

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عمار ثليجي الأغواط
كلية العلوم الاجتماعية
قسم علم الاجتماع والديمقراطية



الموضوع:

الوسائط الاجتماعية ودورها في نشر الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين

دراسة ميدانية على عينة من الطلبة على مستوى قسم علم الاجتماع والديمقراطية بجامعة الأغواط

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر LMD تخصص: علم الاجتماع والاتصال

إشراف الدكتور:
أحمد حجاج

إعداد الطلبة:
ايوب قدوح
الحاج معيلب

السنة الدراسية : 2017 / 2018

الوسائط الاجتماعية ودورها في نشر الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين

(دراسة ميدانية على عينة من الطلبة على مستوى قسم علم الاجتماع والديمغرافيا بجامعة الأغواط)

Social media and their role in environmental awareness of university students

(A field study on a sample of students at the Department of Sociology and Demography of the University of Laghouat)

ملخص الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور الوسائط الاجتماعية في نشر الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين بقسم علم الاجتماع والديمغرافيا بجامعة الأغواط، واستعملنا المنهج الوصفي التحليلي وتم تطبيق تقنية الاستبيان على عينة العشوائية الطبقية حجمها 94 (طالب وطالبة)، وتوصلنا إلى نتيجة مهمة مفادها ضرورة اهتمام الطلبة بقضية البيئة وتفعيلها أكثر عبر منابر الوسائط الاجتماعية، وابتكار واستخدام أساليب الجذب والموضوعية من حيث تناولها ومعالجتها بما يزيد من مستوى الثقة والمصداقية، كما نوصى الوزارة الوصية على البيئة على استخدام الوسائط الاجتماعية من أجل طرح ومعالجة قضايا البيئة في المجتمع الجزائري لأن هاته يضم أكثر شريحة في المجتمع وهم الشباب الجامعي.

Study summary

This study aims to identify the role of social media in environmental awareness among university students of sociology and demography at the University of Laghouat Department, and used the descriptive and analytical approach is the questionnaire technique is applied to a random sample of the class size of 91 (students), and we achieved an important result that the need for student interest the issue of environment and platforms through more active social media, the innovation and the use of methods of attraction and objectivity in terms of manipulation and treatment, including by increasing the level of trust and credibility, as recommended by the Ministry of the Environment's command on the use of media to put in place the Environmental Problems in Algerian society as this includes the most segmented segment of the ciété and these are the young academics.

شكراً وأجراً فائقاً

قبل كل شيء ، نحمد الله عزّ وجل الذي أنعم علينا بنعمة العلم ووفقنا إلى بلوغ هذه الدرجة ونقول " اللهم لك الحمد حتى ترضى ، ولك الحمد إذا رضيت ، ولك الحمد بعد الرضى".

نتقدم بالشكر الجزيل إلى كل من ساعدنا في إنجاز هذا العمل ولو بكلمة تشجيع وبالأخص إلى الأستاذ المشرف الدكتور المحترم " حجاج أحمد " على توجيهاته القيمة والإرشادات الصائبة التي لم يبخل بها علينا.

إهداء

قال الله تعالى: [وقضى ربك أن لا تعبدوا إلا إياه وبالوالدين إحسانا]
ما أسرع قلبي في يدي واسعد قلبي في صدري حيث أكتب هذه الكلمات إلى ابتسامتك الحلوة التي
تطلع شمسها وتشرق كل يوم لقبك الحنون الذي يغمرني وأنا لا أزال في نعومة أظفاري
إلى من أرضعتني الحب والحنان
إلى رمز الحب وبلسم الشفاء
إلى القلب الناصع بالبياض... أمي الحنونة "عائشة"
إلى الذي كان لي درع امان يقيني نائيات الزمان إلى من حصد الأشواك عن دربي ليمهد لي طريق العلم
إلى القلب الكبير ابي خفضه الرحمان " أحمد "
إلى الذين جادوا وقاسموني الفرحة والعبرة في كل لحظة وفي كل زفرة أخواتي: إيمان، كوثر
إلى الكتكوتين الصغيرين: بشرى، هيبه
إلى الروح التي سكنت روحي "مريم"
والى كل من يحمل لقب قدوح
الآن تفتح الأشرعة وترفع المرساة لتنطلق السفينة في عرض بحر واسع مظلم هو بحر الحياة وفي هذه
الظلمة لا يضيء إلا قنديل الذكريات ذكريات الأخوة البعيدة إلى الذين أحببتهم وأحبوني إلى رفقاء
دربي الحاج معيلب، علي بوخلخال، بلقاسم لغواطي، بلقاسم بوزكري، أمين بن جيلالي، حبيب
مختاري، جنيدي بوقرين، ميلود بعيط، إلى الجميع اهدي ثمرة عملي هذا.

إِهْدَاء

إلى من تعجز الكلمات عن ذكر مآثرها، على الشمس التي أنارت دري بوجودها إلى التي
لن أوفيتها حقها مهما قلت فيها
.. أي أطال الله في عمرها ..

إلى من كان سنداً لي في حياتي والذي طالما تمنى أن يراني أتخطى درجات العلم والنجاح
.. أي أطال الله في عمره ..

إلى كل من احتواهم قلبي وأصحاب الفضل علي

.. إخوتي حفضهم الله ..

إلى من تركو بصماتهم في حياتي

.. إلى كل الأصدقاء ..

إلى من جمعنا بهم قسم واحد ومدرج واحد إلى كل

.. طلبة قسم علم الاجتماع الاتصال ..

إلى كل من نساهم قلبي وله ينساهم قلبي

الحاج معيلب

فهرس المحتويات

شكر وعران
ملخص الدراسة

مقدمة

الباب الأول : الجانب المنهجي والنظري

الفصل الأول: الإطار المنهجي والمفاهيمي

5 أولاً: إشكالية الدراسة

9 ثانياً: فرضيات الدراسة

10 ثالثاً: أسباب اختيار الموضوع

11 رابعاً: أهمية وأهداف الدراسة

11 خامساً: مفاهيم الدراسة

14 سادساً: الدراسات السابقة

21 سابعاً: المقاربة النظرية

الفصل الثاني: الإعلام البيئي والوسائط الاجتماعية

26 تمهيد الفصل

27 أولاً: مفهوم الإعلام والإعلام البيئي

29 ثانياً: نشأة وتطور الإعلام البيئي

33 ثالثاً: الإعلام البيئي في الفضاء العربي

38 رابعاً: الوسائط الاجتماعية " المفهوم والخصائص "

39 خامساً: أنواع الوسائط الاجتماعية " شبكات التواصل الاجتماعي "

42 سادساً: آليات تعزيز دور الإعلام البيئي

43 خلاصة الفصل

الفصل الثالث : البيئة والوعي البيئي

45 تمهيد الفصل

46 أولاً: مفهوم البيئة والوعي البيئي

49 ثانياً: البيئة والإنسان

55 ثالثاً: مشكلات البيئة

57 رابعاً: العوامل المؤثرة في البيئة

61	خامساً: مكونات الوعي البيئي
66	سادساً: الإعلام ونشر الوعي البيئي
68	خلاصة الفصل
الباب الثاني : الجانب الميداني للدراسة	
الفصل الرابع : الإجراءات المنهجية للدراسة	
71	أولاً: مجالات الدراسة
72	ثانياً: المنهج المستخدم
72	ثالثاً: أدوات المستخدمة
73	رابعاً: العينة
76	خامساً: خصائص مجتمع الدراسة
الفصل الخامس: تحليل وتفسير البيانات المتعلقة بالفرضية الأولى	
80	تمهيد الفصل
81	أولاً: معدلات الاستخدام ومساهمته في نشر الوعي البيئي
83	ثانياً: حجم الاستخدام والمشاركة في الحملات البيئية
86	ثالثاً: الفترة السنوية ودورها في التعرف على المواضيع البيئية
88	رابعاً: كيفية الاستعمال والمجال البيئي
90	خامساً: أنواع الوسائط الاجتماعية والبيئة في الجزائر
93	سادساً: الصفحات البيئية والحملات البيئية
95	سابعاً: أنواع الأجهزة والحملات التطوعية
98	خلاصة الفصل
الفصل السادس: تحليل وتفسير البيانات المتعلقة بالفرضية الثانية	
100	تمهيد الفصل
101	أولاً: نوعية المواضيع وثقافة الفرد
103	ثانياً: اهتمامات المبحوثين والمواضيع البيئية
105	ثالثاً: المنشورات البيئية والوعي البيئي
108	رابعاً: العلاقات الاجتماعية ودورها في تفعيل الحملات البيئية
110	خامساً: العضوية ومسألة الوعي البيئي

112	سادساً: الصفحات البيئية والمجال البيئي
114	سابعاً: الوسائط الاجتماعية ودورها في نشر الوعي البيئي
116	خلاصة الفصل
118	النتائج العامة للدراسة
123	الخاتمة
127	قائمة المراجع
----	الملاحق

فهرس الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
74	يوضح عدد الطلبة الجامعيين بقسم علم الاجتماع والديمغرافيا لسنة الجامعية 2017 – 2018.	1
75	يوضح كيفية حساب عينة الدراسة بشكل طبقي	2
76	يوضح طبيعة الجنس للمجتمع الدراسة	3
77	يوضح فئات السن للمجتمع الدراسة	4
78	يوضح المستوي الدراسي للمجتمع البحث	5
81	يوضح العلاقة بين عدد ساعات استخدام الوسائط الاجتماعية في اليوم مع مساهمتها في نشر الوعي البيئي	6
83	يوضح العلاقة بين تواجد المبحوثين على الوسائط الاجتماعية مع المشاركة في الحملات البيئية التطوعية	7
86	يوضح العلاقة بين الفترة السنوية في استخدام المبحوثين للوسائط الاجتماعية مع ما مدى مساهمتها في المواضيع البيئية	8
88	يوضح العلاقة بين كيفية استعمال الوسائط الاجتماعية مع ما مدى تحصيل المبحوثين في مجال البيئة	9
90	يوضح العلاقة بين أهم الوسائط الاجتماعية التي يستخدمها المبحوثين أكثر مع مساهمتها في التعرف على المواضيع البيئية في المجتمع الجزائري	10
93	يوضح العلاقة بين عدد الصفحات التي يتابعها المبحوثين على الوسائط الاجتماعية مع عدد الحملات البيئية المشارك فيها	11
95	يوضح العلاقة بين نوع الاجهزة التي يستخدمها المبحوثين مع القيام بتفعيل حملة تطوعية خاصة بالحفاظ على البيئة	12
98	يوضح العلاقة بين نوعية المواضيع التي يتابعها المبحوثين على الوسائط الاجتماعية مع ارتباط الوعي البيئي بثقافة الشخص	13
101	يوضح العلاقة بين اهتمامات المبحوثين في تناول مواضيع بيئية عبر الوسائط الاجتماعية مع ما مدى مساهمتها في المواضيع البيئية	14
103	يوضح العلاقة بين نشر منشورات بيئية عبر الوسائط الاجتماعية مع كيفية مساهمتها في زيادة الوعي البيئي لدى متابعيه	15

105	يوضح العلاقة بين امتلاك أصدقاء لهم اهتمامات بيئية في الوسائط الاجتماعية مع القيام بتنفيذ حملة تطوعية خاصة بالحفاظ على البيئة	16
108	يوضح العلاقة بين العضوية في المجموعات البيئية عبر الوسائط الاجتماعية مع رأي الباحثين في الطلبة الجامعيين في مسألة الوعي البيئي	17
110	يوضح العلاقة بين حجم متابعة الصفحات البيئية عبر الوسائط الاجتماعية مع ما مدى تحصيل الباحثين في مجال البيئة	18
112	يوضح العلاقة بين الغرض من تصفح الوسائط الاجتماعية مع رأي الباحثين في مساهمة الوسائط الاجتماعية في نشر الوعي البيئي	19

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
51	أنواع الموارد والثروات الطبيعية	1
53	التأثيرات البيئية الناتجة عن استخدام المصادر الطبيعية	2
57	العوامل المؤثرة في البيئة	3
58	العوامل الطبيعية المؤثرة في البيئة	4
60	العوامل البشرية المؤثرة في البيئة	5
76	أعمدة بيانية توضح طبيعة الجنس للمجتمع الدراسة	6
77	دائرة نسبية توضح توزيع فئات السن لمجتمع الدراسة	7
78	أعمدة بيانية توضح التخصص العلمي لمجتمع الدراسة	8

فهرس الملاحق

عنوان الملحق	الرقم
الاستبيان	1

إن أهم ما يميز المجتمعات الحديثة هو سرعة التغيير على جميع المستويات الإجتماعية والاقتصادية والثقافية، وما توصلنا إليه من تطور وتحول ليس نتاج شخص واحد أو جيل واحد وإنما هو نتاج لتراكم معرفي لأجيال متتالية، ويعيش المجتمع المعاصر اليوم تحولات هائلة في مجال الإعلام والاتصال، أدت في السنوات الأخيرة إلى تغييرات كبيرة في أساليب إنتاج وتوزيع وتلقي المعلومات، كما ساهمت التطورات المتلاحقة في شبكة الأنترنت في إيجاد شكل جديد من الإعلام تعددت تصنيفاته ومسمياته لدى المهتمين والمختصين الذين أطلقوا عليه مصطلح الإعلام البديل أو ما يعرف بصحافة المواطن التي أفرزت عدة تطبيقات أهمها الوسائط الإجتماعية، والمدونات والمنتديات وغيرها من الأشكال المتعددة.

وهذا ما يؤكد على أن دور الوسائط الإجتماعية لم يقتصر على بث وتداول المعلومات فقط وربط وتكوين الصداقات في إطار المواضيع ذات الاهتمام المشترك، بل تعددت مجالاتها واتسعت نطاقاتها لتشمل قضايا ذات أبعاد مختلفة مثل تفعيل المشاركة السياسية وتنمية الوعي السياسي وجوانب أخرى (ثقافية، اقتصادية، اجتماعية) وكذا إنسانية وتوعوية كقضايا البيئة والتلوث البيئي، وتصبح بذلك أداة جديدة من أدوات الإعلام البيئي.

إذ تعد قضايا البيئة والتلوث البيئي من المواضيع التي أثارت اهتمام وسائل الإعلام فقد شهد العقدين الأخيرين اهتمام متزايد بها في عديد المجتمعات والدول، نتيجة التقدم التكنولوجي، وكذا محاولات الترسخ العلمي والأكاديمي الذي تمخض عنه ظهور علم البيئة ومن مظاهر تزايد الاهتمام بالقضايا البيئية التوجه والتركيز الدولي على مشاكل التلوث البيئي بأشكاله المختلفة على اعتبار أننا نعيش على كوكب واحد وأرض واحدة وأي خطر يهدد دولة أو بلداً سيكون محققاً لا محالة بباقي الدول على حد تعبير الإنسانيين (أرض واحدة وحياة واحدة ومصير واحد)، حيث هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور الوسائط الإجتماعية في نشر الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين بجامعة الأغواط.

وقد قسمنا الدراسة إلى جانب نظري وجانب ميداني، الجانب النظري بدوره قسم إلى ثلاثة فصول هما:

- **الفصل الأول:** المتمثل في موضوع الدراسة الذي من خلاله مهّدنا للموضوع المدروس الموسوم بـ (الوسائط الاجتماعية ودورها في زيادة الوعي البيئي)، فحددنا مشكلة الدراسة وفروضها، ودوافع اختيار الموضوع، كما بين أهميته وأهدافه ومختلف الدراسات السابقة التي تناولت الموضوع كما تطرقنا إلى تحديد المفاهيم والمصطلحات الخاصة بالموضوع، إضافة إلى المقاربة النظرية.

- **الفصل الثاني:** تطرقنا فيه إلى مواضيع الإعلام البيئي والوسائط الاجتماعية من خلال تمهيد الفصل ثم مفهوم الإعلام والإعلام البيئي ونشأة وتطور الإعلام البيئي ثم الإعلام البيئي في الفضاء العربي ثم الوسائط الاجتماعية (المفهوم والخصائص) ثم أنواع الوسائط الاجتماعية (شبكات التواصل الاجتماعي) وأخيراً آليات تعزيز دور الإعلام البيئي ثم خلاصة الفصل.

- **الفصل الثالث:** جاء بعنوان **البيئة والوعي البيئي** من خلال تمهيد الفصل ثم مفهوم البيئة والوعي البيئي ثم البيئة والإنسان ثم مشكلات البيئة ثم العوامل المؤثرة في البيئة ثم مكونات الوعي البيئي وأخيراً الإعلام ونشر الوعي البيئي ثم خلاصة الفصل.

أما القسم الثاني المتمثل في الإطار الميداني للدراسة فقد احتوى على ثلاث فصول كما يلي:

- **الفصل الرابع:** تعرضنا فيه إلى الإطار المنهجي للدراسة الميدانية من خلال مجالات الدراسة والمنهج المستخدم، بالإضافة إلى أدوات الدراسة المستخدمة ثم العينة وأخيراً خصائص مجتمع الدراسة.

- **الفصل الخامس:** المتضمن لعرض وتحليل وتفسير بيانات الفرضية الأولى المتعلقة بموضوع الدراسة.

- **الفصل السادس:** المتضمن لعرض وتحليل وتفسير بيانات الفرضية الثانية المتعلقة بموضوع الدراسة.

ثم النتائج المستخلصة من الدراسة والخاتمة وثم قائمة المراجع وأخيراً الملاحق.

الباب الأول
الجانب النظري

الفصل الأول

الاطار المنهجي والمفاهيمي

❖ أولاً: إشكالية الدراسة

إن تطور دور وسائل الإعلام والاتصال بكل أشكالها تنوعاً واختلافاً وقوة وتأثيراً بفضل ثورتي الاتصال والمعلومات متفاعلة بذلك مع حركة العولمة وتياراتها، مما ساعد على ظهور الكثير من المتغيرات البنائية والوظيفية في المجتمع الحديث، حيث شهد تحولاً عميقاً من مجتمع يبنني على الإنتاجية إلى مجتمع يقوم على الإعلام والمعلومات، هذه الأخيرة قد تعد أهم من رأس المال في حد ذاته والموارد البشرية هي عنصراً مهماً في التغيير في عملية التنمية، فقد شهد العالم مؤخراً طفرة نوعية على جميع الأصعدة بفعل التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال وما أفرزته هذه الأخيرة من شبكات عنكبوتية وفضاء الكتروني أعاد تشكيل خارطة العمل الاتصالي والإعلامي في المجتمعات المعاصرة.

وتتعرض أهمية وسائل الإعلام والاتصال لا سيما منها الوسائط الاجتماعية التي كيفت آلية أدائها الجماهيري لتواكب متغيرات التكنولوجيا الحديثة بأدائها لوظائف مختلفة على نطاق واسع لتلبية الحاجات الفردية والمجتمعية المتغيرة والمتجددة لأفراد المجتمع كالإعلام والتوجيه ثم التعليم والتنشئة و أخيراً الإعلان، مما يساهم في تحقيق التفاعل والتماسك الاجتماعي فيزيد من فعالية المجتمع وقدرته على دفع عملية التنمية بخطى منسجمة مع ثوابته الثقافية وبنيته الاجتماعية والحضارية.

ولا يختلف اثنان على أن هذه الوسائط الاجتماعية أحدثت بدورها تحولات جذرية في بنية العمليات الاتصالية وأتاحت للمتلقين إمكانيات غير محدودة للاختيار والتفاعل المزمع للقائمين بالاتصال واستطاعت بسرعة كبيرة أن تقلب المعادلة التي قامت عليها المؤسسات الإعلامية، التي لم تعد حكرًا عليها فقط، خاصة بعد التزاوج بين تكنولوجيا الاتصال الحديث والوسائط المتعددة والكمبيوتر، وهو ما تمخض عنه أشكال جديدة للاتصال والتواصل، وبناء المضامين والرسائل الإعلامية وتدفعها بشكل حر بين جمهور المستخدمين، فلم تعد وظيفة الهواتف النقالة تقتصر على التخاطب والتواصل عن بعد فحسب، بل صار لها وظائف وأدوار جديدة أكثر ديناميكية، حيث أصبحت تستخدم في إرسال دعوات المظاهرات السياسية والحقوقية، أو لنشر

المعلومات بطرق سريعة وأقل تكلفة، ونفس الأمر ينطبق على شبكة الأنترنت وتطبيقاتها المتعددة، على غرار الصحافة الإلكترونية والمواقع المتعددة المضامين والمحتويات، التي استطاعت تجاوز ضغوط الرقابة والقيود والعراقيل القانونية لتعطي بذلك هامش أكبر من الحرية في التعبير وإبداء الرأي لجمهورها من المستخدمين حيث تجاوزت بذلك الإعلام المكتوب إلى مرحلة الصورة والمشاهدة.

ومن أبرز شواهد هذه الوسائط موقع (الفايسبوك والأنستغرام والتويتر واليوتيوب) الذين أعطوا نمطية جديدة تتعلق بتدفق المعلومات الاتصالية حيث بات الفرد المتلقي منتجاً ومرسلاً ومستقبلاً في الوقت نفسه، ولم يتوقف الأمر إلى هذا الحد بل تجاوزه إلى أن يكون هذا النمط الجديد أقوى وأبلغ في التعامل مع قضايا المجتمعات تشكياً وتعزيزاً وتغييراً، حيث شكلت هذه الوسائط الاجتماعية أحد المصادر الأساسية التي تساهم في نشر وتنمية الوعي البيئي، باعتبار أن التوجه نحو الوعي البيئي يعد خطوة هامة لحماية البيئة وصيانتها، لاسيما بعدما ازداد تأثير الانسان على بيئته، فقد أحدث الإنسان وبخاصة في القرن العشرين نتيجة للثورة الصناعية المتسارعة والعشوائية خللاً كبيراً في التوازن الدقيق الذي كان يربط بين عناصر البيئة من ماء وهواء وتربة، فظهرت بسببها ظواهر بيئية جديدة لم يعرفها الإنسان من قبل مثل ظاهرة التلوث والتصحر وانتشار النفايات في الأماكن العمومية وانخفاض الأوزون في طبقة الأوزون، مما أدى إلى تدهور صحتها وقدرتها على العطاء، وبالتالي كان لها مردود سلبي مباشر وكبير على صحة الإنسان والحيوان والنبات، وأصبحت علاقة الانسان ببيئته تركز على فلسفة نفعية اقتصادية ذات طبيعة استهلاكية جشعة، هذا ما شجع على الاهتمام بالشأن البيئي، حيث عقدت منظمة الأمم المتحدة عدة مؤتمرات لحماية البيئة وصيانة مواردها.

كل هذا فرض على الإنسان إلى تغيير نظريته وسياسته ومرجعياته الفكرية نحو البيئة وأجبرته على الاهتمام بقضايا البيئة ومعالجة تأثيراتها السلبية، لذلك عقدت عدة مؤتمرات عالمية للبحث في هذا الموضوع وقضاياها، ومن بين هذه المؤتمرات نذكر " مؤتمر الأمم المتحدة حول البيئة الإنسانية الذي انعقد في ستوكهولم (السويد) في الفترة الممتدة بين 5 إلى

16 جوان 1972 وتمخض عنه برنامج التربية البيئية الدولي "1"، وتوالت المؤتمرات في هذا الشأن إلى آخر مؤتمر في **جوان 2012** الذي عرف بـ (قمة الأرض) وانهقد بمدينة ريو دي **جانيرو (البرازيل)** ، حيث حضر فيه أكثر من مائة رئيس دولة ورئيس حكومة في العالم، لكن غاب عنه الرئيس الأمريكي باراك أوباما ونظيره الروسي فلاديمير بوتين، وتم خلال هذا التجمع الاتفاق حول مسودة إعلان نهائية من **49** صفحة بعنوان (**المستقبل الذي نريده**).

وقد دعت كل هذه اللقاءات إلى نشر الوعي البيئي وتنمية العناية بقضايا البيئة عن طريق وسائل الإعلام والاتصال بمختلف صورها المقروءة والمرئية والمسموعة، لقدرتها في التأثير على الأفراد والجماعات والمجتمعات في مجالات القيم والعادات والسلوك، بإضافة إلى تأثيرها الفاعل في شخصية الفرد وبنائه النفسي والاجتماعي، فنحن نعيش اليوم مرحلة الإعلام الجديد بكل تجلياتها وأبعادها، وهي مرحلة أضحت فيها الإعلام الشخصي والفردية سمة القرن الجديد، والأنترنت والكمبيوتر أدواته الأساسية، حيث انتشرت مواقع الوسائط الاجتماعية بشكل كبير في أنحاء العالم مما أدى لكسر الحدود الجغرافية له وجعله يبدو كقرية صغيرة تربط أفرادهم ببعضهم البعض، تطورت هذه المواقع شيئاً فشيئاً لتصبح الأشهر استخداماً بين مستخدمي هاته الوسائط، ومع التطور الذي يشهده العالم في مجال التقنية والاتصالات ذات صيت في المجتمعات العالمية وبين الشباب.

وفي هذا السياق جاءت هاته الدراسة التي تهدف إلى دراسة موضوع الوسائط الاجتماعية ودورها في نشر الوعي البيئي لدى شريحة مهمة في المجتمع تتمثل في الطلبة الجامعيين ونعني من خلال الوعي البيئي زيادة وترسيخ المعلومات البيئية لدى الطلبة الجامعيين وإكسابهم اتجاهات ايجابية نحو بيئتهم تمكنهم من الحفاظ على البيئة ومواردها الطبيعية، انطلاقاً من التساؤل الرئيسي التالي:

¹ - سناء محمد جبور، الإعلام البيئي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص: 9.

هل للوسائط الاجتماعية دور في نشر الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين المستخدمين بكلية العلوم الاجتماعية (جامعة الأغواط) ؟

ويندرج تحت هذا التساؤل تساؤلات الجزئية التالية:

- هل لمعدلات استخدام ومقدار التفاعلات مع الوسائط الاجتماعية دوراً في نشر الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين المستخدمين بكلية العلوم الاجتماعية (جامعة الأغواط) ؟
- هل نوعية الوسائط الاجتماعية ومقدار طرح القضايا والموضوعات البيئية المستعملة دوراً في نشر الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين بكلية العلوم الاجتماعية (جامعة الأغواط) ؟

❖ ثانياً : فرضيات الدراسة

✓ الفرضية العامة:

للسائط الاجتماعية دوراً مهماً في نشر الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين المستخدمين بكلية العلوم الاجتماعية (جامعة الأغواط).

