أبعاد أساسية وهي:

#### أولاً: المعرفة البيئية

وهي التي تمثل هدفاً أساسياً للتربية البيئية وجانباً مهماً من جوانب تعلمها وتشمل المعلومات الأساسية المرتبطة بالبيئة ومكوناتها، والتي تزود الفرد بخبرات متنوعة تؤدي به إلى فهم بيئته، والإسهام في حل مشكلاتها.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>- ظفر سمية، أثر الالتحاق برياض الاطفال في تنمية الوعي البيئي لدى عينة من الاطفال، رسالة ماجستير، جامعة ام القرى السعودية، 2010، ص.ص 71-72.

<sup>2</sup>- محمد صابر سليم، التربية البيئية ونشر الوعي البيئي من خلال وسائل الإعلام، مجلة النيل، القاهرة، العدد 40، يناير 1990، ص 15.



إن توفر المعرفة يعني وجود نسق من الأفكار يتضمن معلومات ومفاهيمو قضايا وافتراضات متسقة منطقيا. وتمثل هذه المعرفة متغيرات في نسق الفعل وموجهاته.<sup>1</sup>

ولأن تعامل الإنسان الدائم مع بيئته و تفاعله 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 و يساهم بدور فاعل في حماية البيئة والمحافظة عليه . ترسخ الدلالات الأخلاقية والمعنوية المستندة على مفاهيم الاحترام والتقدير والمحافظة في كل سلوك يأتيه الفرد والجماعة في صلته بالبيئة التي يوجد بها . في ضميره خاصة ووجدان المجتمع عامة . والتأكيد على أهمية رؤية البيئة لا كقيمة مادية فحسب، بقدر ما هي قيمة حضارية ودالة من الدلالات الأساسية والجوهرية على مبلغ الرقي الذي بلغه مجتمع من المجتمعات، بما يجعلها رمزا للتاريخ وحضارة وهوية.<sup>2</sup>

فالمعرفة البيئية إذا تساعد الفرد على إضفاء معاني ورموز للبيئة تمكنه من تجاوز رغباته وعواطفه في تعامله مع البيئة، و بذلك يتشكل لديه اتجاه بيئي.

### ثانيا: الاتجاه البيئي

تعدد تعريفات الاتجاه و تختلف، حيث يعرفه ألبورت ALLPORT بأنه " حالة استعداد عقلي و عصبي انتظمت عن طريق الخبرة الشخصية ، و تعمل على توجيه استجابة الفرد نحو الأشياء أو المواقف التي تتعلق بهذا الاستعداد."<sup>3</sup>

ويعرف الاتجاه البيئي بأنه موقف الفرد تجاه المشكلات والقضايا البيئية، والذي يتكون لديه خلال احتكاكه وتفاعله مع مكونات وعناصر البيئة ومواردها المختلفة ، وهذا الموقف يظهر في صورة الموافقة أو الرفض، وينعكس ذلك على سلوك الفرد السلبي أو الإيجابي تجاه بيئته.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>-نبيل رمزي، جدل الوعي والوجود الاجتماعي، ج 2 ، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية-مصر، 2001، ص102.

<sup>2</sup>-أحم النكلاوي، أساليب حماية البيئة العربية من التلوث مدخل إنساني، جامعة نايف للعلوم الأمنية ، 1999، ص149.

<sup>3</sup>-مجدي أحمد محمد عبدا الله، السلوك الاجتماعي وديناميته، دار المعرفة الجامعية، 2005، ص50.

ويعرفه مصطفى سوييف بأنه "عبارة عن استعداد نفسي أو تهيئ عقلي متعلم للاستجابة الموجبة أو السالبة نحو أشخاص أو أشياء أو موضوعات أو مواقف أو رموز في البيئة التي تستثير هذه الاستجابة." وهكذا يتكون لدى الفرد خلال التنشئة والتطبيع الاجتماعي اتجاهات نحو الأفراد و الجماعات لمؤسسات والمواقف الاجتماعية، ولهذا تعتبر الاتجاهات من أهم محركات السلوك الإنساني ومؤشراً هاماً من مؤشرات نمو الشخصية.<sup>2</sup>

من كلا التعريفين السابقين للاتجاه؛ نلاحظ على أنهما يركزان على الجانب النفسي للاتجاه ، الذي يحصل بالتعلم؛ بمعنى أن الاتجاه يعبر عن الجوانب الحسية والشعورية للفرد. وباعتبار أن الاتجاهات مكتسبة فإنها قابلة للتغير وهذا تحت تأثير عوامل محددة، بما يتماشى وعملية التغير الاجتماعي. وهو ما يتطلب زيادة المؤثرات المؤيدة للاتجاه الجديد وخفض المؤثرات المضادة له أو الأمرين معا . أما إذا تساوت المثيرات المؤيدة المضادة فإنه يحدث حالة من التوازن وثبات الاتجاه و عدم تغيره.<sup>3</sup>

### ثالثاً: السلوك البيئي

يعتبر السلوك ذلك النشاط الذي يصدر من الكائن الحي كنتيجة لعلاقته بظروف بيئية معينة، و المتمثل في محاولاته المتكررة للتعديل والتغيير في هذه الظروف، حتى يتناسب مع مقتضيات حياته ويرتبط غالباً 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 مسترضياً لها، القاعد عن استثمارها بما يطور حياته، أي الحفاظ عليها، وفي مقابل ذلك لو كان الإنسان يعتقد في أن البيئة عدوا له، حائلاً دون ممارسة حياته وتطورها، فإن

<sup>1</sup> - أحمد إبراهيم شلبي، وحدة مقترحة للمشكلات البيئية في الريف المصري، وأثرها على اكتساب طلاب الصف الرابع الابتدائي للوعي البيئي، المؤتمر السنوي الخامس للطفل المصري ، مركز دراسات الطفولة، المجلد الأول، جامعة عين شمس، 28-30 إبريل 1992، ص138.

<sup>2</sup> - أحمد على حبيب، علم النفس الاجتماعي، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، مصر، 2007، ص95

<sup>3</sup> - حامد عبد السلام زهران، علم النفس الاجتماعي، ط5، عالم الكتب، مصر ، 2000، ص200.

سلوكه نحوها سوف يكون سلوك المعادي لها المصارع لعناصرها، مع ما يتبع ذلك من آثار التدمير الناتجة عن روح العداة وممارسة الصراع.<sup>1</sup>

وإذا كانت البيئة تتضمن معنى روحيا وراء معناها المادي - كما في التصور الإسلامي - فسيكون لذلك اثر بالغ في توجيه السلوك الذي يتجاوز مجرد الانتفاع بمرافق البيئة لإشباع الشهوات والغرائز الطبيعية إلى اعتبارات تقوم على التواصل بين الإنسان والبيئة، قوامه اللين واللفظ وغيرها من المعاني التي يقتضيها التواصل الروحي .. وما إن أصبح البعد الروحي ثقافة تتحكم في مجمل التصرفات الإنسانية تجاه البيئة . فإنه يستثمر موقفا إنسانيا تحفظ فيه البيئة من أن ينالها الدمار استنزافا أو تلويثا في سبيل تحقيق المتعة المادية.<sup>2</sup>

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، لتكون الوعي البيئي . والذي بات يكتسي أهمية بالغة في حماية البيئة والحفاظ عليها .

فما إن تجتمع هذه العناصر الثلاثة لدى الفرد إلا وقد حصلنا على وعي بيئي فردي وبانتشارها لتشمل أغلب أفراد المجتمع نحصل على وعي بيئي جماعي وهو أساس حماية البيئة. كما ورد في بعض الدراسات والبحوث البيئية مجموعة من الأبعاد التي يمكن من خلالها قياس وعي الأفراد تجاه بيئتهم:<sup>3</sup>

1. الأسباب والمشكلات 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 والمحافظة على مواردها.

<sup>1</sup> - عمر عبد المجيد النجار ، قضايا البيئة من منظور إسلامي ، مركز البحوث و الدراسات الإسلامية ، الدوحة - قطر، 1999، ص79.

<sup>2</sup> - معمد محمود السرياني، المنظور الإسلامي لقضايا البيئة: دراسة مقارنة، جامعة نايف للعلوم الأمنية، الرياض، 2002، ص280.

<sup>3</sup> - نايل نبيهة السيد، صحة البيئة والطفل، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، القاهرة، 2009، ص212.

### 2-3- المؤسسات التي تساهم في نشر الوعي البيئي:

إن مسؤولية حماية البيئة هي مسؤولية يشترك فيها الأفراد والمؤسسات والجماعات على المستوى الرسمي وغير الرسمي، وحتى يفهم الإنسان حقائق عن بيئته ويعيها، فإنه يحتاج إلى من يقوم بتوعيته ليصبح هذا الوعي سلوكاً يتبعه ومنهجاً يسير عليه في تعامله مع مكونات البيئة. وبين المؤسسات التي تساهم في نشر الوعي البيئي هي:<sup>1</sup>

- الأسرة
  - المدرسة
  - المسجد
  - وسائل الإعلام
  - المؤسسات المرتبطة بمجال البيئة، المنظمات، الجمعيات الحكومية والتطوعية
- وعليه يتبين لنا أن هذه المؤسسات تمثل حجماً اجتماعياً كبيراً ويمكن من خلالها التأثير بشكل فعال في سلوكيات الأفراد، كما يمكن أن يتم التنسيق بين هذه المؤسسات من أجل التعاون فيما بينها وذلك قد يعود بفائدة أكبر من خلال التأثير المتعدد في تعديل سلوكيات الأفراد وزيادة وعيهم البيئي.

### 2-4- أسس الوعي البيئي في الإسلام:

يفسر الوعي البيئي الإسلام انطلاقاً من مفهوم الإسلام للبيئة، و تصوره لأسباب نشوء المشكلة البيئية و آليات الحفاظ عليها و العناية بها .

فقد سخر لنا الله عز وجل البيئة، وأمرنا بالاستفادة من مواردها المتاحة على قدر حاجتنا دون إسراف ولا تبذير لا استنزاف والحفاظ عليها، حتى أنه حدد لنا أيضاً كيفية التعامل معها بقوله تعالى في محكم تنزيله: ﴿يَنْبَغِي ۖ آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ﴾<sup>2</sup> سورة الأعراف، الآية 31

<sup>1</sup> - سيد إبراهيم، دراسات في الفكر التربوي، وكالة المطبوعات، الكويت، 1974، ص54.

<sup>2</sup> - أنظر القرآن الكريم.

وقوله عز وجل: "وَإِذَا تَوَلَّى سَعَى فِي الْأَرْضِ لِيُفْسِدَ فِيهَا وَيُهْلِكَ الْحَرْثَ وَالنَّسْلَ ۗ وَاللَّهُ لَا

تُحِبُّ الْفُسَادَ" <sup>1</sup> سورة البقرة الآية 205 وفي نفس السياق نجد التوجيه النبوي الشريف يدعوا إلى

الحفاظ على الماء وهو من أهم عناصر البيئة حيث روى الإمام أحمد (6768) وابن ماجه (419)

عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عَمْرٍو بْنِ الْعَاصِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا (أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مَرَّ بِسَعْدٍ وَهُوَ يَتَوَضَّأُ فَقَالَ: مَا هَذَا السَّرْفُ يَا سَعْدُ؟ قَالَ: أَفِي الْوُضُوءِ سَرَفٌ؟ قَالَ: نَعَمْ، وَإِنْ كُنْتُ عَلَى نَهْرٍ جَارٍ). <sup>2</sup> وقوله في موضع آخر يدعو إلى الزراعة بقوله صلى الله عليه وسلم: عن أنس رضي الله

عنه قال، قال رسول الله صلى الله عليه وسلم " مَا مِنْ مُسْلِمٍ يَغْرِسُ غَرْسًا أَوْ يَزْرَعُ زَرْعًا فَيَأْكُلُ مِنْهُ طَيْرٌ أَوْ إِنْسَانٌ أَوْ بَهِيمَةٌ إِلَّا كَانَ لَهُ بِهِ صَدَقَةٌ ". رواه النسائي <sup>3</sup> وهي دعوة لإعمار الأرض ونهي عن إفسادها، ولم يتوقف عند هذا الحد بل وضع له أجراً مقابل ذلك .

وبهذا نجد أن الإسلام يدعو إلى الاهتمام بالبيئة والحفاظ عليها انطلاقاً من نظرتة الشاملة والعميقة لها فلا ينظر إلى البيئة على أنها مادية بحتة، بل على أنها مادية ومعنوية، عقيدة وعبادة دنيوية وأخروية وهي مسخرة لخدمته ومنفعته، وهي أمانة مسؤول عنها أمام ربه تعالى سيحاسب على سوء استخدامه لها على قاعدة الحلال والحرام. <sup>4</sup>

والإسلام لم يتوقف عند الدعوة إلى الاهتمام بالبيئة فقط، بل نهي عن إفسادها، ووقف موقفاً حازماً ضد كل من يسعى لإحداث الدمار فيها بأي وسيلة وأعلن تبارك وتعالى عن ذلك في قوله: "إِنَّمَا جَزَاءُ الَّذِينَ يُحَارِبُونَ اللَّهَ وَرَسُولَهُ وَيَسْعَوْنَ فِي الْأَرْضِ فَسَادًا أَنْ يُقَتَّلُوا أَوْ يُصَلَّبُوا أَوْ تُقَطَّعَ أَيْدِيهِمْ وَأَرْجُلُهُمْ مِّنْ خَلْفِهِمْ أَوْ يُنْفَوْا مِنَ الْأَرْضِ ۚ ذَٰلِكَ لَهُمْ خِزْيٌ فِي الدُّنْيَا وَلَهُمْ فِي الْآخِرَةِ عَذَابٌ عَظِيمٌ" <sup>5</sup> سورة المائدة، الآية 33.

<sup>1</sup> - أنظر القرآن الكريم

<sup>2</sup> - رواه الإمام أحمد وابن ماجه.

<sup>3</sup> - صحيح البخاري

<sup>4</sup> - محمد بن عبد اللطيف، الدمار البيئي من منظور إسلامي، جامعة نايف للعلوم الأمنية، الرياض، 1995، ص 325

<sup>5</sup> - أنظر القرآن الكريم

وقوله تعالى: "كَلَّمَا أَوْقَدُوا نَارًا لِلْحَرْبِ أَطْفَأَهَا اللَّهُ وَيَسْعَوْنَ فِي الْأَرْضِ فَسَادًا وَاللَّهُ لَا

تُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ ﴿٦٤﴾" <sup>1</sup> سورة المائدة، الآية 64

والإسلام يرجع أصل المشكلة البيئية وعمقها إلى عوامل سلوكية وأخلاقية غير ملتزمة بأوامر الله ونواهيه، فالبيئة كونها مادة فهي تتضمن معنى روحيا مما يحدث أثرا بالغيا في توجيه السلوك الإنساني، الذي يتجاوز مجرد الانتفاع بمرفق البيئة لإشباع الشهوات، واعتبارها تقوم على التواصل بين الإنسان والبيئة قوامه اللين واللطف. <sup>2</sup>

وعليه فإن الإسلام يدعو إلى تربية الفرد تربية بيئية إسلامية يكتسب من خلالها الاتجاهات والميولات التالية: <sup>3</sup>

- الاتجاه نحو عدم استنزاف موارد البيئة و الحفاظ عليها.
  - الميل نحو المشاركة الإيجابية في كل ما يستهدف الحفاظ على البيئة وحسن استثمارها.
  - تقدير عظمة الخالق الذي خلق كل هذه المكونات البيئية وسخرها لصالح الإنسان.
- بهذا نخلص إلى إن الإسلام في تصوره لحماية البيئة، قد راعى البعد المادي، من خلال المحافظة على موارد البيئة وراعى البعد الروحي، من خلال اعتباره كل سلوكيات الحفاظ على البيئة تدخل في إطار العبادات. و أن هذه السلوكيات يكتسبها الفرد من خلال التربية البيئية التي تقوم على مبادئ مستمدة من تعاليم الإسلام.
- وبهذا يكون الإسلام قد زواج بين البعدين المادي و الروحي في تناوله لقضية البيئة وهذا منذ بداية ظهوره، والدليل على ذلك هي الآيات والأحاديث الكثيرة المتعلقة بالبيئة سواء بصورة صحيحة أو ضمنية.

<sup>1</sup>-أنظر القرآن الكريم

<sup>2</sup>-معهد بن عبد اللطيف، مرجع سابق، ص 227

<sup>3</sup>-معهد محمود السرياني، المنظور الإسلامي لقضايا البيئة: دراسة مقارنة، جامعة نايف للعلوم الأمنية، الرياض، 2002،

## خلاصة الفصل:

إن الوعي مفهوم مشترك بين العديد من العلوم والاختصاصات، فهو يمثل حلقة ربط ويجسد صور التكامل والترابط فيما بينها، لأنه عبارة عن حالة إدراك تعبر عن خلفيات فكرية وتربوية ومعرفية لدى الإنسان، ويتمظهر في صور سلوكية لها تأثيرات على المحيط الطبيعي والاجتماعي للمجتمع وهو المدخل الذي تجلّى من خلاله الاهتمام السوسولوجي بمختلف طرقه واتجاهاته النظرية بموضوع الوعي. وهذا الاهتمام له جذور تاريخية لازالت مستمرة إلى غاية اليوم ترتب عليها تراكم معرفي. وتحت تأثير خاصية التخصص، وتماشيا مع ضرورة الاستجابة لمتطلبات التنمية، برز مفهوم الوعي البيئي. فالوعي البيئي يمثل مجالا من مجالات الوعي بصفة عامة، ويكتسي أهمية بالغة لارتباطه بالتنمية، وهو معرفة الفرد لأهمية البيئة وإدراكه لخطورة أثار مشاكلها على حياته، وتعلمه لأسلوب تعامله مع هذا الموقف. وهو محصلة لعملية معرفية، تشترك فيها العديد من مؤسسات التنشئة الاجتماعية. وهو عملية مستمرة وينتشر بين أفراد المجتمع في كل الاتجاهات عموديا وأفقيا. ولأن الوعي البيئي ناتج عن التربية البيئية. فهذه الأخيرة يمكن تصنيفها إلى نوعين، تربية مقصودة وأخرى غير مقصودة. والتربية غير المقصودة تكون موجهة للجميع دون استثناء، في حين التربية المقصودة توجه، للفئة التي تستهدفها في المجتمع.

تمهيد:

بعد أن تم التعرض إلى الجانب النظري لهذه الدراسة، والذي يهيب الأرضية النظرية لموضوع البحث من خلال ما تضمنته فصوله المختلفة، يأتي الجانب الميداني باعتباره المحدد لما نصبو إلى وصفه وتحليله بدقة، ويوضح ذلك أكثر ( Mace Gordon) بقوله: "يمثل الإطار العملي عنصر هاما .. في البحث باعتباره المحدد لما نصبو إلى تحليله بدقة للتحقق من فرضيتنا، سواء تعلق الأمر بالتحقق من الفرضية أو من الاستدلال العلمي، فلا بد من إنجازها بأكثر دقة، ومنطق ممكنين." <sup>1</sup>

باعتبار أن الجانبين (النظري والعملي) متكاملين، ولا يمكن أن يفصل أحدهما عن الآخر، لأنه لا تكتمل أهمية أي بحث إلا بعد ربطه بواقع معطى والتأكد من نتائجه من خلال جمع البيانات الخاصة بموضوع الدراسة بواسطة الأدوات المنهجية المناسبة من أجل الإحاطة بمختلف جوانب الدراسة، ولوصف وتحليل الظاهرة موضوع الدراسة، فيعتبر هذا الفصل كطريق يمر منه الباحث من الجزء النظري إلى الجزء الميداني، لأنه لا يمكن بأي حال من الأحوال أن ننجز بحثا كاملا دون الاستعانة بتقنيات منهجية محكمة، وتمثل هذه التقنيات تحديد أفي المنهج الذي استخدمناه ألا وهو المنهج الوصفي كما استعنا باستبيان وإجراء مقابلة لجمع البيانات.

### 1- منهج الدراسة :

يستوجب إجراء أي بحث علمي تحديد الأسلوب أو المنهج الذي يتناسب و الموضوع المعالج و الذي يساعد على جمع البيانات و المعلومات.

والمنهج الطريق الواضح، ونهج الطريق أبانه وأوضحه و المنهج هو تلك الطريقة العلمية التي ينتهجها أي دارس أو باحث في دراسته و تحليله لظاهرة معينة و المنهج كما يراه حامد ربيع: هو

<sup>1</sup> -موريس أنجوس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة: بوزيد صحراوي وآخرون- الإشراف والمراجعة- مصطفى ماضي، دار القصة للنشر، حيدرة الجزائر، 2004، ص 149.