✓ الفرضيات الجزئية

- الفرضية الجزئية الأولى:

تؤدي معدلات استخدام ومقدار التفاعلات مع الوسائط الاجتماعية دوراً في نشر الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين المستخدمين بكلية العلوم الاجتماعية (جامعة الأغواط).

- الفرضية الجزئية الثانية:

نوعية الوسائط الاجتماعية المستخدمة ومقدار طرح القضايا والموضوعات البيئية من طرف الطلبة الجامعيين تلعب دوراً في نشر الوعي البيئي.

❖ ثالثاً : أسباب اختيار الموضوع

1. الرغبة الذاتية نظراً لحساسية الموضوع باعتباره يشكل موضوع الساعة في اهتمامات الباحثين والدارسين، لأن قضية البيئة ومشكلاتها، ترتبط بحياتنا اليومية الأمر الذي شجعنا على المساهمة في كشف بعض جوانب هذه الإشكالية.

2. الميل للمواضيع الخاصة بالبيئة وما يدور حولها والرغبة في دراستها كون البيئة تؤثر الإنسان ويتأثر بها.

3. تزايد أهمية قضايا البيئة والوعي البيئي، إذ أصبحت من أهم النقاشات المطروحة على المستويات الوطنية والإقليمية وحتى الدولية.

4. إن تفاقم المشكلات البيئية في الجزائر كماً ونوعاً، يؤكد حاجة المجتمع الجزائري ليس فقط لإصدار ترسانة من التشريعات وظهور الجمعيات والمنظمات البيئية، بل يفرض على المسؤولين استغلال الوسائط الاجتماعية لا سيما منها الفيسبوك ويوتيوب لنشر الوعي البيئي وتميته لدى شريحة مهمة في المجتمع وهي الطلبة الجامعيين.

5. افتقار الميدان العلمي لدراسات حول الوسائط الاجتماعية وأهميتها ودورها في التنمية، وأيضاً في تنمية الوعي البيئي لدى الطالب الجامعي، بالإضافة إلى ضعف فعالية وقدرة الجمعيات البيئية بشقيها (الوطنية والجهوية) في تنمية الوعي البيئي للطلبة الجامعيين.

❖ رابعاً : أهداف الدراسة

إن لكل دراسة هدف أو غرض يجعلها ذات قيمة علمية، والهدف من الدراسة يفهم عادة على أنه السبب الذي من أجله قام الباحث بإعداد هذه الدراسة والبحث العلمي هو الذي يسعى إلى تحقيق أهداف عامة غير شخصية ذات قيمة ودلالة علمية¹، ومن أهداف هذه الدراسة ما يلي:

1. معرفة مدى انعكاس استخدامات الوسائط الاجتماعية على اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو القضايا البيئية.
2. الكشف عن بعدي الوعي البيئي المتضمنين في الرسالة الإعلامية وهما بالتحديد المعلومات البيئية والاتجاهات نحو البيئة.
3. الكشف عن الدور الذي تؤديه الوسائط الاجتماعية في تنمية الوعي البيئي.
4. الكشف عن تأثير معدلات استخدام الوسائط الاجتماعية في نشر الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين بكلية العلوم الاجتماعية.
5. الكشف عن نوعية الوسائط الاجتماعية المستخدمة من طرف الطلبة الجامعيين ومساهمتها في نشر الوعي البيئي.

¹ محمد شفيق، البحث العلمي (الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية)، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1998، ص:

❖ خامساً : أهمية الدراسة

تتمثل أهمية الدراسة حول دور الوسائط الاجتماعية في نشر الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين في ما يلي:

1. تكتسي الدراسة أهمية كبيرة كونها عالجت ظاهرة من مجتمعنا وقيمنا.
2. أنها تتناول مجالاً على درجة كبيرة من الأهمية، ألا وهو الوعي البيئي الذي يعد من أهم العناصر التي يتخذها الإنسان لحماية البيئة وصيانتها، باعتبار أن قضية البيئة قضية مجتمعية مسؤوليتها ليست حكراً على الدولة وحدها، بل تتطلب تضافر جهود جميع شرائح المجتمع.
3. كونها مست أهم شريحة من شرائح المجتمع وتمثلة في فئة الشباب الطلبة الجامعيين.

❖ سادساً: تحديد المفاهيم

تعتبر عملية تحديد المفاهيم والمصطلحات من الخطوات الأساسية في البحث العلمي لما لها من دور كبير في تحديد مسار البحث وذلك بتناول المفاهيم ذات الصلة المباشرة بالموضوع أو ببعض جوانبه.

1. مفهوم الدور

يشير الدور لغة " إلى الاضطلاع بمهمة"¹، ويعرف الدور بأنه " الجانب الذي يؤديه نسق اجتماعي فرعي، وتنظيم ونظام داخل النسق الأكبر أو بمعنى أكثر تحديداً كوظيفته أو اسهامه الإيجابي في النسق الأكبر"²، ويعرف الدور من حيث تكوينه على أنه " يتكون من مجموعة من المعايير التي يخضع لها سلوك الأفراد الذين يشغلون وضعيات أو وظائف معينة ضمن مجموعة أو ضمن مجتمع ما"³.

ونعرفه إجرائياً بأنه " هو مجموعة من التصرفات والسلوكيات التي تقوم بها الوسائط الاجتماعية في موضوع البيئة الهدف منها هو زيادة الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين "

¹ - المنجد الأبجدي، ط5، دار المشرق، بيروت، 1987، ص: 451.

² - عبد الهادي الجوهري، معجم علم الاجتماع، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1998، ص: 95.

³ - Guy rocher, introduction a la sociologie, 1, L' action sociale .editions, HMMH, france 1968, pp 45.46.

2. مفهوم الوسائط الاجتماعية

الشبكات الاجتماعية أو الوسائط الاجتماعية " عبارة عن أنظمة مرتبطة بنوع أو أكثر من أنواع الترابط التي تشمل القيم والرؤى، والأفكار المشتركة والاتصال الاجتماعي والقرباة والصراع والتبادلات المالية والتجارية والعضوية المشتركة في المنظمات والمجموعات المشاركة في حدث معين وجوانب أخرى عديدة في علاقات الإنسان ¹، كما تعرف بأنها " مواقع إلكترونية تسمح للأفراد بالتعريف بأنفسهم والمشاركة في شبكات اجتماعية من خلالها يقومون بإنشاء علاقات اجتماعية ²."

ونعرفها إجرائياً بأنها " مواقع اجتماعية إلكترونية تشكل مجتمعات افتراضية ومنبر ومن منابر حرية الرأي والتعبير يشترك فيها كل شرائح المجتمع عن طريق (التفاعل والتواصل) من خلال الخدمات والتطبيقات التي توفرها هاته الوسائط الاجتماعية مثل التعارف والصدقة والدرشة وإنشاء مجموعات وصفحات ومشاركة الآخرين كالصور والفيديو ."

3. مفهوم الوعي البيئي

يعرف بأنه " إدراك الإنسان لأهمية الحفاظ على البيئة، وممارسة السلوك الإيجابي في التعامل معها، وفهم العلاقات المتبادلة بين مكونات البيئة، والالتزان الطبيعي المحكم بين تلك المكونات، والعمل على عدم الاخلال بذلك الاتزان حفاظاً على بيئة صالحة تحمي الانسان كما يحميها ³."

ونعرفه إجرائياً بأنه " قدرة الطالب الجامعي بكلية العلوم الاجتماعية على التعرف والفهم القضايا البيئية التي يتفاعل معها عبر مواقع الوسائط الاجتماعية وقدرته على المشاركة في معالجتها وفي المساهمة في حل المشكلات البيئية التي تصادفه في حياته اليومية، أي مدى إدراك الفرد بالمشكلات البيئية والإحساس بها والتقصي سبل معالجتها ."

¹ - حسن قطيم طماح المطيري، الاستخدامات السياسية لموقع التواصل الاجتماعي (تويتر) من قبل الشباب الكويتي، مذكرة ماجستير، غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، 2013، ص: 24.

² - Xue Bai a and Oliver Yao, **Facebook on campus: the use and friend formation in online social networks**, College of Business and Economics, Lehigh University, 2010, p:02.

³ - صالح أبو عراد، تنمية الوعي البيئي، مكتب التربية العربي لدول الخليج، الرياض، 2005، ص: 90.

4. الطلبة الجامعيين

ورد في المنجد في اللغة والإعلام " الطالب وطلاب وطَلَب وهو التلميذ "¹ والطالب " من يطلب العلم، ويطلق عليه التلميذ في المرحلتين الثانوية والعالية "².
ومن الناحية الاصطلاحية الطالب هو " الشخص الذي سمحت له كفاءته العلمية بالانتقال من المرحلة الثانوية إلى الجامعة تبعاً لتخصصه الفرعي بواسطة شهادة أو دبلوم يؤهله لذلك، ويعتبر الطالب أحد العناصر الأساسية والفاعلية في العملية التربوية طيلة التكوين الجامعي إذ أنه يمثل عددياً النسبة العالية بالمؤسسة "³.
ونعرف الطلبة الجامعيين إجرائياً بأنهم الشباب الجامعي (ذكوراً وإناثاً) سمحت لهم كفاءتهم العلمية بالانتقال من مرحلة الثانوية إلى الجامعة ليتابعوا دراستهم تخصصات علمية مختلفة ومتنوعة.

¹ - المنجد في اللغة والإعلام، ط40، دار الشروق، لبنان، 2003، ص: 762.

² خليل الجر، المعجم العربي الحديث لاروس، مكتبة لاروس، باريس، 1987، ص: 11.

³ فضيل دليو وآخرون، المشاركة الديمقراطية في تسيير الجامعة، ط2، مخبر علم الاجتماع والاتصال جامعة منتوري، مخبر التطبيقات النفسية والتربوية، 2006، ص: 95.

❖ سابعاً : الدراسات السابقة

أ. الدراسات الوطنية

- الدراسة الأولى: من إعداد " بن يحي سهام " الموسومة بـ " الصحافة المكتوبة وتنمية الوعي البيئي في الجزائر "، وكانت الدراسة على شكل دراسة لمضمون صحيفتين وطنيتين وهما " الشروق و LE MATIN " وصحيفتين جهويتين هما " آخر ساعة و L'EST REPUBLICAIN " رسالة ماجستير بقسم علم الاجتماع والديموغرافيا، جامعة منتوري قسنطينة، نوقشت في 2015، وتدرج هذه الدراسة في سياق الدراسات الوصفية التحليلية في المجال الإعلامي، والتي تهدف إلى رصد وتحليل خصائص المضمون المقدم على صفحات الصحف، حيث تدول مشكلة الدراسة حول أهمية الدور الذي تضطلع عليه الصحافة بنوعها " الوطني والجهوي " في تنمية الوعي البيئي لدى جماهير القراء خاصة، وتتمثل إشكالية الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي: ما هو الدور الذي تضطلع به الصحافة المكتوبة بشقيها الوطنية والجهوية في تنمية الوعي البيئي لدى أفراد المجتمع الجزائري ؟

واندرج تحت هذا التساؤل الرئيسي تساؤلات فرعية أخرى وهي كالتالي:

1. ما حجم اهتمام الصحافة المكتوبة بشقيها الوطنية والجهوية بقضايا البيئة ومشكلاتها ؟
2. ما هي القوالب الصحفية المستخدمة لعرض قضايا البيئة ومشكلاتها ؟
3. ما هي الصحافة المكتوبة الأكثر اهتماما بتنمية الوعي البيئي: الصحافة الوطنية أو الصحافة الجهوية ؟
4. ما هي المعلومات البيئية المقدمة في رسائل الإعلامية في الصحافة المكتوبة ؟
5. هل تساهم الصحافة المكتوبة بشقيها الوطنية والجهوية في إكساب الفرد اتجاهات إيجابية نحو البيئة ؟

واستخدمت الباحثة في هذه الدراسة منهج تحليل محتوى باعتباره أنسب المناهج لتحقيق أهداف الدراسة، أما عينة الدراسة فقد اختارت أربعة صحف جزائرية صادرة باللغتين العربية والفرنسية وهي الشروق و LE MATIN وهما صحفتين وطنيتين بالإضافة إلى يوميتين

جهوبتين هما آخر ساعة و L'EST REPUBLICAIN واختارت الباحثة أسلوب الدورة الذي يتم بطريقة منتظمة، وبذلك تحصلت على العينة بالطريقة العشوائية المنتظمة، حيث اختارت الأعداد الأولى للصحف الأربعة " محل الدراسة " عشوائياً وتم تحديد العينة كالتالي:

- جريدة الشروق: 12 عدد و LE MATIN: 7 أعداد

- يومية آخر الساعة: 8 أعداد و L'EST REPUBLICAIN: 12 عدد

وكانت النتائج المتوصل إليها في هذه الدراسة كالتالي:

1. ينخفض حجم اهتمام الصحف المكتوبة بالقضايا البيئية ومشكلاتها ومن ثمة ينخفض دورها في تنمية الوعي البيئي لدى أفراد المجتمع.
 2. لا تختلف الصحافة الوطنية والجهوية من حيث اهتمامها بقضايا البيئة ومشكلاتها.
 3. يعتبر الخبر الصحفي أكثر القوالب استخداماً في تغطية القضايا البيئية ومشكلاتها وذلك بالرغم من كون المقال أو التحقيق الصحفي أكثر ملائمة لهذه القضايا التي تتطلب الشرح والتفسير والتحليل.
 4. تنخفض نسبة المعلومات البيئية المختلفة المقدمة في الرسائل الإعلامية بالصحف الجزائرية " محل الدراسة "، ومن ثمة ينخفض دورها في نشر الوعي البيئي لدى أفراد المجتمع.
 5. ينخفض حجم اهتمام الصحف الجزائرية المكتوبة " محل الدراسة " بتكوين اتجاهات إيجابية نحو البيئة لأفراد المجتمع ومن ثمة ينخفض دورها في تنمية وعيهم البيئي.
- وكنتيمة عامة خلصت إليها هذه الدراسة هو أن انخفاض اهتمام الصحف الجزائرية المكتوبة بالبيئة ومشكلاتها وعدم اعتمادها على الخبراء والمختصين في مجال البيئة، بالإضافة إلى إهمالها لوسائل الإبراز يقلل من فعالية تغطياتها الإعلامية للقضايا البيئية وبالتالي انخفاض دورها في نشر الوعي البيئي لأفراد المجتمع.

- الدراسة الثانية: من إعداد " كيجل فتيحة " الموسومة بـ " الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي " دراسة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك أنموذجاً)، في إطار

نيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر باتنة في السنة الجامعية 2011-2012، وتدور إشكالية الدراسة حول الإعلام الجديد بصفة عامة، وموقع الفايسبوك بصفة خاصة، ومدى مساهمة هذا الأخير في بناء الخلفية الثقافية حيال قضايا البيئة، وبلورة ونشر الوعي البيئي لدى الجمهور المستخدمين الجزائريين، وفي هذا السياق تمحور التساؤل الرئيسية لهذه الدراسة لهذه الدراسة في: **كيف يؤدي استخدام موقع الفايسبوك كأحدى تطبيقات الإعلام الجديد في نشر الوعي البيئي لدى جمهور المستخدمين الجزائريين ؟** واندراج تحتها ثلاث تساؤلات جزئية هي كالتالي:

أ. تساؤلات خاصة بالاستخدامات

1. ما هي أنماط وطرق استخدام موقع الفايسبوك بما يؤدي إلى خلق الوعي البيئي لدى جمهور المستخدمين الجزائريين ؟
2. ما هي عادات تعرض المستخدمين الجزائريين لموقع الفايسبوك ؟
3. ما هي دوافع استخدام هذا الموقع بالذات فيما يتعلق بموضوع حماية البيئة ونشر الوعي البيئي ؟

ب. تساؤلات خاصة بالإشباع

1. ما هي طبيعة الإشباع المحققة لجمهور المستخدمين الجزائريين من خلال موقع الفايسبوك ؟

- ج. ما هو الدور الذي يلعبه هذا الموقع لترقية وترسيخ الوعي البيئي لدى جمهور المستخدمين الجزائريين ؟

وتهدف هذه الدراسة إلى الوقوف على مختلف الأطر والمداخل النظرية لفهم الإعلام الجديد والسياقات التاريخية التي ظهر وتبلور فيها من جهة، ومن جهة أخرى تهدف إلى تحديد تطبيقات الإعلام الجديد، التي بإمكانها خلق الوعي البيئي، بالإضافة إلى:

1. الوقوف على كفاءات وأنماط استخدام موقع " الفايسبوك " من قبل جمهور المستخدمين الجزائريين.

2. التعرف على اهتمامات المستخدمين خاصة المتعلقة بقضايا البيئة ونشر الثقافة والوعي البيئي عبر صفحات موقع " الفاييسبوك " .

3. معرفة الدور الذي يؤديه موقع " الفاييسبوك " لخدمة الإرشاد البيئي.

وجرت الدراسة في مدينة قسنطينة ما بين شهري سبتمبر 2011 وماي 2012، وبما أن هذه الدراسة تتدرج في الدراسات الوصفية، فاعتمدت الباحثة على منهج المسح بالعينة، أما أداة الدراسة فتم استعمال الملاحظة كأداة ووسيلة لجمع المعلومات في مختلف مجالات البحث العلمي ومن بينها الإعلام، كذلك استعملت الاستبيان كأداة أساسية في الدراسة، واحتوى على 32 سؤال موزعة على أربعة محاور (الاستخدامات، العادات والأنماط، الإشباع، دور الفاييسبوك في نشر الوعي البيئي)، أما عينة الدراسة فقد استخدمت الباحثة العينة العرضية ويقدر حجمها بـ 200 مفردة، وتم التوصل إلى النتائج التالية:

- تعد مواقع التواصل الاجتماعي أكثر المواقع استخداماً لدى المبحوثين حيث يأتي موقع الفاييسبوك في مقدمة المواقع الأكثر ولوجاً وذلك غالباً بصفة منتظمة بنسبة 44.62%.
- كما يعد الحجم الساعي الذي يقضيه المبحوثين عبر هذا الموقع كبيراً حيث يفوق الساعتين في معظم الأحيان وذلك بنسبة 50%.
- أما فيما يخص الإشباع فإن الإشباع المعرفية هي أكثر أنواع الإشباع المحققة لأفراد العينة والتي تشمل أساساً زيادة الوعي البيئي بنسبة 43.54%، وتليها الإشباع الاجتماعية حيث يعد التعرف على أشخاص من ذوي الاهتمامات البيئية أكثر الإشباع التي يسعى لبلوغها المبحوثين في المجال البيئي بنسبة 61.21%.
- إن غالبية الإشباع الإعلامية المحققة للمبحوثين في المجال البيئي هي الاطلاع على الأحداث البيئية في العالم بنسبة 46.23% في حين تذيلت الإشباع النفسية مؤخرة الترتيب.
- كما أقر المبحوثين وبنسبة عالية بأن موقع الفاييسبوك يساهم في نشر الوعي البيئي لديهم وذلك بنسبة جد عالية قدرت بـ 74.19%.

ب. الدراسات العربية

- **الدراسة الأولى:** أجرى الصباريني والخليبي وعوده سنة 1988 ، وهدفت الدراسة إلى تقصي مستوى المعلومات البيئية لدى طلبة المرحلة الجامعية الأولى في جامعة اليرموك، على عينة تألفت من (1417) طالباً وطالبة من كليات الجامعة المختلفة واستخدم الباحثان قائمة للمعلومات البيئية لجمع البيانات اللازمة لدراساتهم، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن مستوى المعلومات البيئية لدى الطلبة كانت أدنى من المتوسط، كما توصلت إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير الجنس، في حين وجد فروق دالة إحصائية تعزى للمستوى الدراسي، وقد كان لصالح مستوى السنة الرابعة، كما أظهرت فروق دالة إحصائية تعزى لنوع الكلية وقد كان لصالح الكليات العلمية.

- **الدراسة الثانية:** دراسة العنانزة 2004 هدفت بشكل أساسي إلى التعرف على دور الإعلام في التوعية البيئية في الأردن، وذلك من خلال مراجعة الموضوعات المتعلقة بالإعلام البيئي في وسائل الإعلام المتمثلة بالصحف والمجلات، والإذاعة، والتلفاز، والمؤتمرات، والندوات البيئية، حيث قدمت هذه الوسائل ما يزيد عن 160 موضوعاً خلال المدة من (1990 - 2000) كان لها دور مهم في تطوير النظرة الايجابية للبيئة لدى الأردنيين، حيث بلغت عينة الدراسة (1000) مواطن، من سكان المحافظات الأربعة الأكبر سكانياً في الأردن وهي: عمان، إربد، الزرقاء، والكرك. وأشار 6.77 % من حجم العينة إلى أهمية دور وسائل الإعلام في التوعية البيئية، وأكد ما نسبته 7.78 % منهم إلى فاعلية الإعلام البيئي في الأردن في متابعة قضايا البيئة ومشكلاتها، في حين أكد 5.82 % على دور الإعلام الواضح في التنقيف البيئي، ولم يكن هناك فروق ذات دلالة إحصائية لتصورات أفراد العينة، إزاء دور وسائل الإعلام في التنقيف البيئي، لمتغيرات المحافظة، المؤهل العلمي، مستوى تعليم الأب، ومستوى تعليم الأم، إلا أن النتائج دلت على وجود مثل هذه الفروق لمتغيرات الجنس، ومكان الإقامة، ومهنة الأب، والدخل الشهري.

ج. الدراسات الأجنبية

- الدراسة الأولى: دراسة قم بها " موسوثوين Mosothwane " سنة 1991، وهدفت الدراسة إلى مساعدة الطلاب المعلمين على الوعي البيئي ومحو جهلهم البيئي وتحديد اتجاهاتهم نحو التربية البيئية، من خلال تحليل محتوى معرفي عن البيئة، وقد تكونت عينة الدراسة من 112 طالباً وطالبة، من الطلاب المعلمين الذين تم اختيارهم من أربع كليات لتدريب المعلمين في تبسوانا، واستخدم الباحث ثلاثة أدوات لتقييم المحتوى المعرفي لدى عينة الدراسة عن البيئة واتجاهاتهم نحوها، ونحو تدريسها، وعن اهتمامهم بنوعية البيئة، وقد كشفت نتائج الدراسة عن أن معرفة المعلمين بالبيئة كانت جيدة، ووجد لدى عينة الدراسة اتجاهات إيجابية نحو دراسة مساقات تتعلق بالبيئة، إضافة إلى وجود رغبة لديهم في استثمار الوعي البيئي في حل المشكلات البيئية التي تعاني منها تبسوانا.

- الدراسة الثانية: في حين أجرى " أركوري وجنسون Johnson & Arcury " سنة 2006 دراسة هدفت إلى التحقق من مستوى المعلومات البيئية لدى الرأي العام، ولتحقيق هذا الهدف تم اختيار عينة تكونت من 680 فرداً من سكان ولاية كنتاكي، وقد استخدم الباحثان مقياس مكونة من خمسة مجالات هي: البيئة العامة للولايات المتحدة الأمريكية، والطاقة، والبيئة العامة لولاية كنتاكي، وأسباب تلوث الماء في الولاية، وأسباب تلوث المياه الجوفية، وبعد جمع البيانات تم التوصل إلى وجود علاقة إيجابية بين المعلومات البيئية والمستوى التعليمي، وكذلك وجود فروق دالة إحصائية تعزى لمتغير الجنس لصالح الإناث من حيث الوعي البيئي، في حين لم تظهر النتائج فروق تعزى للعمر أو مكان السكن.

✓ أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة

كما أشرنا سابقاً أن مرحلة التعرف على الدراسات السابقة تمثل مرحلة أساسية في البحث العلمي من خلال مساهمتها في رسم خريطة البحث، ومن خلال هذا البحث فقد تم الاستفادة من الدراسات السابقة فيما يلي:

- تتشابه هذه الدراسة مع الدراسات السابقة في الآتي: من حيث الهدف الذي تسعى إلى تحقيقه، والمتمثل بالتعرف على معرفة مستوى الوعي البيئي.
- استفاد الباحث من خلال الدراسات السابقة في تكرين خلفية نظرية عن الدراسة وفي بناء وصياغة الإشكالية، وتحديد أهم متغيرات الدراسة، وأهم المراجع في الإعلام الجديد والإعلام البيئي بصفة خاصة.

❖ ثامناً : المقاربة النظرية

إن ما يقصد بالاقتراب النظري للدراسة، هو مجموعة المفاهيم التي بواسطتها نحقق ونبني بها موضوع بحثنا، حتى تكتسي الحقائق طابعاً علمياً، فما من شك أن النظرية توفر التفسيرات المنطقية للحقائق أو كما يقول " تيرنر " **G.TURNER** أن من مهام النظرية "تنظيم أحداث الظاهرة الاجتماعية من أجل تكوين رؤى لدراساتها"¹.

1- نظرية التأثير المباشر

تقوم هذه النظرية على " أن نظرية التأثير المباشر ترى أن علاقة الفرد بمضمون الوسيلة الإعلامية هي علاقة تأثر مباشر وتلقائي، فالإنسان الذي يتعرض لأية وسيلة إعلامية سواء كانت جريدة أو إذاعة أو تلفزيون يتأثر بمضمونها مباشرة وخلال فترة قصيرة فمثلاً: إذا ما شاهد الإنسان في التلفزيون مشاهد عنف وقتل فانه بالضرورة وبناء على هذه النظرية سوف يحاكيها ويحاول تطبيقها في الواقع"²، إلى جانب ذلك تشكل " هذه النظرية التي تسمى أيضاً بنظرية الطلقة أو الحقنة تحت الجلد أو القذيفة السحرية تقوم على أساس أن الرسائل الإعلامية هي مثيرات تصدرها وسائل الإعلام ويتلقاها الأفراد ويستجيبون لها استجابة فورية نتيجة التعرض لهذه الوسائل"³، وتقوم نظرية التأثير المباشر على العديد من الافتراضات يمكن أن نلخصها في النقاط التالية:

✓ " إن وسائل الإعلام تقدم رسائلها إلى الأعضاء في المجتمع الجماهيري الذين يدركون تلك الرسائل بشكل متقارب.

✓ إن هذه الرسائل تقدم مؤثرات أو منبهات تؤثر في مشاعر وعواطف الأفراد وبقوة.

✓ إن هذه المنبهات تقود الأفراد إلى الاستجابة بشكل متماثل إلى حد ما وتخلق تغيرات في التفكير والأفعال بشكل متماثل عند كل الأفراد.

¹ - خليل عمر، أزمة النظرية المعاصرة في علم الاجتماع، دراسات عربية، دار الطليعة، بيروت، 1981، ص: 78.

² - محمد بن عبد الرحمان الحضيف، كيف تؤثر وسائل الاعلام ؟ " دراسة في النظريات والأساليب، ط2، مكتبة العبيكان، الرياض، 1979، ص: 40.

³ - محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، القاهرة، 2004، ص: 84.

✓ إن تأثيرات وسائل الإعلام قوية ومتماثلة ومباشرة ويرجع ذلك إلى ضعف وسائل الضبط الاجتماعي مثل التقاليد والعادات المشتركة¹.

تم الاستعانة بتطبيق نظرية التأثير المباشر على موضوع هذه الدراسة الموسومة بـ " الوسائط الاجتماعية ودورها في نشر الوعي البيئي "، وذلك لتوضيح حجم العلاقة بين معدلات الاستخدام ونوعية الوسائط الاجتماعية ومقدار التفاعل معها، بأنها علاقة تأثير مباشر وتلقائي بحيث ترسل رسائل قد تؤثر على الوعي البيئي، ليضمن استجابة فورية من الجمهور وتظهر هذه الاستجابة من خلال الجوانب المتعددة التي مسها التأثير والتغيير من لغة ومعايير والعادات والتقاليد وملبس ومعظم اتجاهات وسلوكيات الطلبة من حيث المضمون والمظهر، وهنا نذكر ما سببته الوسائط الاجتماعية في تأثير على الجمهور وتوجيه الرأي العام.

2- نظرية الاستخدامات والاشباعات:

ظهرت لأول مرة في كتاب بعنوان " استخدام وسائل الاتصال الجماهيري " من تأليف (كاتزوبلومر) وركز فيه على " فكرة أساسية مفادها تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب ودوافع الفرد من التعرض إليها من جانب آخر"²، وتجيب هذه النظرية على سؤال مهم وهو: لماذا يتصل الناس بالإعلام؟، وما هي الاحتياجات التي تجعل الأفراد يقومون بذلك؟، وما الذي يفعله الإعلام بالناس؟، فالنظرية تحاول أن تستكشف كيف ولماذا يستخدم الأفراد وسائل الإعلام وأهم دوافع التعرض التي تدفعهم للجلوس أمام التلفاز أو قراءة الصحف³، وتؤكد " معظم الدراسات التي تناولت مدخل الاستخدامات والاشباعات أن مفهوم الجمهور النشط لا يتعلق باختيار الرسالة الإعلامية التي تشبع رغباته فحسب، بل يخص أيضا المعاني التي تفسر هذه الرسائل، وبالتالي فتفسير الرسالة الإعلامية يتحدد على ضوء الاستعداد الذهني للأفراد الجمهور الذي تحققه الاستعدادات النفسية والعلاقات الاجتماعية

¹ - محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، دار العالمية للنشر والتوزيع، ب ب، 2003، ص: 246.

² - المرجع نفسه، ص: 75.

³ - رضا عكاشة، تأثيرات وسائل الاعلام من الاتصال الذاتي إلى الوسائط الرقمية المتعددة، المكتبة العالمية للنشر والتوزيع، ب ب، 2006، ص: 193.

والمحيط الذي يعيش فيه الفرد فضلا عن نوعية الرسائل الإعلامية، ومدى توافقها وتعارضها مع اتجاهات الجمهور "1.

ويرى العالم السوسيولوجي **Blumler** " أن المقصود بالنشاط عند الجمهور هو الدافع الأساسي للتعرض لوسائل الاعلام، إضافة إلى الانتقاء بين الوسائل والرسائل الإعلامية المختلفة التي يمكن أن تحدث وقت التعرض لوسائل الاعلام، وحيث أن الإدراك هو إدراك انتقائي، فالإنسان يدرك ما يختاره ويختار ما يدركه تبعاً للفروق الفردية والثقافية في تحديد الإدراك الحسي الشخصي "2.

إن هذه النظرية " تقوم على مبدأ أن الدوافع النفسية هي التي تحرك الفرد لتلبية حاجات معينة في وقت معين فأصبحت بذلك رغبة الفرد في إشباع حاجات معينة من التعرض لوسائل الإعلام في الإطار العام للعلاقة بين تعرض الفرد لوسائل الإعلام ومحتواها "3، وتركز هاته النظرية بشكل أساسي على " الأسباب الخاصة بهذا التعرض في محاولة للربط بين هذه الأسباب والاستخدام "4.

ومن خلال جملة من البحوث والدراسات كشف الباحثين أن النظرية عن " ثلاث أسباب تدفع بالجمهور إلى الإقبال على التلفزيون وهي: (التعويض - تحقيق الرغبة - النصيحة).

1. **التعويض:** يتم ذلك من خلال إيجاد فرد أو شخص عبر برنامج معين يدعم أفكارنا وبالتالي فإن هذا الشخص المحصور داخل الصندوق الصغير يمثل أفكارنا فنرى أنفسنا فيه.

2. **تحقيق الرغبة:** إن الإقبال على مشاهدة التلفزيون يعطي للفرد إحساسا بتحقيق رغباته نوعا ما وذلك من خلال رؤيته لأناس يتواجدون في بيئة يود أن يكون فيها، وبالتالي يمنح الفرد الفرصة للتخيل.

1- حسن حمدي، وظائف الاتصال الجماهيري، دار الفكر العربي، القاهرة، 1991، ص: 15.

2- أبو عزام، نظريات التأثير الإعلامية المفسرة لسلوك الجمهور، منتديات المنشاوي، 2006، ص: 10.

3- محمد فلجي، صناعة العقل في صناعة الشاشة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2002، ص: 84.

4- محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص: 271.

3. **النصيحة:** إن عرض التلفزيون لبعض البرامج التي قد تحمل حلاً لمشكلة ما، أو تعالج قضية ما، قد يجيب على سؤال ما يدور في ذهن الفرد، أو يجعله مستعداً إذا ما تعرض لنفس الموقف¹.

وتقوم نظرية الاستخدامات والاشباع على مجموعة من الافتراضات، لخصها محمود حسن إسماعيل في كتابه " مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير " في النقاط التالية:
إن أعضاء الجمهور فاعلون في عملية الاتصال.

➤ الربط بين الرغبة في إشباع حاجات معينة واختيار وسيلة إعلام محددة يرجع إلى الجمهور نفسه وتحدده الفروق الفردية.

➤ التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الوسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليس العكس.

➤ يكون الجمهور على علم بالفائدة التي تعود عليه وبدوافعه واهتماماته

➤ الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل التي تقدمها وسائل الإعلام².

ويضيف: " أن هذه النظرية تقوم على تحقيق ثلاث أهداف رئيسية:

1. التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام.

2. توضيح دوافع استخدام وسيلة بعينها من وسائل الإعلام والتفاعل مع نتيجة هذا

الاستخدام أما الهدف الثالث فهو التركيز على فهم عملية الاتصال الجماهيري يأتي

نتيجة لاستخدام وسائل الاتصال الجماهيري³.

تقودنا نظرية الاستخدامات والاشباع التي تبحث عن العلاقة بين الاستخدام والإشباع أي

دراسة العلاقة بين استخدامات الوسائط الاجتماعية، وأثرها في تحقيق اشباع من شأنها الرفع من مستوى الوعي البيئي.

¹ محمد فلجي، مرجع سابق، ص ص: 84 - 85.

² محمود حسن إسماعيل، مرجع سابق ص: 254.

³ - المرجع نفسه، ص: 256.

الفصل الثاني
الإعلام البيئي والوسائط
الاجتماعية

تمهيد الفصل

نتناول في هذا الفصل إلى مجموعة من العناصر التي تفسر الإعلام البيئي والوسائط الاجتماعية بصفتها متغير مستقل في دراستنا، لذلك حاولنا إبراز وتسلط الضوء عليها لارتباطها الوثيق بالموضوع المدروس ارتباطاً لا يخلو من التأثير، ولأنها ذات أهمية أساسية في عملية البناء، وهي بمثابة جزء لا يمكن الاستغناء عنه في ضوء الإطار النظري للدراسة ساهم كثيراً في تشكيل معارفنا ومفاهيمنا عن الحياة الاجتماعية، وعليه تم تقسيم الفصل إلى المحاور التالية:

- ❖ أولاً: مفهوم الإعلام والإعلام البيئي
- ❖ ثانياً: نشأة وتطور الإعلام البيئي
- ❖ ثالثاً: الإعلام البيئي في الفضاء العربي
- ❖ رابعاً: الوسائط الاجتماعية " المفهوم والخصائص "
- ❖ خامساً: أنواع الوسائط الاجتماعية " شبكات التواصل الاجتماعي "
- ❖ سادساً: آليات تعزيز دور الإعلام البيئي

❖ أولاً : مفهوم الإعلام والإعلام البيئي

أ. مفهوم الإعلام

يشكل مفهوم الإعلام في عالمنا المعاصر إحدى أهم المفاهيم التي أخذت حيزاً كبيراً من الدراسات الإعلامية والاجتماعية نظراً لأهميته في الحياة الاجتماعية للأفراد، من هذا المنطلق تعددت المفاهيم والاطروحات النظرية للباحثين في تحديد مفهوم الإعلام، ونحاول طرح بعض المفاهيم التي ركزنا عليها في دراستنا وهي كالتالي:

يرى (إبراهيم إمام) " أن كلمة الإعلام تعبر عن ظاهرة الاتصال الواسع باعتبارها إدلاء من جانب واحد لا يعبر عن التفاعل والمشاركة وهذا على عكس الاتصال والتي تعني التفاعل والمشاركة"¹.

يعرفه (أوتوجروث) على أنه " تعبير موضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت"²، كما يعرفه عبد اللطيف حمزة " بأنه تزويد للجماهير بالمعلومات والحقائق الصحيحة"³.

ويعرفه (سمير حسين) على أنه " مجمل أوجه النشاط الاتصالية الهادفة إلى تزويد الجمهور بكافة المعلومات والحقائق الواقعية الصحيحة قصد خلق أكبر درجة من المعرفة والوعي والادراك للفئات المتلقية للمادة الإعلامية حول كل القضايا والموضوعات والمشكلات المثارة"⁴.

ومن نستطيع القول بأن الإعلام

¹ - إبراهيم إمام، الإعلام والاتصال الجماهيري، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، 1969، ص: 27 - 28.

² - عاطف عدلي العبد، الاتصال والرأي العام، ص: 6.

³ - المرجع نفسه، ص: 16.

⁴ - سمير محمد حسين، الإعلام والاتصال بالجماهير والرأي العام، عالم الكتب، القاهرة، 1984، ص: 21.

ب. مفهوم الإعلام البيئي

الإعلام البيئي هو " أحد تخصصات الصحافة والإعلام وبدأ يظهر بعد مؤتمر البيئة في ستوكهولم عام 1972 وهو يختص بالقضايا والموضوعات ذات الصلة بالطبيعة والبيئة وانعكاس حالتها على مجمل الحياة البشر (الصحية والاقتصادية والعلمية والسياحية والثقافية وتراثية وغيرها) وهو أيضا حلقة وصل بين العلوم المتعلقة بالبيئة والجمهور ويهدف إلى تشكيل الرأي العام للمجتمع في هذا الاتجاه"¹.

ويظهر الضغوط الاجتماعية والاقتصادية والسياسية على البيئة ومكوناتها وعناصرها وانتشار الكوارث التلوث البيئي وحاجة المجتمعات إلى الاخبار البيئية وشغف الاطلاع ومعرفة تأثيرات الكوارث والحوادث التلوث البيئي الانية عليهم وحب الاستشراف المستقبل فيما يتعلق بتأثير التلوث على البيئة والبيئة الطبيعية والتغيرات المناخية على العالم بسبب التلوث وتأثيرات ذلك على الاقتصاد والحالة الاجتماعية ... الخ.

ظهر المصطلح الاعلام البيئي وأخذ هذا المصطلح بالتطور المتواتر في التعريف والمفهوم والاستخدام منذ سبعينات القرن الماضي فبعدها كان نقلا للخبر البيئي والإثارة الصحافية لمزيد من المبيعات أصبح له سياسات وخطط ووظف لتحقيق أهداف مختلفة وكما للإعلام بمفهومه الحديث (الاعلام التنموي) والذي يساعد الناس على تكوين رأي صائب في المضمون الواقع أصبح الإعلام البيئي أداة تعمل على توضيح المفاهيم البيئة من خلال إحاطة الجمهور المتلقي والمستهدف للرسالة والمادة الاعلامية البيئة بكافة الحقائق والمعلومات الموضوعية الصحيحة بما يسهم في تأصيل التنمية البيئية المستدامة وتنوير المستهدفين لتكوين رأي الصائب في الموضوعات والمشكلات البيئية المثارة والمطروحة في حال عدم تسييسها وتوجيهها لخدمة أغراض أخرى"².

¹ - علي عبد الفتاح كنعان، الإعلام البيئي، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص ص: 114 - 115.

² - محي الدين إسماعيل محمد، دور الإعلام البيئي في الحفاظ على البيئة " الإعلام البيئي "، ط1، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، 2014، ص ص: 35 - 36.

❖ ثانياً : نشأة وتطور الإعلام البيئي

ترجع الاصول الأولى لاهتمام " وسائل الاعلام بالبيئة إلى فترة السبعينيات في القرن التاسع عشر 1870 وذلك في مدينة (ميني سوتا) بالولايات المتحدة الأمريكية، فالمدينة اهميتها في تاريخ العلاقة بين وسائل الاعلام والصراع الدائر بشأن البيئة، فقد أسس (Holck) مجلة عنيت بقضايا البيئة وعلى وجه التحديد الحياة البرية في المدينة، والمجلة التي اختفت تماما من الوجود تركت أثراً كبيراً في تشكيل جماعات حماية البيئة لمدة طويلة بعد اختفائها، وفي إنجلترا أنشأ (إدوارد هيث) رئيس وزراء بريطانيا وزارة خاصة بالبيئة في أوائل السبعينات من القرن الماضي، وبدأ الصحفيون والإعلاميون يهتمون بمعالجة القضايا البيئية على نحو مختلف عندما أولت ملكة إنجلترا والأمير تشارلز شرعية للقضايا البيئية التي تبنتها جماعات الضغط¹.

ويؤكد " الخبير البيئي الدكتور (عصام الحناوي) أن الإعلام عن قضايا البيئة ليس جديداً ، فمنذ أكثر من مئة عام أنشأت جمعيات أهلية للحفاظ على البيئة البرية وكان من نشاطاتها إعلان الناس عن فوائد الحياة البرية وضرورة صونها، واتخذت تلك الجمعيات من الصحافة والمجلات العامة وسائط لنشر رسالتها، وأصدر البعض منها المجلات العلمية العامة التي أولت البيئة الطبيعية اهتماما خاصا، مثل الجغرافيا الوطنية التي أصدرت في أمريكا².

ويمكن تقسيم مراحل تطور الإعلام البيئي إلى³:

- المرحلة الأولى: وهي التي تناولت القضايا البيئية المنبهة والمثيرة فور حدوثها.
- المرحلة الثانية : وهي مرحلة الإعلام المتخصص والموجه إلى قطاع معين من المهتمين والمتخصصين وما صاحبه من اهتمام إخباري محدود.

¹ - إبراهيم حمادة بيسوني، دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2008، ص ص: 511 - 512.

² - أسماء عبادي، المعالجة الإعلامية لتلوث الصناعي في الصحافة الجزائرية " دراسة تحليلية لجريدة الوطن الجزائرية "، مذكرة ماجستير، غير منشورة، قسم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري قسنطينة، 2010، ص: 86.

³ - سناء محمد الجبور، مرجع سابق، ص: 123.

➤ المرحلة الثالثة : هي مرحلة الإعلام الجماهيري الواسع الانتشار والذي يهدف إلى بلورة

رؤية معينة لدى جمهور المتلقين من خلال مستويين:

- المستوي الإخباري.

- مستوى خلق رأي حول القضايا والموضوعات البيئية.

وقد ازداد اهتمام وسائل الإعلام بقضايا البيئة في منتصف القرن العشرين، بعد أن أخذت القضايا البيئية الصبغة الدولية بعد سلسلة الندوات والمؤتمرات التي تناولت وبحثت سبل الحفاظ على البيئة والتي لا يمكن أن تتجسد فعليا وعلى أرض الواقع، إلا من خلال نشر معالم الوعي البيئي بمكوناته المختلفة التعليم والتربية البيئية، وكذا الإعلام البيئي، وفي ما يأتي أهم هذه الندوات والمؤتمرات:

أ. مؤتمر ستوكهولم

عقد هذا المؤتمر بمدينة ستوكهولم السويدية في جوان 1972، وقد منح هذا المؤتمر البيئة متسعا، حيث أصبحت تدل على أكثر من مجرد عناصر طبيعية (ماء، هواء، تربة، معادن مصادر الطاقة، نباتات، حيوانات) بل هي رصد الموارد المادية والاجتماعية المتاحة في وقت ما لإشباع حاجات الإنسان، ويعد هذا المؤتمر حل وسط بين اهتمامات الدول النامية والمتطورة فهو يوازن بين أهمية تعهد الدول لحماية الموارد البيئية والحد من التلوث وبين أهمية التنمية الاقتصادية من ناحية أخرى¹.

¹ - رابح هزلي، التلوث الصناعي وأثره على صحة السكان، مذكرة ماجستير، غير منشورة، قسم علم الاجتماع، جامعة منتوري قسنطينة،

ب. مؤتمر ريرديجانيرو

" انعقد بالبرازيل في 1 جوان 1992 ويطلق عليه مؤتمر الأرض، حيث دعت إليه هيئة الأمم المتحدة وقد شكل محطة مهمة في الاهتمام بالبيئة على المستوى العالمي، وذلك باعتباره أول مؤتمر تصادق فيه جميع دول العالم على مبدأ التنمية الدائمة التي تربط البيئة بالتنمية.

ج. بروتوكول كيوتو

وعقد بمدينة طوكيو اليابانية عام 1997، وجاء كنتيجة لقلق المجتمع الدولي بشأن كوكب الأرض خاصة أن التغيرات المناخية بلغت ذروتها، وأصبحت مشكلة اتساع ثقب الأوزون تهدد الحياة على سطح الأرض، وقد تضمن المؤتمر مفاوضات واتفاقيات للبحث عن إيجاد طريقة قانونية أو نص قانوني من أجل البحث عن حلول لظاهرة التغير المناخي.

د. مؤتمر جوهانسبورغ

انعقد في الفترة ما بين شهر أوت وسبتمبر عام 2002، وقد أكد المؤتمر على ضرورة حماية الموارد البيئية، وإدماج البيئة والتنمية في صنع القرار، وكذا اعتماد مبدأ الوقاية البيئية كجزء رئيسي في التنمية¹.

هـ. قمة كوبنهاغن

انعقد هذا المؤتمر بالدانمارك عام 2009 وبحضور 192 دولة، من أجل الخروج باتفاق حول الحد من إرتفاع درجة حرارة الأرض، والتقليل من حدة التقلبات المناخية، التي تضررت منها بشكل أكبر الدول الفقيرة.

وقد تصاعد الاهتمام الإعلامي بقضايا البيئة بشكل متسارع بعد اكتشاف الآثار السلبية المدمرة للبيئة، الناتجة عن التطبيقات المعاصرة للتكنولوجيا المتقدمة، والسلوكيات الإنسانية

¹ - رابح هزلي، مرجع سابق، ص ص : 89 - 91.

الخاطئة مما تطلب قيام وسائل الإعلام بالاهتمام بالبيئة وقضاياها، ولم يقتصر دور الإعلام على نقل المعارف والمعلومات، بل تمكن في بعض الأحوال من إرغام بعض المسؤولين عن المشكلات البيئية والتلوث الناتج عنها على العمل للحد منها.

ويحسب للإعلام دوره في الضغط على الحكومات في بعض الدول للتعامل مع بعض المشكلات البيئية القومية والإقليمية (مثل تدفق المساعدات على الدول الإفريقية التي تعرضت للجفاف الشديد في السبعينات والثمانينات من القرن الماضي)، ولقد تطور الإعلام البيئي كثيراً، فأصبح يعتمد على الإذاعة والتلفزيون والانترنت، وأصبح الإعلام البيئي أحد المقومات الأساسية للحفاظ على البيئة¹.

¹ - أسماء عبادي، مرجع سابق، ص: 86.

❖ ثالثاً : الإعلام البيئي في الفضاء العربي

" بات من الصعب الحديث عن هوية خاصة للإعلام البيئي العربي، مشابهة مثلاً لهوية الإعلام السياسي أو الثقافي أو الاقتصادي أو الفني أو الاجتماعي أو حتى الرياضي، فالهوية الإعلامية تتطلب وجود بعض الشروط الأساسية لاعتبارها هوية مستقلة ومميّزة، بما فيها أنماط إعلامية احترافية تتعلق بكيفية تقديم الخبر والتحليل، تنطلق من إطار معرفي محدد للقضايا البيئية، كما أنه لا بد من وجود قاعدة من الإعلاميين المحترفين والمدربين والمتخصصين بشؤون البيئة ومن أن يكون لهذا الإعلام القدرة على التأثير في التوجهات العامة، والمهم أيضاً لاستحقاق صفة (الإعلام البيئي) أن تكون هناك وتيرة متواصلة للنشر، وليس مجرد أخبار وتعليقات متفرقة ومتباعدة وغير منتظمة، وفي حقيقة الأمر، فإن هذه العوامل تكاد لا تتوافر في معظم الإعلام العربي حين يتعاطى مع مواضيع البيئة، بعكس القطاعات الأخرى، كما ترتبط مشكلة الإعلام البيئي العربي بمشكلة الإعلام العلمي عموماً، الذي لا يجد له مكانة واضحة على الساحة الإعلامية العربية"¹.

وبالرغم من " أن ورود كلمة (بيئة) تزايد آلاف المرات في وسائل الإعلام العربية خلال السنوات الماضية، إلا أن طريقة معالجة هذا الموضوع بقيت في معظم الحالات مرتبطة بالخبر وردود الفعل الآنية على تطورات دولية وكوارث، وقد ساهمت المؤتمرات الدولية الكبرى حول البيئة والتنمية، منذ قمة الأرض عام 1992 ومشاركة الدول العربية فيها، وتوقيعها على معظم المعاهدات البيئية الدولية التي تمخضت عنها، بتوسع وسائل الإعلام العربية في الكلام عن الموضوع، لكن هذا انحصر غالباً بصيغة نقل الخبر عن الوكالات الأجنبية، أو بالبيانات عن مشاركة الوفود الرسمية، ويلاحظ أن معظم وسائل الإعلام العربية تكتفي بنقل الكلمات الافتتاحية العامة للمسؤولين السياسيين في المؤتمرات والاجتماعات البيئية، وتهمل ما يقوله الخبراء، وهو لب الموضوع"².

¹ - نجيب صعب، البيئة العربية " تحديات المستقبل "، المنتدى العربي للبيئة والتنمية، بيروت، 2008، ص: 1.

² - المرجع نفسه، ص: 23 - 24

أكدت "رسالة الماجستير التي قدمتها الباحثة مها (محمود صباغ)، وهي الأولى من نوعها في الإدارة البيئية في جامعة الخليج العربي، بعنوان "أولويات قضايا البيئة المحلية في الصحافة البحرينية"، أن الاتجاهات البيئية في الصحافة العربية لا ترقى إلى المستوى المطلوب بعد، ولا تتناسب مع حجم التحديات"¹.

وتوصل استطلاع أجرته مجلة (البيئة والتنمية) في خمسة عشر بلداً عربياً، وشارك فيه الباحث، استناداً إلى مراجعة محتوى وسائل الإعلام المحلية في الفترة ما بين تشرين الثاني 2005 وأيلول 2006، إلى جملة استنتاجات من أبرزها: "إن أقل من عشرة في المئة من الصحافة العربية تخصص محرراً لشؤون البيئة والتنمية المستدامة، والنسبة نفسها من الصحف تخصص صفحة أسبوعية أو دورية أو مساحة محددة لشؤون البيئة، وحتى الصحف التي تخصص صفحة دورية للبيئة، تلغيها عند ضغط الأحداث السياسية والاقتصادية والإعلانات، وغالباً ما تصدرها لفترة ثم تتوقف، أما نهائياً أو لتعود بعد شهور أو سنوات، وهذا لا يمكن أن يحصل مع الصفحات الثابتة للسياسة والاقتصاد والرياضة والمجتمع مثلاً، كما ترتبط كثير من صفحات البيئة في الصحافة العربية بدعم أجهزة البيئة الحكومية، مما يفقدها الحيادية ويجعلها عاجزة عن توجيه النقد إلى هذه الأجهزة، كما أنه ليس هناك مجلة عربية إقليمية مختصة بموضوع البيئة، توزع على نطاق واسع في العالم العربي، ويمكن الحصول عليها من منافذ بيع الصحف الرئيسية إلى جانب المجلات الأخرى، مع الإشارة إلى أن هناك نحو خمسين مجلة ونشرة حول العالم العربي تحمل في عنوانها كلمة "بيئة"، لكن معظمها يصدر عن جمعيات وهيئات حكومية، وتبقى محدودة في محتواها وانتشارها وانتظام صدورها وحرفتها الصحافية.