طريق الاقتراب من الظاهرة فهو المسلك الذي نتبعه في سبيل الوصول إلى ذلك الهدف الذي تحدد مسبقا.<sup>1</sup>

كما يعتبر المنهج ضروري في أي بحث علمي لأنه الطريق الذي يستعين به الباحث ويتبعه في كل مراحل دراسته بغية الوصول إلى نتائج علمية موضوعية.<sup>2</sup>

حيث تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية والتي تسعى إلى اكتشاف الواقع ووصفه. ويعرف المنهج الوصفي التحليلي بأنه شكل من أشكال التحليل والتفسير العلمي المنظم لوصف ظاهرة أو مشكلة محددة وتصويرها كميًا عن طريق جمع البيانات ومعلومات مقننة عن الظاهرة أو المشكلة وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة.<sup>3</sup>

ويقوم هذا المنهج على رصد متابعة دقيقة لظاهرة أو حدث معين بطريقة كمية أو نوعية في فترة زمنية معينة أو عدة فترات، من أجل التعرف على الظاهرة أو الحدث من حيث المحتوى أو المضمون والوصول إلى نتائج وتعميمات تساعد على فهم الواقع وتطويره.<sup>4</sup> وفي خضم كل هذا فقد كان المنهج الوصفي يفرض نفسه هنا كمنهج في دراستنا هذه التي تهدف إلى وصف و تشخيص الظاهرة المبحوثة.<sup>5</sup>

فهو أكثر قابلية للاستخدام عند دراسة المحاور الإنسانية، كما يعد الأكثر استخداما في بحوث الإعلام.<sup>1</sup>

- 
- 1 - محمد شليبي، المنهجية في التحليل السياسي (المفاهيم - المناهج - الاقترابات - والأدوات)، الجزائر، ص12.
- 2 - جمال زكي، أسس البحث العلمي، دار الفكر العربي، القاهرة-مصر، 1962، ص10.
- 3 - ملحم سامي محمد، مناهج البحث في التربية وعلم النفس، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2000، ص324.
- 4 - رجي مصطفى عليان وعثمان محمد غنيم، مناهج وأسلوب البحث العلمي ( النظرية والتطبيق )، دار صفاء، عمان، 2000، ص43.
- 5 - أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2003، ص301.

استخدمنا المنهج الوصفي التحليلي نظرا لتماشيه مع طبيعة موضوع الدراسة.

## 2- أدوات الدراسة:

تعتبر مرحلة البيانات خطوة هامة من خطوات البحث أو الدراسة، حيث أنها تمكن الباحثين من الإلمام ببحوثهم، والوصول إلى نتائج علمية ذات قيمة، إذ اعتمدنا في دراستنا على مجموعة من الأدوات التي تساعدنا على جمع البيانات والمعلومات. وأدوات جمع البيانات هي جملة من الوسائل التي تمكن الباحث من الحصول على أكبر عدد ممكن من المعلومات التي تخدم بحثه، والأدوات المستخدمة في البحث لا توضع بطريقة عشوائية بل تخضع لطبيعة الموضوع في حد ذاته، فهي تشكل نقطة الاتصال بين الباحث والمبحوث، وتمكنه من جمع المعلومات عن المبحوثين.<sup>2</sup> كما تعرف أيضا بأنها تلك الوسائل المختلفة التي يتم استخدامها من قبل الباحث في جمع المعلومات والبيانات المستهدفة في البحث<sup>3</sup>

ومما لا شك فيه أن القيمة العلمية لأي بحث تقاس بالنتائج التي يتم التوصل إليها، وترتبط هذه النتائج ارتباطا وثيقا بالمنهج المستخدم في الدراسة، وبالأدوات المستعان بها في عملية جمع البيانات من الميدان، وقد تتعدد مصادر جمع البيانات حسب طبيعة البحث، وأهدافه، وفي دراستنا الحالية هذه استخدمنا الأدوات التالية:

## 2-1 المقابلة

تعتبر من الأدوات الأساسية الأكثر استعمالا، وانتشارا في الدراسات وذلك لما توفره من بيانات هامة حول الموضوع المراد دراسته.

<sup>1</sup> - عبد الرؤوف يوسف، *مناهج علوم الاجتماع*، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1994، ص 20.

<sup>2</sup> - إحسان محمد الحسن، *الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي*، دار الفكر للطباعة والنشر، بيروت، 1981، ص 54.

<sup>3</sup> - أحمد بن مرسل، *مرجع سابق*، ص 113.

والمقابلة هي تلك الأداة التي تستخدم لدراسة سلوك فرد، أو أفراد وللحصول على استجابة لموقف معين، أو لأسئلة معينة، وملاحظة النتائج المحسوسة للتفاعل الجامعي أو الاجتماعي.<sup>1</sup> كما أنها عبارة عن "محادثة يقوم بها شخص مع شخص آخر، أو أشخاص آخرين، هدفها استشارة أنواع معينة من المعلومات، لاستغلالها في بحث علمي، أو للاستعانة بها في التوجيه والتشخيص والعلاج".<sup>2</sup>

وهناك من يرى بأنها وسيلة تقوم على حوار، أو حديث لفظي (شفوي) مباشر بين الباحث والمبحوث (المستجيب)، ويرى (Durand) أن "هذا الحوار يكون منظما بين البحوث والباحث الذي يكون -في أغلب الأحيان- مزود بإجراءات ودليل عمل مبدئي لإجراء المقابلة"، يتضمن نقاط محددة تقود عملية إجراء المقابلة.<sup>3</sup> حيث تنقسم المقابلة إلى نوعين هما:<sup>4</sup>

أ. المقابلة غير المقننة:

والتي كثيرا ما يستخدمها الباحث في الدراسات الاستطلاعية والاستكشافية، إذ عادة ما يلجأ الباحث إلى استخدام هذه الأداة بهدف الإطلاع بعمق على جوانب وخبايا الموضوع، الذي يكون غامضا بالنسبة إليه، إلا أن هذا النموذج من المقابلة يفترض، ويتطلب من الباحث العمل وفق خطة معينة، أو دليل يتضمن قائمة من الأسئلة المتنوعة يوجه الباحث من خلالها مقابلاته، بحيث تسمح للباحث كشف النقاب عن المواضيع، والأحداث الغامضة، ويساهم هذا النموذج من المقابلة في تعديل فروض الدراسة وأهدافها، كما يساهم من جهة أخرى في بناء الاستمارة.

<sup>1</sup> - خير الله عصار، محاضرات في منهجية البحث الاجتماعي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1982، ص72.

<sup>2</sup> - عبد الباسط محمد حسن، أصول البحث الاجتماعي، مكتبة وهبة، القاهرة، 1990، ص.ص 330-331.

<sup>3</sup> - فضيل دليو وآخرون، أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية منشورات جامعة منتوري قسنطينة، دار البعث، قسنطينة، 1999، ص191.

<sup>4</sup> - المرجع، نفسه، ص.ص 191-192 .

ب. المقابلة المقننة:

وهي عبارة عن دليل يشتمل على قائمة، أو مجموعة من الأسئلة المحددة، والمرتبة ترتيباً منهجياً معيناً، وتتضمن عدة مواضيع فرعية، ومقصودة، تتعلق بموضوع البحث، يقوم الباحث بالتعرض لها خلال عملية المقابلة، بمعنى توجه هذه الأسئلة إلى المبحوثين بهدف الحصول على المعلومات، والبيانات المنتظرة من البحث.

وفي إطار الدراسة الحالية قمنا بمقابلة مع شخصية ذات علاقة بالمجال البيئي والإعلامي بمديرية البيئة لولاية أدرار، حيث تم تصميم وبناء استمارة مقابلة تحتوي مجموعة من الأسئلة المفتوحة. وتم الاعتماد على هذا النوع من المقابلات لغرض جمع المادة العلمية المتعلقة بموضوع الدراسة.

## 2-2- الاستمارة:

تعد الاستمارة أداة أساسية من أدوات جمع البيانات التي يتطلبها البحث الميداني، وهي الوسيلة العملية التي تساعد الباحث على جمع الحقائق والمعلومات من المبحوثين، وتفرض عليهم التقييد بموضوع البحث، وعدم الخروج عن أطره العريضة، ومضامينه، ومسارته.

وهي "استمارة يتم تعبئتها من خلال عينة ممثلة من أفراد، ويسمى الشخص الذي يقوم بملاء الاستمارة بالمستجيب."<sup>1</sup>

وكما تعرف بأنها: "تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية، في تعبيرها عن الموضوع المبحوث، في إطار الخطة الموضوعية، لتقدم إلى المبحوث من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة."<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - محمد حسين الراجحي، مناهج البحث العلمي تطبيقات إدارية واقتصادية، دار وائل، عمان، 2003، ص 181.  
<sup>2</sup> - أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2003، ص 220.

ويقصد بها كذلك مجموعة من الأسئلة المصممة لجمع البيانات اللازمة عن مشكلة البحث أو الدراسة.<sup>1</sup>

وحتى تحقق الاستمارة الهدف المرجو منها لا بد أن تتضمن أسئلة ذات مواصفات خاصة، بحيث تكون هذه الأسئلة معبرة بحق عن الموضوع المبحوث، وتتيح من ناحية أخرى أجوبة يمكن التعامل معها فيما بعد، ويرى علماء المنهجية أن الإجابة الواضحة القابلة للتحليل أو للتعامل العلمي فيما بعد إنما ترتبط بالدرجة الأولى بمدى ضبط الأسئلة المتضمنة في الاستمارة سواء من حيث الشكل أو المحتوى.<sup>2</sup>

### ❖ تم بناء استبيان الدراسة على النحو التالي:

الواجهة التي تضم عنوان الدراسة بالإضافة إلى البيانات الأخرى كاسمين واسم المشرفة وكذا الجامعة. اشتمل الاستبيان على 39 سؤال مقسمة على أربع محاور. المحور الأول للبيانات الشخصية، بعده المحور الثاني الذي كان عن عادات استخدام موقع الفيس بوك . أما المحور الثالث فتضمن أهم مظاهر الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين. آخر محور بين دور موقع الفيس بوك في تنمية الوعي البيئي.

## 1- عينة ومجال الدراسة:

### 1 - وصف العينة وخصائصها:

تفرض العينة نفسها كأسلوب لجمع البيانات عندما يكون الباحث غير قادر على إجراء دراسته على جميع مفردات مجتمع البحث ، حيث يلجأ عندها إلى اختيار عينة تجرى عليها الدراسة ، على شرط أن تكون العينة ممثلة للمجتمع الأصلي ، كما أنه لا بد أن تتوفر لدى جميع مفردات المجتمع الأصلي فرصا متساوية للاختيار ضمن مفردات العينة . ويعرف محمد عبد الحميد العينة

<sup>1</sup> - محمد عبد الفتاح حافظ الصيرفي، البحث العلمي، الدليل التطبيقي للباحثين، دار وائل للنشر ، عمان- الأردن، 2002، ص115.

<sup>2</sup> -صلاح مصطفى الفوال، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية، مكتبة غريب، القاهرة، 1983، ص306.

على أنها « عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل الباحث معها منهجيا ، ويسجل من خلال هذا التعامل البيانات الأولية المطلوبة ، ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلا لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها هذا المجتمع.<sup>1</sup>

فتعرف العينة: أنها عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل معها الباحث منهجيا ويسجل من خلال هذا التعامل البيانات الأولية المطلوبة ، ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلا لمجتمع البحث في الخصائص و السمات التي يوصف من خلالها المجتمع.<sup>2</sup>

وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على العينة القصدية حيث قدر حجم العينة بـ 80 مفردة تم توزيعها في المنطقة الجغرافية المتمثلة في جامعة ادرار، أين تم استرجاع كل الاستبيانات؛ حيث تم إلغاء 10 مفردات لتتحصل على 70 مفردة والتي ستظهرها الجداول التالية:

عملية توزيع الاستمارات وفق متغيرات السن، والجنس، التخصص والمؤهل العلمي.

### المحور الاول:البيانات الشخصية

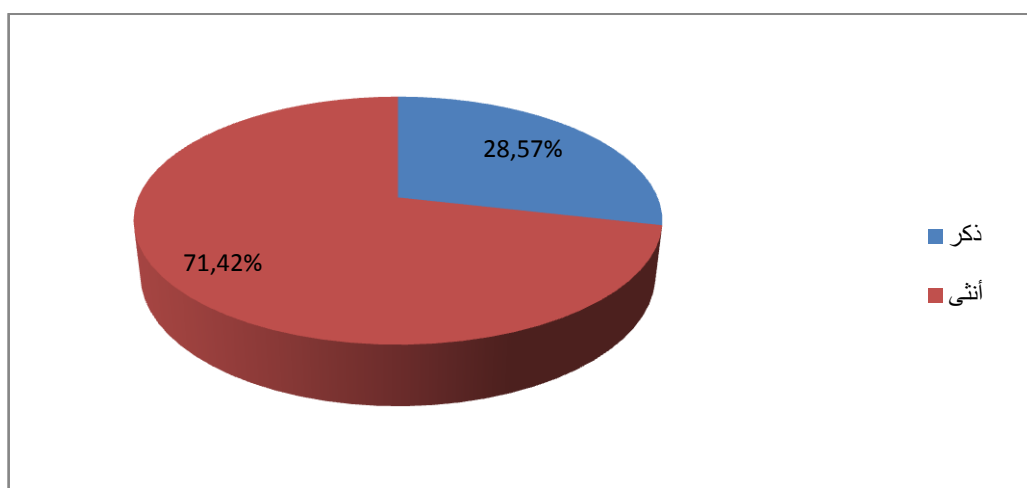
جدول رقم(1) يوضح جنس الفئة المدروسة.

| الفئة   | التكرار | النسبة المئوية |
|---------|---------|----------------|
| ذكر     | 20      | 28.57%         |
| أنثى    | 50      | 71.42%         |
| المجموع | 70      | 100%           |

نلاحظ في هذا الجدول الذي يوضح متغير الجنس أن نسبة الذكور قليلة والمقدرة بـ 28.57% إذا ما قورنت بنسبة الإناث المقدرة بـ 71.42%، يرجع هذا إلى أن فئة الإناث المتمدرسة أكثر من فئة الذكور بالنسبة لطلبة العلوم الإنسانية.

<sup>1</sup> - محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، عالم الكتب، القاهرة - مصر، 2004، ص133.

<sup>2</sup> - محمد زيان محمد، منهج البحث العلمي وتقنياته، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1983، ص83.

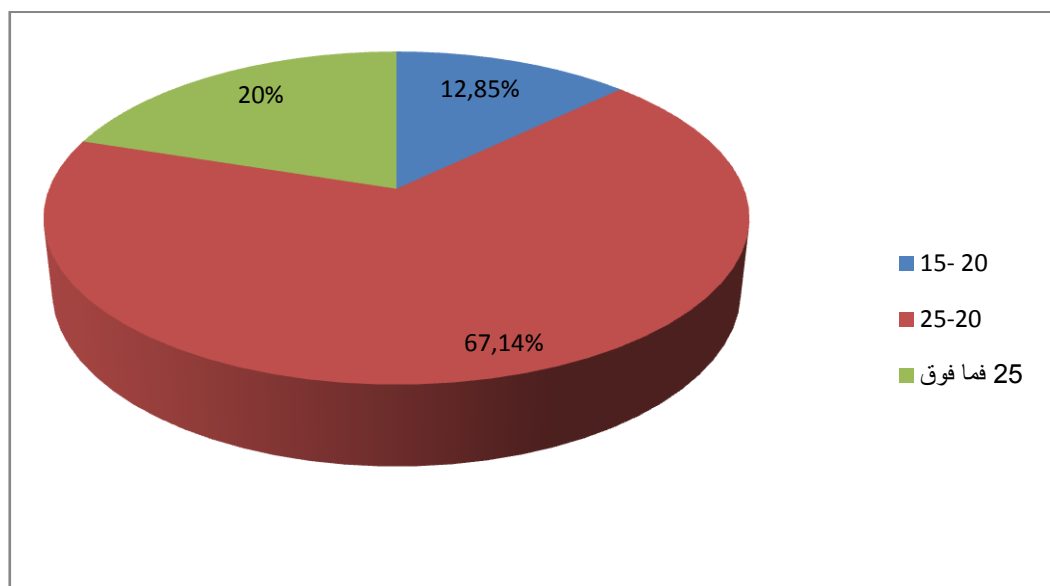


الشكل رقم (1) يمثل جنس الفئة المدروسة

جدول رقم (2) يوضح سن الفئة المدروسة

| النسبة المئوية | التكرار | السن       |
|----------------|---------|------------|
| %12.85         | 09      | 20 - 15    |
| %67.14         | 47      | 25-20      |
| %20            | 14      | 25 فما فوق |
| %100           | 70      | المجموع    |

يتبين لنا من خلال الجدول أن أعمار الباحثين المنحصرة بين سن 15 - 25، حيث تقدر نسبة الفئة 20-15 بـ %12.85 وهي أصغر نسبة، أما الفئة 25-20 وهي أكبر فئة بنسبة %67.14 يدل هذا على أن هذه الفئة تمثل متوسط العمر بالنسبة لجميع المستويات. الفئة 25 فما فوق جاءت بنسبة %20.



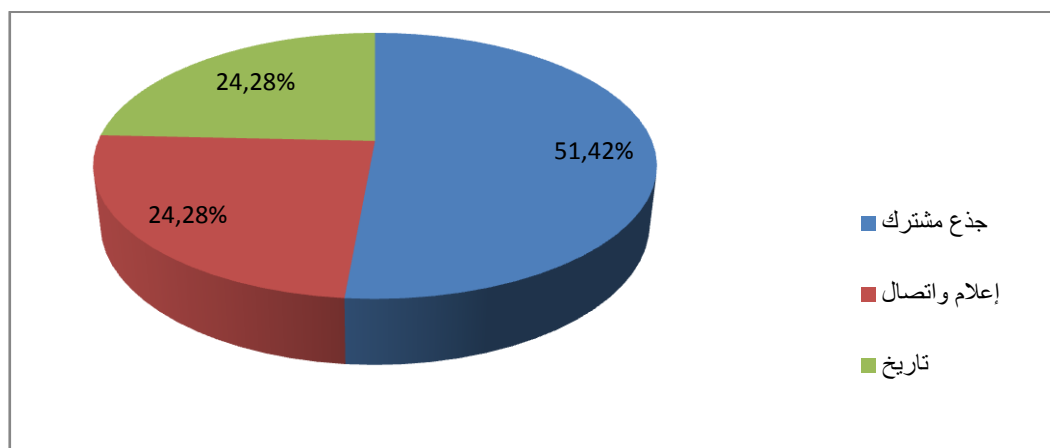
الشكل رقم (2) يمثل سن الفئة المدروسة

جدول رقم (3) يوضح تخصص الفئة المدروسة.

| التخصص       | التكرار | النسبة المئوية |
|--------------|---------|----------------|
| جذع مشترك    | 36      | 51.42%         |
| إعلام واتصال | 17      | 24.28%         |
| تاريخ        | 17      | 24.28%         |
| المجموع      | 70      | 100%           |

يوضح الجدول تخصص الباحثين، حيث أن جذع مشترك هو الفئة الطاغية في مجتمع الدراسة بنسبة 51.42% لأنه يمثل أكبر مستوى يوجد فيه الطلبة؛ أي قبل التخصص في السنة الثانية. أما تخصص إعلام واتصال والتاريخ فجاء بنسب متعادلة والمقدرة بـ24.28%.



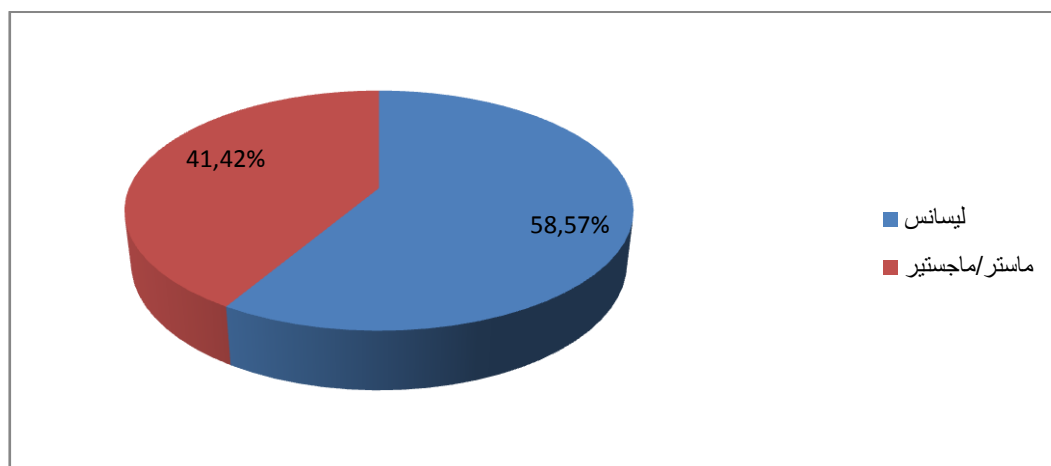


الشكل رقم (3) يمثل تخصص الفئة المدروسة.

جدول رقم (4) يوضح المؤهل العلمي للفئة المدروسة.

| المؤهل العلمي | التكرار | النسبة المئوية |
|---------------|---------|----------------|
| ليسانس        | 41      | 58.57%         |
| ماستر/ماجستير | 29      | 41.42%         |
| غير ذلك       | 00      | 00%            |
| المجموع       | 70      | 100%           |

يوضح الجدول المؤهل العلمي الذي حازت درجة ليسانس فيه على أعلى نسبة والتي قدرت بـ 58.57% ودرجة ماستر/ماجستير في الرتبة الثانية بنسبة 41.42%.