ووفق الاستطلاع، ما تزال مصادر المعلومات المحلية الموثوقة عن قضايا البيئة ضعيفة أو معدومة، مثلما تفتقر معظم المواضيع الصحافية البيئية إلى قوة المعلومات، التي هي أساس الصحافة الحديثة، فيما تقل نسبة مواضيع البيئة في البرامج الحوارية والتحقيقات على القنوات

¹ - مها محمد صباغ، أولويات قضايا البيئة المحلية في الصحافة البحرينية، مذكرة ماجستير، غير منشورة، برنامج الإدارة البيئية، جامعة الخليج العربي، 2005، ص: 55.

التلفزيونية العربية عن واحد في المئة، في مقابل نحو 10% على المحطات الأوروبية، فيما شهد عدد المواقع العربية على الإنترنت توسعاً ملحوظاً خلال السنوات الخمس الأخيرة، مع أنها لا تقارن بغيرها في الدول المتقدمة ومعظم دول العالم النامي، فقد بقي محتوى هذه المواقع ضئيلاً، ومعلوماتها غالباً قديمة لا يتم تحديثها، ومعظمها غير موثقة ويصعب استخدامها كمرجع، حتى حين تكون تابعة لجهات حكومية، وقد لاحظنا أن محتويات معظم مواقع الإنترنت العربية عن البيئة تنشر كمواد أولية، بلا تدقيق وتحريير، لكن في بعض مواقع الإنترنت العربية هيكلية جيدة لمشروع قابل للتطوير، وتبقى الملاحظة الأساسية افتقار هذه المواقع إلى التفاعل مع الجمهور وقلة المستخدمين، إذ إن التعليقات على موادها شبه معدومة.

أما العناوين البيئية التي حظيت بالاهتمام الأكبر في وسائل الإعلام العربية عامة، فقد شملت : الطبيعة والحياة الفطرية، والنفايات الصلبة والصحة البيئية، و تلوث البحار والكوارث. أما التلوث الصناعي والتصحر فقد حظيا بأولوية في الإعلام الجزائري. وحظي موضوع المياه بأولوية في سلطنة عُمان والأردن. وكان لافتاً شبه إهمال لمواضيع مثل تلوث الهواء، إلا في حالات الكوارث، وترشيد استهلاك الطاقة، واستخدامات الأراضي، وتنظيم المدن¹.

وخلصت دراسة متخصصة أنه لا يمكن تحميل وسائل الإعلام وحدها مسؤولية التقصير في إنتاج إعلام يتصدى لقضايا البيئة والتنمية المستدامة بفعالية، لأنها مرتبطة بحلقات ثلاث هي: لديها خطط تنموية وبرامج بيئية، وقاعدة من البحوث البيئية العلمية، وجمهور واسع من ملايين المواطنين الذين يحتاجون إلى المعرفة البيئية والانخراط في العمل البيئي والتنموي².

وأكدت دراسة متخصصة أن هدف الإعلام البيئي يتمثل في " توعية الجماهير وأصحاب القرار على أهمية الحفاظ على البيئة الطبيعية وإدارة مواردها بتوازن، من خلال تعامل الأفراد والمجموعات الشخصية السليم مع المحيط الطبيعي، ودمج الاعتبار البيئي في خطط التنمية

¹ - مجلة البيئة والتنمية اللبنانية، 2005 / 2006.

² - محمد جمال غيطاس، الإعلام العلمي العربي وقضايا التنمية، عمل ورقة مقدمة إلى مؤتمر مجلة العربي حول الإعلام العلمي، الكويت، كانون الأول 2005، ص: 2.

القومية، ولا يتوقف هدف توعية الجماهير عند حثهم على العمل الفردي، بل يتجاوز ذلك إلى إعدادهم بالمعرفة والدافع لتشكيل رأي عام يحترم البيئة، ويضغط على أصحاب القرار لاعتماد خطط تنمية متكاملة تأخذها في الاعتبار، ومن مسؤوليات الإعلام البيئي التوجه إلى المسؤولين ومتخذي القرار لمدهم بالمعلومات والآراء والتحليلات الدقيقة عن الأوضاع والخيارات البيئية المتاحة¹.

وذكرت دراسة حول " المواقع البيئية العربية على الإنترنت" أن معظم المواقع التابعة لهيئات عربية رسمية وخاصة وأهلية هي باللغة الانجليزية، وغالباً ما تعتمد على تقديم معلومات ترويجية ودعائية للمؤسسة أو المنظمة صاحبة الموقع أكثر من تقديم خدمات معلوماتية وبحثية للمتصفحين، بل يمكن القول إن معظم مواقع الإنترنت العربية المعنية بالبيئة هي مواقع ترويجية لاجتذاب المؤسسات الأجنبية المانحة، وأفادت الدراسة أن هذه المواقع ضعيفة كأداة للعلاقات العامة أيضاً، في موازاة افتقارها إلى المعلومات، وحددت الدراسة تعاطي السياسة الوطنية للإعلام البيئي في العالم العربي من أربعة منطلقات: الإعلام أداة حوار مفتوحة ومشاركة في القرارات، وكوسيلة لإبلاغ الجمهور عن السياسات الحكومية، وشرح المخططات والتدابير المتعلقة بالبيئة، لإعطاء الناس حقهم الطبيعي في حرية الوصول إلى المعلومات وتأمين شفافية العمل الرسمي، وكأداة لإحداث تغيير في سلوك الناس وتعاملهم مع البيئة، إما في إطار تصرفات شخصية طوعية، وإما في إطار تأمين الدعم لسياسات وتشريعات بيئية رسمية، وكآلية للعلاقات العامة، إذ أن السياسة البيئية الحكومية لا يمكن أن تتجح دون إقامة شبكة من العلاقات بين المسؤولين عن السياسة البيئية من جهة، والهيئات الأهلية والصناعيين والتجار والمهنيين والتربويين والمستهلكين وجميع الفئات الشعبية والرسمية من جهة أخرى².

ولا يفرق الجمهور أن وسائل الإعلام العربية تحتكرها المجالات ذائعة الصيت كالسياسة والاقتصاد والرياضة، وليس للبيئة حضورها. غير أنه هذا قد يحمل بعض الصحة. ولا يهتم

¹ - نجيب صعب، مرجع سابق، ص: 8.

² - باتر وردم، المواقع البيئية العربية على الإنترنت، مجلة البيئة والتنمية، عدد 66، بيروت، 2003، ص ص: 20 - 26.

الإعلام العربي بشكل عام بالقضايا البيئية، والاقتصادي الحيز الأكبر، مهمة القضايا المصيرية التي تتعلق بمصير الشعوب وحياتها¹.

ويختفي عن معظم وسائل الإعلام العربية وجود محررين مختصين، في ما عدا التصنيفات التقليدية: المحليات، الدوليات، الثقافة، الاقتصاد، الرياضة، التحقيقات. "وقد نجد ما يتعلق بالبيئة في الأخبار المحلية، من مشروع طريق أو سد أو مصنع أو تشجير أو كارثة طبيعية. لكن هذه كلها تكتفي بنقل الخبر وتفتقر إلى الاستقصاء والتحليل. أما التحقيقات المحلية حول شؤون البيئة فغالباً ما تتركز حول موضوع مثل النفايات في الشوارع، وهو موضوع يسترعي الانتباه البصري المباشر، أو كارثة مثل تسرب نفطي أو اشتعال الآبار، وتهمل مسائل مهمة أخرى مثل أثر الصناعة في البيئة، واستنزاف الموارد الطبيعية، وتلوث المياه، وتخريب الشواطئ، وتضخم المد العمراني على نحو عشوائي، هذه المسائل البيئية الأخرى المهمة، تكتفي وسائل الإعلام العربية بالنشر عنها حين تحصل على مواد جاهزة من منظمات دولية أو وكالات أنباء"².

¹ - عاطف شقير، الإعلام البيئي بين سندان الجمود ومطرقة الاضطرابات البيئية، ملحق آفاق البيئة والتنمية، عدد 6، 2004، ص: 3.

² - نجيب صعب، مرجع سابق، ص: 8.

❖ رابعاً : الوسائط الاجتماعية " المفهوم والخصائص "

يعرفها زاهر راضي بأنها " منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين ليدهم نفس الاهتمامات والهوايات "1.

إن مواقع التواصل الاجتماعي متنوعة ومنتشرة بكثرة بين الشباب، ونذكر منها على سبيل المثال: (الفاييسبوك، تويتر، أنستغرام، الواتس اب، المدونات)، ويعتبر موقع الفاييسبوك من أكثر المواقع الاجتماعية رواجاً بين الشباب في المجتمع الجزائري فهو " شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجاوب كبير من الناس خصوصاً من الشباب في جميع أنحاء العالم "2، وأصبح هذا " الموقع اليوم منبر افتراضي للتعبير، واتخذته الشباب اليوم بديلاً للأحزاب السياسية العاجزة والفاشلة "3، ويملك الموقع " حوالي 880 مليون مستخدم بمعنى آخر فإن شخصاً واحداً من بين كل 13 شخص على الأرض لديه حساب في موقع فيسبوك، بحوالي 75 لغة، ويقضي هؤلاء المستخدمين جميعاً أكثر من 700 بليون دقيقة على الموقع شهرياً "4.

ونعرفها إجرائياً بأنها مواقع تواصلية اجتماعية افتراضية تتيح جملة من الامتيازات كالتقاء مع الأصدقاء والمعارف والأهل إلى جانب إنشاء علاقات من كافة أنحاء العالم، كما تعتبر نافذة من نوافذ التعبير في كافة مجالات الحياة المعاشية.

¹ راضي زاهر، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، عدد 15، عمان، 2003، ص: 23.

² عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة، مجلة التربية، العدد 15، عمان، 2003، ص: 23.

³ صحيفة بوابة الشرق، عدد يوم السبت 22 أكتوبر 2011.

⁴ سعود صالح كاتب، الإعلام الجديد وقضايا المجتمع " التحديات والفرص "، المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، جامعة الملك عبد العزيز، جدة، 2011، ص: 9.

❖ خامساً : أنواع الوسائط الاجتماعية " شبكات التواصل الاجتماعي "

ومن أنواع الوسائط الاجتماعية المنتشرة بكثرة في عالمنا العربي عموماً والجزائري على وجه الخصوص على النحو التالي:

1. الفايسبوك Facebook

هو شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجاوب كبير من الناس خصوصاً من الشباب في جميع أنحاء العالم¹، ويعد موقع الفايسبوك واحد من أشهر المواقع على الشبكة العالمية، ورائد التواصل الاجتماعي²، وأصبح هذا الموقع اليوم منبر افتراضي للتعبير، واتخذته الشباب اليوم بديلاً للأحزاب السياسية العاجزة الفاشل³.

ونعرفه إجمالاً بأنه ذلك الموقع الذي نشأ على يد طالب من جامعة هارفارد، يطلق عليه اسم مارك زوكربيرغ، أنشأ الموقع مع زملائه في قسم علوم الحاسب موسكوفيتش وستين وكريس هيويز وهو في جامعة هارفارد. وهو بمثابة الرئيس التنفيذي لموقع الفايسبوك.

في عام 1996، أنشأ مارك زوكربيرغ برنامج تواصل فوري (شبكة تواصل اجتماعي على مقياس مصغر)، في عام 2005، تلقى مارك زوكربيرغ عون هائل لشبكة الفيس بوك وذلك على شكل استثمار بقيمة 12 مليون دولار من شركة Accel Partners الفايسبوك في ذلك الحين كان قاصراً فقط على طلاب الجامعات، ثم قامت الشبكة بالتوسع لتتضمن مدارس الثانوية لتزيد عدد المستخدمين إلى 5.5 مليون في ديسمبر 2005.

¹ عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة، مجلة التربية، العدد 15، عمان، 2003، ص: 23.

² جريدة العرب، صفحة أسواق العرب، عدد الأربعاء 18 / 03 / 2009.

³ صحيفة بوابة الشرق، عدد يوم السبت 22 أكتوبر 2011.

رفض زوكربيرغ جميع العروض الإعلانية من بعض الشركات الكبرى مثل **Yahoo** وشبكة **MTV** وقرر فقط التركيز على زيادة عدد مستخدمين الموقع وتطوير خدماته، والآن يملك الموقع حوالي **880** مليون مستخدم¹.

2. أنستغرام Instagram

أنستغرام هو تطبيق لتبادل الصور على الهواتف المتحركة الذكية والأجهزة اللوحية وأجهزة الحاسب الآلي، ويتيح هذا التطبيق للمستخدمين التقاط الصور وتحريرها وتحميلها، ومن ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية، مثل فيسبوك وتويتر، ومن الخصائص الرئيسية التي تجعل أنستغرام مشهوراً وذو شعبية هي خاصية تحرير الصور التي تتيح للمستخدمين إضافة تأثيرات خاصة على الصور عن طريق استخدام خاصية تعديل الصور.

يشكل الأفراد المستخدمين الأغلب لتطبيق أنستغرام، ومع ذلك توجد شركات تنشئ ملفات خاصة بها تضع عليها صور منتجاتها وما شابه، من المهم أن يكون مستخدم أنستغرام على اطلاع بكافة الشروط والأحكام الخاصة بأنستغرام، ولتسهيل ذلك نستعرض شروط استخدام أنستغرام وسياسة الخصوصية لتحديد النقاط الرئيسية التي ينبغي على المستخدمين ملاحظتها، وتشتمل على النقاط التالية:

- تسليط الضوء على مسؤولية المستخدمين بالنسبة للاستخدام تطبيق أنستغرام.
- وتحديد المخاطر التي ينبغي على المستخدمين معرفتها قبل البدء في استخدام تطبيق أنستغرام.
- وتحديد الوسائل المتاحة للمستخدمين للإبلاغ على أي من ينتهك حقوقهم².

¹ - علي بوخلخال وحسين بن يحيى، أثر قنوات الاتصال الجديدة " الفيسبوك " في زيادة الوعي الانتخابي في المجتمع الجزائري (الانتخابات الرئاسية 17 أبريل 2014 نموذجاً " دراسة ميدانية على عينة من الشباب بمدينة الأغواط "، الندوة العلمية الوطنية حول الاتصال السياسي في ظل الإعلام الجديد، مخبر دراسات الإعلام والاتصال، مستغانم، 28 ماي 2015، ص: 6.

² - هيئة تنظيم الاتصالات، أنستغرام (شروط الاستخدام)، PDF، الإمارات العربية المتحدة، 9 يناير 2013، ص: 3.

أنستغرام تطبيق عبارة عن " خدمة الشبكة الاجتماعية لتبادل الصور عبر الانترنت التي تمكنك من مشاركة حياتك مع الأصدقاء من خلال سلسلة من الصور التي تم التقاطها باستخدام جهاز محمول كما يدعم أنستغرام تحميل الفيديو ويتيح للمستخدمين من خدمة تبادل الصور على الفور في العديد من المواقع الاجتماعية بما في ذلك فليكر، فيسبوك¹.

3. يوتيوب YouTube

يسمح يوتيوب للمستخدمين بمشاهدة محتوى الفيديو ومشاركته، كما يمكن للمستخدمين غير المسجلين البحث عن مقاطع الفيديو ومشاهدتها، ويمكن أيضا للمستخدمين المسجلين تحميل عدد غير محدود من مقاطع الفيديو، وتتيح معظم مقاطع الفيديو للمستخدمين وضع تعليقات، ويتم عرض معظم المحتوى وتحميله عن طريق الأفراد، كما توفر الخدمة محتوى منتج بشكل احترافي، يشمل الأفلام والبرامج التلفزيونية ومقاطع الفيديو الموسيقية الواردة من شركاء معينين من شركاء يوتيوب، ومشاهدة أغلبية مقاطع الفيديو مجانية وتدعمها الإعلانات².

وانطلق " موقع اليوتيوب في الخامس من فبراير سنة 2005 على يد ثلاثة موظفي Paypal وهم تشاد هيرلي وهو شاب جامعي قام بتصميم شعارها وستيفن تشين وهو أيضا شاب جامعي من مواليد 1978 وكذلك كريم جواد المولود في سنة 1979 صاحب أول فيديو تم رفعه على يوتيوب وصور لنفسه وهو في حديقة الحيوانات وقد أنشأت فكرة إنشاء موقع اليوتيوب في الولايات المتحدة الأمريكية عندما كان الأصدقاء في حفلة والتقطوا مقاطع فيديو وأرادوا أن ينشروها بين زملائهم ولم يستطيعوا إرسالها عبر الايميل ولكن الموقع لم ينطلق إلا بعد التمويل من قبل سيكوى كابي نال في نوفمبر 2005 وكانت انطلاقة الحقيقة في ديسمبر 2005 وكان الموقع يحصل على مئة مليون مشاهدة يوميا³.

¹ مصطفى سعو وآخرون، تأثير المواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية للشباب الجزائري " دراسة على عينة من مستخدمي الفيسبوك"، مذكرة ماستر، غير منشورة، جامعة 08 ماي 1945 قالمة، 2015 / 2016، ص: 45

² هيئة تنظيم الاتصالات، يوتيوب (شروط خدمة يوتيوب)، PDF، الإمارات العربية المتحدة، 28 مارس 2012، ص: 3.

³ أحمد يونس محمد حمودة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة الدول العربية، القاهرة، 2013، ص: 74

❖ سادساً : آليات تعزيز دور الإعلام البيئي

- إن قضية الحفاظ على البيئة من التلوث يجب أن تلامس وتخطب كل الناس الذين من الممكن أن يتنامى لديهم الوعي البيئي من خلال عدة وسائل وأساليب أهمها¹:
1. ضرورة إيجاد إعلام بيئي متخصص يستند إلى العلم والمعرفة ومعلومات ويتطلب إيجاد محرر الإعلام المتخصص تخصصاً دقيقاً بالبيئة وجود مناهج دراسية للإعلام البيئي سواء في الجامعات أو في دورات وورث عمل ترعاه وزارة البيئة أو مجلس النواب أو منظمات المجتمع المدني كما بالإمكان الإعلان عن جائزة سنوية للإعلاميين البيئيين عن أفضل أعمال في الإعلام المقروء والمسموع والمرئي لتشجيع الإعلاميين على الخوض في هذا المجال.
 2. الإسهام الإعلامي في إيجاد وعي وطني بيئي يحدد السلوك ويتعامل مع البيئة في مختلف القطاعات.
 3. أهمية تعاون جميع الوزارات والمؤسسات والهيئات في معالجة المشكلات البيئية وبالإمكان الاستفادة من التجارب العالمية في هذا المجال وضرورة المشاركة في المنتديات والمؤتمرات الدولية في مجال البيئة والاستفادة من النقاشات والتوصيات التي تنتج عنها.
 4. تعاون مراكز المعلومات البيئية لتزويد وسائل الإعلام المختلفة بالمعلومات الضرورية فضلاً عن آخر الدراسات والنشاطات الإقليمية والدولية والتعاون مع الجمعيات غير الحكومية ذات الصلة بالشأن البيئي ووضع خطة تعاون مشترك لمواكبة نشاطاتها خصوصاً تلك التي تتطلب حملات توعية للعمل الشعبي التطوعي وإهتمام بالبيئة المشيدة كالأثار التاريخية والحضارية وغيرها مما ينبغي الحفاظ عليه في مجال التراث.
 5. ضرورة وجود لجنة عليا للإعلام البيئي لرسم السياسات والخطط والبرامج وتنظيم حملات اعلامية بيئية للمواضيع الهامة الطارئة أو ذات الاولوية بالتعاون مع الجهات المعنية.

¹ - محي الدين إسماعيل محمد، مرجع سابق، ص ص: 303 - 304.

- خلاصة الفصل

وعليه، يعتبر الإعلام البيئي أحد الوسائل والطرق الفعالة للتعريف والتعرض لهذه المواضيع البيئية ونقلها للجمهور للتفاعل معها وبناء سلوكيات جديدة وسليمة تجاه البيئة التي يعيش ويتفاعل معها يوميا، كما يهدف الإعلام البيئي أساساً إلى حفز الجمهور للمشاركة الفعالة في رعاية البيئة وهذا يكون من خلال دفع الناس إلى العمل الشخصي وتشجيعهم على الحوار في القضايا البيئية التي تهدد الفرد والمجتمع، وللإعلام الفضل في رفع الوعي البيئي وثقافة الجمهور وحصوله على المعلومات البيئية بشكل دقيق، كما تستطيع وسائل الإعلام أن تخلق أنماط جديدة من الاتجاهات الإيجابية لما لها من دور محوري في تنمية المواقف والقيم البيئية المختلفة، وجعل المواطنين يعايشون مشكلات البيئة، ويشعرون بوجودها ويحسون بأضرارها وتأثيراتها عليهم، هذا ما يعزز الوعي البيئي العام والخاص في المناطق الحضرية والريفية على حد سواء، وفي كل الفئات العمرية في المجتمع.

الفصل الثالث
البيئة والوعي البيئي

- تمهيد الفصل

نتناول في هذا الفصل إلى موضوع البيئة والوعي البيئي بصفاتها متغير تابع في دراستنا، لذلك حاولنا إبراز وتسليط الضوء على البيئة ومواضيعها ومشكلاتها، وعليه تم تقسيم الفصل إلى المحاور التالية:

- ❖ أولاً: مفهوم البيئة والوعي البيئي
- ❖ ثانياً: البيئة والإنسان
- ❖ ثالثاً: مشكلات البيئة
- ❖ رابعاً: العوامل المؤثرة في البيئة
- ❖ خامساً: مكونات الوعي البيئي
- ❖ سادساً: الإعلام ونشر الوعي البيئي

❖ أولاً : مفهوم البيئة والوعي البيئي

أ. مفهوم البيئة

يعود الأصل اللغوي لكلمة البيئة في اللغة العربية إلى الجذر (بؤ) الذي أخذ منه الفعل الماضي (بؤ) قال ابن منظور في معجمه لسان العرب بؤ غلى الشيء أي رجع إليه، وذكر المرجع نفسه معنيين قريبين من بعضهما البعض لكلمة (تبؤ) الأول إصلاح المكان وتهيئته للمبيت فيه، والثاني بمعنى النزول والإقامة، وبناء على ذلك يتضح أن البيئة هي: الحلول والنزول في المكان، ويمكن أن تطلق مجازاً على المكان الذي يتخذه الإنسان مستقراً لحوله ونزوله¹.

والبيئة بمعناها اللغوي الواسع تعني الموضع الذي يرجع إليه الانسان، فيتخذ فيه منزله و معيشته ولعل إرتباط البيئة مع البيئة والدار له دلالاته الواضحة حيث يجب أن تتال البيئة بمفهومها الشامل اهتمام الفرد كما ينال بيته ومنزله اهتمامه وحرصه.

وفي اللغة الإنجليزية فيعني اصطلاح البيئة (**Environment**) كما جاء في القاموس " ويبستر " مجموع الظروف الاجتماعية والثقافية التي تؤثر على الحياة الفرد أو جماعة كالعرف والقوانين، واللغة والدين، والمنظمات.

أما اصطلاحاً يرجع الفضل الأول في تحديد مفهوم البيئة العلمي إلى العلماء العاملين في مجال العلوم الحيوية والطبيعية فيرى البعض أن للبيئة مفهومين يكمل بعضهما البعض أولهما " البيئة الحيوية " وهو كل ما يختص لا بحياة الإنسان نفسه من تكاثر ووراثة فحسب بل تشمل الإنسان بالكائنات الحية الحيوانية والنباتية التي تعيش في صعيد واحد أما ثانيهما وهي " البيئة الطبيعية أو الفيزيائية " وهذه تشمل موارد المياه وتربة الارض والجو ونقاوته أو التلوث وغير

¹ - عدنان أبو مصلح، معجم علم الاجتماع، دار أسامة، الأردن، 2006، ص: 117.

ذلك من الخصائص الطبيعية للوسط¹، كما عرفها مؤتمر " ستوكهولم " في جوان 1972 بأنها " كل ما يتعلق بنمط حياة الإنسان في الوسط الطبيعي والصناعي "².

ب. مفهوم الوعي البيئي

- لغة: هو الفهم وسلامة الإدراك.³

- اصطلاحاً: إن الوعي البيئي هو حاصل دمج مفهومي الوعي والبيئة، ويعرف على أنه إدراك الفرد لدوره في مواجهة البيئة.⁴

كما يعرف الوعي البيئي بأنه " ذلك المفهوم الذي يهتم بتزويد الأفراد بالمعارف البيئية الأساسية والمهارات والأحاسيس والاتجاهات البيئية المرغوبة، بحيث تمكنهم من الاندماج الفعال مع بيئتهم التي يعيشون فيها في إطار تحملهم المسؤولية البيئية المنشودة التي تضمن الحفاظ على البيئة من أجل الحياة الحاضرة والمستقبلية⁵.

وهناك تعريف شامل لمصطلح الوعي البيئي والوعي البيئي " هذا يجب أن تقوم به المؤسسات المجتمع المدني والقطاعات الحكومية والخاصة في مجتمعات العربية ليصبح فرد العربي قبل متخذ القرار البيئي واعياً بمتطلبات الفترة القادمة ومدركاً لاحتياجاتها والوعي البيئي في أصله يتكون من ثلاث حلقات منفصلات متدخلات في آن واحد وهي:

➤ التربية والتعليم البيئي

ويبدأ بالتعليم من رياض الأطفال ويستمر خلال مراحل التعليم العام إلى التعليم الجامعي بشرط أساسي وهو وجود تكامل للأهداف البرنامج التعليمي والتربوي.

¹ - علي عبد الفتاح كنعان، مرجع سابق، ص: 7.

² - عدنان أبو مصلح، مرجع سابق، ص: 116.

³ - إبراهيم مذكور، معجم العلوم الاجتماعية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 1975، ص: 644.

⁴ - المرجع نفسه، ص: 665.

⁵ - محب محمود كامل الرفاعي وماهر إسماعيل صبري محمد، التربية البيئية من أجل بيئة أفضل، المركز القومي للبحوث التربوية والتنمية، القاهرة: مصر، 2004، ص: 304.

➤ الثقافة البيئية

وتبدأ من توفير مصادر المعلومات ككتب ونشرات وإشراك المثقفين البيئيين في الحوارات والنقاشات المذاعة والمنشورة وفي الحوادث والنوازل وقضايا البيئة ذات الصلة المباشرة وغير المباشرة الخاصة ذات المردود الإعلامي.

➤ الإعلام البيئي

هو إحدى أهم أجنحة التوعية البيئية وهو أداة إذا حسن استعمالها واستثمارها كان لها المردود الإيجابي للوعي البيئي ونشر الإدراك السليم للقضايا البيئية ويعمل الإعلام البيئي في تسيير فهم وإدراك المتلقي لقضايا البيئة المعاصرة وبناء قناعات معنية تجاه البيئة وقضاياها¹.

¹ - محي الدين إسماعيل محمد، مرجع سابق، ص ص: 33 - 34.

❖ ثانياً : البيئة والإنسان

خلق الله سبحانه وتعالى الأرض وهيئها لأن تكون موطناً لأكرم مخلوقاته (الإنسان)، فأحاطها بالهواء النظيف ودحاها بالخيرات والثروات المختلفة وأجرى عليها المياه العذبة، وخلق المياه المالحة وأودع فيها مالا يحصى من الكائنات الحية النباتية والحيوانية ومن الثروات المعدنية المختلفة لما فيه مصلحة الإنسان. وأوجد على الأرض النباتات والحيوانات المختلفة واستخلف الإنسان على الأرض لما يتميز به من عقل ومعرفة وعلم، وامره بالسعي وحثه على العمل و التمتع بما سخر له من مخلوقات دون إلحاق الضرر بها، لأنها وجدت في هذا الكون الفسيح لتؤدي وظيفة أو وظائف معينة خلقت من أجلها وأن تدمير أو إلحاق الضرر بأي عنصر من عناصر البيئة له آثار سيئة، على المدى القريب أو البعيد على النظام البيئي العام.¹

ويزاول الإنسان العديد من الأنشطة المختلفة لتأمين غذائه ومسكنه وتحقيق الرفاهية لنفسه وبن جنسه ويؤثر بنشاطه بشكل مباشر وغير مباشر في مكونات البيئة المختلفة ومن النشاطات البشرية التي يزاولها الإنسان الزراعة والرعي، والاحتطاب وقطع الأشجار، والتصنيع، والعمران وتربية الحيوانات والأعمال والسياحية والتجارب العلمية وغيرها من الأعمال التي يزاولها الإنسان في البيئة.²

وتترك الأعمال المختلفة التي يزاولها أثارا حسنة وسيئة في البيئة، فقط استطاع الإنسان بما لديه من علما ومعرفة وفكر زيادة مساحة الأراضي الزراعية وذلك باستصلاح الأراضي القاحلة والمالحة، وتوصيل المياه العذبة للأراضي الجافة، وغرس الأشجار والشجيرات وزراعة أنواع مختلفة من النباتات البرية في المناطق المناسبة من أجل تنمية المراعي وحماية وتنمية الحياة الفطرية النباتية والحيوانية البرية والمائية والجوية وعمل الإنسان على تنظيف الجو نتيجة التوسع في إنشاء المسطحات المائية والمسطحات الخضراء في مناطق مختلفة من سطح الأرض وكما أن للنشاط البشري آثار إيجابية وحسنة في البيئة فإن له كذلك آثار سيئة مباشرة

¹ - إبراهيم بن سليمان الأحيدب، الإنسان والبيئة (مشكلات وحلول)، ط1، دار حافظ للنشر والتوزيع، الرياض، 2004، ص:21.

² - المرجع نفسه، ص: 21.

وغير مباشرة في البيئة ونظمها الثانوية ومن ثم على النظام البيئي العام كاستنزاف الموارد والثروات الطبيعية وتلويث الهواء والمياه والتربة والقضاء على الغطاء النباتي والحيوانات وغيرها من مكونات البيئة الطبيعية الأرضية والجوية والحيوية وإن إلحاق الأذى بأي عنصر من عناصر البيئة يكون له أثره على عناصر البيئة الأخرى المكونة للنظام البيئي العام ومن ثم له آثار سلبية على المدى القريب أو البعيد على الإنسان.¹

أمثلة لأثر الإنسان في مكونات البيئة

يؤثر الإنسان من خلال نشاطه المختلف في البيئة، ويتمثل ذلك في استنزاف مواردها الطبيعية المطمورة في باطن الأرض وتلويث جوها ومياهها وتربها ويتأثر الإنسان وغيره من الكائنات الحية المختلفة مباشرة وغير مباشرة بما يحدث في البيئة من تغيرات وتحولات ويختلف تأثير النشاط البشري في البيئة والآثار الناتجة عنه من نشاط لي آخر ومن بيئته لأخرى وفي ما يلي استعراض لأثر النشاط البشري في البيئة ومكوناتها ومواردها وما يترتب على ذلك من مخاطر والسبل والإجراءات التي يمكن اتخاذها أو الحد من خطرها.²

أ. استنزاف الموارد والثروات الطبيعية

خلق الله الأرض وقدر أقاتها ودحاها بالنعمة والخيرات الكثيرة كالثروات والموارد المختلفة المعدنية، والبتروولية، والمائية والنباتية التي لا يعلم مقدارها الا الله سبحانه وتعالى مصداقاً لقوله تعالى في سورة النازعات الآية 31/30 " وَالْأَرْضَ بَعْدَ ذَلِكَ دَحَاهَا * أَخْرَجَ مِنْهَا مَاءَهَا وَمَرْعَاهَا " وغطاها بطبقة رقيقة من التراب لتنمو فيها الاشجار والمحاصيل الزراعية المتنوعة التي يتغذى عليها الانسان، والحيوان وغيرها من الكائنات وخلق الله الحيوانات وبثها على سطح الارض وسخرها للإنسان ليستمد منها مقومات حياته من ملابس ومأكل ومشرب ومركب.³

وقد بدأ الانسان في استغلال ما تحتوي عليه الارض من موارد وثروات طبيعية من ان وجد على سطح الارض واخذ يزداد استهلاكه لها بزيادة عدده واتساع انتشاره وتطوره العلمي والتقني،

¹ - المرجع نفسه، ص ص: 21 - 22.

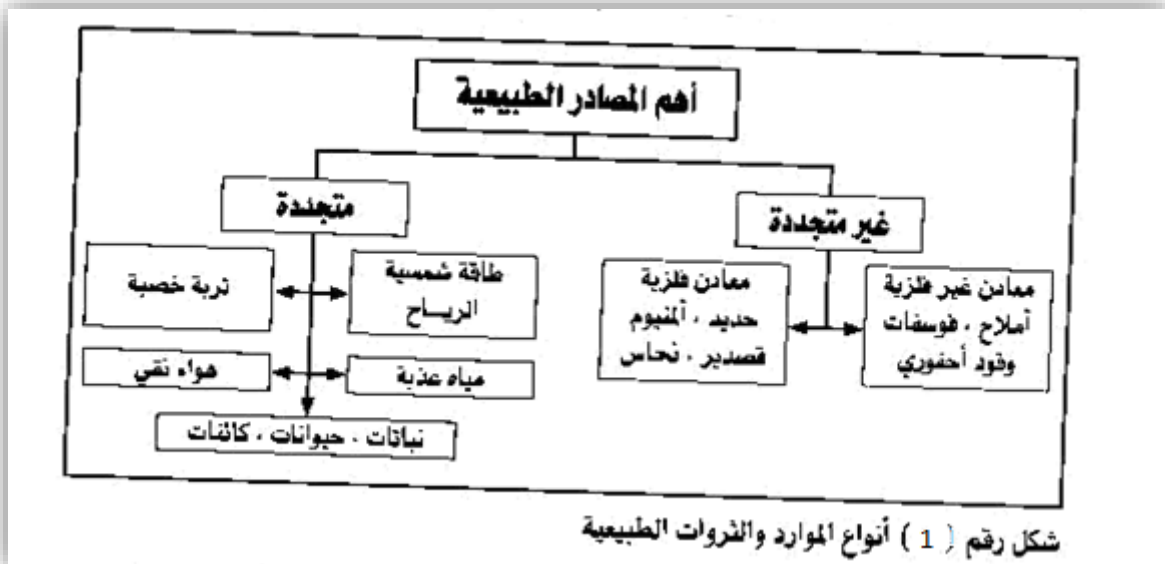
² - المرجع نفسه، ص: 22.

³ - المرجع نفسه، ص: 22.

فقد كانت استفادة الانسان من الموارد الطبيعية في الماضي محدودة فلم ينهكها أو يستنزفها لكنها بعد الثورة الصناعية وما صاحبها من زيادة سكان الارض واتساع النشاط الصناعي والزراعي والعمراني وغيرها من النشاطات البشرية، ازداد الطلب على الموارد والثروات الطبيعية بأنواعها الموجودة على سطح الارض وفي باطنها كمواد الخام والفحم والبتترول والغاز والمعادن كالحديد والنحاس والثروة المائية والنباتية والحيوانية وغيرها من المصادر والموارد الطبيعية التي اودعا الله في الأرض.

ويمكن أن تصنف الموارد والثروات الطبيعية إلى نوعين من المصادر: مصادر متجددة وغير متجددة، والمصادر الغير متجددة التي تنتهي بنهاية الكمية المخزنة منها كمواد الخام والفحم والبتترول والغاز والمعادن بأنواعها وهذه لا يمكن ان يتجدد مصدرها أو ينمو اثناء استغلاله أو أن يقوم الانسان بتجديده مرة اخرى فمثلاً، عندما يستنزف حقل البترول أو منجم للفحم أو معدن من لمعادن فان الانسان يهجره¹، والشكل التالي يوضح أنواع المواد والثروات الطبيعية:

الشكل رقم (1): أنواع الموارد والثروات الطبيعية



المصدر: إبراهيم بن سليمان الأحيدب، الإنسان والبيئة (مشكلات وحلول)، ط1، دار حافظ للنشر والتوزيع، الرياض، 2004، ص: 23.

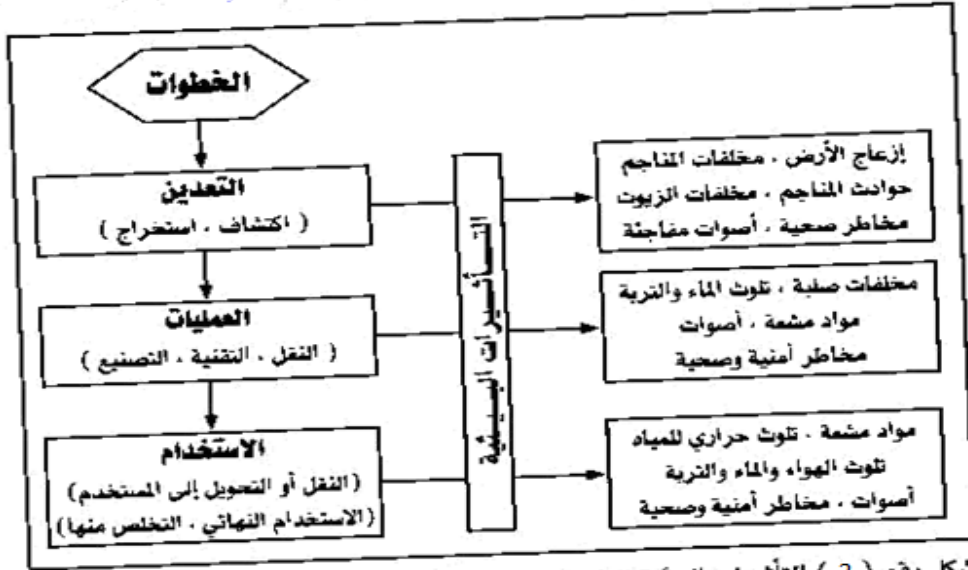
¹ - المرجع نفسه، ص: 23.

وتبقى آثار التنقيب والحفر والاستغلال كالحفر والملوثات المختلفة أما النوع الآخر من المصادر والموارد فهو متجدد وهذا يشمل الموارد المائية والنباتية والحيوانية وتجدد هذه الموارد والثروات بنسب متفاوتة وحسب ظروف طبيعية محددة تتأثر بغيرها كما تتأثر بطريقة وأسلوب تعامل الانسان معها فإذا تعامل الانسان معها وفق كميتها ومقدار نموها وصانها من الاخطار الطبيعية والبشرية التي قد تتعرض لها فإنها سوف تستمر لوقت طويل من الزمن، ولكن إذا استغلها الانسان بشكل كبير يتجاوز طاقتها ومقدار نموها، وعرضها للخطر فإنها سوف تنضب وتنتهي خلال وقت قصير.¹

وتؤثر عملية استغلال الموارد والثروات الطبيعية في البيئة في جميع مراحلها التي تبدأ بالاكشاف وتنتهي بالاستخدام وينتج عن عمليتي اكتشاف واستخراج الموارد والثروات الطبيعية تدمير لسطح الارض ونشوء حفر عميقة وترك مخلفات التعديل كالزيوت ونحوها، كما ينتج عن عمليات النقل وتنقية وتصنيع المواد الخام ترك مخلفات صلبة وسائلة تلوث التربة والمياه الجوفية، كما أن استخدام المواد المستخرجة ينتج عنه مخلفات تؤثر في التربة والنبات والمياه الجوفية والجارية وفي الهواء، والشكل التالي يوضح التأثيرات البيئية الناتجة عن استخدام المصادر الطبيعية:

¹ - المرجع نفسه، ص: 24.

الشكل رقم (2): التأثيرات البيئية الناتجة عن استخدام المصادر الطبيعية



شكل رقم (2) التأثيرات البيئية الناتجة عن استخدام المصادر الطبيعية

المصدر: إبراهيم بن سليمان الأحيدب، الإنسان والبيئة (مشكلات وحلول)، مرجع سابق، ص:24.

وتتوزع الموارد والثروات الطبيعية على سطح الأرض بشكل غير متساوي لذا نرى مناطق من الأرض غنية ومناطق فقيرة، مثلا تتمتع من الأرض بوفرة وغزارة المياه بينما تشح في مناطق أخرى، وتوجد مناطق غنية بمواد الخام بينما تنعدم كلية أو بعضها في مناطق أخرى، هذا إلى جانب أن بعض الموارد والثروات الطبيعية قد توجد في مناطق بعيدة يصعب استغلالها أو يكون استغلالها غير اقتصادي.¹

وقد ارتفع الاستهلاك العالمي للموارد والثروات الطبيعية في العقود الاخيرة نتيجة زيادة عدد السكان في الأرض، والتقدم الصناعي والتوسع العمراني والنشاط البشري المختلف وقد نتج عن ذلك ضغط على بعض الموارد، والمصادر الطبيعية وإذا استمر الإنسان في استغلال وهذا لابد منه لاستمرار الحياة فأنها سوف تتضرب وتنتهي من باطن الأرض، أو يصبح استغلالها غير

¹ - المرجع نفسه، ص: 24.

ممكن لارتفاع تكلفة إنتاجها كمواد الخام والمعادن والمياه الجوفية أو تختفي من على سطح الأرض كالنباتات والحيوانات.

وقد يؤدي ذلك إلى شح في الموارد ومشاكل بيئية مختلفة ونزاعات وصراخات سكانية إقليمية أو دولية حول مصدر أو مورد للثروات الطبيعية كالمياه أو البترول ونحو ذلك وفيما يلي: نظرة للوضع الحالي لبعض الموارد والثروات الطبيعية كالمياه والمعادن والبترول والغابات.¹

¹ - المرجع نفسه، ص: 25.

❖ ثالثاً : مشكلات البيئة

تشهد حياتنا الراهنة اخلافا كبيرا في توازن الانظمة البيئية جراء الانشطة البشرية المتعددة التي دمرت أو كادت تدمر هذه الانظمة وكان للتقصير في الدور الاعلامي الاثر الاكبر في تقشي هذه الظاهرة الخطيرة وتعددت مصادر التلوث البيئي الى الحد الذي اصبح فيه هذا التلوث يشكل هاجسا مرعبا لدى الناس ويأتي في المقدمة مصادر التلوث هذه: مجاري الصرف الصحي المكشوفة استخدام الحفر الفنية غير النظامية في مجال الصرف الصحي ووجود كثير من المصبات الصرف الصحي بالقرب من البيوت السكن في القرى وبالقرى من الينابيع والابار المخصصة لمياه الشرب بالإضافة إلى مخلفات بعض اقنية الصرف الصحي النظامية في مجاري الانهار والسدود والينابيع ومم يزيد مشكلة التلوث البيئي في الريف تفاقما هو ان مخلفات بعض المعامل والمنشآت الصناعية الصغيرة ومخلفات المداجن والمباقر تصب في مجاري الانهار والينابيع وفي السدود ويؤدي ذلك الى تلوثها بشكل كبير.¹

وشهد النصف الأخير من القرن العشرين تدهورا مخيفا بالبيئة لا يزال مستمرا بشكل يومي ففي كل يوم جديد يزداد تلوث عناصر البيئة وترتفع درجات الحرارة ويزداد الازدحام والتلوث بالضجيج، ويزداد استنزاف الموارد الطبيعية وترتفع معدلات تجريف الغابات وتنتع دائرة التصحر... إن هذه المشكلات البيئية أخذت تفرز تحديات تتعلق باستمرارية الحياة، وبسبب أهمية وخطورة هذه المشكلات سوف نناقش أهمها:

فالتلوث إذن هو كل ما يؤثر في جميع العناصر البيئية بما فيها من نبات وحيوان وإنسان، وكذلك كل ما يؤثر في تركيب العناصر الطبيعية غير الحية مثل الهواء والترية والبحيرات والبحار وغيرها، وأصبح تلوث البيئة ظاهرة نحس بها جميعاً فلم تعد البيئة قادرة على تجديد مواردها الطبيعية.²

¹ - الجبور سناء محمد، مرجع سابق، ص: 133.

² - محمد صلاح رجائي ونجوى علي سعيد الهمشري، البيئة والتحديات التكنولوجية، كلية الهندسة - جامعة الدلتا للعلوم والتكنولوجيا، مصر، ب س، ص: 3.

واختل التوازن بين عناصرها المختلفة، ولم تعد هذه العناصر قادرة على تحليل مخلفات الإنسان أو استهلاك النفايات الناتجة من نشاطاته المختلفة، وأصبح جو المدن ملوثاً بالدخان المتصاعد من عوادم السيارات وبالغازات المتصاعدة من مداخن المصانع ومحطات القوى، والتربة الزراعية قد تلوثت نتيجة الاستعمال المكثف للمخصبات الزراعية والمبيدات الحشرية، وحتى الكائنات الحية لم تخل من هذا التلوث، ولم تسلم المجاري المائية من التلوث فمياه الأنهار والبحيرات في كثير من الأماكن أصبحت في حالة يرثى لها نتيجة ما يلقي فيها من مخلفات الصناعة من فضلات الإنسان كما أصاب التلوث البحيرات المقفلة والبحار المفتوحة على السواء.

وقد برزت مشكلة التلوث وتعاضم خطرها مع تقدم الصناعة واستخدام الآلات الحديثة وأسلحة الحرب المدمرة على نطاق واسع، وكانت الدول الصناعية الكبرى سباقة إلى اكتشاف المشكلة ومخاطرها والبحث عن الحلول المناسبة لمعالجتها، كما كانت سباقة في إحداث التلوث والإخلال بالتوازن البيئي.¹

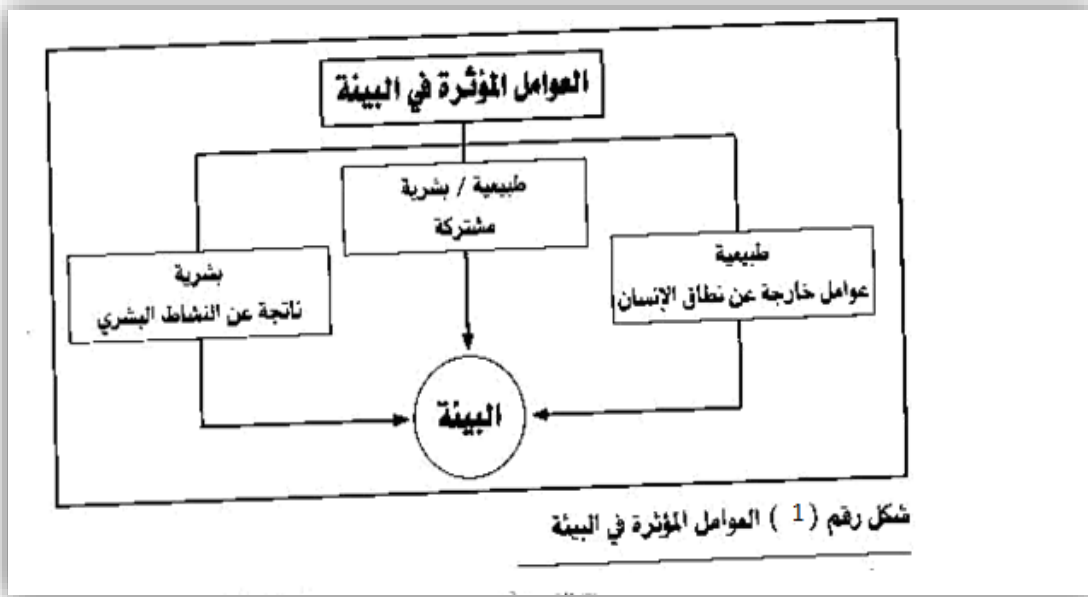
¹ - المرجع نفسه، ص: 3.

❖ رابعاً : العوامل المؤثرة في البيئة

يمكن تقسيم العوامل والمؤثرات التي تؤثر في البيئة إلى ثلاثة أقسام وهي كالتالي:

- عوامل ومؤثرات طبيعية
- عوامل ومؤثرات بشرية
- عوامل ومؤثرات طبيعية - بشرية -

الشكل رقم (3): العوامل المؤثرة في البيئة



المصدر: إبراهيم بن سليمان الأحيدب، الإنسان والبيئة (مشكلات وحلول)، مرجع سابق، ص:14.

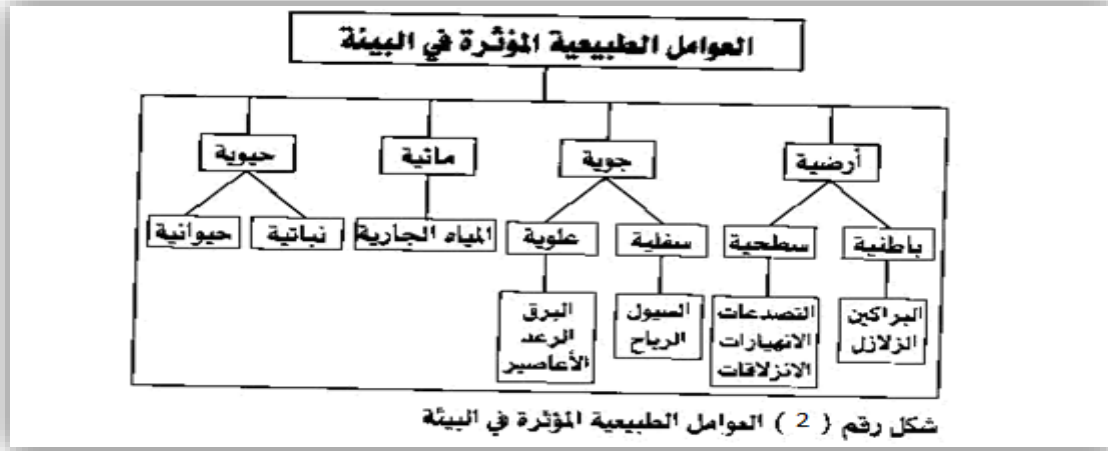
➤ العوامل المؤثرة الطبيعية

يقصد بها الحوادث التي تقع في البيئة - بإذن الله - نتيجة عوامل ومؤثرات خارجة عن نطاق الانسان، ليس له علاقة مباشرة أو غير مباشرة في حدوثها، وتقسم العوامل والمؤثرات الطبيعية المؤثرة في البيئة إلى أربعة أنواع هي:

- عوامل ومؤثرات ارضية
- عوامل ومؤثرات جوية
- عوامل ومؤثرات مائية
- عوامل ومؤثرات حيوية

والشكل التالي يوضحها بطريقة واضحة ودقيقة:

الشكل رقم (4): العوامل الطبيعية المؤثرة في البيئة



المصدر: إبراهيم بن سليمان الأحيديب، الإنسان والبيئة (مشكلات وحلول)، مرجع سابق، ص:15.

- **العوامل والمؤثرات الأرضية:** وهي الاحداث والوقائع التي تحدث في باطن الأرض، وتظهر آثارها على سطحها، وقد بدأت نشاطها منذ أن تكونت الأرض، وسوف تستمر في الحدوث حتى تنتهي الأرض ومن عليها وتعتبر البراكين والزلازل أهم الأحداث الأرضية التي تؤثر في البيئة، ولها آثار إيجابية وسلبية، وتعمل البراكين على رفع مناطق وخفض مناطق أخرى من سطح الأرض، وتخرج المعادن والتربة الخصبة من باطن الأرض لسطحها إلا ان لها آثار سلبية عديدة منها أنها تبتث إلى الجو الغازات والأتربة الدقيقة والابخرة وتتسبب في تدمير المستوطنات البشرية وقتل للإنسان والحيوان وتدمير للنبات واشعال الحرائق في الغابات، وتدمير للممتلكات والمرافق العامة والخاصة، وتحدث الزلازل والهزات الأرضية والتصدعات والتشققات على سطح الأرض وقتل وتشريد للإنسان وتدمير للمستوطنات البشرية والمرافق والخدمات العامة والخاصة.¹

- **العوامل والمؤثرات الجوية:** تشمل الظواهر الجوية والتي تقع في البيئة الجوية كالرياح والاعاصير والامطار والبرق والرعد وغيرها من الظواهر الجوية وتؤثر في البيئة إيجابياً وسلباً، فالإمطار مصدر للمياه العذبة وملطف ومنظف للجو وهي سبب الفيضانات المدمرة للبيئة

¹ - المرجع نفسه، ص: 15.

الارضية وما عليها من كائنات حية مختلفة وتعمل الرياح على تلقيح السحب وتسوقها - بإذن الله - الى مناطق بعيدة عن مصادر تكونها فتسقيها، وتقوم الرياح بتنظيف الجو وتشتت الملوثات العالقة في الجو بنشرها في العلاف الجوي فتحد من تركزها في اجواء مصادرها فتخفف من تأثيرها في الكائنات الحية الموجودة على سطح الارض وتعتبر الرياح عامل تدمير للممتلكات العامة والخاصة وقد تقتل احيانا عدما تكون شديدة السرعة كرياح الهيريكين والتورنيديو.