الشكل رقم (4) يمثل المؤهل العلمي للفئة المدروسة.

## 2- مجال الدراسة

يعتبر مجال الدراسة خطوة أساسية في البناء المنهجي لي بحث علمي كونه يساعد على قياس وتحقيق المعارف النظرية في الميدان، ولقد لتفق الكثير من مستعملي مناهج البحث الاجتماعي لكل دراسة ثلاثة حدود رئيسية، وهي: المجال الجغرافي، المجال الزمني، والمجال البشري.<sup>1</sup>

يتكون مجتمع الدراسة من طلبة جامعة أحمد دراية -أدرار- وقد اقتضت الدراسة على كلية العلوم الإنسانية فقط للسنة الجامعية 2016-2017.

**2-1 المجال الجغرافي:** ويتمثل في جامعة احمد دراية ولاية أدرار التي تقع بمحاذاة الطريق الوطني رقم 6 المنطقة الصناعية أدرار على بعد حوالي 20 كلم عن مقر الولاية أدرار، وهي تتربع على مساحة تقدر بحوالي 43 هكتار. إذ يعتبر المعهد الوطني للتعليم العالي في العلوم الإسلامية النواة الأولى لنشأة جامعة بالولاية، كان هذا بموجب المرسوم رقم 86-118 المؤرخ في 1986/05/06 المعدل والمتمم بالمرسوم رقم 86-175 المؤرخ في 1986/08/05 والمتضمن إنشاء المعهد الوطني للشرعية ليتوسع إلى جامعة بموجب المرسوم رقم 01-269 المؤرخ في 2001/09/18 المعدل بالمرسوم التنفيذي رقم 04-259 المؤرخ في 2004/08/29 وهي

<sup>1</sup> -محمد شفيق، البحث العلمي: الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، د.د.ن، 1985، ص30.

مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، حيث تستقطب الطلبة بمختلف التخصصات ومن مختلف ولايات الوطن وحتى الأفارقة . حيث تسهر الجامعة على التكوين الأكاديمي الجيد للطلبة عن طريق الهيئة التعليمية المتمثلة في الإطارات ذات الكفاءات العالية إضافة إلى التجهيزات التقنية الحديثة المساعدة في عملية التدريس.

### - الكليات التي تشتمل عليها جامعة أدرار:

إن جامعة أدرار توفر تكويناً بيداغوجياً وعلمياً في عدة مجالات، ولضمان التطور العلمي والحركة البحثية فإن الجامعة شهدت قفزة علمية للسنة الجامعية 2013/2012 بحيث انتقلت من ثلاث كليات إلى خمس كليات بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 302-12 المؤرخ في 2012/08/04، وكذلك فتح تخصصات جديدة على مستوى الميادين المفتوحة والماستر، بالإضافة إلى فتح عروض جديدة في الماجستير والدكتوراه، إن هذا التحدي يفرض على الجامعة أن تجعل من العملية التطويرية عملية مستمرة بنظرة إستشرافية مستقبلية.<sup>1</sup>

تحتوي جامعات أدرار على خمس كليات:<sup>2</sup>

❖ كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية والعلوم الإسلامية: تتضمن الأقسام التالية :

- قسم العلوم الإنسانية
- قسم العلوم الاجتماعية
- قسم العلوم الإسلامية

❖ كلية الآداب واللغات الأجنبية: تتضمن الأقسام التالية :

- قسم اللغة والآداب العربي
- قسم الآداب واللغة الفرنسية

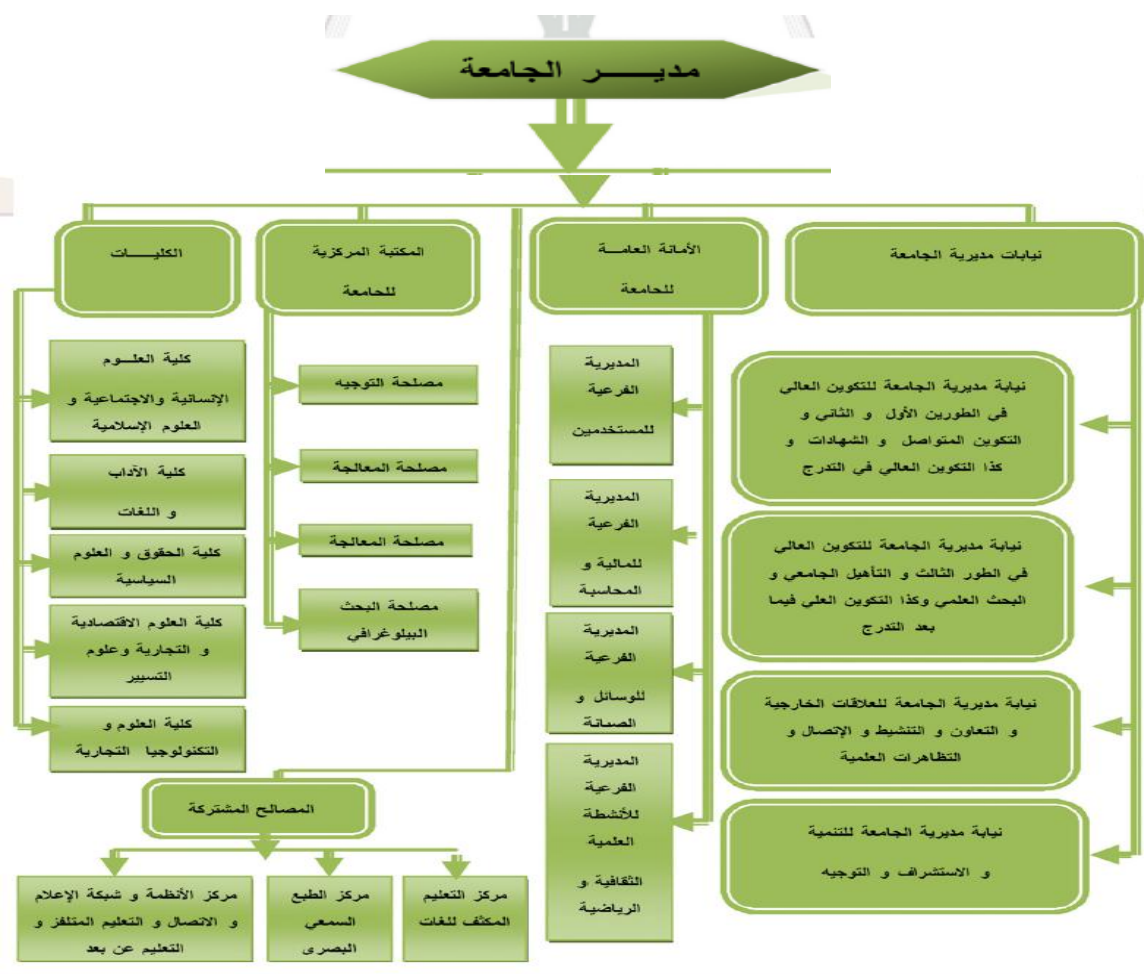
<sup>1</sup> - مجلس إدارة الجامعة، الدورة العادية الثانية، فيفري 2013، ص 1.

<sup>2</sup> - نيابة مديرية الجامعة للتنمية والاستشراف والتوجيه - مصلحة الإعلام والتوجيه، البطاقة التقنية لجامعة أدرار، العدد 2،

نوفمبر 2013، ص 3.

- قسم الآداب واللغة الإنجليزية
  - ❖ كلية الحقوق والعلوم السياسية: تتضمن الأقسام التالية
    - قسم الحقوق
    - قسم العلوم السياسية
  - ❖ كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير: تتضمن الأقسام التالية
    - قسم العلوم الاقتصادية
    - قسم العلوم التجارية
    - قسم علوم التسيير
  - ❖ كلية العلوم والتكنولوجيا
    - قسم العلوم والتكنولوجيا
    - قسم علوم المادة
    - قسم رياضيات والإعلام الآلي.
    - قسم علوم الطبيعة والحياة.
- إن إعادة هيكلة كليات الجامعة أحدثت انسجاما بين مختلف الأقسام على مستوى كل كلية.
- الهيكل التنظيمي للجامعة :<sup>1</sup>

<sup>1</sup>- المرجع نفسه، ص6.



اشتملت الجامعة في البداية على ثلاث كليات ثم توسعت لتضم خمس كليات من بينها كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية والعلوم الإسلامية.

## 2- كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية والعلوم الإسلامية

### 2-1 نبذة مختصرة حول كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية والعلوم الإسلامية

تحتوي الكلية ثلاث أقسام وهي كالتالي:<sup>1</sup>

تحتوي الكلية ثلاث أقسام وهي كالتالي:

<sup>1</sup> - نيابة مديرية الجامعة للتنمية والاستشراف والتوجيه - مصلحة الإعلام والتوجيه، مرجع سابق، ص 5.

\*قسم العلوم الإنسانية.

\*قسم العلوم الاجتماعية.

\*قسم العلوم الإسلامية.

تشتمل الكلية على عدة تخصصات في التدرج وما بعد التدرج بما في ذلك:

\*الماجستير والدكتوراه في النظام القديم.

\*الماستر والدكتوراه في النظام الجديد.

كما تشتمل على التأهيل الجامعي في كل أقسامها وفي التخصصات التالية:

\*فقه وأصول.

\*شريعة وقانون.

\*تاريخ عام.

\*إعلام واتصال.

\*تنظيم وعمل.

\*العائلة والطفولة.

\*علم النفس المدرسي.

\*علم النفس العيادي.

## 2-2 أفاق الكلية:

نظرا لتوسع التخصصات وتزايد تدفق الطلبة في مختلف الفروع المفتوحة بالكلية المفتوحة بالكلية

فإنها ستتوسع إلى كليتين:

- كلية العلوم الإسلامية.

- كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

## 2-3- أهداف الكلية:

تهدف الكلية إلى تحقيق عدة أغراض علمية وبجئية منها :

- تكوين العلمي المتكامل في مختلف المراحل.

- توسيع آفاق الدراسات الجامعية في الانفتاح على المحيط الخارجي والإسهام في التنمية المحلية والوطنية.
  - تكريس البعد الإفريقي للجامعة عن طريق مد جسور التعاون مع مختلف الجامعات والمراكز العلمية والبحثية الإفريقية منها والعالمية.
  - الإسهام في البحث العلمي وطنيا ودوليا عن طريق المزيد من المخابر وفرق البحث وتفعيل الاتفاقيات المبرمة مع الجامعات المختلفة.
  - القيام بالأبحاث الميدانية من أجل حل مختلف المشكلات الإنسانية والاجتماعية.
  - مواصلة البحث في التراث قصد ربط الأجيال بتاريخها وحضارتها.<sup>1</sup>
  - **قسم العلوم الإنسانية:**<sup>2</sup>
- وتوافقا مع دراستنا سنختص بدراسة قسم العلوم الإنسانية عن بقية الأقسام الأخرى المتواجدة بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية والعلوم الإسلامية
- \*نبذة عن قسم العلوم الإنسانية : وضعت نواة قسم العلوم الإنسانية في السنة الجامعية 2003/2002، وذلك عندما تم فتح قسم التاريخ في هذا الموسم (تخصص التاريخ العام نظام كلاسيكي)، وفي الموسم الجامعي 2007/2006 أقدمت إدارة الجامعة على فتح قسم العلوم الإنسانية نظام (LMD) بالموازاة مع قسم التاريخ.
- تخصص التاريخ العام الأكاديمي وفي السنة الجامعية 2008/2007 أضيف تخصص إعلام واتصال، في الموسم الجامعي 2011/2010 أدمج قسم التاريخ وقسم العلوم الإنسانية في قسم واحد هو قسم التاريخ.
- الموسم الجامعي 2012/2011 وفي إطار إعادة الهيكلة ظهر قسم العلوم الإنسانية الحالي (كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية والعلوم الإسلامية) بتخصيصين هما:

<sup>1</sup> - مجلس إدارة الجامعة، الدورة العادية الثانية، فيفري 2013، ص3.

<sup>2</sup> - مرجع نفسه، ص5.

\*التاريخ العام (نظام LMD).

\*إعلام واتصال (نظام LMD).

مع العلم أن القسم قد فتح الباب أمام الطلبة للتسجيل في الماجستير منذ السنة الجامعية 2010/2009 إلى غاية هذا الموسم و دون انقطاع الشعبة تاريخ حديث ومعاصر بالإضافة إلى ماجستير في علوم الإعلام والاتصال لسنة 2015/2014، ناهيك عن الدراسات العليا في تاريخ حديث ومعاصر (ماجستير ودكتوراه).

**2-2 المجال الزمني:** إذ بعد أن تمكنا من تحديد وضبط إشكالية البحث من خلال جمع البيانات من المصادر الوثائقية. والتي اعتمدنا عليها في صياغة استمارة بحث أولية. ثم قمنا بتطبيقها على مجموعة من أفراد مجتمع الدراسة وذلك في الأسبوع الثالث من شهر أبريل. كما قمنا بمناقشة مضمون الاستمارة و تبويب البيانات وتفسيرها وعرض نتائجها، في الأسبوع الأول من شهر ماي 2017. تمت المقابلة يوم الخميس الموافق لـ 20 أبريل 2017 على الساعة 09:30 بمديرية البيعة.

**2-3 المجال البشري:** إن العينة لها أهمية بالغة في إعداد البحوث مما يستوجب عناية فائقة في اختيارها وتكون ممثلة تمثيلا صحيحا لمجتمع البحث الأصلي للدراسة؛ وقد تم انتقاء العينة القصدية وهي طلبة قسم العلوم الإنسانية بجامعة أحمد دراية أدرار حيث تم توزيع 80 استمارة على الفئة المبحوثة وقد تم استرجاع 70 استمارة المقدرة نسبتها بـ 85.5%.

### الصعوبات:

لا تخلو أي دراسة في العلوم الإنسانية وغيرها من العلوم الأخرى من صعوبات التي تواجه الباحث عند قيامه بالبحث ، وقد يكون أحيانا عائقا في الوصول إلى الحقيقة وعليه فإن من الصعوبات التي واجهتنا هي اعتبار الإعلام البيئي تجربة جديدة في تاريخ الإعلام وبالأخص الإعلام الجديد، كما واجهنا كذلك غياب الجدية والاهتمام من جانب الطلبة في ملء الاستمارة.



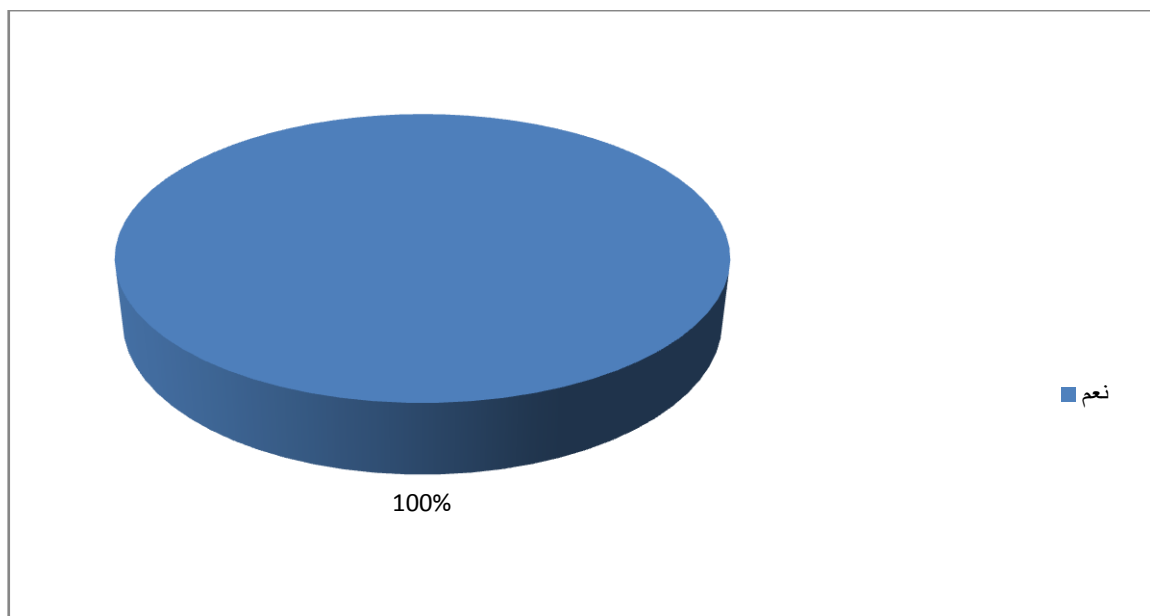
### تحليل بيانات الدراسة الميدانية

المحور الثاني: عادات وانماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي "الفيس بوك"

جدول رقم (5) يوضح استخدام الفئة المدروسة لمواقع التواصل الاجتماعي.

| النسبة المئوية | التكرار | استخدام مواقع التواصل الاجتماعي |
|----------------|---------|---------------------------------|
| 100%           | 70      | نعم                             |
| 00%            | 00      | لا                              |
| 100%           | 70      | المجموع                         |

يمثل هذا الجدول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فكانت الإجابة بنعم؛ أي بنسبة 100% لجميع الباحثين، هذا راجع إلى تنوع مواقع التواصل الاجتماعي، بحسب تنوع رغبات وحاجات مجتمع الدراسة. ونسبة 00% لا لأن هذه المواقع قد أصبحت تقريبا ضرورة حتمية في الحياة اليومية للأفراد.



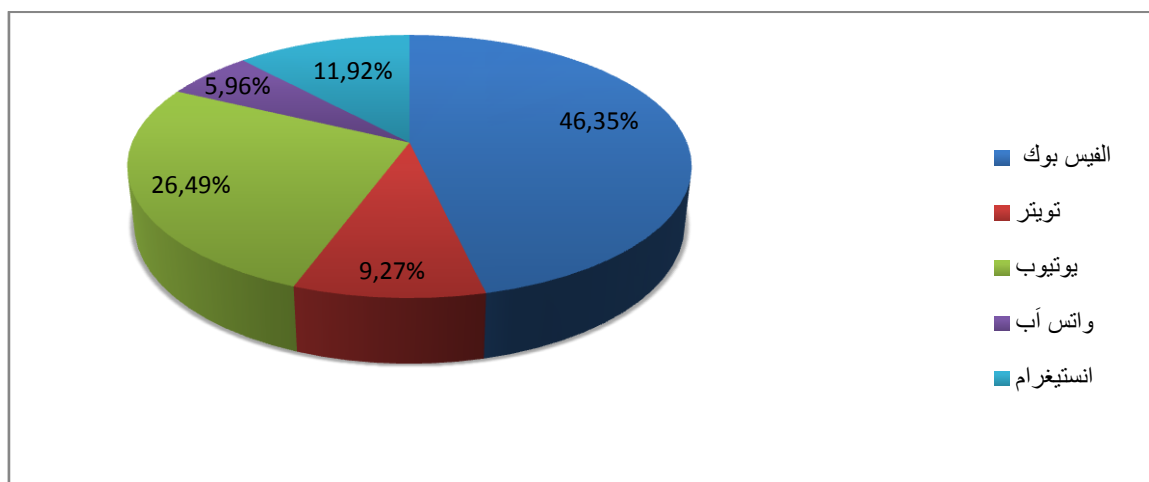
الشكل رقم (5) يمثل استخدام الفئة المدروسة لمواقع التواصل الاجتماعي

جدول رقم (6) يوضح شبكات التواصل الاجتماعي التي تشترك فيها الفئة المدروسة

| النسبة المئوية | التكرار | الشبكات المستخدمة |
|----------------|---------|-------------------|
| 46.35%         | 70      | الفييس بوك        |
| 9.27%          | 14      | تويتر             |
| 26.49%         | 40      | يوتيوب            |
| 5.96%          | 9       | واتس أب           |
| 11.92%         | 18      | أنستيغرام         |
| 100%           | 151     | المجموع           |

يتبين لنا من قراءتنا للجدول أن معظم أفراد العينة أعطى أكثر من إجابة وهذا راجع إلى الخدمات المتنوعة المقدمة من طرف هذه المواقع ؛ فيتضح لنا أن موقع الفييس بوك أكثر المواقع استخداماً من قبل الطلبة والذي قدرت نسبته بـ 46.35% وهي المرتبة الأولى من ناحية الاستخدام لتأتي بعدها نسبة 26.49% لليوتيوب، و 11.92% بالنسبة للأنستيغرام، والتويتر بنسبة 9.27%. وفي الأخير الواتس أب بنسبة 5.96% وهو الذي لم يحظى بنسبة كبيرة من طرف المبحوثين. كما يمكن الإشارة إلى أن العينة كلها تستخدم موقع الفييس بوك أي بنسبة 100%.

وإذا حاولنا إيجاد تفسير لاستخدام الفييس بوك بكثرة مقارنة بالمواقع الأخرى فلا نجد سوى أنه يتميز بسهولة استخدامه وانتشاره الواسع واستقطابه لجمهور واسع حيث صار شبكة اجتماعية افتراضية كاملة يتبادل أفرادها الاهتمامات والأنشطة المتعددة عبر الشبكة العنكبوتية.

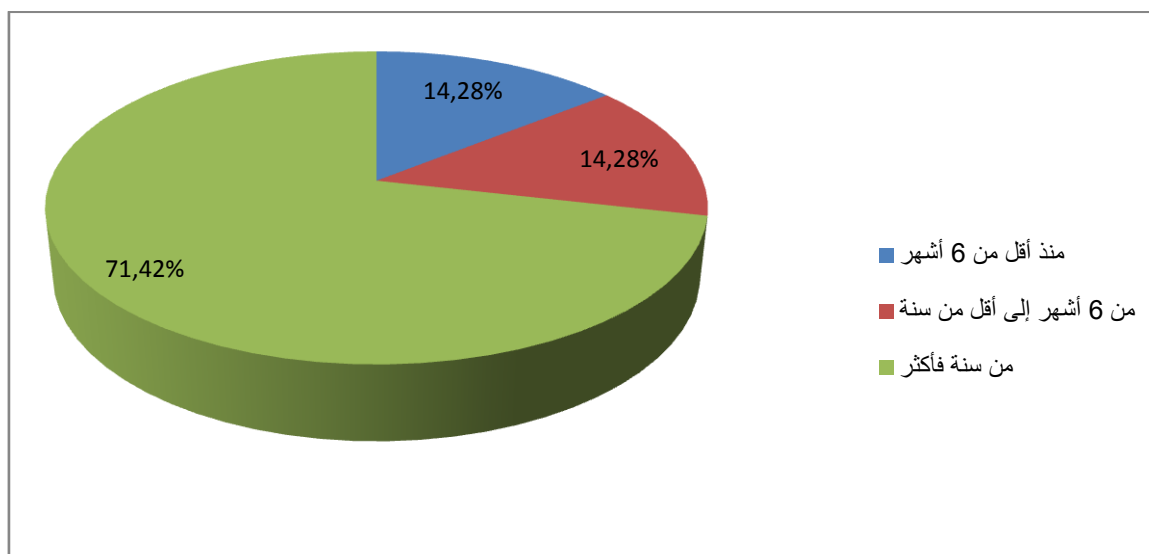


الشكل رقم (6) يمثل شبكات التواصل الاجتماعي التي تشترك فيه الفئة المدروسة.

جدول رقم (7) يوضح مدة استخدام موقع الفيس بوك الفئة المدروسة.

| النسبة المئوية | التكرار | مدة استخدام موقع الفيس بوك |
|----------------|---------|----------------------------|
| 14.28%         | 10      | منذ أقل من 6 أشهر          |
| 14.28%         | 10      | من 6 أشهر إلى أقل من سنة   |
| 71.42%         | 50      | من سنة فأكثر               |
| 100%           | 70      | المجموع                    |

من خلال الجدول يتضح أن جل الباحثين سجلوا منذ فترة طويلة فجاءت فئة من سنة فأكثر أعلى نسبة 71.42%، والفئتين المتبقيتين بنسبتين متعادلتين أي 14.28%. وهذا ما يبين أن موقع الفيس بوك له اثر كبير على الأفراد يصل إلى حد الإدمان، مما يصعب عليهم الإقلاع عنها، على عكس الفئتين الاخرتين التي قد يعود هذا إلى قلة اهتمامهم بها و عدم معرفته م، أو إلى عدم تعودهم على استخدام الانترنت بصفة عامة.

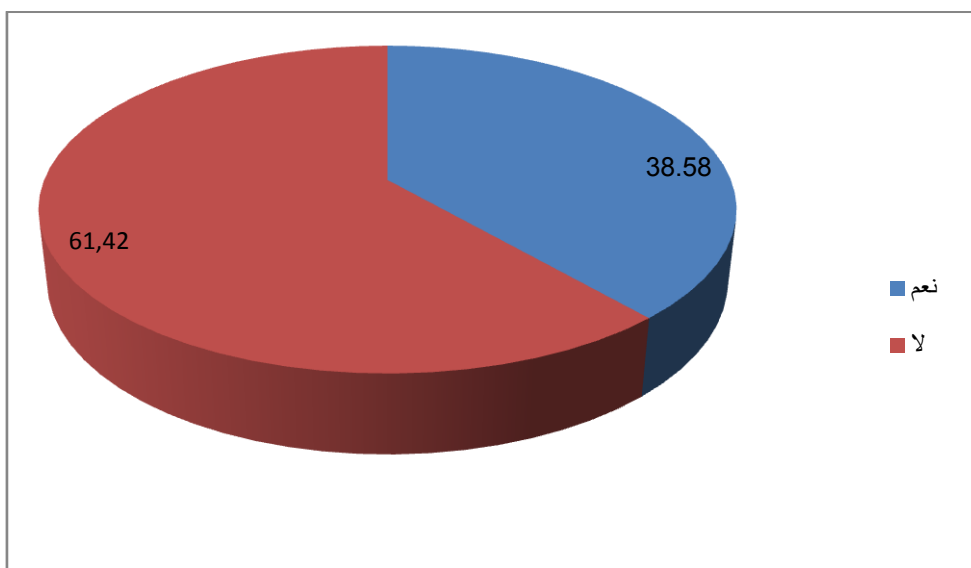


الشكل رقم (7) يمثل مدة استخدام موقع الفيس بوك الفئة المدروسة

جدول رقم (8) يوضح الاستخدام اليومي لموقع الفيس من قبل الفئة المدروسة

| النسبة المئوية | التكرار | وقوع | اليومي لم | الاستخدام | الفيس بوك |
|----------------|---------|------|-----------|-----------|-----------|
| 38.57%         | 27      |      | نعم       |           |           |
| 61.42%         | 43      |      | لا        |           |           |
| 100%           | 70      |      | المجموع   |           |           |

يبين الجدول أن الغالبية بنسبة 61.42% لا يستخدمون الفيس بوك بشكل يومي، وبخصوص الفئة التي تستخدم الموقع بشكل يومي فهم بنسبة 38.57% أي أنهم أقل من الفئة التي سبقتها.

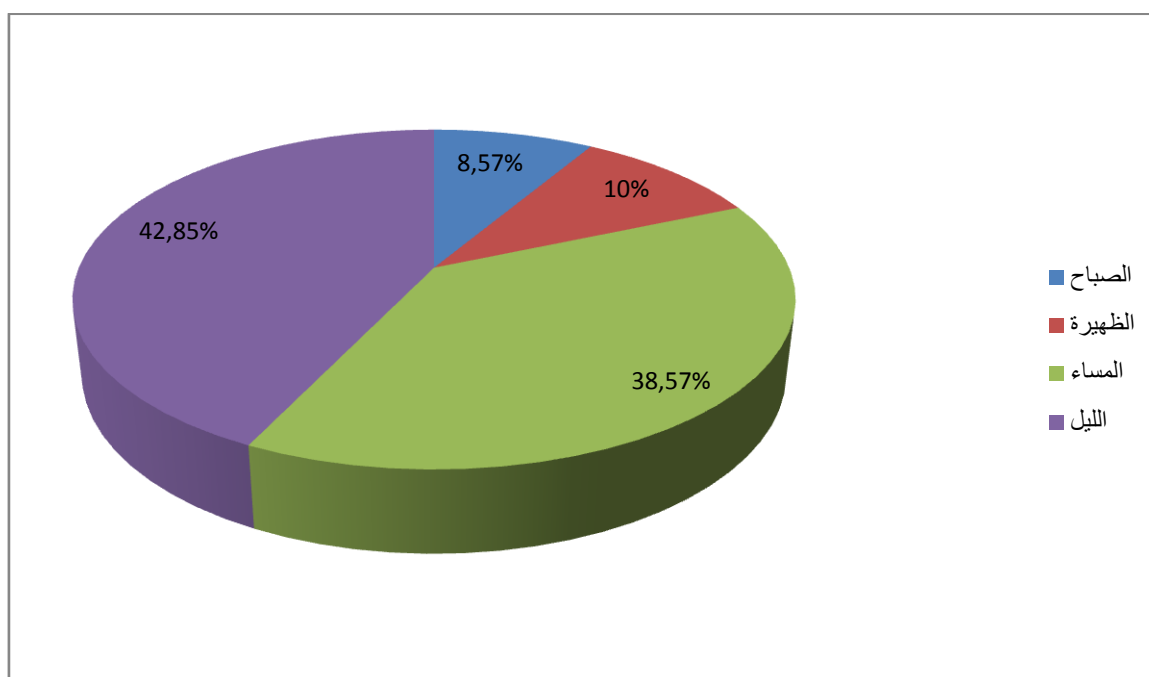


الشكل رقم (8) يمثل الاستخدام اليومي لموقع الفيس من قبل الفئة المدروسة

جدول رقم (9) يوضح أوقات الفئة المدروسة لتصفح الفيس بوك.

| أوقات التصفح | التكرار | النسبة المئوية |
|--------------|---------|----------------|
| الصباح       | 6       | 8.57%          |
| الظهيرة      | 7       | 10%            |
| المساء       | 27      | 38.57%         |
| الليل        | 30      | 42.85%         |
| المجموع      | 70      | 100%           |

هذا الجدول يوضح الأوقات التي يتصفح فيها الباحثون موقع الفيس بوك، فجاءت تقريبا على الترتيب بترتيب أوقات اليوم؛ من الصباح إلى الليل. نسبة التصفح في الفترة الصباحية والظهيرة بين 8 إلى 10% من الباحثين وهي نسبة ضعيفة ما يقودنا إلى أن هذا الوقت بالنسبة للطلبة هو وقت دراسة، فيما يبلغ التصفح ذروته من الفترة المسائية إلى الليل، حيث جاء المساء بنسبة 38.57% والليل بنسبة 42.85%، تمثل الفترتين وقت فراغ الباحثين وشبكة الانترنت متاحة ومتوفرة نظرا لقلّة المستخدمين بالإضافة إلى عامل الهدوء والسكينة.



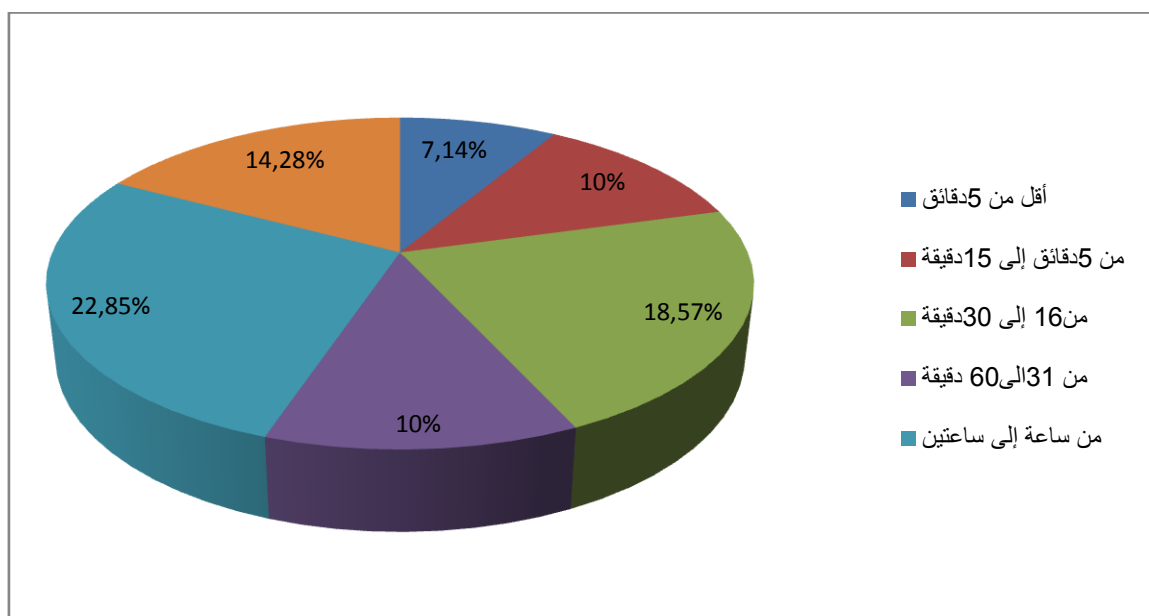
الشكل رقم (9) يمثل أوقات الفئة المدروسة لتصفح الفيس بوك.

جدول رقم (10) يوضح المدة المستغرقة في الجلسة الواحدة أثناء استخدام موقع الفيس بوك للفئة المدروسة

| عدد الساعات             | التكرار | النسبة المئوية |
|-------------------------|---------|----------------|
| أقل من 5 دقائق          | 05      | 7.14%          |
| من 5 دقائق إلى 15 دقيقة | 07      | 10%            |
| من 16 إلى 30 دقيقة      | 13      | 18.57%         |
| من 31 إلى 60 دقيقة      | 07      | 10%            |
| من ساعة إلى ساعتين      | 16      | 22.85%         |
| من ساعتين إلى 4 ساعات   | 10      | 14.28%         |
| أكثر من 4 ساعات         | 12      | 17.14%         |
| المجموع                 | 70      | 100%           |

تختلف المدة المستغرقة في الجلسة الواحدة أثناء التصفح، فمعظم أفراد العينة 22.85% يستغرقون

من ساعة إلى ساعتين في الجلسة، وأكثر من 4 ساعات بنسبة 17.14% هذا إن دل على شيء فإنما يدل على أن المبحوثين لا يولون اهتماماً للوقت وبالتالي قد يمضون ساعات في التصفح، هذا ما تؤكدته نسبة 7.14% و 10% والثلاث تمثلان المدتين أقل من 5 دقائق ومن 5 دقائق إلى 15 دقيقة، ومتوسط فترة الاستعمال كان بنسبة 18.57%.



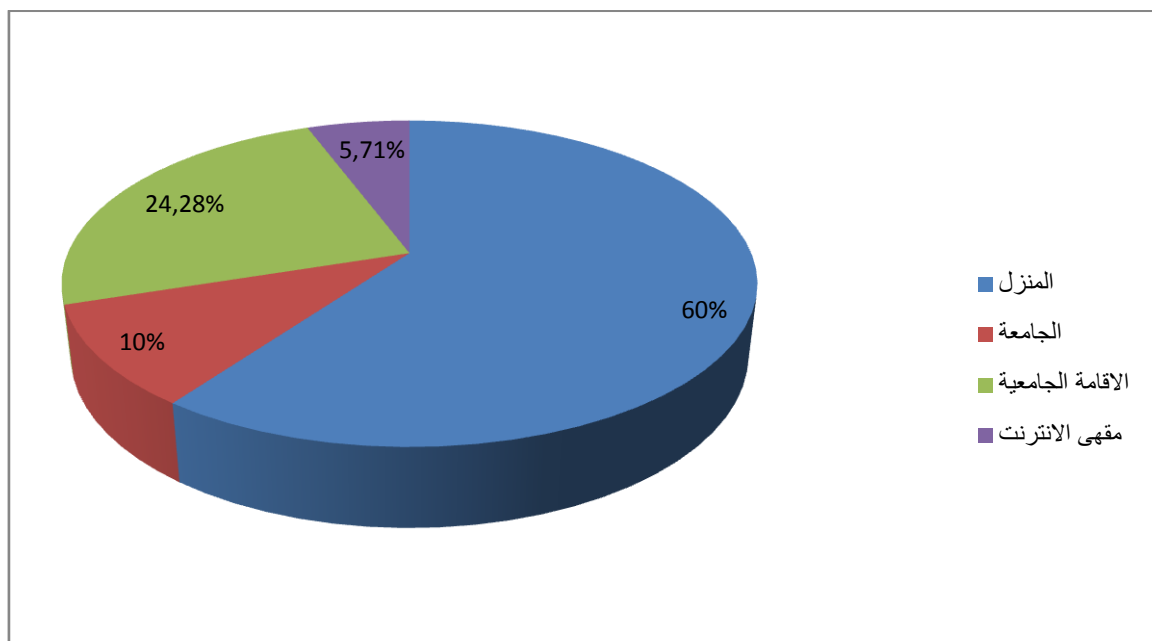
الشكل رقم (10) يمثل المدة المستغرقة في الجلسة الواحدة أثناء استخدام موقع الفيس بوك للفتة المدروسة

جدول رقم (11) يوضح مكان استخدام الفتة المدروسة لموقع الفيس بوك

| النسبة المئوية | التكرار | مكان الاستخدام   |
|----------------|---------|------------------|
| 60%            | 42      | المنزل           |
| 10%            | 7       | الجامعة          |
| 24.28%         | 17      | الإقامة الجامعية |
| 5.71%          | 4       | مقهى الانترنت    |
| 100%           | 70      | المجموع          |

يبدو من خلال الجدول أن نسبة 60% من الأفراد يستخدمون موقع الفيس بوك في المنزل، وذلك راجع إلى نمط المعيشة اليوم الذي يجعل للأولاد (ذكور أو إناث) غرفة خاصة بهم وذلك

يتيح لهم جانباً من الحرية. تليها الإقامة الجامعية بنسبة 24.28% وينطبق عليها الشيء نفسه. أما الجامعة فجاءت على نسبة قدرها 10% لأن المكان لطلب العلم والدراسة ونسبة الربط بالإنترنت منخفضة، وآخر نسبة كانت لمقهى الإنترنت بـ 5.71% لأنه يحتاج إلى التنقل والمال.



الشكل رقم (11) يمثل نسبة مكان استخدام الفئة المدروسة لموقع الفيس بوك

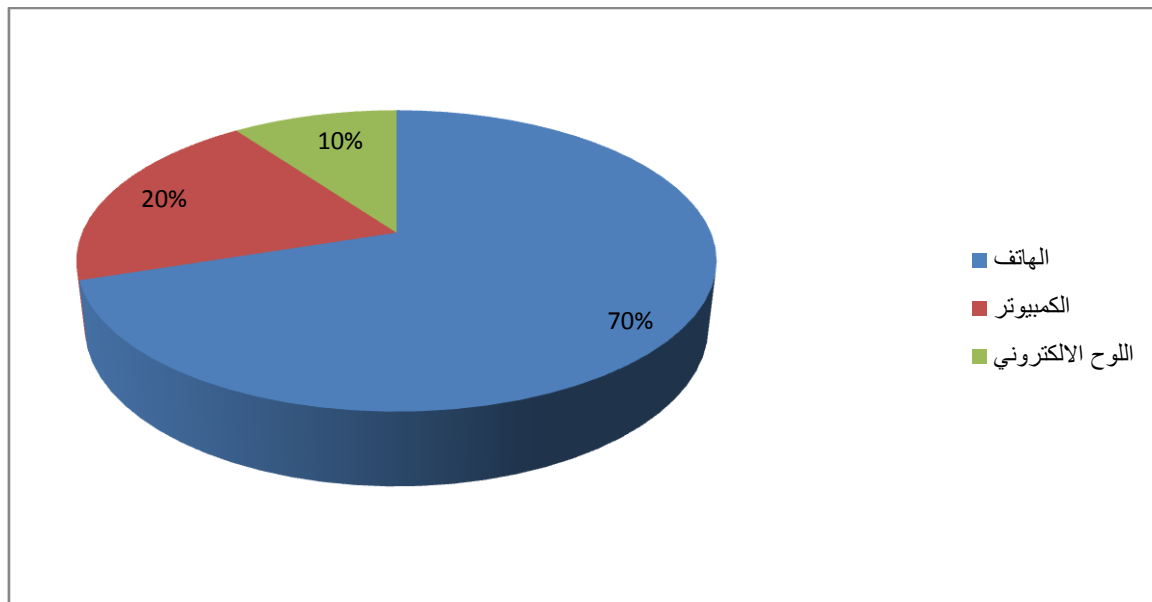
جدول رقم (12) يوضح وسيلة الفئة المدروسة في استخدام موقع الفيس بوك

| النسبة المئوية | التكرار | وسيلة استخدام موقع الفيس بوك |
|----------------|---------|------------------------------|
| 70%            | 49      | الهاتف                       |
| 20%            | 14      | الكمبيوتر                    |
| 10%            | 07      | اللوحة الإلكترونية           |
| 100%           | 70      | المجموع                      |

يتضح لنا من خلال هذا الجدول أن معظم الباحثين ( 70%) يستخدمون الهاتف للتصفح لأنه وسيلة شخصية سهل الحمل ويلتزم الفرد في كل زمان ومكان، ليأتي الكمبيوتر في المرتبة الثانية 20% كوسيلة تستخدم في المنزل ومقاهي الإنترنت. أما اللوحة الإلكترونية 10% ويمثل أضعف



استخدام، فمن يملك هذه الهواتف الذكية هو في غنى عن اللوح الإلكتروني لأن جميع خصائصه يحملها الهاتف أيضا.