- **العوامل والمؤثرات الحيوية:** تشمل المخاطر التي تحدث في البيئة نتيجة لمؤثرات نباتية وحيوانية كالأمراض الفطرية التي تصيب النباتات، ونمو الحشائش والنباتات الضارة بالمحاصيل الزراعية، وكذلك ما يصيب الانسان والحيوان من امراض نتيجة انتشار البكتيريا والفيروسات كمرض الانفلونزا، والطاعون والملاريا والايذز وغيرها من الامراض الخطيرة التي تصيب الكائنات الحية المختلفة.

وللحوادث والوقائع الطبيعية التي تقع في البيئة سواء كانت حوادث ارضية كالبراكين والزلازل، أو جوية كالعواصف والامطار.... الخ، أو حيوية كالأمراض والابوئة.... الخ، آثار سلبية وإيجابية.

العوامل والمؤثرات البشرية

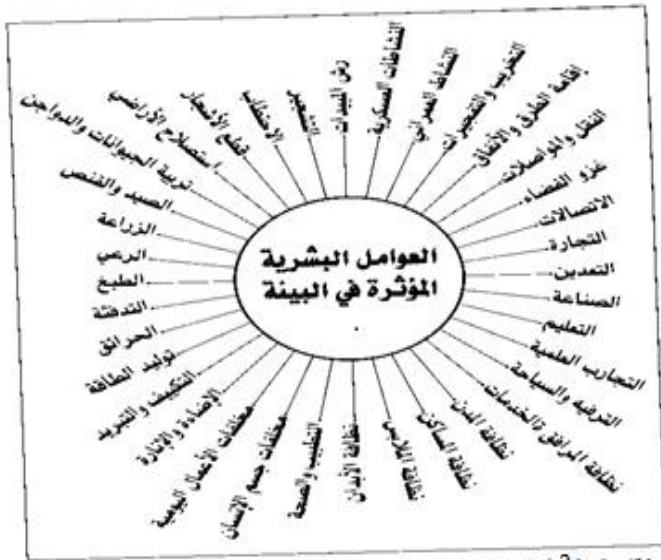
يزاول الانسان من أجل بقاءه ورفاهيته العديد من النشاطات الزراعية والعمرائية والتجارية والصناعية والتعدينية والترفيهية وغيرها من النشاطات، ويؤثر الإنسان بنشاطه المختلف بشكل مباشر وغير مباشر في مكونات البيئة الهوائية والمائية والأرضية والحيوية (شكل 3) وقد كان لنشاط الإنسان على سطح الارض آثار إيجابية وسلبية في البيئة.

فقد عمل على استصلاح الاراضي القاحلة، وتوصيل المياه للمناطق الجافة، وتشجير المناطق الصحراوية، وغيرها من الاعمال الحسنة إلا انه قام بتلويث البيئة الجوية والأرضية والمائية، واستنزف مواردها وثرواتها الطبيعية المعدنية والمائية والنباتية والحيوانية.

العوامل والمؤثرات الطبيعية - البشرية

تتعرض مكونات البيئة احيانا لعوامل ومؤثرات طبيعية وبشرية ينتج عنها تأثير مشترك يؤدي إلى اتساع مساحة المنطقة المتأثرة أو خطورة الحدث أو إطالة عمره أو زيادة الخسائر المادية والبشرية، ومن المخاطر البيئية الناتجة عن عوامل طبيعية وبشرية كالتصحر والتلوث وانتشار الأوبئة والأمراض وعلى سبيل المثال يحدث التصحر عندما تتساقط الامطار أو تختفي لمدة سنوات مما يؤدي للجفاف وانعدام الغطاء النباتي وتفكك التربة ويزيد الانسان التصحر بقطع الاشجار والرعي الجائر واثارة التربة بالمعدات والاليات المختلفة، وعلى الرغم من أن التلوث البيئي ناتج عن نشاط الانسان المختلف إلا أن العوامل الطبيعية تساعد على نشره أو تركيزه.¹

الشكل رقم (5) العوامل البشرية المؤثرة في البيئة



شكل رقم (3) العوامل البشرية المؤثرة في البيئة

المصدر: إبراهيم بن سليمان الأحيدب، الإنسان والبيئة (مشكلات وحلول)، مرجع سابق، ص:18.

¹ - المرجع نفسه، ص: 17.

❖ خامساً : مكونات الوعي البيئي

إن الوعي البيئي في أصله يتكون من ثلاث حلقات منفصلة ومتداخلة في آن واحد، وهي التربية البيئية والتعليم البيئي، والإعلام البيئي، بحيث تشكل مع بعضها البعض استراتيجية متكاملة، الهدف منها الرقي بالسلوك الإنساني في التعامل مع المنظومة البيئية وحمايتها وضمان انتشار أساليب وطرق الرشاد البيئي، بما يحقق تنمية بيئية مستدامة، وسنتناول هذه المفاهيم الثلاثة، والتي تعد المكونات الأساسية للوعي البيئي.

والتعليم البيئي يبدأ من رياض الأطفال، ويستمر خلال مراحل التعليم العام إلى التعليم الجامعي، بشرط أساسي وهو وجود تكامل لأهداف البرنامج التعليمي والتربوي، وتبدأ الثقافة البيئية من توفير مصادر المعلومات كالكتب والنشرات وإشراك المثقفين البيئيين في المناقشات والحوارات المذاعة والمنشورة ومختلف القضايا البيئية، ذات الصلة المباشرة وغير مباشرة بالمجتمع خاصة ذات المردود الإعلامي.¹

أ- التربية البيئية

✓ تعريف التربية البيئية

إن التربية البيئية تعني إعداد الفرد للتفاعل الناجح مع بيئته الطبيعية ويتطلب هذا الإعداد العمل على تنمية جوانب معينة في حياته، منها توضيح المفاهيم التي تربط ما بين الإنسان وثقافته من جهة وبين المحيط البيئي فيزيائي من جهة أخرى، كما يتطلب هذا الإعداد أيضا تنمية المهارات التي تمكن الفرد من المساهمة في حل ما قد تتعرض له بيئته من مشاكل وما قد يهددها من أخطاء.²

ومن هنا يمكن أن نفهم التربية البيئية على أنها عملية تهدف إلى توعية الإنسان ببيئته وإلى تفاعل عناصرها البيولوجية والجماعية والثقافية، إضافة إلى تزويده بالمعارف والقيم والكفاءات التي تيسر له سبل التعامل مع المشكلات البيئية الحالية والمستقبلية.

¹ - سناء محمد الجبور، مرجع سابق، ص: 40.

² - نصر الدين بوزيان، البيئة في الصحافة الجهوية الجزائرية، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2009، ص: 99.

كما تعرف التربية البيئية على أنها " عملية تكوين القيم والاتجاهات والمهارات والمدرجات اللازمة، لفهم وتقدير العلاقات المعقدة التي تربط الإنسان وحضارته بالبيئة ولاتخاذ القرارات المناسبة المتصلة بنوعية البيئة، وحل المشكلات القائمة، والعمل على منع ظهور مشكلات بيئية جديدة"¹

التربية البيئية هي تعلم كيفية استخدام التقنيات الحديثة وزيادة إنتاجيتها وتجنب المخاطر البيئية وإزالة العطب البيئي القائم واتخاذ القرارات البيئية العقلانية، ويعرفها رشيد الحمد وسعيد صابراني على أنها " الإطار الذي يتضمن عملية تكوين القيم والاتجاهات والمهارات اللازمة لفهم العلاقات بين الفرد وبيئته والتي تعني لتوضيح مدى التكامل بين عناصر البيئة الطبيعية من جهة، وارتباطها ودرجة تفاعلها مع العوامل الاجتماعية والثقافية والاقتصادية من جهة أخرى كأبعاد مكملة للبيئة التي ينتمي إليها"².

أما صبري الدمرداش فيعرف التربية البيئية بأنها " عملية إعداد الإنسان للتفاعل الناجح مع بيئته الطبيعية، بما تشمله من موارد مختلفة " وتتطلب هذه العملية العمل على تنمية جوانب معينة لدى المعلم منها توضيح المفاهيم وتعميق المبادئ اللازمة لفهم العلاقات المتبادلة بين الإنسان وثقافته من جهة، وبيئته وبين المحيط البيئي فيزيقي من حوله من جهة أخرى.³

وعليه، يعد مفهوم التربية البيئية مفهوماً جديداً ولم يتبلور، إلا بعد سلسلة من المؤتمرات والندوات ذات الطابع الدولي العالمي وعلى غرار مؤتمر ستوكهولم المنعقد في السويد عام 1972، ومؤتمر بلغراد وتيبيليسي، وفيما يلي بعض التعريفات المنبثقة عن هذه الأخيرة:

عرفت ندوة بلغراد التربية البيئية على أنها " ذلك النمط من التربية الذي يهدف إلى تكوين جيل واعي مهتم بالبيئة وبالمشكلات المرتبطة بها، ولديه من المعارف والقدرات العقلية والشعور

¹ - راتب السعود، الإنسان والبيئة (دراسة في التربية البيئية)، ط2، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2007، ص: 214.

² - رمضان عبد الحميد الطنطاوي، التربية البيئية (تربية حتمية)، ط1، دار الثقافة، الأردن، 2008، ص: 208.

³ - نظمية أحمد سرحان، منهاج الخدمة الاجتماعية لحماية البيئة من التلوث، دار الفكر العربي، مصر، 2005، ص: 131.

بالتزام مما يتيح له أن يمارس فردياً وجماعياً لحل المشكلات القائمة، وإن يحول بينها وبين العودة إلى الظهور¹.

أما مؤتمر تيبليسي فيعرفها على أنها " عملية إعادة توجيه وربط لمختلف فروع المعرفة والخبرات التربوية بما ييسر الإدراك المتكامل للمشكلات، ويتيح القيام بأعمال عقلانية للمشاركة في مسؤولية تجنب المشكلات البيئية والإرتقاء بنوعية البيئة"².

إن التربية البيئية باعتبارها نوعاً من أنواع التربية تسعى لتحقيق أهداف عديدة يمكن تصنيفها إلى أبعاد ثلاثة هي:

➤ **البعد الإدراكي:** ويضم المعلومات التي ينبغي أن يعرفها الأفراد والجماعات نحو بيئتهم الفيزيائية وكل ما تحويه من موارد وما تتعرض له من مشكلات.

➤ **البعد المهاري:** ويشمل المهارات التي ينبغي أن يكتسبها الأفراد ليتمكنوا من التعامل الفعال مع بيئتهم.

➤ **البعد الانفعالي:** ويختص بالاتجاهات والإهتمامات وأوجه التقدير التي ينبغي أن يكتسبها الأفراد والجماعات لترشيد سلوكهم اتجاه بيئتهم.³

وإلى جانب هذه الأهداف ترمي التربية البيئية إلى تحقيق غايات منشودة، الهدف منها نشر الوعي البيئي والمعرفي، لضمان الحفاظ على المنظومة البيئية وتكامل عناصرها، وتحقيق التوازن الإيكولوجي ويمكن حصر هذه الغايات في:

➤ **الوعي:** والمراد به مساعدة الأفراد والجماعات على إكتساب الوعي والحس البيئي حيال البيئة ومشكلاتها.

➤ **المعرفة:** وتعني إكساب الأفراد فهم أساسي وكامل للبيئة ومشكلاتها والمسؤولية المتكاملة تجاهها والحفاظ على مواردها والعنصر البشري فيها.

¹ - المرجع نفسه، ص: 129.

² - المرجع نفسه، ص: 130.

³ - راتب السعود، مرجع سابق، ص: 215.

➤ **المواقف:** وهي إكتساب القيم الإجتماعية والمشاعر القوية فالاهتمام بالبيئة والدوافع للمشاركة الإيجابية في صونها وحمايتها.

➤ **المهارات:** وتتجسد من خلال إكساب الأفراد القدرات والمهارات اللازمة لحل المشكلات البيئية.

➤ **تقييم القدرات:** تكون من خلال تقييم التدابير البيئية والبرامج التعليمية فيما يخص العوامل البيئية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية والجمالية والتعليمية.¹

ب- التعليم البيئي

هو ذلك النظام الذي يهدف إلى تطوير القدرات والمهارات البيئية للأفراد المهتمين بالبيئة وقضاياها، والذي من خلاله يحصلون على المعرفة العلمية البيئية والتوجيهات الصحيحة وإكتساب المهارات اللازمة للعمل بشكل فردي أو جماعي في حل المشكلات البيئية القائمة والعمل أيضا قدر الإمكان للحيلولة دون حدوث مشكلات بيئية جديدة.²

ويهدف التعليم البيئي إلى خلق الكوادر السياسية والاقتصادية والفنية والعلمية القادرة على التعامل مع المشكلات البيئية المختلفة من خلال أساليب علمية، وهي كأى منهج تعليمي له سياسته الخاصة من حيث إعداد المستويات المختلفة ووضع البرامج والمناهج من أجل تعديل سلوك المواطنين نحو الاستخدام الرشيد للبيئة.³

فمن خلال التعليم البيئي يمكن إقرار سلوك بيئي لدى الفرد عن طريق تزويده بالمعلومات اللازمة وإكسابه القيم والمهارات المؤدية إليه، وأكد المختصون في التعليم البيئي في مؤتمر بلغراد المنعقد عام 1975 وذلك بالتعاون مع البرنامج الدولي البيئي (IEEP) على دور وأهمية التعليم البيئي كحلقة أساسية وعنصر مكمل للتربية البيئية وقد تضمن ميثاق بلغراد ثلاث نقاط رئيسية هي:

➤ تشجيع الدراسات والبحوث العلمية حول البيئة.

¹ - المرجع نفسه، ص: 215.

² - أحمد محمد موسى، الخدمة الاجتماعية وحماية البيئة، ط1، المكتبة المصرية، مصر، 2007، ص: 255.

³ - رمضان عبد الحميد الطنطاوي، مرجع سابق، ص: 18.

➤ الاهتمام بالتربية البيئية بواسطة وسائل الإعلام المتعددة.

➤ تدريب وتكوين الكفاءات والخبرات في مجال البيئة.

ج- الإعلام البيئي

الإعلام البيئي هو أحد تخصصات الصحافة والإعلام وبدا يظهر بعد مؤتمر البيئة في ستوكهولم عام 1972 م وهو يختص بالقضايا والموضوعات ذات الصلة بالطبيعة والبيئة وانعكاس حالتها على مجمل الحياة البشر: الصحية والاقتصادية والعلمية والسياحية والثقافية وتراثية وغيرها وهو أيضا حلقة وصل بين العلوم المتعلقة بالبيئة والجمهور ويهدف الى تشكيل رأي عام للمجتمع في هذا الاتجاه.¹

¹ - علي عبد الفتاح كنعان، مرجع سابق، ص ص: 114 - 115.

❖ سادساً : الإعلام ونشر الوعي البيئي

بظهور الضغوط الاجتماعية والاقتصادية والسياسية على البيئة ومكوناتها وعناصرها وانتشار الكوارث التلوث البيئي وحاجة المجتمعات وإلى الاخبار البيئية وشغف الاطلاع و معرفة تأثيرات الكوارث والحوادث التلوث البيئي الانية عليهم وحب الاستشراف المستقبل فيما يتعلق بتأثير التلوث على البيئة و البيئة الطبيعية و التغيرات المناخية على العالم بسبب التلوث وتأثيرات ذلك على الاقتصاد والحالة الاجتماعية ... الخ

وقد ظهر المصطلح الاعلام البيئي واخذ هذا المصطلح بالتطور المتواتر في التعريف والمفهوم والاستخدام منذ سبعينات القرن الماضي فبعدها كان نقلا للخبر البيئي والاثارة الصحافية لمزيد من المبيعات اصبح له سياسات وخطط ووظف لتحقيق اهداف مختلفة وكما الإعلام بمفهومه الحديث " الإعلام التنموي " والذي يساعد الناس على تكوين رأي صائب في المضمون الواقع اصبح الإعلام البيئي أداة تعمل على توضيح المفاهيم البيئية من خلال احاطة الجمهور المتلقي والمستهدف للرسالة والمادة الاعلامية البيئية بكافة الحقائق والمعلومات الموضوعية (الصحيحة) بما يسهم في تأصيل التنمية البيئية المستدامة وتوير المستهدفين لتكوين رأي الصائب في الموضوعات والمشكلات البيئية المثارة والمطروحة في حال عدم تسييسها وتوجيهها لخدمة اغراض أخرى.¹

وبالتالي فمن الضروري أن يقوم الإعلام بأداء دوره في توعية الناس بالكوارث البيئية من خلال إعداد برامج وخطط بعيدة المدى لتبيان مدى الأضرار والعواقب الوخيمة التي قد تخلفها هذه الكارثة من خراب للحياة البيئية والفطرية، وللتوعية لا بد من تكاتف الهيئات والمؤسسات المسؤولة عن البيئة مع المؤسسات الإعلامية التي ستكون همزة الوصل مع الجمهور في

¹ - محي الدين إسماعيل محمد، مرجع سابق، ص ص: 35 - 36.

إيضاح خطورة إهمال القضايا البيئية التي تعاني منها منطقتنا الخليجية على سبيل المثال لا الحصر¹.

ويحتل الإعلام مكانة هامة لدى المجتمعات اليوم لأنه بفضل ما يمتلكه من تقنيات حديثة وقدرة واسعة على الانتشار بين الفئات المجتمع بمختلف مستوياتها الثقافية والفكرية والاجتماعية أصبح الاداة المناسبة لتوجيه المجتمع ونقل المعرفة وإن كان الإعلام والاتصال ليس نشاطاً حديثاً " فالاتصال هو النشاط الاساسي للإنسان ومعظم ما نقوم به حياتنا اليومية ما هو إلا مظاهر مختلفة لما نعنيه بالاتصال الذي يحدد بدوره معلم الشخصية"².

ويهدف الإعلام البيئي إلى تنمية الوعي والمسؤولية البيئية لدى الجمهور والمسؤولين وتوجيه سلوكهم وأنشطتهم للوصول إلى حال من الوعي الكامل بالقضايا البيئية، ما يؤدي إلى تغيير في نمط حياة المجتمع وسلوكياته الضارة بالبيئة والطبيعة، ومن ثم التعامل بتلقائية وعفوية وإحساس معهما، وفي نهاية المطاف يهدف الإعلام البيئي إلى إعلام الإنسان بضرورة تحقيق توازن بين مصالحه وأنشطته من جهة، واستدامة الطبيعة وعناصرها من جهة أخرى، بما يضمن استمرار حياته على الأرض وديمومة بقاء الحياة الفطرية **Wildlife** وموائلها (بيئتها الطبيعية) **Habitats** وتحسين نوعيتها، وبمعنى آخر، يهدف الإعلام البيئي إلى حماية الإنسان من الطبيعة، وحماية الطبيعة من الإنسان، وتحقيق تنمية مستدامة³.

¹ غازي غريبي، الإعلام والبيئة، يومية الوطن الالكترونية، <http://alwatannews.net>، يوم الزيارة 31 / 03 / 2018، على الساعة 14:37.

² علي عبد الفتاح كنعان، مرجع سابق، ص: 85.

³ موقع القافلة الثقافية، مجلة الكترونية، الإعلام والبيئة (علاقة شائكة ومتبادلة)، <https://qafilah.com/ar>، يوم الزيارة 31 / 03 / 2018، على الساعة 14:47.

- خلاصة الفصل

إن مسألة تحقيق الوعي البيئي عند الإنسان ليست أمراً فطرياً في جميع الأحوال، ولكنها مسألة تكتسب وتنمى وتحتاج إلى بذل الكثير من الجهود المشتركة لمختلف المؤسسات الاجتماعية والإعلامية، وهي المسؤولة عن تزويد الفرد بتلك المعارف والقيم والاتجاهات من خلال تفاعله مع البيئة الاجتماعية والطبيعية ومن ثم إيجاد الحلول بطريقة فعالة، فالوعي البيئي 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 عند الإنسان إذا لم يتم مراعاة ما يلي:

- بصفتنا مجتمعات إسلامية لا بد من التركيز على تنمية الجانب الإيمان عند الفرد العربي، إذ إن هذا الجانب يؤكد على ضرورة تعامل الإنسان مع البيئة وعلى أهمية احترام هذه البيئة وحسن التعامل مع مكوناتها.
- التركيز على الثقافة البيئية، والعمل على نشرها وإيصالها بمختلف الطرق والوسائل التربوية، والتعليمية، والإعلامية، والإرشادية لجميع أفراد وفئات المجتمع.

الباب الثاني
الجانب الميداني

الفصل الرابع

الاطار المنهجي للدراسة الميدانية

❖ أولاً: مجالات الدراسة

أ- المجال المكاني (الجغرافي)

أجريت هذه الدراسة بقسم علم الاجتماع والديمغرافيا بجامعة عمار ثليجي الأغواط، بحيث تم " إنشاء قسم علم الاجتماع ضمن كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية التي تأسست في مطلع السنة الجامعية 2010 / 2011 بموجب (المرسوم التنفيذي رقم 10_ 198 المؤرخ في 15 رمضان عام 1431 الموافق 25 غشت سنة 2010)، وذلك في إطار الهيكلة الجديدة التي يعرفها إصلاح التعليم العالي. ويعتبر من أكبر الأقسام التابعة للكلية من حيث عدد الطلبة وعدد الأساتذة"³¹.

ب- المجال البشري

ضمت عينة الدراسة 94 طالب وطالبة من قسم علم الاجتماع والديمغرافيا على مستوى جامعة عمار ثليجي الأغواط، حيث اقتصرت الدراسة على مستويات الدراسية التالية (سنة الثانية، سنة الثالثة، سنة أولى ماستر، سنة ثانية ماستر).

ج- المجال الزمني

امتدت الدراسة في شهر ديسمبر وانتهت في منتصف شهر أبريل 2018 حيث كانت بداية الشروع في البحث متمثلة في جمع المعلومات الخاصة بموضوع الوسائط الاجتماعية والإعلام البيئي والبيئة بشكل عام، وكذا المعلومات التي يمكن الاستفادة منها في موضوع بحثنا ثم قمنا ببناء استبيان البحث وتوزيعه للتعرف على الجانب الميداني للبحث ومن خلال ذلك تكون لنا نظرة حول الموضوع ساعدتنا على طرح إشكالية البحث وبناء الفرضيات.

❖ ثانياً: المنهج المستخدم

لا توجد طريقة علمية فريدة تقود الباحث للوصول إلى حقيقة وفي الواقع ليس من السهل في العلوم الاجتماعية والديموغرافية إيجاد المنهج الذي يحدد بدقة حقيقة الظواهر الديموغرافية وبالطبع تختلف المناهج باختلاف المواضيع، والمنهج مهما اختلف نوعه فهو " الطريقة التي يسلكها الباحث للوصول إلى نتيجة معينة"¹.

وكذلك الحصول على معلومات دقيقة قدر الإمكان تصور الواقع الاجتماعي وتسهم في تحليل ظواهره ولقد كان المنهج الوصفي التحليلي الأكثر لباقة لدراسة هذا الموضوع ويعرف بأنه " منهج علمي يقوم أساساً وصف الظاهرة أو الموضوع محل البحث والدراسة، على أن تكون عملية الوصف تعني بضرورة تتبع هذا الموضوع ومحاولة الوقوف على أدق جزئياته وتفصيله، والتعبير عنها تعبيراً إما كيفياً أو كمياً: تعبيراً كيفياً وذلك بوصف حال الظاهرة محل الدراسة، وتعبيراً كمياً وذلك عن طريق الأعداد وتقديرات والدرجات التي تعبر عن وضع الظاهرة وعلاقتها بغيرها من الظواهر"².

❖ ثالثاً: الأدوات المستخدمة

يتوقف اختيار أدوات جمع البيانات في أي دراسة كانت على مجموعة من العوامل المتمثلة في طبيعة الموضوع وأهداف الدراسة وأنواع المناهج المستخدمة والمعتمدة في الدراسة وفي بحثنا هذا تم الاعتماد على أدوات جمع البيانات.

➤ الاستبيان

يعرف الاستبيان بأنه " مجموعة من الأسئلة أو الفقرات أو العبارات التي يطلب من المبحوث الإجابة عنها بطريقة يحددها الباحث حسب أغراض البحث"³، ويؤدي الاستبيان دوره في إنجاح البحث الميداني في المرحلتين التاليتين:

1. مرحلة جمع المعلومات بإسهامه في الحصول على معلومات واضحة محددة.

¹ - عمار بوحوش، دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985، ص: 23.

² - أحمد عياد، مدخل لمنهجية البحث الاجتماعي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2006، ص: 61.

³ - محمد داودي ومحمد بوفاتح، منهجية كتابة البحوث العلمية والرسائل الجامعية، دار ومكتبة الأوراسي، الجلفة، 2007، ص: 81.

2. مرحلة استخلاص النتائج وتحليلها وذلك بإسهامها في تسهيل عمليتي الفرز والتحليل. هذا ونشير إلى أن الاستبيان قد احتوت على 31 سؤال توزعت على أربعة محاور وتتمثل هذه المحاور فيما يلي:

- المحور الأول: يتضمن بيانات شخصية عن المبحوثين.
- المحور الثاني: يتضمن بيانات متعلقة بمقدار متابعة الوسائط الاجتماعية (معدلات الاستعمال).
- المحور الثالث: يتضمن بيانات متعلقة بمقدار طرح القضايا والموضوعات البيئية في الوسائط الاجتماعية.
- المحور الرابع: الوعي البيئي

❖ رابعاً: العينة

يتمثل مجتمع الدراسة في مجموعة من الطلبة الجامعيين بقسم علم الاجتماع والديمغرافيا على مستوى جامعة عمار ثلجي (الأغواط)، ومن أجل اختيار عينة الدراسة التي تعتبر مجموعة فرعية من عناصر مجتمع الدراسة، ونظراً لطبيعة الموضوع ولتوفر قاعدة من المعلومات الدقيقة لعدد الطلبة الجامعيين بقسم علم الاجتماع والديمغرافيا، تم استخدام العينة الطبقية أو النسبية، و" نستخدم هذا النوع من العينات عندما يكون هناك تباين (عدم تجانس) واضح في مجتمع الدراسة، بحيث يمكن تقسيم مجتمع الدراسة إلى مجموعات أو طبقات بناءً على هذا التباين"¹، وفي دراستنا حول الوسائط الاجتماعية ودورها في نشر الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين، وإرتينا تقسيم الطلبة بقسم علم الاجتماع والديموغرافيا إلى طبقات حسب السنة الدراسية (سنة ثانية، ثالثة، أولى ماستر، ثانية ماستر)، وبالرجوع إلى الإحصاءات الرسمية في كلية العلوم الاجتماعية حصلنا على البيانات التالية:

¹- زياد أحمد الطويبي، مجتمع الدراسة والعيّنات، مديرية تربية لواء البتراء، 2000 / 2001، ص: 5.