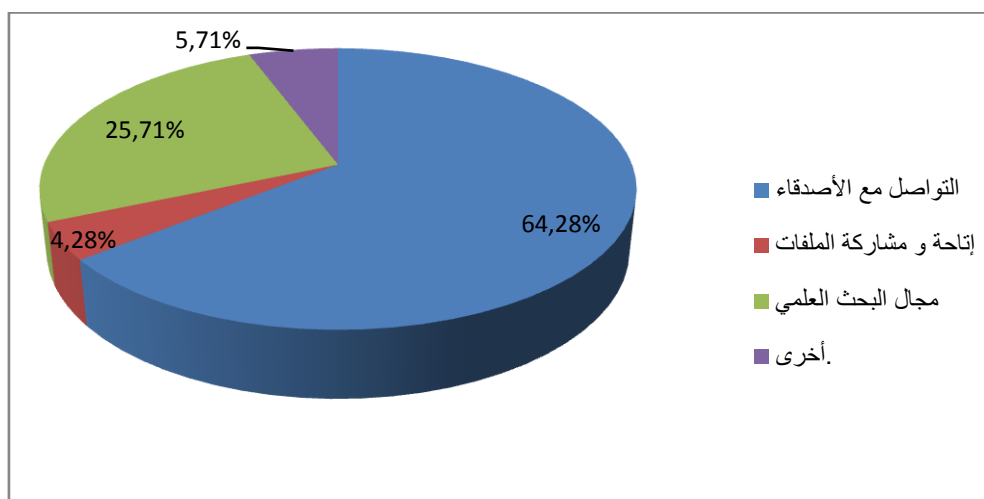


الشكل رقم (12) تمثل نسبة وسيلة الفئدة المدروسة في استخدام موقع الفيس بوك.

جدول رقم (13) يوضح أغراض استخدام موقع الفيس بوك للفئدة المدروسة

| النسبة المئوية | التكرار | الأغراض                |
|----------------|---------|------------------------|
| 64.28%         | 45      | التواصل مع الأصدقاء    |
| 4.28%          | 03      | إتاحة و مشاركة الملفات |
| 25.71%         | 18      | مجال البحث العلمي      |
| 5.71%          | 04      | أخرى                   |
| 100%           | 70      | المجموع                |

يعرض هذا الجدول أغراض استخدام موقع الفيس بوك ليمثل التواصل مع الأصدقاء أكبر نسبة 64.28% لأنه يعتبر أول غرض أسس من أجله الفيس بوك حيث فتح هذا الأخير فضاء لا محدود للتواصل مع الأصدقاء كما يعد مجال البحث العلمي 25.71% كثاني غرض يجذبه مجتمع البحث، ثم يتلوه إتاحة ومشاركة الملفات بنسبة 4.28% وأخرى بنسبة 5.71%.



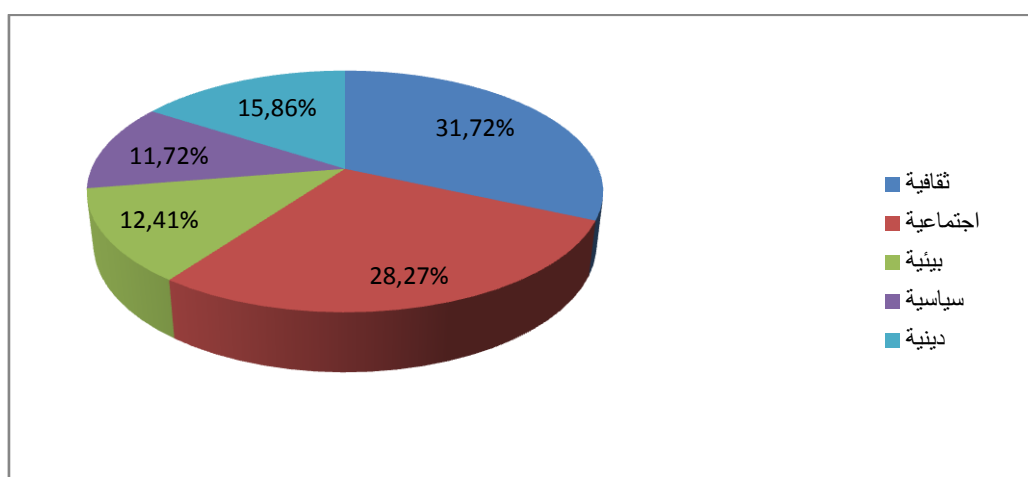
الشكل رقم (13) يمثل نسبة مواضيع الفئة المدروسة عبر موقع الفيس بوك.

جدول رقم (14) يوضح مواضيع الفئة المدروسة عبر موقع الفيس بوك.

| المواضيع | التكرار | النسبة المئوية |
|----------|---------|----------------|
| ثقافية   | 46      | 31.72%         |
| اجتماعية | 41      | 28.27%         |
| بيئية    | 18      | 12.41%         |
| سياسية   | 17      | 11.72%         |
| دينية    | 23      | 15.86%         |
| المجموع  | 145     | 100%           |

كقراءة لمحتوى الجدول أن المواضيع الثقافية في صدارة المواضيع 31.72% لأن المجال الثقافي متفرع ويضم العديد من المواضيع كالرواية المسرح الفكاهة وجانب الخياطة والطبخ والديكور. أتت بعدها

المواضيع الاجتماعية ب 28.27% أكثر المواضيع الاجتماعية المعروضة على الموقع هي حوادث المرور والتي تعرف مشاهدة كبيرة من طرف الأفراد. احتلت المواضيع الدينية المرتبة الثالثة بنسبة 15.86% وهذا راجع إلى أن الغالبية العظمى من المشايخ ورجال الدين واكبوا متطلبات هذا العصر وأصبحوا ينشطون على موقع الفيس بوك مما يجعل لهم متابعة معتبرة من قبل الأفراد. في المرتبة ما قبل الأخيرة جاء المجال البيئي ب 12.41% هذا يدل على أن الاهتمام بالمواضيع البيئية لم يرقى إلى المستوى المطلوب الذي من شأنه أن يكون له أثر، المجال السياسي جاء بنسبة 11.72% هو الآخر يشهد بعض الإهمال لأن القضايا السياسية موسمية كالانتخابات.



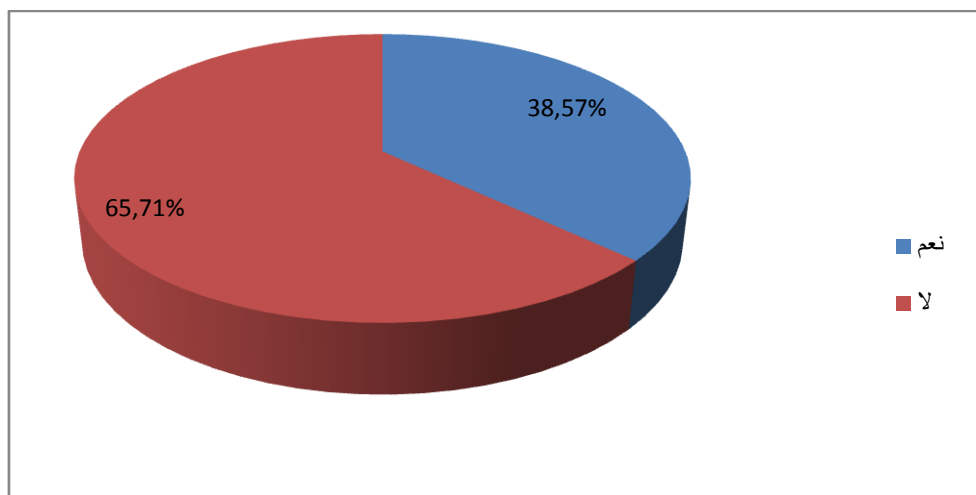
الشكل رقم (14) يمثل نسبة مواضيع الفئة المدروسة عبر موقع الفيس بوك.

جدول رقم (15) يوضح قراءة رسائل الفيس بوك للفئة المدروسة .

| النسبة المئوية | التكرار | قراءة رسائل الفيس بوك بمجرد الاستيقاظ من النوم |
|----------------|---------|--|
| 38.57%         | 27      | نعم  |
| 65.71%         | 46      | لا   |
| 100%           | 70      | المجموع  |

نلاحظ من خلال هذا الجدول الفئة الكبيرة 65.71% لا تهتم بقراءة رسائل الفيس بوك بمجرد الاستيقاظ من النوم، وذلك من أجل القيام بالعبادات أولا لكي لا تؤخر عن وقتها، ثم الخوض في

الأعمال اليومية فإن انشغل بالرسائل بمجرد الاستيقاظ أهدر وقته وأخر أعماله. والفئة التي أجابت بنعم 38.57%، تكون في انتظار أخبار أو معلومات جديدة، أو رسائل بالغة الأهمية.



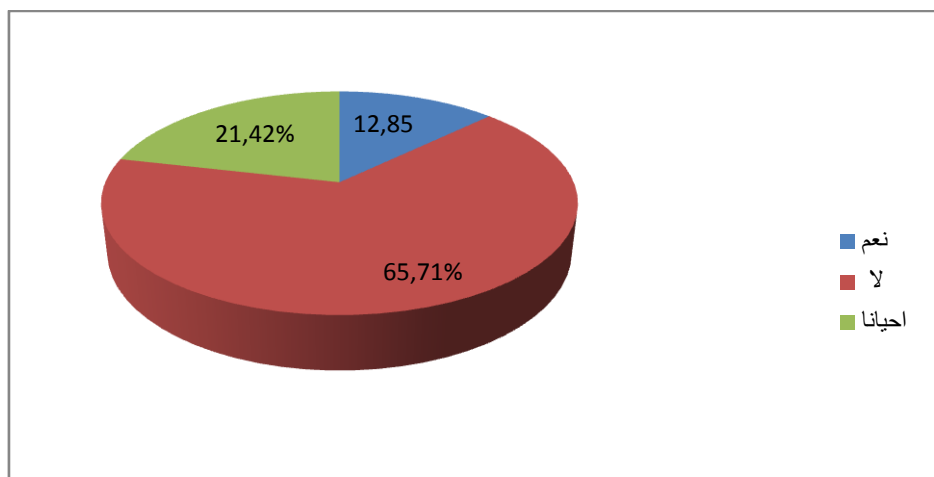
الشكل رقم (15) يمثل نسبة الفئة المدروسة لقراءة رسائل الفيس بوك .

جدول رقم(16) يوضح عادة النوم بالهاتف لدى الفئة المدروسة.

| النوم بالهاتف | التكرار | النسبة المئوية |
|---------------|---------|----------------|
| نعم           | 09      | %12.85         |
| لا            | 46      | %65.71         |
| أحيانا        | 15      | %21.42         |
| المجموع       | 70      | %100           |

يتبين من خلال قراءة الجدول أن المبحوثين الجيبين بلا مثلوا أكبر نسبة 65.71% يرجع هذا إلى النوم والهاتف باليد من شأنه إلحاق الضرر بالفرد والذي تسببه الأشعة المنبعثة من الهاتف، كذلك السهر إلى أوقات متأخرة من الليل. فئة أجابت بأنها أحيانا تنام ممسكة بالهاتف 21.42% للإحساس بوصول رسائل جديدة تنتظرها. وفئة الجيبين بنعم 12.85% نسبة لا يستهان بها فهم

من الأشخاص الذين أصبح عندهم إدمان على موقع الفيس بوك، ويكونون في تواصل حتى بأوقات النوم.



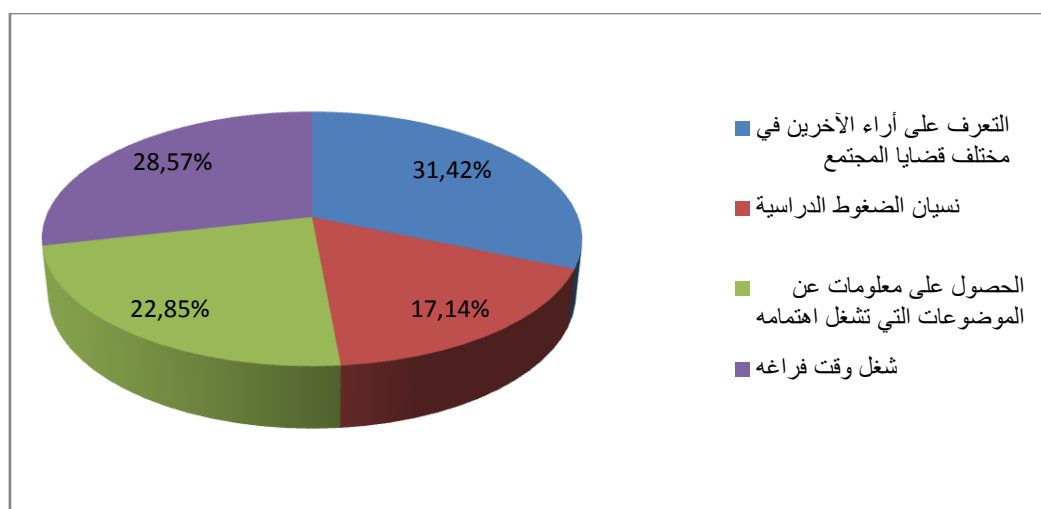
الشكل رقم (16) يمثل قضية النوم بالهاتف لدى الفئة المدروسة.

جدول رقم (17) يوضح دوافع تعرض الفئة المدروسة لموقع الفيس بوك

| الدوافع   | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---------|----------------|
| التعرف على آراء الآخرين في مختلف قضايا المجتمع    | 22      | 31.42%         |
| نسيان الضغوط الدراسية                             | 12      | 17.14%         |
| الحصول على معلومات عن الموضوعات التي تشغل اهتمامه | 16      | 22.85%         |
| شغل وقت فراغه                                     | 20      | 28.57%         |
| المجموع   | 70      | 100%           |

يوضح الجدول دوافع تعرض الشباب الجامعي لموقع الفيس بوك من أجل التعرف على آراء الآخرين بمختلف القضايا 31.42% كل ما ينشر ومن ينشره ينتظر تعليقا ورأيا عليه لمعرفة حجم الظاهرة

أو القضية التي نشرها ويجمع نصائح وتوجيهات يمكنها إفادته. يقضي البعض في تصفح موقع الفيس بوك من أجل شغل وقت فراغه 28.57% فينظر إلى المنشورات والأخبار الجديد ويجري محادثات مع الآخرين ويضيف أصدقاء جدد إلى صحته ويقوم بتغيير صورة الغلاف الخاصة به. من الأفراد من يتصفح للحصول على معلومات تشغل اهتمامه 22.85% ينشر موضوعه ثم ينتظر الرد أو التعليق عليه من طرف من يشاركونه الاهتمام. يتصفح المتدربون الفيس بوك لنسيان الضغوط الدراسية 17.14% وهي تمثل أقل نسبة لمجتمع الدراسة.



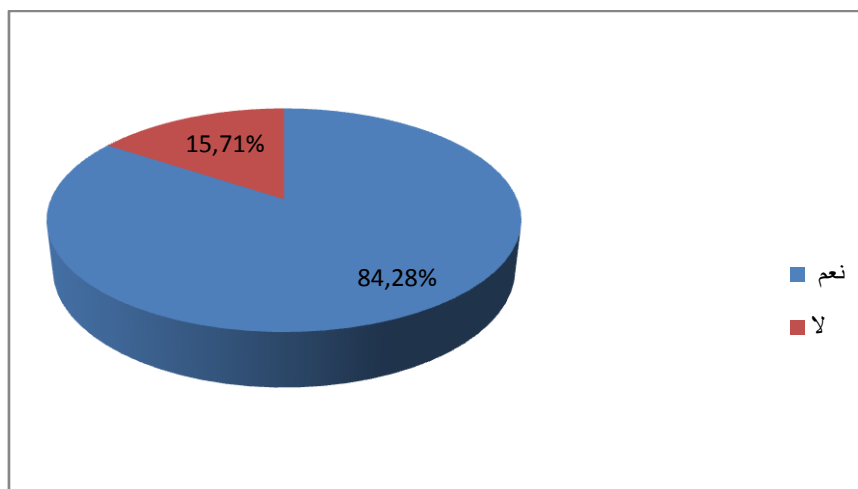
الشكل رقم (17) يمثل دوافع تعرض الفئة المدروسة لموقع الفيس بوك

جدول رقم (18) يوضح التأثير الايجابي لموقع الفيس بوك للفئة المدروسة.

| النسبة المئوية | التكرار | التأثير الايجابي لموقع الفيس بوك على المجتمع |
|----------------|---------|--|
| 84.28%         | 59      | نعم  |
| 15.71%         | 11      | لا   |
| 100%           | 70      | المجموع                                      |

من خلال الجدول الغالبية أجابت بنعم 84.28% يوجد على موقع الفيس بوك كل ما هو جديد ومفيد حيث يكون الفرد على دراية بما يجري في العالم في أنه وهو جالس بمكانه وبالصوت

والصورة، التواصل مع شخصيات لم يكن يتوقعها من قبل. عينة قليلة أجابت بلا 15.71% نظرا لأن الفيس بوك سلاح ذو حدين إذا لم تحسن استغلاله يجرك إلى مالا تحمد عقباه.

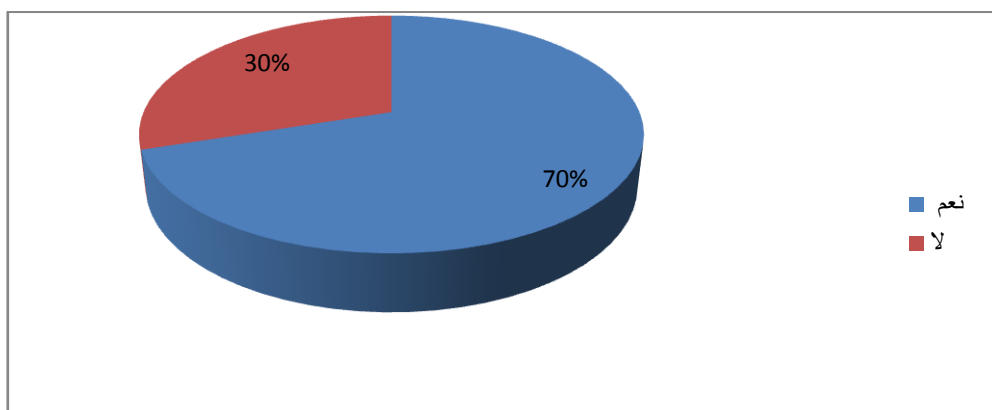


الشكل رقم (18) يمثل التأثير الايجابي لموقع الفيس بوك للفئة المدروسة

جدول رقم(19) يوضح مساهمة الفئة المدروسة في نشر الأخبار على موقع الفيس بوك

| النسبة المئوية | التكرار | المساهمة في نشر الأخبار على موقع الفيس بوك |
|----------------|---------|--|
| 70%            | 49      | نعم  |
| 30%            | 21      | لا   |
| 100%           | 70      | المجموع                                    |

يوضح الجدول المساهمة في نشر الأخبار على الفيس بوك النسبة الكبيرة من العينة 70% تنشر الأخبار على الموقع يفسر هذا أن للفيس بوك أهمية بالغة في تداول الأخبار. ونسبة 30% لا تنشر على الفيس بوك لأن الموقع يعاني من مشكلة أمن المعلومات والمصادقية.



الشكل رقم (19) يمثل مساهمة الفئة المدروسة في نشر الأخبار على موقع الفيس بوك

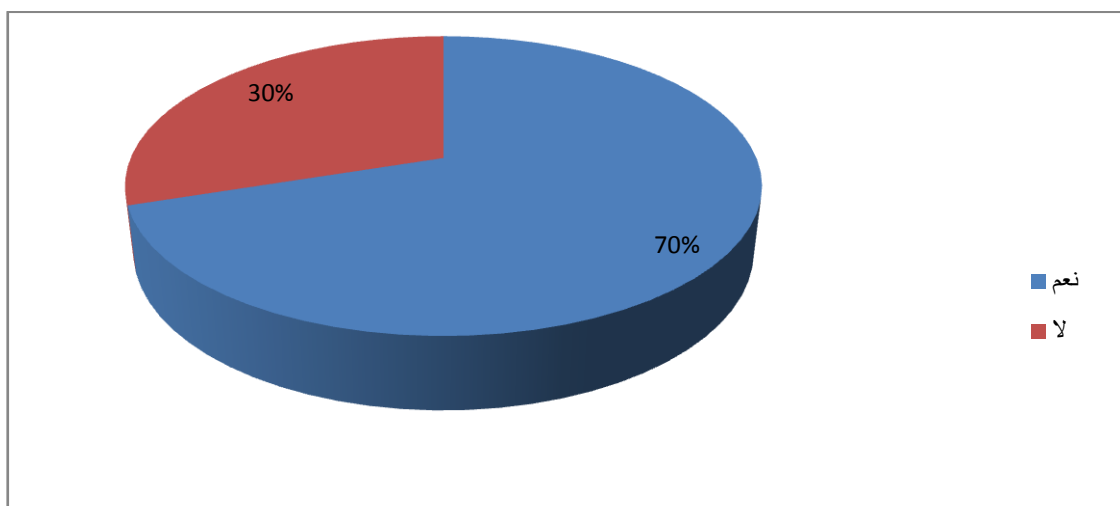
### المحور الثالث: أبرز مظاهر الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين.

جدول رقم (20) يوضح اهتمام الفئة المدروسة بقضايا البيئة .

| الاهتمام بقضايا البيئة | التكرار | النسبة المئوية |
|------------------------|---------|----------------|
| نعم                    | 49      | 70%            |
| لا                     | 21      | 30%            |
| المجموع                | 70      | 100%           |

من خلال الجدول يتبين لنا أن قضايا البيئة لقيت اهتمام واسع من طرف مجتمع البحث وذلك ما توضحه نسبة المبحوثين الذين أجابوا بنعم 70% القيام بجملات النظافة والمحافظة على المساحات الخضراء ونشر الوعي البيئي. أما الفئة الأخرى ليس لهم اهتمام بالقضايا البيئية حيث يمثلون نسبة 30%.





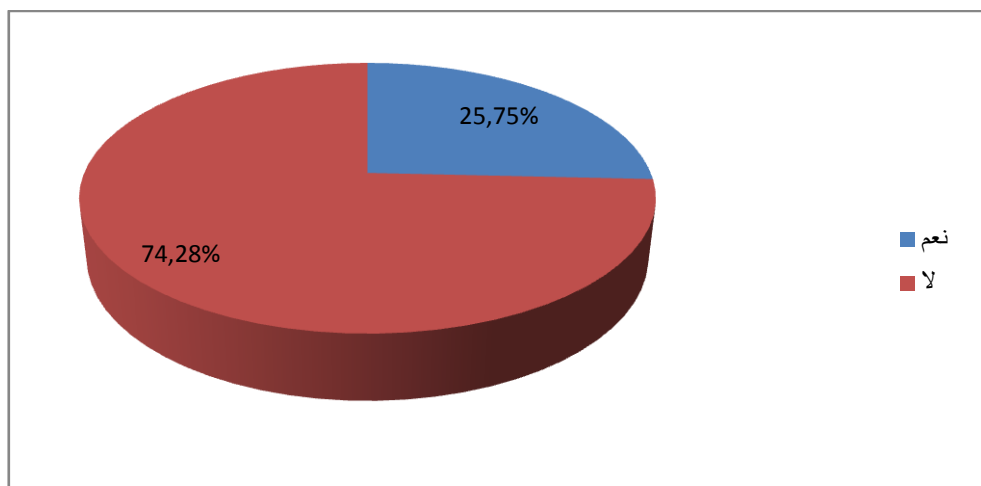
الشكل رقم (20) يمثل اهتمام الفئة المدروسة بقضايا البيئة .

جدول رقم (21) يوضح قيام الفئة المدروسة بحملات وبرامج توعية بيئية

| النسبة المئوية | التكرار | تقييم حملات وبرامج توعية بيئية |
|----------------|---------|--------------------------------|
| 25.75%         | 18      | نعم                            |
| 74.28%         | 52      | لا                             |
| 100%           | 70      | المجموع                        |

يتبين من خلال الجدول أن أغلب المبحوثين لا يقيمون حملات التوعية بخصوص البيئة وتمثل نسبتهم بـ 74.28% برامج التوعية البيئية لم ترقى إلى الحد المطلوب والذي إذا تم الوصول إليه

يتم القضاء على المشكلات التي تهدد البيئة. 25.75% تمثل الفئة التي تقيم حملات وبرامج توعية بيئية نسبة ضعيفة جدا هذا يتطلب تضافر جهود التحسيس بمدى الخطر المحدق.



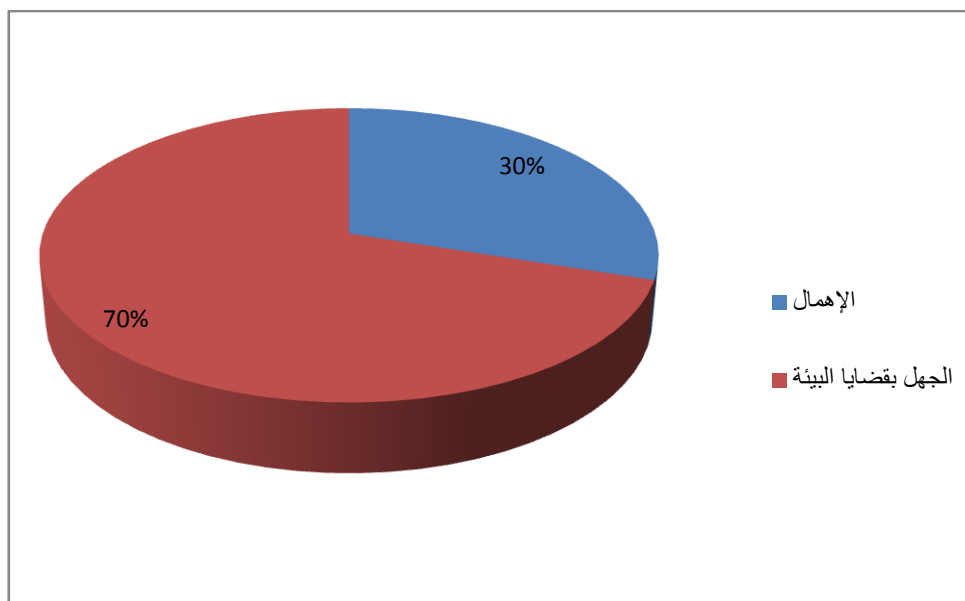
الشكل رقم (21) يمثل قيام الفئة المدروسة بحملات وبرامج توعية بيئية

جدول رقم (22) يوضح السبب الرئيسي للممارسات البيئية الخاطئة من قبل الفئة المدروسة

| النسبة المئوية | التكرار | السبب الرئيسي للممارسات البيئية الخاطئة |
|----------------|---------|---|
| 30%            | 21      | الإهمال                                 |
| 70%            | 49      | الجهل بقضايا البيئة                     |
| 00%            | 00      | أخرى                                    |

|         |    |      |
|---------|----|------|
| المجموع | 70 | %100 |
|---------|----|------|

يفسر الجدول أن السبب الرئيسي للممارسات البيئية الخاطئة الجهل بقضايا البيئة كأعلى نسبة 70%، فإذا عرف الفرد الأضرار التي يلحقها بالبيئة والمشكلات الناجمة عنها فإنه يضبط تصرفاته. ليأتي الإهمال في المركز الثاني بسبة 30% عدم الشعور بالمسؤولية حيال القضايا البيئية.

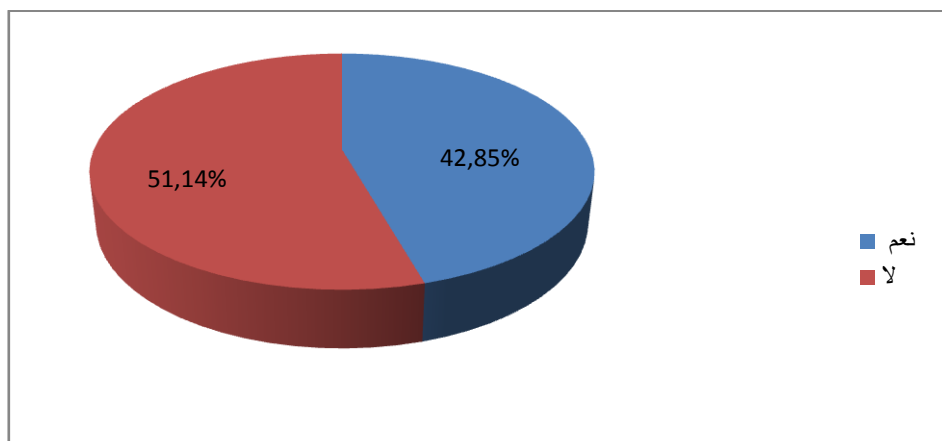


الشكل رقم (22) يمثل الرئيسي للممارسات البيئية الخاطئة من قِبَل الفئة المدروسة.

جدول رقم (23) يوضح تطوع الفئة المدروسة في مشروع توعية بيئية.

| النسبة المئوية | التكرار | التطوع في مشروع توعية بيئية |
|----------------|---------|-----------------------------|
| %42.85         | 30      | نعم                         |
| %51.14         | 40      | لا                          |
| %100           | 70      | المجموع                     |

يمثل الجدول تطوع المبحوثين في مشروع توعية بيئية، كانت إجابة غالبية المبحوثين بلا بما نسبته 51.14%. الذين سبق وأن تطوعوا بنسبة 42.85%، هذا يدل على أن ثقافة التطوع مازالت ضعيفة لكي تحقق نتائج في المستوى المطلوب.

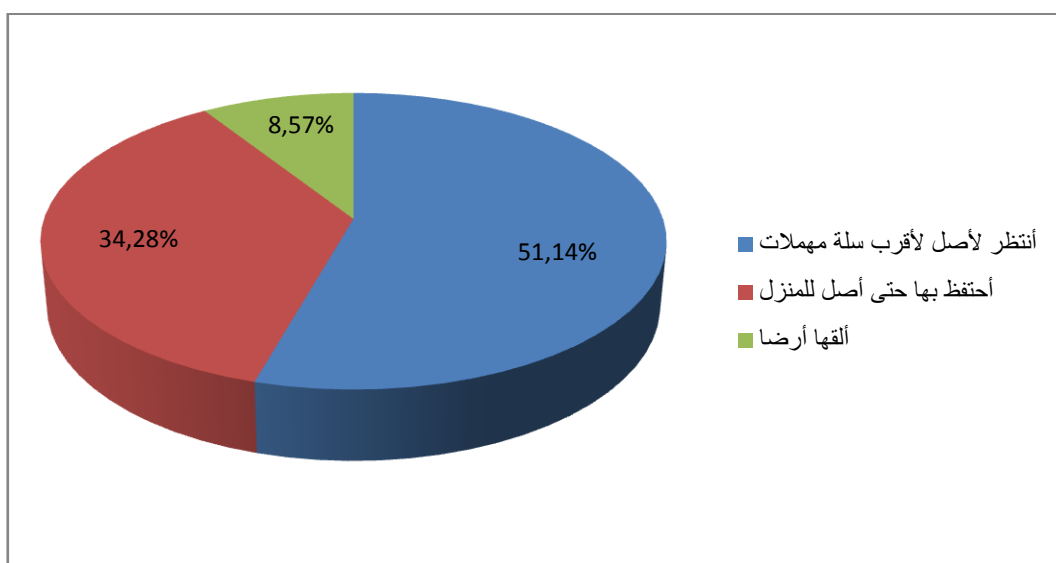


الشكل رقم (23) يمثل تطوع الفئة المدروسة في مشروع توعية بيئية.

جدول رقم (24) يوضح التصرف المتبع لومي عبوة فارغة من طرف الفئة المدروسة.

| النسبة المئوية | التكرار | التصرف المتبع لومي عبوة فارغة |
|----------------|---------|-------------------------------|
| 51.14%         | 40      | أنتظر لأصل لأقرب سلة مهملات   |
| 34.28%         | 24      | أحتفظ بها حتى أصل للمنزل      |
| 8.57%          | 6       | ألقها أرضا                    |
| 100%           | 70      | المجموع                       |

يوضح الجدول التصرف المتبع لومي عبوة فارغة تحملها التصرف الأول كان في الصدارة؛ أن أنتظر لأصل إلى أقرب سلة مهملات بما نسبته 51.14%، والتصرف الثاني؛ أحتفظ بها حتى أصل للمنزل بنسبة 34.28%، يدل هذا من خلال هذين التصرفين وجود جانب معتبر من المسؤولية تجاه البيئة. وفئة قليلة بنسبة 8.57% تلقها أرضا.

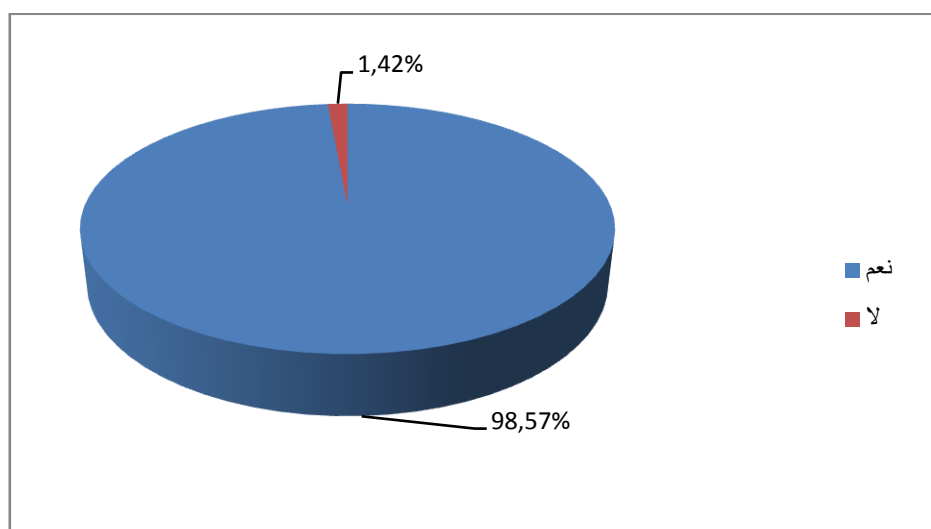


الشكل رقم (24) يمثل التصرف المتبع لومي عبوة فارغة من طرف الفئة المدروسة.

جدول رقم (25) يوضح وعي المجتمع بقضايا البيئة للفئة المدروسة.

| وعي المجتمع بقضايا البيئة | التكرار | النسبة المئوية |
|---------------------------|---------|----------------|
| نعم                       | 69      | 98.57%         |
| لا                        | 1       | 1.42%          |
| المجموع                   | 70      | 100%           |

يتبين من خلال الجدول أن المبحوثين على يقين بمدى أهمية إلمام المجتمع بقضايا البيئة ودوره في زيادة الوعي البيئي، يتضح ذلك من أن نسبة 98.57% من المبحوثين أجابت بنعم ونسبة واحدة بلا، يقودنا هذا إلى أن الحل بيد الأفراد فيما تتعرض له البيئة من مشاكل.

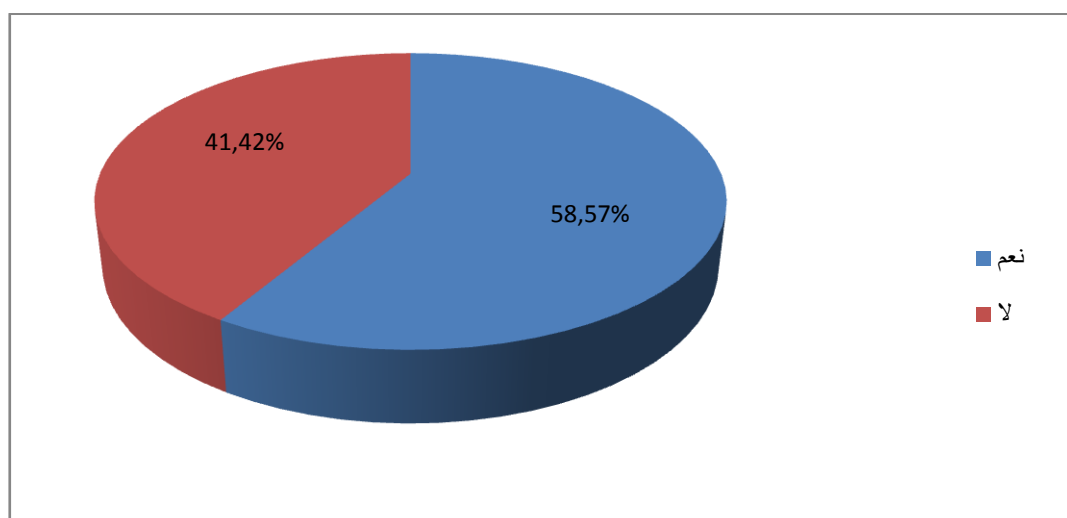


الشكل رقم (25) يمثل وعي المجتمع بقضايا البيئة للفئة المدروسة.

جدول رقم (26) يوضح إبلاغ أو عدم إبلاغ السلطات في حال ملاحظة أي سلوك ضار بالبيئة من قبل الفئة المدروسة.

| النسبة المئوية | التكرار | إبلاغ أو عدم إبلاغ السلطات في حال ملاحظة أي سلوك ضار بالبيئة |
|----------------|---------|--|
| 58.57%         | 41      | نعم  |
| 41.42%         | 29      | لا   |
| 100%           | 70      | المجموع  |

مما يلاحظ من خلال الجدول أن نسبة كبيرة 58.57% من المبحوثين أكدوا على ضرورة إبلاغ السلطات، هذا التصرف من شأنه أن يقلل من حجم الأضرار التي يلحقها الإنسان بالبيئة. وفئة بنسبة 41.42% أوردت العكس، كل فرد مسئول عن تصرفاته وليس من واجب الطرف الأخر التدخل.

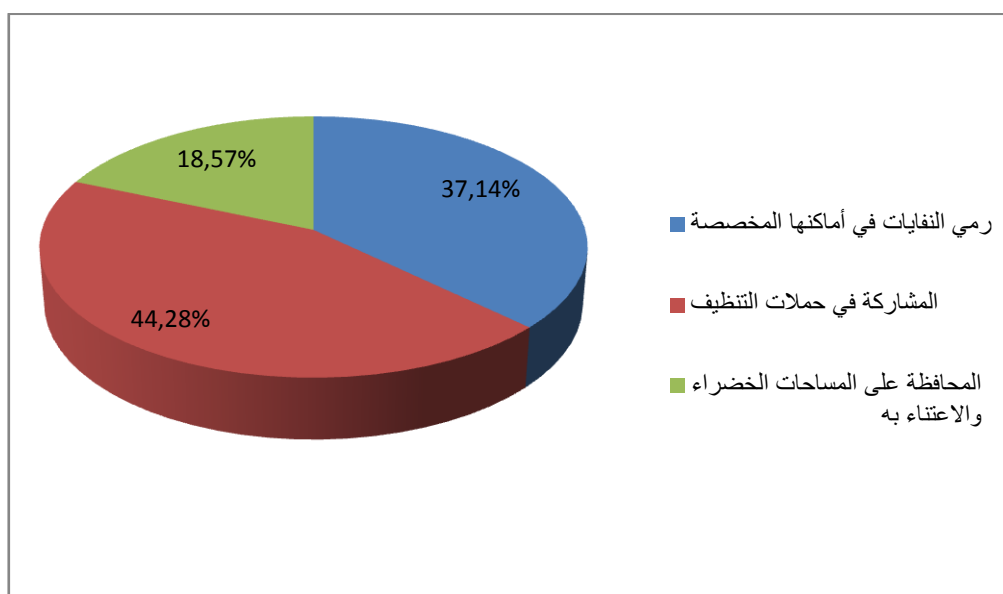


الشكل رقم (26) يمثل إبلاغ أو عدم إبلاغ السلطات في حال ملاحظة أي سلوك ضار بالبيئة من قبل الفئة المدروسة.

جدول رقم (27) يوضح السلوكيات الأكثر تجسيدا لدى الفئة المدروسة.

| السلوكيات الأكثر تجسيدا لدى الشباب          | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---------|----------------|
| رمي النفايات في أماكنها المخصصة             | 26      | 37.14%         |
| المشاركة في حملات التنظيف                   | 31      | 44.28%         |
| المحافظة على المساحات الخضراء والاعتناء بها | 13      | 18.57%         |
| اخرى  | 00      | 00%            |
| المجموع                                     | 70      | 100%           |

نلاحظ من خلال الجدول أن المشاركة في حملات التنظيف 44.28% هي أكبر تصرف يمكن القيام به لحماية البيئة لأنه عمل جماعي تطوعي يشترك فيه الأفراد. يأتي بعد حملات التنظيف رمي النفايات في أماكنها المخصصة بنسبة 37.14% هذه العملية خاصة بالأفراد تستوجب إدراكا لمدى أهميته إذا التزم به كل شخص. المحافظة على المساحات الخضراء حازت على أقل نسبة بـ 18.57% يفسر هذا بأنه لا جدوى من المحافظة على المساحات الخضراء في ظل الرمي العشوائي للنفايات وعدم القيام بحملات التنظيف والقضاء على المساحات الخضراء لأي الأسباب.



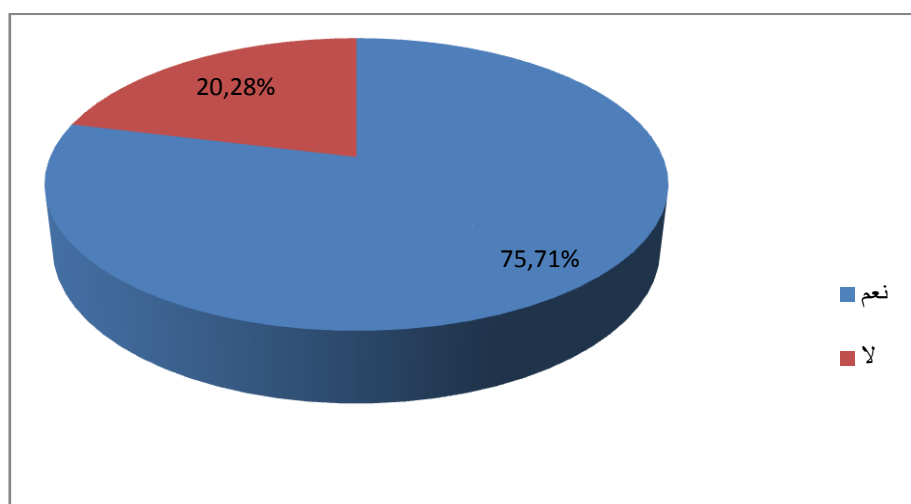
الشكل رقم (27) يمثل السلوكيات الأكثر تحسيدا لدى الفئة المدروسة

جدول رقم (28) يوضح الوسائل الأنجع في تنمية الوعي البيئي للفئة المدروسة.

| النسبة المئوية | التكرار | وسائل التواصل الاجتماعي من أنجع الوسائل في تنمية الوعي البيئي. |
|----------------|---------|--|
| 75.71%         | 53      | نعم  |
| 20.28%         | 17      | لا   |
| 100%           | 70      | المجموع  |

يتبين من هذا الجدول أن وسائل التواصل الاجتماعي من أنجع الوسائل في تنمية الوعي البيئي بنسبة 75.71% بحسب المبحوثين، فالرسالة في وسائل التواصل الاجتماعي أسرع وتغطي نسبة كبيرة من المجتمع مع حسن التوظيف. فئة أخرى قالت لا 20.28% لأن ما ينشر عبر وسائل التواصل الاجتماعي يفتقد إلى المصداقية.