الجدول رقم (1): يوضح عدد الطلبة الجامعيين بقسم علم الاجتماع والديمغرافيا لسنة الجامعية 2017 - 2018.

عدد الطلبة	المستوي الدراسي
386	السنة الثانية
325	السنة الثالثة
146	السنة أولى ماستر
83	السنة الثانية ماستر
940	المجموع

المصدر: كلية العلوم الاجتماعية - جامعة عمار ثلجي (الأغواط)، 2018/2017.

في هذه الحالة لا بد من استعمال العينة الطبقية، وأخذنا نسبة 10% حسب امكانياتنا المادية والبشرية كعينة جزئية تمثيلية من المجتمع الكلي، وبتطبيق المعادلة التالية نحصل على عدد أفراد العينة:

$$n = \frac{N}{100} \times S$$

$$n = \frac{940}{100} \times 10 = 94$$

إذاً حجم العينة (n) هو 94 مفردة، ويتعين علينا في العينة الطبقية أن نأخذ من كل فئة بالقدر الذي تمثله الفئة في المجتمع الأصلي، ولحساب نسبة كل فئة في العينة نقسم عدد أفراد كل طبقة على عدد أفراد المجتمع الأصلي (940) مضروباً في حجم العينة (94) فتكون النتائج بالشكل التالي:

الجدول رقم (2): يوضح كيفية حساب عينة الدراسة بشكل طبقي

السنة	طريقة الحساب	حجم العينة
السنة الثانية	$38.6 = 94 \times 940 / 386$	39
السنة الثالثة	$32.5 = 94 \times 940 / 325$	32
السنة أولى ماستر	$14.6 = 94 \times 940 / 146$	15
السنة الثانية ماستر	$8.3 = 94 \times 940 / 83$	8
المجموع		94

المصدر: من إعداد الطالبين وفق قوانين حساب العينة الطبقية في البحوث الاجتماعية.

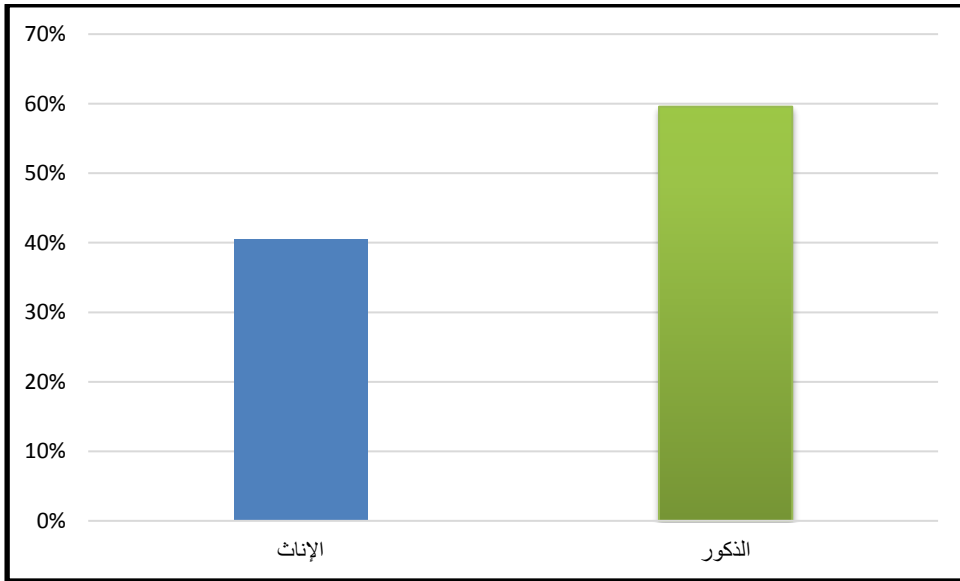
❖ خامساً: خصائص مجتمع الدراسة

الجدول رقم (3): يوضح طبيعة الجنس لمجتمع الدراسة

الجنس	ت	%
ذكر	56	59.57%
أنثي	38	40.42%
المجموع	94	100%

يوضح الجدول رقم 3 نوع الجنس بالنسبة لمجتمع الدراسة، وعلية نلاحظ أن نسبة الذكور بلغت 59.57%، أما الإناث فقد بلغت نسبتهم 40.42%، والشكل البياني التالي يوضح ذلك:

الشكل البياني رقم (6): أعمدة بيانية توضح طبيعة الجنس للمجتمع الدراسة

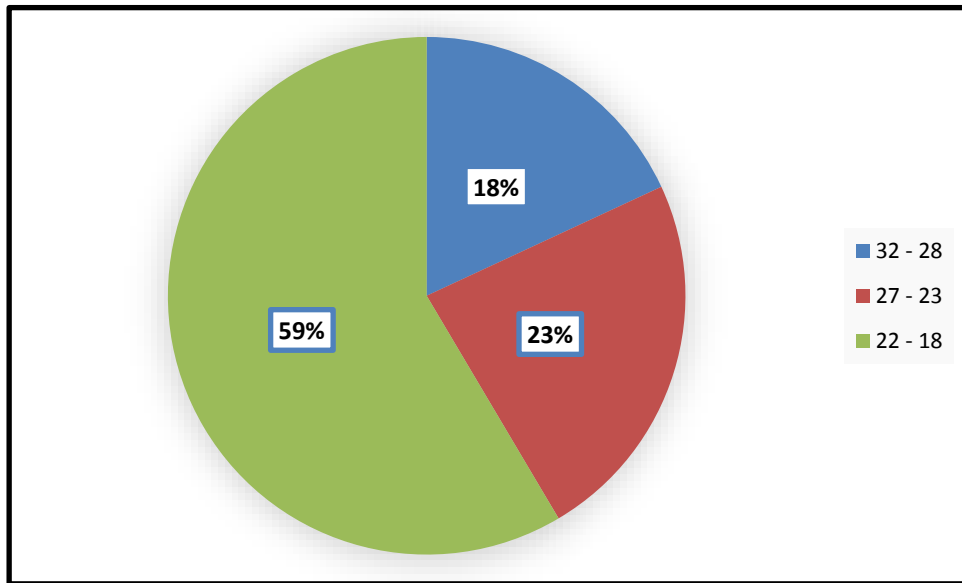


الجدول رقم (4): يوضح فئات السن للمجتمع الدراسة

السن	ت	%
(22 - 18)	55	58.51%
(27 - 23)	22	23.40%
(32 - 28)	17	18.08%
المجموع	94	100%

نلاحظ من خلال الجدول رقم 4 الذي يوزع المبحوثين حسب السن أن الفئة الغالبة هي الفئة الأولى المتمثلة في المجال [22 - 18] سنة حيث ينتمي إليها 35 مبحوث، أي ما نسبته 58.51% من إجمالي العينة، ثم تليها الفئة الثانية المحصورة بين [27 - 23] سنة بنسبة وصلت إلى 23.40% من مجموع العينة، ثم تليها الفئة الثالثة والأخيرة المحصورة بين [32 - 28] سنة بنسبة 18.08% من مجموع العينة، ولتوضيح ذلك أنظر الشكل البياني التالي:

الشكل البياني رقم (7): دائرة نسبية توضح توزيع فئات السن لمجتمع الدراسة

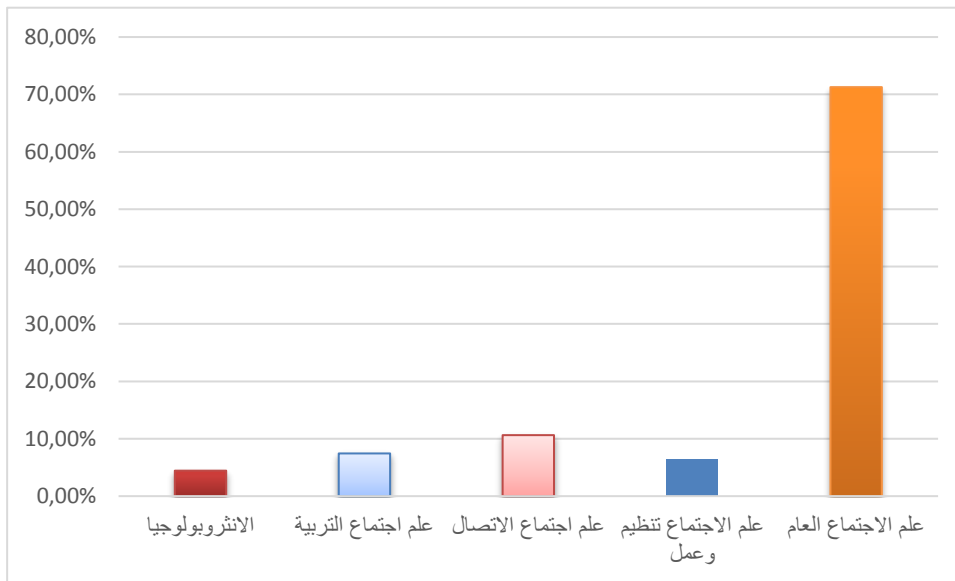


الجدول رقم (5): يوضح المستوى الدراسي للمجتمع البحث

التخصص	ت	%
علم الاجتماع العام	67	71.27%
علم الاجتماع تنظيم وعمل	6	6.38%
علم اجتماع الاتصال	10	10.63%
علم اجتماع التربية	7	7.44%
الأنثروبولوجيا	4	4.25%
المجموع	94	100%

يوضح الجدول رقم 5 التخصص العلمي للمبحوثين، فقد لاحظنا أن تخصص علم الاجتماع العام جاء في المرتبة الأولى بنسبة 71.27% ثم تخصص علم اجتماع الاتصال بنسبة 10.63%، ثم يليه علم اجتماع التربية بنسبة 7.44%، ثم علم الاجتماع تنظيم وعمل بنسبة 6.38%، وأخيراً تخصص الأنثروبولوجيا بنسبة 4.25%، ولتوضيح ذلك تم إنشاء الشكل البياني التالي:

الشكل البياني رقم (8): أعمدة بيانية توضح التخصص العلمي لمجتمع الدراسة



الفصل الخامس

تحليل وتفسير البيانات المتعلقة

بالفرضية الأولى

- تمهيد الفصل

أردنا من خلال هذا الفصل بتحليل وتفسير البيانات المتعلقة بالفرضية الأولى التي مفادها " تؤدي معدلات استخدام ومقدار التفاعلات مع الوسائط الاجتماعية دوراً في نشر الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين المستخدمين بكلية العلوم الاجتماعية (جامعة الأغواط)"، ومن أجل إثبات الفرضية طرحنا مجموعة من جداول توضح مجموعة من العلاقات حول معدلات الاستخدام ومقدار التفاعل مع الوسائط الاجتماعية ومسألة نشر الوعي البيئي، وهاته العلاقات هي كما يلي:

- ❖ أولاً : معدلات الاستخدام ومساهمته في نشر الوعي البيئي
- ❖ ثانياً : حجم الاستخدام والمشاركة في الحملات البيئية
- ❖ ثالثاً : الفترة السنوية ودورها في التعرف على المواضيع البيئية
- ❖ رابعاً : كيفية الاستعمال والمجال البيئي
- ❖ خامساً : أنواع الوسائط الاجتماعية والبيئة في الجزائر
- ❖ سادساً : الصفحات البيئية والحملات البيئية
- ❖ سابعاً : أنواع الأجهزة والحملات التطوعية

❖ أولاً : معدلات الاستخدام ومساهمتها في نشر الوعي البيئي

نحاول الكشف على العلاقة بين عدد ساعات استخدام الوسائط الاجتماعية في اليوم مع دورها في نشر مسألة الوعي البيئي من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (6): يوضح العلاقة بين عدد ساعات استخدام الوسائط الاجتماعية في اليوم مع مساهمتها في نشر الوعي البيئي

المجموع	أكثر من 7 ساعات		من 4 - 7 ساعة		من 1 - 3 ساعة		أقل من نصف ساعة		عدد نشر	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
%61.70	58	%57.89	11	%70.37	19	%84	21	%30.43	7	نعم
%38.29	36	%42.10	8	%29.62	8	%16	4	%69.56	16	لا
%100	94	100	19	100	27	100	25	100	23	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 6 الذي يوضح العلاقة بين عدد ساعات استخدام المبحوثين للوسائط الاجتماعية في اليوم مع مساهمتها في نشر الوعي البيئي، فوجدنا في الإطار العام أن المبحوثين يرون أن الوسائط الاجتماعية تساهم على نشر الوعي البيئي بنسبة %61.70 ودعمت هذه النسبة بمن يستخدمون الوسائط الاجتماعية في اليوم من (1 - 3) ساعة بنسبة %84 ثم يليها من يستخدمونها من (4 - 7) ساعة بنسبة بلغت %70.37 ثم يأتي بعدها من يستخدمونها أكثر من (7) ساعات بنسبة %57.89 ثم أقل من (نصف) ساعة بنسبة %30.43، أما الفئة الثانية التي ترى بأن الوسائط الاجتماعية لا تساهم في نشر الوعي البيئي فقد بلغت نسبتهم %38.29 ودعمت هذه النسبة بمن يستخدمونها أقل من (نصف) ساعة بنسبة %69.56 ثم يليها من يستخدمونها أكثر من (7) ساعات بنسبة %42.10 ثم جاء بعدها من يستخدمونها من (4 - 7) ساعة بنسبة %29.62 وأخيراً يليها من يستخدمونها من (1 - 3) ساعة بنسبة %16.

إن عدد ساعات المرتفع التي يخصصها الطالب الجامعي في استعمال الوسائط الاجتماعية التي فرضت نفسها وأصبحت تشكل نسق من أنساق المجتمع يكتسي ضرورة مهمة بوصفه يشكل جزء لا يتجزأ من الإعلام المعاصر، ظهرت أهمية الوسائط الاجتماعية، التي باتت وسيلة تواصل أساسية، تتيح التعبير عن الآراء وتبادل المعلومات والمشاركة في توجيه الأحداث، ولم يقتصر استخدامها وتوظيفها على فئات الجماهير المختلفة كالشباب على سبيل المثال، بل امتد إلى مختلف القوى والمؤسسات السياسية والفكرية، الرسمية والأهلية، لتصبح أحد أهم محركات التفاعل مع الأحداث الجارية والقضايا العامة وإنتاج محتوى إعلامي بديل يعبر عن خطاب الجماهير إلى جانب خطاب المؤسسات المختلفة، بحيث لاحظنا من خلال المعطيات الإحصائية في الجدول أعلاه أن أغلب الطلبة يرون بأن الوسائط الاجتماعية اليوم تساهم في نشر الوعي البيئي بصفقتها منبر إعلامي مميز تتيح لكل مستخدم تأدية دور الصحافي من خلال نشر الأخبار ومعالجة أهم القضايا التي تخص البيئة، كما تعد مظهرًا جديدًا من مظاهر التوعية والإرشاد، ووسيلة لجذب المواطنين إلى الاقتراب بصورة أوثق من القضايا البيئية، كما ظهرت توقعات كبيرة تتعلق بإمكانيات الوسائط الاجتماعية في إحداث التغيير بالاهتمام أكثر بمواضيع والمستجدات البيئية في المجتمع، وإشراك جماعات جديدة مستبعدة عن ممارسة الحملات البيئية وضرورة الحفاظ عليها، كما أصبحت هاته الوسائط مصدرًا مهمًا للمشاركة الاجتماعية (التطوعية) من قبل صغار السن الذين لا تجذبهم البيئة عادة كما استطاعت جذب أناس جدد كانوا أقل تمثيلًا في أشكال المشاركة التطوعية، كما أنها تساعد في التعريف بالتداعيات السلبية الناجمة عن تضرر البيئة التي يعيش فيها الأفراد، كما تستخدم الوسائط الاجتماعية من قبل الجمعيات والمنظمات البيئية كوسيلة للتحفيز على الرفع من الوعي البيئي وطرح الأفكار التي من شأنها أن تضيف الكثير في المجتمع، وترجع أهمية الشبكات الاجتماعية في عملية الحرية على الكتابة والنشر والإعلان لتزايد القاعدة الاجتماعية المستخدمة لها وتوسع نطاق للشبكة لتشمل فئات اجتماعية عريضة ومتعددة.

❖ ثانياً : حجم الاستخدام والمشاركة في الحملات البيئية

نحاول الكشف على العلاقة بين حجم استخدام الوسائط الاجتماعية مع مشاركة المبحوثين في الحملات البيئية التطوعية من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (7): يوضح العلاقة بين نشاط المبحوثين على الوسائط الاجتماعية مع المشاركة في الحملات البيئية التطوعية

المجموع		قليل جداً		نشيط جداً		متوسط		عادي		التواجد المشاركة
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
36.17%	34	25%	3	59.25%	16	38.46%	10	17.24%	5	نعم
63.82%	60	75%	9	40.74%	11	61.53%	16	82.75%	24	لا
100%	94	100	12	100	27	100	26	100	29	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 7 الذي يوضح العلاقة بين كيف يقيم المبحوثين نشاطهم في الوسائط الاجتماعية مع إمكانية مشاركتهم في الحملات البيئية التطوعية، فوجدنا في السياق العام أن المبحوثين لا يشاركون في الحملات البيئية التطوعية بنسبة وصلت إلى 63.82% ودعمت هذه النسبة بمن يقيمون تواجدهم على الوسائط الاجتماعية (عادي) بنسبة 82.57% ثم يليها من يرون بأن تواجدهم (قليل جداً) بنسبة بلغت 75% ثم يأتي بعدها من يرون بأن تواجدهم (متوسط) بنسبة 61.53% ثم من يقيمون أنفسهم بأن تواجدهم (نشيط جداً) بنسبة 40.74%، أما الفئة الثانية التي صرحت بأنها تشارك في الحملات البيئية التطوعية بنسبة وصلت إلى 36.17% ودعمت هذه النسبة بمن يقيمون تواجدهم على مستوى الوسائط الاجتماعية (نشيط جداً) بنسبة 59.25% ثم يليها من يرون بأن تواجدهم (متوسط) بنسبة بلغت 38.46% ثم يأتي بعدها من يرون بأن تواجدهم (قليل جداً) بنسبة 25% ثم من يقيمون أنفسهم بأن تواجدهم (عادي) بنسبة 17.24%.

يتضمن العمل التطوعي يتضمن جهوداً إنسانية تبذل من أفراد المجتمع بصورة فردية أو جماعية ويقوم بصفة أساسية على الرغبة والدافع الذي سواء كان هذا الدافع شعورياً أو لا شعورياً، ولا يهدف المتطوع إلى تحقيق مقابل مادي أو ربح خاص، بل اكتساب شعور الانتماء إلى المجتمع، وتحمل بعض المسؤوليات التي تسهم في تلبية احتياجات اجتماعية أو اقتصادية أو خدمة ومعالجة قضية من القضايا التي يعاني منها المجتمع، سواء كانت من القضايا الأساسية أو الفرعية، وفي هذا الإطار أثبت الدكتور (أحمد السيد كردي) في بحثه تحت عنوان (العمل الخيري ودوره في تنمية المجتمع) " أن هناك علاقة وثيقة بين التنمية ومدى نجاحها في المجتمع والعمل التطوعي، حيث تشير الشواهد الواقعية والتاريخية إلى أن التنمية تتبع من الإنسان الذي يعتبر وسيلتها الأساسية، كما أنها تهدف في الوقت ذاته إلى الارتقاء به في جميع الميادين الاقتصادية والاجتماعية والصحية والثقافية، ومن المسلمات أن التنمية تقوم على الجهد البشري، وهو ما يستلزم - بالإضافة إلى الخطط الواضحة والمحددة - وجود الإنسان الواعي القادر على المشاركة في عمليات التنمية"¹، وبالعودة إلى معطيات الجدول أعلاه لاحظنا أن أغلب المبحوثين لا يشاركون في الحملات البيئية التطوعية سواء كانت منظمة في إطار النشاط الجماعي أو النشاط الفردي ويصفون في نفس الوقت بأن تواجدهم على مواقع الوسائط الاجتماعية (عادي)، ويمكن إرجاع ذلك إلى الأسباب التالية:

➤ استخدامات هاته الفئة للوسائط الاجتماعية يعود إلى مجالات أخرى قد تكون ترفيهية أو

تواصلية (الدردشة)، أو رياضية، أو تعليمية.

➤ لا تتابع هاته الفئة الصفحات والمواقع الخاصة بالبيئة مثل (صفحات الجمعيات

والمنظمات البيئية، أو مواقع تهتم بالقضايا البيئية)، كما ترى هاته الفئة أن العمل

التطوعي في مجال البيئة لا يرتبط بالمجتمع الافتراضي وإنما أساسه المجتمع الواقعي.

¹-أحمد مخيمر، العمل التطوعي وأثره في التنمية الشاملة، شبكة الألوكة، <http://www.alukah.net/culture/0/42021>، يوم

الزيارة 02 / 04 / 2018، على الساعة: 19:45.

أما الفئة الثانية التي عبرت عن مشاركتها في الحملات البيئية التطوعية بكل أشكالها وأنواعها ويصفون في نفس الوقت بأن تواجههم على مواقع الوسائط الاجتماعية (نشيط جداً)، ويمكن إرجاع اهتمامهم بمثل هاته المشاركات إلى الأسباب التالية:

- اهتماماتهم بدرجة الأولى تعود إلى العمل التطوعي والعمل الجموعي، إلى جانب حرصهم على المشاركة في الحملات التطوعية البيئية.
- انخراطهم في صفحات خاصة بالعمل التطوعي عموماً والصفحات البيئية خصوصاً.

❖ ثالثاً : الفترة السنوية ودورها في التعرف على المواضيع البيئية

نحاول الكشف على العلاقة بين الفترة السنوية في استخدام الوسائط الاجتماعية مع مدى مساهمتها في التعرف على المواضيع البيئية من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (8): يوضح العلاقة بين الفترة السنوية في استخدام المبحوثين للوسائط الاجتماعية مع ما مدى مساهمتها في المواضيع البيئية

المجموع	أكثر من 7 سنوات		(7 - 4)		(3 - 1)		أقل من سنة		الفترة / مساهمة	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
%44.68	42	%100	4	%33.33	11	%43.33	13	%51.85	14	المجال البيئي ومشاكله
%39.36	37	/	/	%39.39	13	%46.66	14	%37.03	10	معالجة القضايا البيئية
%15.95	15	/	/	%27.27	9	%10	3	%11.11	3	الوعي البيئي
%100	94	100	4	100	33	100	30	100	27	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 8 الذي يوضح العلاقة بين الفترة السنوية في استخدام المبحوثين للوسائط الاجتماعية مع ما مدى مساهمتها في متابعة على المواضيع البيئية، فوجدنا في الإطار العام أن المبحوثين يرون أنها تساهم في التعرف على المجال البيئي والمشاكل المحيطة به بنسبة %44.68 ودعمت هذه النسبة بمن يستخدمون الوسائط الاجتماعية بأكثر من (7) سنوات بنسبة %100 ثم يليها من يستخدمونها أقل من (سنة) بنسبة بلغت %51.85 ثم يأتي بعدها من يستخدمونها من (3 - 1) سنة بنسبة %43.33 ثم يليها من يستخدمونها (7 - 4) سنة بنسبة %33.33، أما الفئة الثانية التي ترى بأن الوسائط الاجتماعية تساهم في معالجة القضايا البيئية فقد بلغت نسبتهم %39.36 ودعمت هذه النسبة بمن يستخدمونها من (3 - 1) سنة بنسبة %46.66 ثم يليها المبحوثين من يستخدمونها من (7 - 4) سنة بنسبة %39.39 ثم جاء بعدها من يستخدمونها أقل من (نصف) سنة بنسبة %37.03 أما من يستخدمونها أكثر من (7) سنوات فلم نسجل أية حالة، أما الفئة

الثالثة التي ترى بأن الوسائط الاجتماعية تساهم في زيادة الوعي المبحوثين فقد بلغت نسبتهم **15.95%** ودعمت هذه النسبة بمن يستخدمونها من (4 - 7) سنة بنسبة **27.27%** ثم يليها المبحوثين من يستخدمونها من أقل من (سنة) بنسبة **11.10%** ثم جاء بعدها من يستخدمونها من (1 - 3) سنة بنسبة **10%** أما من يستخدمونها أكثر من (7) سنوات فلم نسجل أية حالة.

ظهرت الوسائط الاجتماعية تقريباً أكثر من عشر سنوات كنتيجة لتطور التكنولوجي والمعلوماتي الهائل التي وصلت إليه البشرية، وفي حقيقة الأمر منذ ظهورها وهي تفرض نفسها تدريجياً في الحياة الاجتماعية للأفراد وأكثر من ذلك جزء لا يتجزأ من حياة الفرد، فهناك من يستخدم هاته المواقع منذ سنوات عديدة وهناك من ينتسب إليها منذ سنوات قليلة، فمن خلال معطيات الجدول التي أردنا أن نوضح العلاقة بين الفترة السنوية في استخدام واستعمال مواقع الوسائط الاجتماعية مع مساهمتها في التعرف على المواضيع البيئية، وعليه فإن أكبر نسبة من أفراد عينة دراسة صرحت أن الوسائط الاجتماعية مكنتهم من التعرف على المجال البيئي والمشاكل المرتبطة بها وفي نفس الوقت هم ينتسبون على هاته المواقع منذ أكثر من 7 سنوات وهي فترة ليست بقليلة وإنما هي فترة معتبرة مكنتهم من التعرف على كل التفاصيل المتعلقة البيئة ومجالاتها ومشكلاتها، أما الفئة الثانية التي صرحت بأن الفترة السنوية ساهمت في معالجة القضايا البيئية وهم ينتسبون إلى هاته الوسائط في الفترة الممتدة بين (1 - 3) سنوات وعليه فإن معالجة القضايا البيئية يكون عن طريق المشاركة في بعض الحملات البيئية التطوعية مثل (حملات النظافة، حملات التشجير وغيرها)، أما الفئة الثالثة التي ترى بأنها تساهم في الرفع من مستوى الوعي البيئي وهم ينتسبون إلى هاته الوسائط في الفترة الممتدة بين (4 - 7) سنوات، وعليه نستطيع القول بأن فترة استخدام الوسائط الاجتماعية تساهم في التعرف على المواضيع البيئية التي من شأنها أن تساهم في زيادة وترسيخ المعلومات البيئية لدى الطلبة الجامعيين وإكسابهم اتجاهات ايجابية نحو بيئتهم تمكنهم من الحفاظ على البيئة ومواردها الطبيعية.