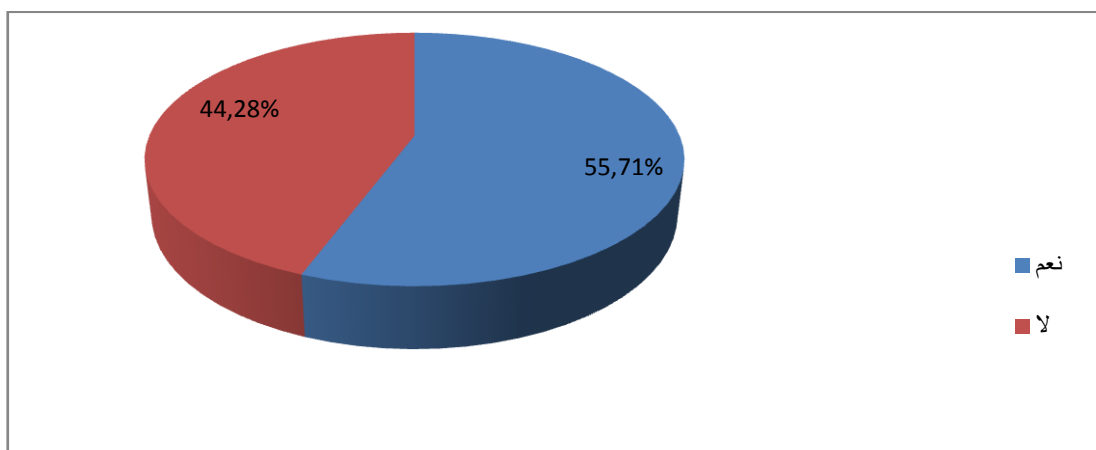
الشكل رقم (28) يمثل الوسائل الأنجع في تنمية الوعي البيئي للفتة المدروسة.

المحور الرابع: دور موقع التواصل الاجتماعي "الفيس بوك" في تنمية الوعي البيئي لدى الطلبة.

جدول رقم (30) يوضح اهتمام الفتة المدروسة بالقضايا البيئية التي يتم طرحها على موقع الفيس بوك

| النسبة المئوية | التكرار | الاهتمام بالقضايا البيئية التي يتم طرحها على موقع الفيس بوك |
|----------------|---------|---|
| 55.71%         | 39      | نعم   |
| 44.28%         | 31      | لا  |
| 100%           | 70      | المجموع   |

يوضح الجدول الإهتمام أو عدم الإهتمام بالقضايا البيئية التي يتم طرحها موقع الفيس بوك، فجاءت النسب متقاربة الإهتمام بنسبة 55.71%، وعدم الإهتمام بنسبة 44.28%.

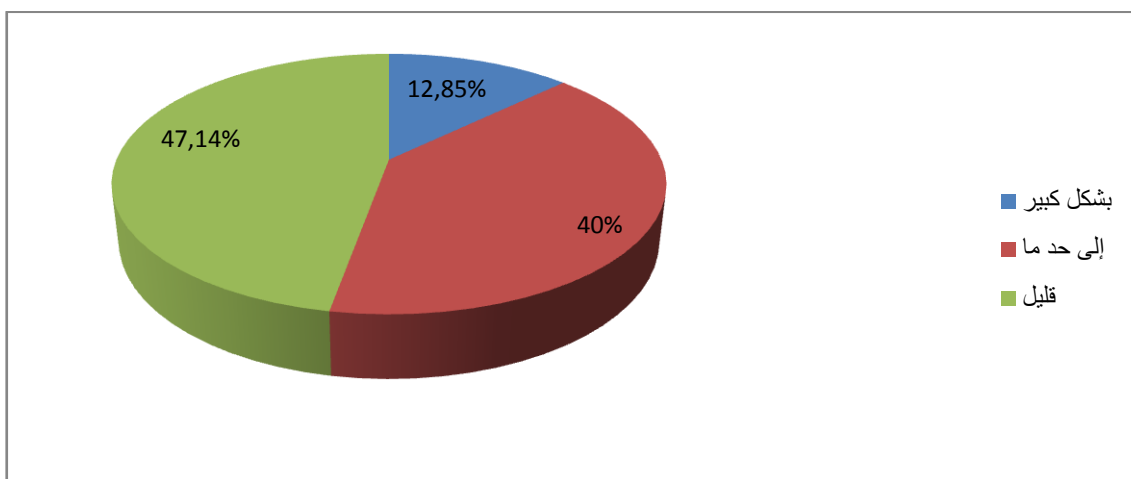


الشكل رقم (30) يمثل اهتمام الفئة المدروسة بالقضايا البيئية التي يتم طرحها على موقع الفيس بوك

جدول رقم (31) يوضح اعتماد الفئة المدروسة على موقع الفيس بوك لمعرفة المعلومات البيئية.

| النسبة المئوية | التكرار | الاعتماد على موقع الفيس بوك لمعرفة المعلومات البيئية. |
|----------------|---------|---|
| 12.85%         | 09      | بشكل كبير   |
| 40%            | 28      | إلى حد ما   |
| 47.14%         | 33      | قليل  |
| 100%           | 70      | المجموع   |

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن فئة قليلة جدا تعتمد على الفيس بوك بشكل كبير بنسبة قدرها 12.85% ما يبين ما أسلفنا ذكره عن ضعف الثقة بالمعلومات التي تستمد من مواقع التواصل الاجتماعي. وبعض الأفراد يعتمدون عليه إلى حد ما 40%. والفئة التي لا تعتمد عليه إلا بشكل قليل 47.14% السبب يرجع إلى وجود وسائل أكثر ثقة ومصداقية.

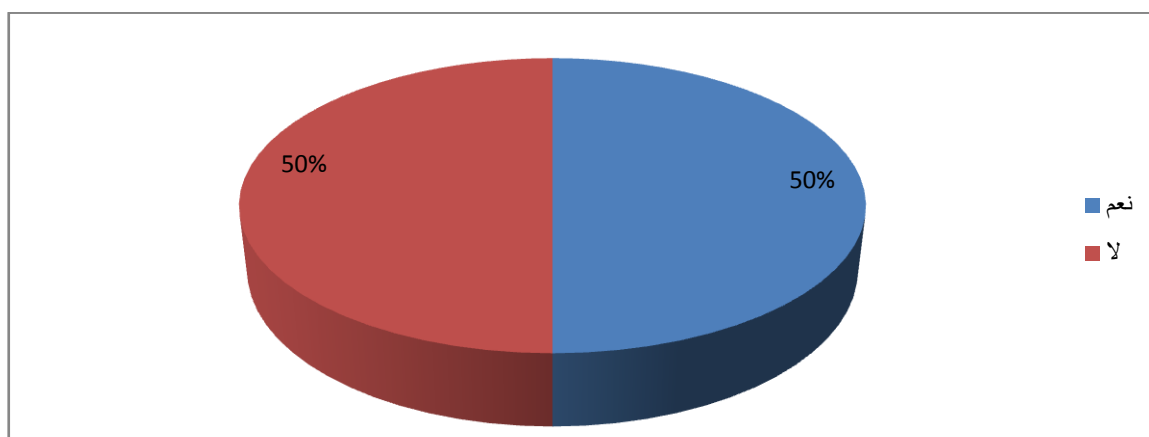


الشكل رقم (31) يمثل اعتماد الفئة المدروسة على موقع الفيس بوك لمعرفة المعلومات البيئية.

جدول رقم (32) يوضح الأصدقاء الذين لديهم اهتمامات بالبيئة على الفيس بوك للفئة المدروسة.

| وجود أصدقاء لهم اهتمامات بالبيئة على الفيس بوك | التكرار   | النسبة المئوية |
|--|-----------|----------------|
| نعم  | 35        | 50%            |
| لا   | 35        | 50%            |
| <b>المجموع</b>                                 | <b>70</b> | <b>100%</b>    |

يبين الجدول ما إذا يوجد أصدقاء لهم اهتمامات بالبيئة على الفيس بوك فكانت النسبتين متعادلتين ما يوضح أن قضية البيئة لم تصل بعد الحد المنشود.

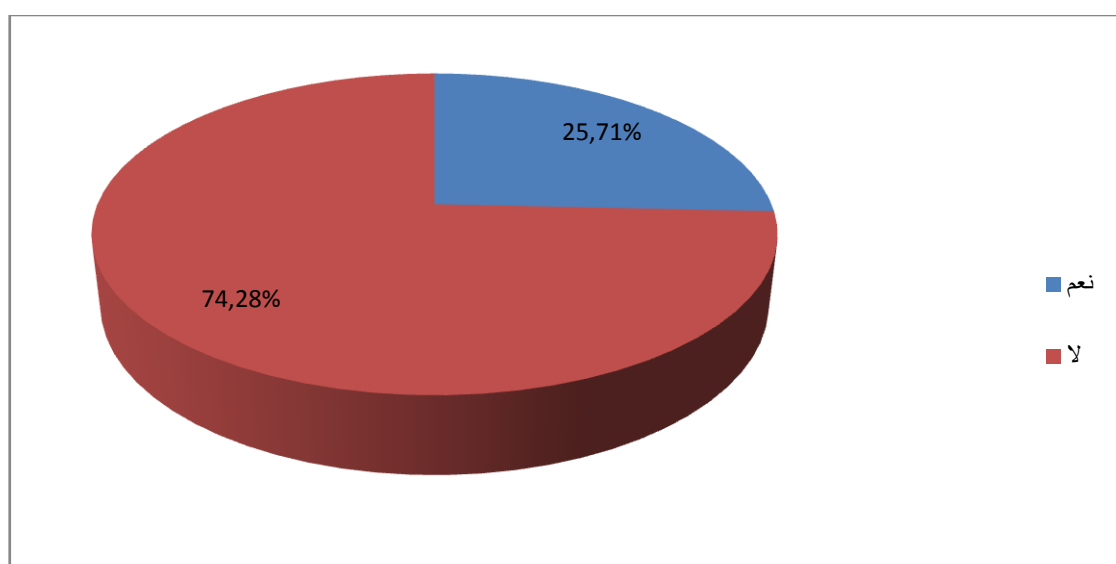


الشكل رقم (32) يمثل الأصدقاء الذين لديهم اهتمامات بالبيئة على الفيس بوك للفئة المدروسة.

جدول رقم(33) يوضح قيام الفئة المدروسة بنشر مواضيع تخص البيئة على موقع الفيس بوك.

| النسبة المئوية | التكرار | القيام بنشر مواضيع تخص البيئة على موقع الفيس بوك |
|----------------|---------|--|
| 25.71%         | 18      | نعم  |
| 74.28%         | 52      | لا   |
| 100%           | 70      | المجموع  |

يمثل الجدول المشاركة أو عدم المشاركة بنشر مواضيع تخص البيئة على موقع الفيس بوك ، حيث يلاحظ أن نسبة معتبرة من المبحوثين يقومون بنشر مواضيع تخص البيئة على الموقع المذكور آنفا وذلك بنسبة 25.71%. مقابل 74.28% لا يشاركون بمواضيع بيئية ، وهو ما يمكن إرجاعه لقلة الوعي البيئي من جهة، ومصداقية موقع الفيس بوك من جهة أخرى إذ لا يزال الكثير يستخدم الموقع للتسلية والترفيه والتواصل مع الأصدقاء.

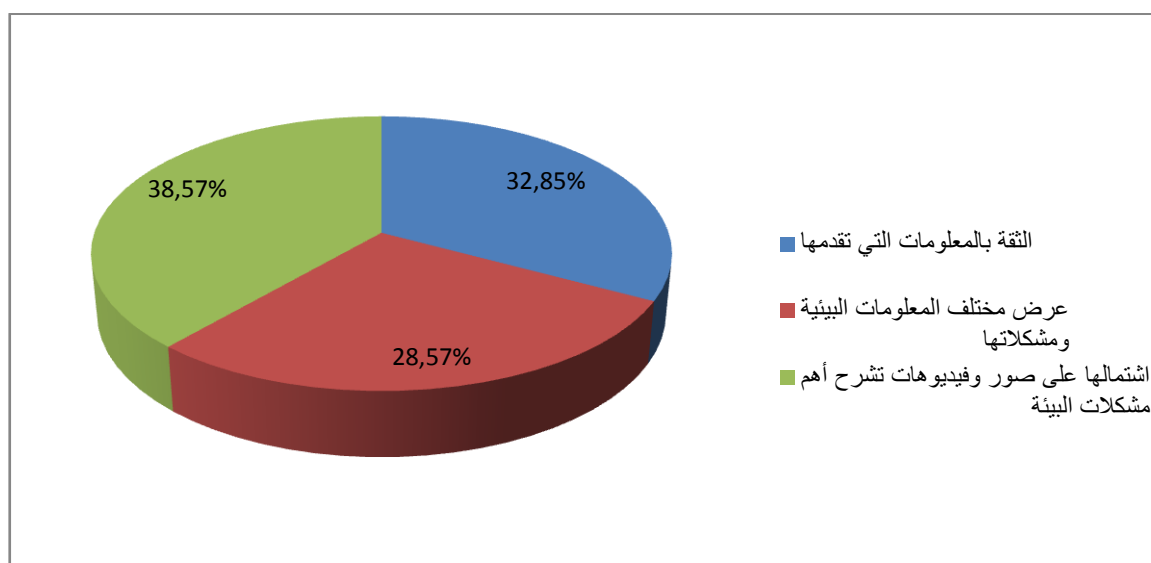


الشكل رقم (33) يمثل قيام الفئة المدروسة بنشر مواضيع تخص البيئة على موقع الفيس بوك.

جدول رقم (34) يوضح أسباب اعتماد الفئة المدروسة موقع الفيس بوك في متابعة القضايا البيئية.

| النسبة المئوية | التكرار | أسباب اعتماد الفيس بوك في متابعة القضايا البيئية  |
|----------------|---------|---|
| 32.85%         | 23      | الثقة بالمعلومات التي تقدمها                      |
| 28.57%         | 20      | عرض مختلف المعلومات البيئية ومشكلاتها             |
| 38.57%         | 27      | اشتمالها على صور وفيديوهات تشرح أهم مشكلات البيئة |
| 100%           | 70      | المجموع   |

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن أكبر سبب في الاعتماد على الفيس بوك في متابعة القضايا البيئية بنسبة 38.57% وهو اشتمالها على صور وفيديوهات تشرح أهم مشكلات البيئة، لأن الصوت والصورة هما من يشد المتصفح. تأتي بعدها الثقة بالمعلومات التي تقدمها الموقع بنسبة 32.85%. لتكون آخر نسبة 28.57% عرض مختلف المعلومات البيئية ومشكلاتها.

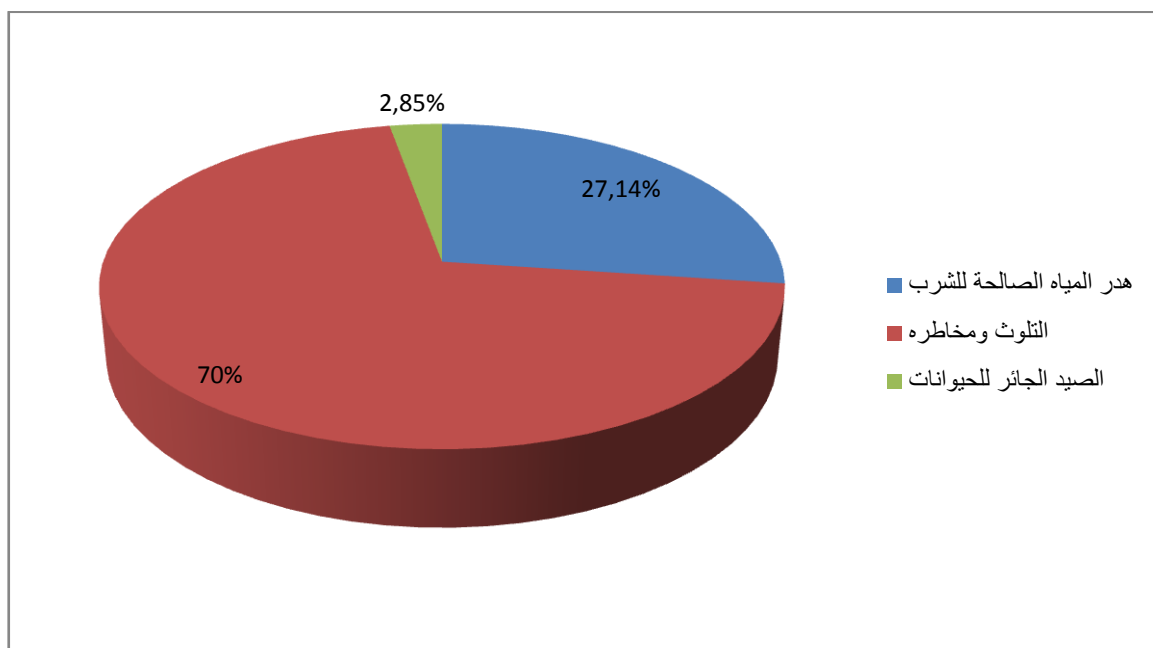


الشكل رقم (34) يمثل أسباب اعتماد الفئة المدروسة موقع الفيس بوك في متابعة القضايا البيئية

جدول رقم (35) يوضح القضايا والمشكلات التي يتناولها موقع الفيس بوك للفئة المدروسة.

| النسبة المئوية | التكرار | القضايا والمشكلات التي يتناولها موقع الفيس بوك |
|----------------|---------|--|
| 27.14%         | 19      | هدر المياه الصالحة للشرب                       |
| 70%            | 49      | التلوث ومخاطره                                 |
| 2.85%          | 2       | الصيد الجائر للحيوانات                         |
| /              | /       | أخرى   |
| 100%           | 70      | المجموع  |

ومن خلال هذا الجدول يتبين أن أكبر مشكل بيئي يتناوله موقع الفيس بوك هو التلوث ومخاطره بنسبة 70% وذلك لأن مشكل التلوث الذي شمل البر والبحر والجو يستوجب فعلا جهود متضافرة، كان هدر المياه الصالحة للشرب بنسبة 27.14% كثاني مشكل، أما الصيد الجائر للحيوانات فحاء بنسبة ضئيلة جداً 2.85%.

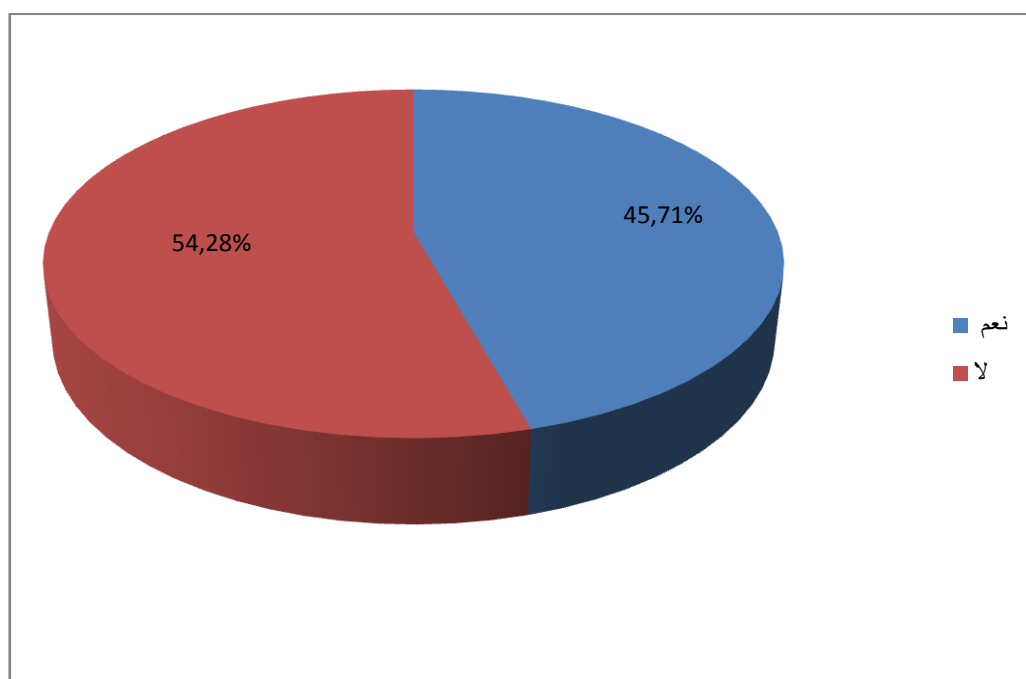


الشكل رقم (35) يمثل القضايا والمشكلات التي يتناولها موقع الفيس بوك للفئة المدروسة

جدول رقم (36) يوضح مشاركة الفئة المدروسة في المجموعات التي تنشط لنشر الوعي البيئي .

| النسبة المئوية | التكرار | المشاركة في المجموعات التي تنشط لنشر الوعي البيئي |
|----------------|---------|---|
| 45.71%         | 32      | نعم   |
| 54.28%         | 38      | لا  |
| 100%           | 70      | المجموع   |

يمثل الجدول المشاركة في المجموعات التي تنشر الوعي البيئي تبرز معطيات الجدول أن نسبة قليلة فقط من المبحوثين مشاركين ضمن المجموعات النشطة وذلك بنسبة ضعيفة قدرت بـ 45.71% في حين أن ما نسبته 54.28% من المبحوثين ليسوا منضمين في أي مجموعة، يمكن إرجاع السبب إلى الجهل بها.



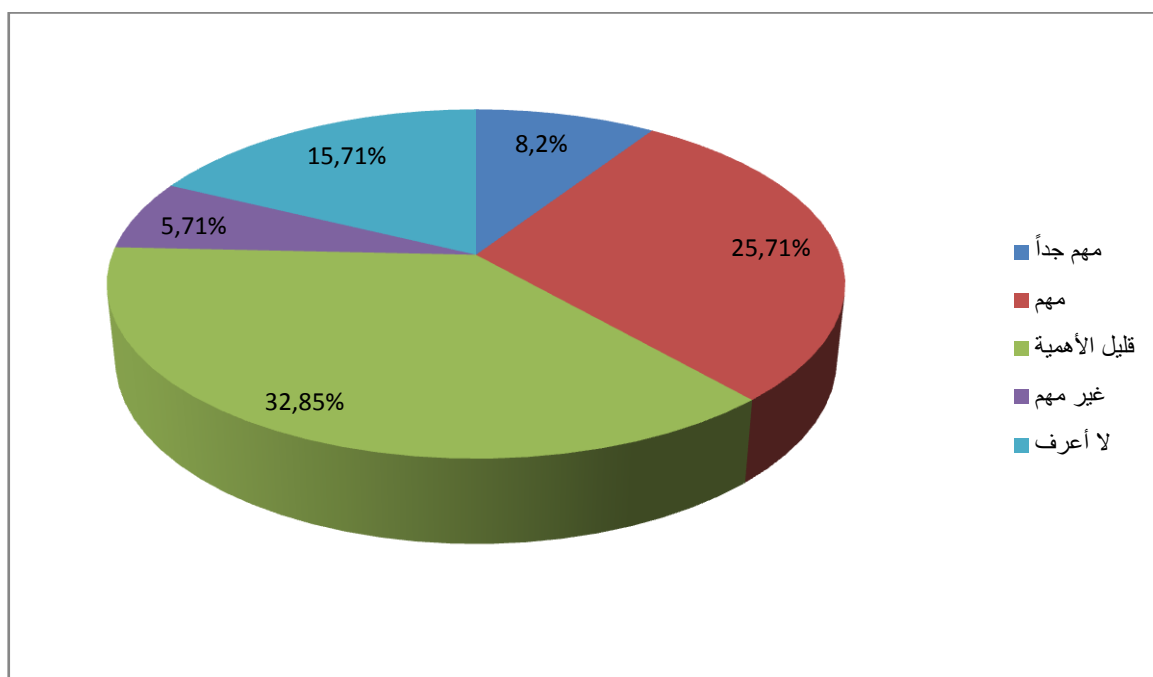
الشكل رقم (36) يمثل مشاركة الفئة المدروسة في المجموعات التي ترمي الوعي البيئي

جدول رقم (37) يوضح تقييم دور موقع الفيس بوك في معالجة القضايا البيئية للفئة المدروسة.

| النسبة المئوية | التكرار | تقييم دور موقع الفيس بوك في معالجة القضايا البيئية |
|----------------|---------|--|
| 20%            | 14      | مهم جداً   |
| 25.71%         | 18      | مهم  |
| 32.85%         | 23      | قليل الأهمية                                       |
| 5.71%          | 04      | غير مهم  |
| 15.71%         | 11      | لا أعرف  |
| 100%           | 70      | المجموع  |



يمثل الجدول تقييم دور الفيس بوك في معالجة القضايا البيئية فكانت الإجابة بقليل الأهمية أكبر نسبة ب32.85%، لتأتي بعده 25.71% لإجابة مهم، حلت إجابة مهم جدا في المرتبة الثالثة حيث تبدو بعيدة عن المطلوب. نسبة ردت بلا أعرف 15.71% عن ما إن كان للموقع دور في معالجة القضايا البيئية، ونسبة أخرى من المبحوثين قالت غير مهم 5.71%.



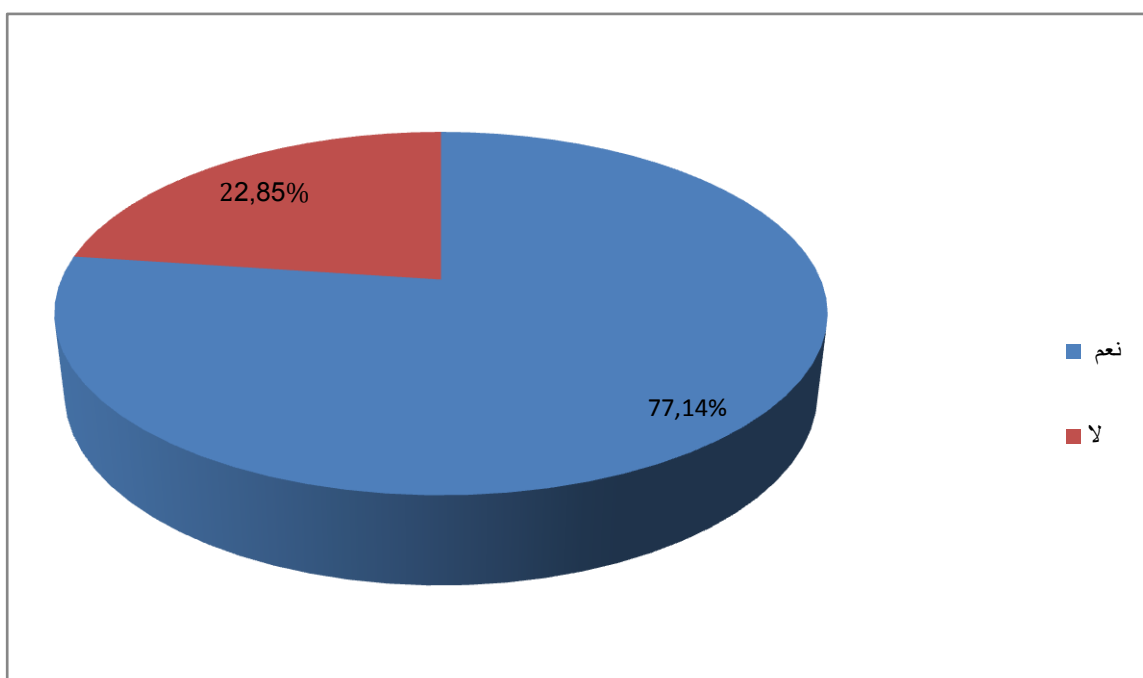
الشكل رقم (37) يمثل تقييم دور موقع الفيس بوك في معالجة القضايا البيئية للفئة المدروسة.

جدول رقم (38) يوضح مساهمة موقع الفيس بوك في تنمية الوعي البيئي للفئة المدروسة

| النسبة المئوية | التكرار | مساهمة موقع الفيس بوك في تنمية الوعي البيئي |
|----------------|---------|---|
| 77.14%         | 54      | نعم   |
| 22.85%         | 16      | لا  |

|         |    |      |
|---------|----|------|
| المجموع | 70 | %100 |
|---------|----|------|

نلاحظ من خلال معطيات الجدول أن لمساهمة موقع الفيس بوك في تنمية الوعي البيئي أفاق عالية من خلال النسبة المبحوثة التي أجابت بنعم 77.14%. أما نسبة 22.85% فأبدت العكس أي أن هذا الموقع لا يمكنه أن يحقق نتائج لحل مشاكل البيئة.



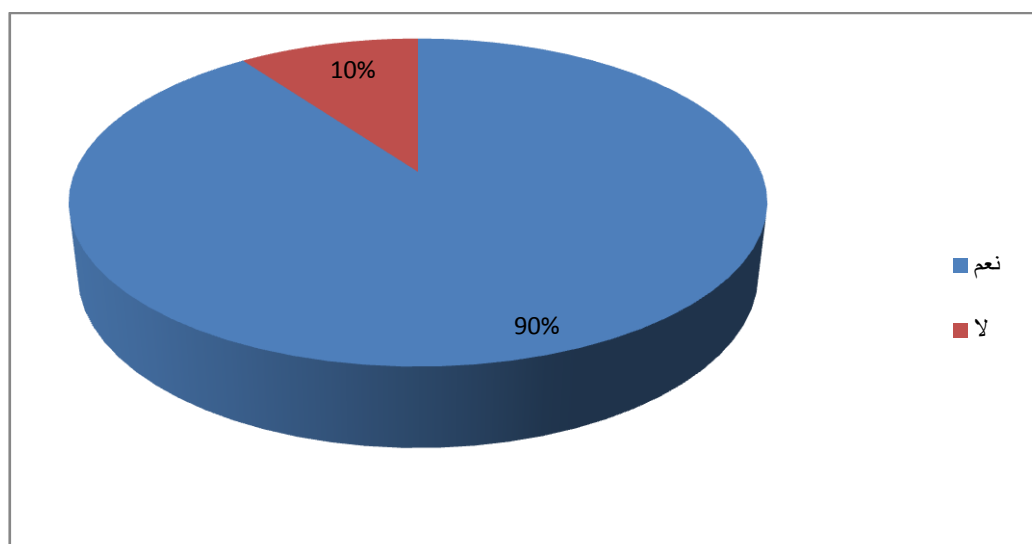
الشكل رقم (38) يمثل مساهمة موقع الفيس بوك في تنمية الوعي البيئي.

جدول رقم (39) يوضح الثقة بالمعلومات البيئية التي يقدمها موقع الفيس بوك للفئة المدروسة

| الثقة بالمعلومات البيئية التي يقدمها الفيس بوك | التكرار | النسبة المئوية |
|--|---------|----------------|
|  |         |                |

|         |    |      |
|---------|----|------|
| نعم     | 63 | 90%  |
| لا      | 07 | 10%  |
| المجموع | 70 | 100% |

يبين الجدول مدى ثقة الباحثين بالمعلومات البيئية التي يقدمها الفيس بوك، الغالبية لهم ثقة بما يقدمه الفيس بوك 90% يرجع هذا إلى أن هناك مختصين في مجال البيئة يقومون بتحليل الظواهر وإعطاء حلول للمشكلات البيئية، ثم نشرها على موقع الفيس بوك. ونسبة قليلة 10% لا يثقون بما يقدمه الفيس بوك من معلومات عن البيئة وذلك بسبب اللاموضوعية وتحويل المسائل.



الشكل رقم (39) يمثل الثقة بالمعلومات البيئية التي يقدمها موقع الفيس بوك للفتة المدرسة.

## نتائج الدراسة

### 1- تفسير ومناقشة نتائج الفرضية الأولى :

خلصت الدراسة إلى نتيجة توضح استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بشكل عام عند جميع أفراد العينة أي بنسبة 100%، هذا لأنه لم يعد بمقدورهم الاستغناء عن مواقع التواصل الاجتماعي لما توفره من تغطية شاملة للمعارف والمعلومات والمحادثات مع الأهل والأصدقاء وزملاء العمل وذلك بنسبة 64.28%، وتبادل الملفات والصور والفيديو، إضافة إلى أن الشبكة المفضلة والأكثر استعمالاً هي الفيس بوك وهي مجالا مفتوحا لتبادل الآراء والتعليقات وخلق صداقات جديدة وثقافة وترفيه بنسبة 46.35%. كما يعد الحجم الساعي الذي يقضيه الباحثين عبر هذا الموقع كبيرا، حيث يفوق ساعتين في معظم الأحيان، بنسبة 22.85%. وذلك خلال الفترة المسائية وليلا كأفضل الأوقات لتصفح هذا الموقع جاء بنسبة 38.57% مساءً، 42.85% ليلا، و الذي لم يحدد استخدامه يقتصر على مكان واحد إنما يشمل أماكن متعددة أكثرها المنزل بنسبة 60%. لموقع الفيس بوك تأثير إيجابي على المجتمع بنسبة 84.28% وذلك لحتوائه على كل ما هو جديد ومفيد حيث يكون الفرد على دراية بما يجري في العالم. وبذلك تحققت الفرضية الأولى القائلة يستخدم طلبة العلوم الإنسانية بجامعة أدرار موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك بصفة كبيرة ومستمرة.

## 2- تفسير ومناقشة الفرضية الثانية

من خلال تحليل أرقام الجداول خلصنا إلى أن أبرز مظاهر الوعي البيئي تتمثل في وجود اهتمام بالقضايا البيئية، بنسبة 70% من الباحثين، وذلك لأنهم يرجعون سبب المشاكل البيئية إلى الإهمال أيضا بنسبة 70%. ومما يعكس جانبا من الوعي البيئي هو المشاركة الفعلية في حملات التنظيف بنسبة 44.28%. من خلال الجدول رقم 25 أن الباحثين على يقين بمدى أهمية إلمام المجتمع بقضايا البيئة ودوره في زيادة الوعي البيئي، يتضح ذلك من أن نسبة 98.57% من الباحثين أجابت بنعم. أثبتت مجموعة البحث أن وسائل التواصل الاجتماعي من أنجع الوسائل في نشر الوعي البيئي بنسبة 75.71%، فالرسالة في وسائل التواصل الاجتماعي أسرع وتغطي نسبة كبيرة من المجتمع مع حسن التوظيف بهذا تحققت الفرضية الثانية حيث توجد مظاهر بارزة للوعي البيئي من وجهة نظر طلبة العلوم الإنسانية بجامعة أدرار.

## تفسير ومناقشة الفرضية الثالثة والرابعة :

نستنتج من خلال تحليل البيانات أن موقع الفيس بوك يولي اهتمام للقضايا البيئية وذلك ما بينه مجتمع البحث الذي له اهتمام بهذه القضايا وقدرت النسبة ب 55.71% وهذا ما أوضحه الجدول رقم 30 لأنهم يثقون بالمعلومات التي يقدمها الموقع عن البيئة 90% ويتفاعلون بها مع أصدقائهم. من خلال الجدول رقم 34 أن أكبر سبب في الاعتماد على الفيس بوك في متابعة القضايا البيئية بنسبة 38.57% وهو اشتغالها على صور وفيديوهات تشرح أهم مشكلات البيئة، لأن الصوت والصورة هما من يشد المتصفح. تأتي بعدها الثقة بالمعلومات التي يقدمها الموقع بنسبة 32.85%.

تفاوتت درجات تقييم الباحثين لمساهمة موقع الفيس بوك في تنمية الوعي البيئي إذ جاءت درجة ممتاز وذو مشاركة عالية وفعالة في مقدمة التقييم يرجع ذلك حسب نظرهم إلى أن الفيس بوك أكثر شعبية من المواقع الأخرى وسريع التداول ، جاءت درجة جيد في المركز الثاني ، وفي مؤخرة الترتيب لا بأس أو متوسط.

ومن خلال ما تم عرضه من نتائج تحققت الفرضية الثالثة ، حيث يوجد اهتمام لموقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك بقضايا البيئة ومشكلاتها.

## الاستنتاج العام :

نستنتج من خلال ما توصلنا إليه من نتائج ما يلي :

- 1 مجتمع الدراسة يستخدم موقع التواصل الاجتماعي بما معدله ساعتين في يوميا في المنزل وذلك باستخدام الهاتف.
- 2 تتبين مظاهر الوعي البيئي بالقيام بعمل تطوعي يتم من خلاله تنمية الوعي البيئي والمساهمة في حملات التنظيف والتشجير.
- 3 لموقع الفيس بوك عناية بالقضايا البيئية ومشكلاتها وذلك عن طريق إبراز مخاطر يعتبر موقع الفيس بوك الوسيلة التي تلازم الأفراد، فهم على اتصال دائم بالعالم إلى أن أصبح التلوث وهدر المياه الصالحة بنشر صور ومقاطع فيديو تبين ذلك.

4/- يعتمد كمصدر موثوق للمعلومات البيئية من طرف الطلبة الجامعيين.

## خاتمة:

خلق الله الكون وأبدعه، وسخر الشمس والقمر فيه نور، وأنزل من السماء مطراً تتجلى فيه قدرته، وبث في الأرض من كل الثمرات لقوله تعالى: ﴿ ۝۳۲ وَسَخَّرَ لَكُمُ الشَّمْسَ وَالْقَمَرَ دَآبِّينَ ۖ وَسَخَّرَ لَكُمُ اللَّيْلَ وَالنَّهَارَ ۝۳۳ ﴾ وَعَآتِكُمْ مِّنْ كُلِّ مَآ سَأَلْتُمُوهُ ۚ وَإِن تَعُدُّوا نِعْمَتَ اللَّهِ لَا تَحْصُوهَا ۗ إِنَّ الْإِنسَانَ لَظَلُومٌ كَفَّارٌ ﴿ ۝۳۴ ﴾ "ابراهيم الايه 32-34

هذا ليكون للإنسان حياة خالية من ككل الشوائب والصعوبات لكن أوصاه الله تعالى بالمحافظة عليها كما جاء في محكم تنزيله: ﴿ ۝۶ كُلُوا وَاشْرَبُوا مِن رِّزْقِ اللَّهِ وَلَا تَعَثُوا فِي الْأَرْضِ مُمْسِدِينَ ۝۷ ﴾ البقرة 60

من هذا المنطلق البيئة تعتبر المحيط الذي يعيش فيه الإنسان، ويأثر ويتأثر به، كما تُعد مصدراً أساسياً يعتمد عليه في تطوير حياته وإنعاش مؤسساته في الجوانب المختلفة الاقتصادية منها والاجتماعية، ما وطد العلاقة التي تربط الإنسان ببيئته. وفي إطار هذه العلاقة فقد أسس عليها منشأته واستغل خيراتها، الشيء الذي نجم عنه مشاكل ينده لها الجبين، من تلوث وانحباس حراري والقضاء على المساحات الخضراء وغيرها من المظاهر السلبية.

من هنا تأتي ضرورة تنمية الوعي البيئي، التي تهدف تغيير وتعديل السلوكيات الخاطئة المرتكبة في حق البيئة. يتحقق هذا بتفعيل كل الوسائل المتاحة، لاسيما الإعلام بأشكاله المتعددة الجديد منه والتقليدي، حيث يظهر الإعلام الجديد بتطبيقاته المختلفة كإحدى الوسائل المؤهلة للمساهمة في نشر الوعي البيئي، وذلك من خلال المكانة التي بلغها عند الجماهير من مختلف الفئات والشرائح، لتنوع أشكاله ومضامينه، وعليه جاءت دراساتنا الموسومة بدور شبكة التواصل الاجتماعي "فيس بوك" في تنمية الوعي البيئي من خلال طرق وأنماط ودوافع الاستخدام .

خلصت الدراسة الى أن موقع الفيس بوك يساهم في نشر، وتنمية الوعي البيئي، وذلك عن طريق بعض المعلومات التي يطرحها بعض المستخدمين وبصفة ادق المختصين والذين لهم اهتمام بالبيئة، بالاضافة الى الجمعيات الناشطة في المجال البيئي.

غير ان ما يمكن استخلاصه هو أن استخدام الفيس بوك في بداية الطريق. فقط يمكننا التنويه الى الجانب الذي من شأنه ان يضع الوعي البيئي حيز الخدمة، وهو الفضاء الإعلاني الذي يوفره الموقع لبث الصور والمعلومات وشرائط الفيديو وكل ما من شأنه ترسيخ الوعي البيئي، وتهذيب السلوكيات الخاطئة اتجاه البيئة، وتبديلها بأسس سليمة للوعي والثقافة البيئية.

## التوصيات:

فمن خلال هذه الدراسة خلصنا إلى مجموعة من التوصيات التي نأمل أن تكون مسارات موجهة لأبحاث أخرى في هذا المجال وهي:

\*على الباحثين في مجال التوعية البيئية إجراء دراسات تجريبية تبحث في أثر البرامج التدريبية التي تسعى إلى حل المشكلات البيئية وتنمية الوعي البيئي لدى الطلبة وأفراد المجتمع.

\*عمل مزيد من الدراسات المتعلقة بالإعلام وقضايا البيئة وبالأخص من خلال تطبيقات الإعلام الجديد التي من شأنها أن تحدث تغييراً إذا ما استغلت بالشكل الصحيح.

\*حث المسؤولين على تكليف الجهات المختصة بشؤون البيئة بالاهتمام وتمويل ومتابعة وتنفيذ السياسات الإعلامية مع تفعيل القوانين التي تحقق وعي بيئي.