❖ رابعاً: كيفية الاستعمال والمجال البيئي

نحاول الكشف على العلاقة بين كيفية استخدام المبحوثين للوسائط الاجتماعية مع ما مدى تحصيل المبحوثين في مجال البيئة من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (9): يوضح العلاقة بين كيفية استعمال الوسائط الاجتماعية مع ما مدى تحصيل المبحوثين في مجال البيئة

المجموع		بشكل دائم		بشكل متقطع		كيفية الاستعمال تحصيل المبحوثين
%	ت	%	ت	%	ت	
51.06%	48	68.51%	37	27.5%	11	في المستوى
48.93%	46	31.48%	17	72.5%	29	دون المستوى
100%	94	100	54	100	40	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 9 الذي يوضح العلاقة بين كيفية استعمال المبحوثين للوسائط الاجتماعية مع ما مدى تحصيلهم في مجال البيئة، فوجدنا في السياق العام أن المبحوثين يرون بأن تحصيلهم في مجال البيئة (دون المستوى) بنسبة وصلت إلى 51.06% ودعمت هاته النسبة بمن يستعملون الوسائط الاجتماعية (بشكل دائم) بنسبة 68.51% ثم يليها من يستعملونها (بشكل متقطع) بنسبة بلغت حوالي 72.5%، أما من يرون بأن تحصيلهم في مجال وقضايا البيئة (في المستوى) بنسبة 48.93% ودعمت هذه النسبة بمن يستعملون الوسائط الاجتماعية (بشكل متقطع) بنسبة 72.5% ثم يليها من يرون أن استعمالها (بشكل دائم) بنسبة 31.48%.

البيئة هي مجموع الأشياء التي تحيط بنا من الكائنات الحية وغير الحية، ويمكن تصنيف البيئة أيضاً إلى بيئة طبيعية وبيئة مشيدة، فالأولى هي التي تتكون من مجموع الظواهر الطبيعية التي لا يكون للإنسان دخل في حدوثها أما تلك المشيدة التي هي من صنع الإنسان مثل المدن والمباني والسدود وكل ما يتعلق بالبناء وال عمران، فالبيئة إذن هي إطار متكامل

يشمل الكرة الأرضية، وما يؤثر فيها من المكونات الأخرى للكون ومحتويات هذا الإطار ليست جامدة ولكنها متأثرة ومؤثرة فيه والإنسان واحد من مكونات البيئة يتفاعل مع كل مكوناتها مثل أقرانه من بني البشر، ووفقاً لهذا التعريف يتبين لنا أن البيئة ليست مجرد موارد يتجه إليها الإنسان ليستمد منها مقومات حياته وإنما تشمل البيئة أيضاً علاقة الإنسان بالإنسان التي تنظمها المؤسسات الاجتماعية والعادات والأخلاق والقيم والأديان، وفي هذا الإطار أردنا التعرف من خلال الجدول أعلاه التعرف عن حجم استخدام المبحوثين الوسائط الاجتماعية مع مستوى تحصيلهم في مجال البيئة، ويرى أفراد عينة الدراسة بأن تحصيلهم في مجال البيئة في المستوى وهم يستخدمون الوسائط الاجتماعية بشكل دائم لهذا يمكن أن نقول أن متابعة الدائمة ومواكبة التغيرات والتحول التي تحدث في المجتمع في كل المجالات عموماً والمجال البيئي على وجه الخصوص ساهمت في زيادة تثقيف الأفراد المستخدمين في مجال البيئة وكل ما يتعلق بها، إذ تساهم متابعة الوسائط الاجتماعية والمواضيع المنشورة فيها بشكل دائم من خلال العناصر التالية:

- زيادة الوعي لدى كل إنسان إلى مسؤوليته الشخصية على حماية البيئة وحفاظها.
- تنمية المسؤولية الجماعية على أن سلامة البيئة هي وديعة في أيدينا من أجل الأجيال القادمة.
- إبراز دعوة الإسلام إلى الحفاظ على البيئة.
- بلورة الوسائل لزيادة وعي الجمهور إلى أهمية العمل المشترك من أجل حماية البيئة.

أما الفئة الثانية التي ترى بأن تحصيلها في مجال البيئة دون المستوى وهم يستخدمون الوسائط الاجتماعية بشكل متقطع، بالإضافة إلى أن اهتمامات هؤلاء المبحوثين إلى مجالات أخرى قد تكون (رياضية وسياسية وترفيهية وثقافية)، وعليه نقول أن متابعة الوسائط الاجتماعية بشكل دائم يساهم في زيادة تحصيل المبحوثين في مجال البيئة، أما متابعتها بشكل متقطع يضعف مستوى التعرف على البيئة ومجالاتها.

❖ خامساً : أنواع الوسائط الاجتماعية والبيئة في الجزائر

نحاول الكشف على العلاقة بين أهم الوسائط الاجتماعية التي يستخدمها المبحوثين أكثر مع دورها في التعرف بالمواضيع البيئية في المجتمع الجزائري من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (10): يوضح العلاقة بين أهم الوسائط الاجتماعية التي يستخدمها المبحوثين أكثر مع مساهمتها في التعرف على المواضيع البيئية في المجتمع الجزائري

المجموع		أخرى		يوتيوب		أنستغرام		الفايسبوك		أنوعها مساهمتها
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
65.95%	62	/	/	65%	13	16.66%	3	82.14%	46	نعم
34.04%	32	/	/	35%	7	83.33%	15	17.85%	10	لا
100%	94	/	/	100	20	100	18	100	56	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 10 الذي يوضح العلاقة بين أهم الوسائط الاجتماعية التي يستخدمها المبحوثين مع مساهمتها في التعرف على المواضيع والقضايا البيئية في المجتمع الجزائري، فوجدنا في الإطار العام أن أغلب المبحوثين يرون بأنها تساهم في التعرف على أهم مستجدات البيئة في المجتمع الجزائري بنسبة وصلت إلى 65.95% ودعمت هذه النسبة بمن يستخدمون الوسائط الاجتماعية (الفايسبوك) بنسبة 82.14% ثم يليها من يستخدمون موقع (يوتيوب) بنسبة بلغت 65% ثم يأتي بعدها من يستخدمون (أنستغرام) بنسبة 16.66% أما وسائط اجتماعية (أخرى) فلم نسجل أية حالة، أما الفئة الثانية التي ترى بأنها لا تساهم في التعرف على أهم مستجدات البيئة في المجتمع الجزائري فقد بلغت نسبتهم 34.04% ودعمت هذه النسبة بمن يستخدمون الوسائط الاجتماعية (أنستغرام) بنسبة 83.33% ثم يليها من يستخدمون موقع (يوتيوب) بنسبة بلغت 35% ثم يأتي بعدها من يستخدمون (الفايسبوك) بنسبة 17.85% أما وسائط اجتماعية (أخرى) فلم نسجل أية حالة.

إن وضعية البيئة في الجزائر لا تختلف عما هي عليه في باقي دول العالم، فإلى جانب المشاكل البيئية ذات الطابع العالمي التي تهددها (كظاهرة الاحتباس الحراري) تعاني من مشكلات ذات طابع إقليمي طغى عليها التلوث الصناعي، كما يجمع العديد من المختصين في المجال البيئي أن المجتمع الجزائري يتعرض الوسط البيئي فيه لمخاطر وتحديات كبيرة ناتجة بالأساس عن تراجع الأداء التنموي والأوضاع الاجتماعية الأخرى، ولعل أبرز هذه المخاطر تكمن في (هدر الأراضي الزراعية، حرائق الغابات، تلوث المياه، التلوث الصناعي، انتشار البرك ورمي القاذورات)، فعلى الرغم من ميزانيات ومشاريع ضخمة التي توفرها الدولة إلى جانب سن القوانين والتشريعات في سبيل معالجة هاته المشاكل لكن إلى يومنا لن تسطع الحد منها بل هي في تزايد مستمر وما نشاهده في شوارع الوطن من صور ومظاهر خير دليل على فشل المشاريع التي اطلقتها الحكومة، ونرجع سبب فشلها إلى غياب الوعي بمسألة وضرورة الحفاظ على البيئة لدى أفراد المجتمع، في هذا الصدد صرح المبحوث رقم 22 قائلاً (مشكلة البيئة في الجزائر ليست مشكلة دولة أو سياسة حكومة وإنما مشكلة البيئة تتعلق بمدى وعي وثقافة الأفراد بأهميتها في حياتنا)، لهذا على الحكومة الجزائرية الاستثمار في الإعلام الجديد من أجل نشر الوعي البيئي لدى الرأي العام للحفاظ على البيئة، ومن بين مرتكزات الإعلام الجديد الوسائط الاجتماعية منتشرة بكثرة بين أفراد المجتمع فمنشور أو صورة أو فيديو قد يغير الكثير من المفاهيم والمعتقدات والاتجاهات، وفي هذا الإطار أردنا من خلال الجدول أعلاه التعرف عن العلاقة بين أنواع الوسائط الاجتماعية التي يستخدمها المبحوثين بكثرة مع دورها في التعريف بالقضايا البيئية في المجتمع الجزائري، وحقيقة تشير المعطيات الجدول أن أغلب المبحوثين يرون بأن الوسائط الاجتماعية التي يستخدمونها تساهم فعلاً في التعرف على مسائل البيئة في بلدنا عن طريق (الصور والفيديوهات وكتابات) بفضل مميزات هاته المواقع التي تتيح للفرد ممارسة دور الصحفي في نقل الأخبار والمستجدات الوطنية والمحلية، وأغلب هذه الفئة وجدناها تستخدم موقع (الفايسبوك) بدرجة الأولى ثم موقع (اليوتيوب) وهذا يوضح لنا مدى مساهمة واهتمام الأفراد المستخدمين بموضوع البيئة في الجزائر، وتساهم هاته المواقع في نشر الوعي البيئي عن طريق:

- الدعوة إلى حماية البيئة والحفاظ عليها بكونها جزء لا يتجزأ من حياة الإنسان، وحمايتها من حماية الإنسان نفسه.
- نشر بعض الصور التي توضح بعض مظاهر الخلل البيئي كالنفايات المتراكمة في الشوارع وفي الأماكن الحساسة التي تساهم في انتشار الأمراض وتشكل خطر على صحة الأفراد وخاصة الأطفال.
- نشر مقاطع فيديو عن الأماكن التي تعاني من مظاهر الأوساخ وهي تسهل على السطات من أجل الوصول إليها وتنظيفها.
- مساهمة الصفحات البيئية في تنظيم أيام تحسيسية حول نظافة البيئة ودعوة الأفراد على تنظيم حملات بيئية تطوعية ومشاركة فيها في إطار عمل خيري تشاركي.

أما الفئة الثانية من أفراد عينة الدراسة التي ترى أن الوسائط الاجتماعية لا تساهم في التعريف بالقضايا البيئية في المجتمع الجزائري، ويرجع السبب الأول في ذلك إلى أن هاته الفئة تستخدم بدرجة الأولى موقع (أنستغرام) وهو موقع يعتبر عدد متابعيه قليلاً جداً مقارنة مع المواقع الأخرى إلى جانب عن موقع يختلف عن باقي المواقع من حيث الخصائص والمميزات والوظائف، أما السبب الثاني فهو يرجع إلى اهتماماتهم الشخصية في هاته المواقع قد يكون استخدامها من أجل الترفيه أو استخدامها من أجل التعرف على الأصدقاء والأحباب أو إن استخدامها من أجل التعارف والتواصل، وعليه يمكن القول أن مستخدمي موقع الفايسبوك يتعرفون على كل القضايا والمسائل التي تتعلق بالبيئة في الجزائر وهذا يرجع إلى مميزات التي يوفرها هذا الموقع، أما من يستخدمون موقع أنستغرام فهم لا يتعرفون على القضايا البيئية في الجزائر.

❖ سادساً: الصفحات البيئية والحملات البيئية

نحاول الكشف على العلاقة بين عدد ساعات استخدام الوسائط الاجتماعية في اليوم مع دورها في نشر مسألة الوعي البيئي من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (11): يوضح العلاقة بين عدد الصفحات التي يتابعها المبحوثين على الوسائط الاجتماعية مع عدد الحملات البيئية المشارك فيها

المجموع		7 فأكثر		(4 - 6)		(1 - 3)		عدد الصفحات عدد الحملات
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
67.02%	63	63.79%	37	56.25%	9	85%	17	(3 - 1)
24.46%	23	27.58%	16	43.75%	7	/	/	(6 - 4)
8.51%	8	8.62%	5	/	/	15%	3	7 فأكثر
100%	94	100	58	100	16	100	20	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 11 الذي يوضح العلاقة بين عدد الصفحات التي يتابعها المبحوثين على الوسائط الاجتماعية بمختلف أنواعها مع عدد الحملات البيئية التي شارك فيها المبحوثين، فوجدنا في الإطار العام أن أغلب المبحوثين شارك من (1 - 3) حملة بيئية بنسبة وصلت إلى 67.02% ودعمت بنسبة 85% بمن يتابعون (1 - 3) صفحة بيئية ثم يليها من يتابع أكثر من (7) صفحات بيئية بنسبة 63.79% ثم من يتابع (4 - 6) صفحة بنسبة 56.25%، أما الفئة الثانية التي شاركت في (4 - 6) حملة بيئية فقد بلغت نسبتهم 24.46% ودعمت بنسبة 43.75% بمن يتابعون (4 - 6) صفحة بيئية ثم يليها من يتابع أكثر من (7) صفحات بيئية بنسبة 27.58% ثم من يتابع (1 - 3) صفحة بيئية فلم نسجل أية حالة، أما الفئة الثالثة التي شاركت في (7) حملة بيئية فقد بلغت نسبتهم 8.51% ودعمت بنسبة 15% بمن يتابعون (1 - 3) صفحة بيئية ثم يليها من يتابع أكثر

من (7) صفحات بيئية بنسبة 8.62% ثم من يتابعن (4 - 6) صفحة بيئية فلم نسجل أية حالة.

تعتبر البيئة محوراً هاماً من محاور التنمية الشاملة. وتشغل قضية حماية البيئة حيزاً كبيراً من الاهتمام العالمي والمحلي حيث أصبحت الدراسات والمعلومات البيئية موضع اهتمام جهات عديدة في الدولة من مختلف الأجهزة الصحية والصناعية والعلمية والهندسية وغيرها، وتعتبر الصفحات البيئية على موقع الفيسبوك أو القنوات البيئية على موقع اليوتيوب ليست مجرد مواقع إلكترونية معني بالشأن البيئي فحسب بل إنها بوابة شاملة صممت من أجل محبي البيئة والباحثين والمهتمين بها، لتكشف عن كثر جميع مستجدات البيئة المحلية بدءاً من الوضع البيئي، لهذا أردنا التعرف على عدد الصفحات البيئية التي يتابعها المبحوث مع عدد الحملات البيئية التي شارك فيها، حيث اشارت بيانات الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين يشاركون في الحملات البيئية ابتداءً من حملة واحدة إلى أكثر من 7 حملات بيئية، لكن أكثر فئة تم تسجيلها هي التي شاركوا في حملات بيئية والبالغ عددها من (1 - 3) حملة بيئية تطوعية وفي نفس الوقت يتابعون صفحات بيئية وبلغ عددها من (1 - 3) صفحة بيئية، ثم تليها من يتابعون أكثر من 7 صفحات بيئية، وعليه نستطيع القول بأن الصفحات البيئية تساهم في تنظيم الحملات البيئية بالإضافة أنها تقوم بتشجيع وحث متابعيها على المشاركة في الحملات البيئية، كما أن هذه الصفحات البيئية التي غالباً ما تكون تابعة لجمعيات ومنظمات محلية ووطنية تهتم بالبيئة وتهدف من خلال نشاطاتها إلى ما يلي:

- إثارة اهتمام جماهيرها بأهمية البيئة في حياة الإنسان
- الاعتماد على الإقناع بمحتوى الإعلان من أجل التأثير على أكبر عدد من متابعين
- فتح باب الانخراط وجذب أكبر عدد من الأعضاء

❖ سابعاً : أنواع الأجهزة والحملات التطوعية

نحاول الكشف على العلاقة بين نوع الأجهزة التي يستخدمها المبحوثين في متابعة الوسائط الاجتماعية مع القيام بتنظيم حملات تطوعية من أجل الحفاظ على البيئة من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (12): يوضح العلاقة بين نوع الاجهزة التي يستخدمها المبحوثين مع القيام بتفعيل حملة تطوعية خاصة بالحفاظ على البيئة

المجموع	تابلت		الهاتف		حاسوب محمول		حاسوب منزلي		نوع الأجهزة القيام	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
%38.29	36	%64.28	9	%59.25	16	%42.30	11	/	/	نعم
%61.70	58	%35.71	5	%40.74	11	%57.69	15	%100	27	لا
%100	94	100	14	100	27	100	26	100	27	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 12 الذي يوضح العلاقة بين نوع الاجهزة التي يستخدمها المبحوثين في عملية استعمال الوسائط الاجتماعية مع القيام بتفعيل حملة تطوعية خاصة بالحفاظ على البيئة، فوجدنا في السياق العام أن أغلب المبحوثين لا يقومون بتفعيل الحملات البيئية التطوعية بنسبة وصلت إلى 61.70% ودعمت هذه النسبة بمن يستعملون الوسائط الاجتماعية على جهاز (الحاسوب المنزلي) في تصفح الوسائط الاجتماعية بنسبة 100% ثم يليها من يستعملون جهاز (الحاسوب المحمول) بنسبة بلغت 57.69% ثم يأتي بعدها من يستعملون جهاز (الهاتف) بنسبة 40.74% أما من يستعملون جهاز (تابلت) بنسبة 35.71%، أما الفئة الثانية التي ترى بأنها قامت بتفعيل حملات تطوعية بيئية في إطار المحافظة على البيئة فقد بلغت نسبتهم 38.29% ودعمت هذه النسبة بمن يستعملون الوسائط الاجتماعية على جهاز (تابلت) في تصفح الوسائط الاجتماعية بنسبة 64.28% ثم يليها

من يستعملون جهاز (الهاتف) بنسبة بلغت 59.25% ثم يأتي بعدها من يستعملون جهاز (الحاسوب المحمول) بنسبة 42.30% أما من يستعملون جهاز (الحاسوب المنزلي) فلم يتم تسجيل أية حالة.

باتت الأجهزة الإلكترونية من ضروريات الحياة اليومية، التي لا يمكن الاستغناء عنها في الحاجات الشخصية أو الاتصال بالعالم، وغيرها الكثير من الأمور المتعلقة بالحياة الاجتماعية للفرد، وأسهم ظهور الأجهزة الإلكترونية في تسهيل حياة الناس من خلال أجهزة الهاتف المحمول وأجهزة الحواسيب الشخصية، واختصرت الكثير من الجهد والوقت، إذ بالإمكان تحقيق التواصل بين الجميع بأقل جهد، وتوفير العناية للحصول على خدمة الاتصال والتواصل مع الآخرين مما كان عليه في الماضي، الذي كان من الصعب التواصل مع الآخرين في غير المجتمع المحيط به، كما أنها ساهمت في:

- توفير على الأفراد الكثير من الوقت والجهد.
- سهلت حياة الأفراد وجعلتها أكثر سلاسة وحيوية، واختصرت المسافات بين الدول، كاستخدام الهواتف المحمولة والحواسيب الشخصية.
- سهلت عملية التواصل بين الأفراد والمجتمعات والدول
- منحت الناس وسيلة للمتعة والترفيه، من خلال تطبيقات الألعاب الإلكترونية التي منحتها للأفراد لممارستها على الأجهزة الإلكترونية في أي وقت يريدون.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين صرحوا بأنهم لا يقوموا بتنظيم حملات بيئية وهذا راجع أن أغلبهم لا يبادر في عمليات تفعيل حملات تطوعية بسبب عدم انتسابهم إلى جمعيات ومنظمات قانونية إلى جانب أنهم لا يملكون الوقت الكافي لذلك بحيث أنهم يستخدمون في متابعة الوسائط الاجتماعية على الحاسوب المنزلي فقط، بينما من صرحوا بأنهم نظموا وساهموا في تفعيل حملات بيئية نرى بأن هاته الفئة منخرطة في جمعيات محلية خاصة بالبيئة أو بالعمل الخيري وهي التي اتاحت لهم الفرصة في تنظيم مثل هذه التظاهرات البيئية ورأينا بأنهم يستخدمون الأجهزة الإلكترونية المتنقلة (حاسوب محمول، هاتف، تابلت) وهذا ما

يدل على أن نشاطهم على الوسائط الاجتماعية نشيط جداً مما يسهل لهم عملية التواصل في تكثيف مجهوداتهم.

- خلاصة الفصل

الآن أصبح الكثير من الناس يستخدمون مواقع الوسائط الاجتماعية بشكل كبير وذلك بفضل توسع نطاق استخدام الإنترنت ولعل أهم فئة من فئات المجتمع تردداً على هاته المواقع هي فئة الشباب، وقد أصبحت مواقع الوسائط الاجتماعية اليوم من المؤسسات المهمة التي تقوم بدور مهم في تربية الشباب وإكسابهم عادات وسلوكيات صحيحة وأداة مهمة من أدوات التغيير الاجتماعي وقد اهتمت المؤسسات الاجتماعية والتربوية بوضع البرامج والأنشطة للطلاب، وذلك بقصد الاستفادة من إشغال وقت الشباب بما يفيدهم، وكذلك بقصد زرع جوانب وأمر مهم و تتميتها في شخصية الطالب، فالعملية التعليمية ليست مجرد تلقين للدارس فقط وإنما هي عملية مفيدة لبناء شخصية الطالب من جميع النواحي، وبث روح المسؤولية الاجتماعية والاعتداد بالذات، وتحمل المسؤوليات في الحياة، ومحاولة إيجاد التوازن المتكامل في جميع جوانب الشخصية، من هذا المنطلق على الهيئات والجمعيات البيئية الاستفادة من هاته الوسائط من أجل تنمية وزيادة الوعي البيئي لدى الطالبة الجامعيين من خلال ما يلي:

- الدعوة لإنشاء مجموعات شبابية (طلابية) هادفة على مواقع الوسائط الاجتماعية تتبنى قضايا اجتماعية وبيئية لتبادل المعرفة وتعميم الفائدة.
- التركيز على طلبة المدارس والجامعات من خلال توعيتهم عن طريق النشرات والملصقات الهادفة بضرورة وأهمية المحافظة على البيئية.

الفصل السادس

تحليل وتفسير البيانات المتعلقة

بالفرضية الثانية

- تمهيد الفصل

أردنا من خلال هذا الفصل بتحليل وتفسير البيانات المتعلقة بالفرضية الأولى التي مفادها " نوعية الوسائط الاجتماعية المستخدمة ومقدار طرح القضايا والموضوعات البيئية من طرف الطلبة الجامعيين تلعب دوراً في نشر الوعي البيئي "، ومن أجل إثبات الفرضية طرحنا مجموعة من جداول توضح مجموعة من العلاقات حول معدلات الاستخدام ومقدار التفاعل مع الوسائط الاجتماعية ومسألة نشر الوعي البيئي، وهاته العلاقات هي كما يلي:

- ❖ أولاً : نوعية المواضيع وثقافة الفرد
- ❖ ثانياً : اهتمامات المبحوثين والمواضيع البيئية
- ❖ ثالثاً : المنشورات البيئية والوعي البيئي
- ❖ رابعاً: العلاقات الاجتماعية ودورها في تفعيل الحملات البيئية
- ❖ خامساً : العضوية ومسألة الوعي البيئي
- ❖ سادساً: الصفحات البيئية والمجال البيئي
- ❖ سابعاً : الوسائط الاجتماعية ودورها في نشر الوعي البيئي

❖ أولاً : نوعية المواضيع وثقافة الفرد

نحاول الكشف على العلاقة بين نوعية المواضيع التي يتابعها المبحوثين على الوسائط الاجتماعية مع ارتباط الوعي البيئي بثقافة الفرد من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (13): يوضح العلاقة بين نوعية المواضيع التي يتابعها المبحوثين على الوسائط الاجتماعية مع ارتباط الوعي البيئي بثقافة الشخص

المجموع	المواضيع الرياضية		المواضيع الترفيهية		المواضيع البيئية		المواضيع التعليمية		نوعية الارتباط	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
%89.36	84	%77.27	17	%82.14	23	%100	27	%100	17	نعم
%10.63	10	%22.72	5	%17.85	5	/	/	/	/	لا
%100	94	100	22	100	28	100	27	100	17	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 13 الذي يوضح العلاقة بين المواضيع التي يتابعها المبحوثين على الوسائط الاجتماعية مع ارتباط الوعي البيئي بثقافة الشخص، فوجدنا في الإطار العام أن أغلب المبحوثين يرون أن الوعي البيئي يرتبط بثقافة الفرد بنسبة %89.36 ودعمت هذه النسبة بمن يتابعون المواضيع البيئية والمواضيع التعليمية بنسبة متساوية بلغت %100 ثم يليها من يتابعون المواضيع الترفيهية بنسبة %82.14 ثم من يتابعون المواضيع الرياضية بنسبة %77.27 ، أما الفئة الثانية التي ترى أن الوعي البيئي لا يرتبط بثقافة الفرد بنسبة %10.63 ودعمت بمن يتابعون المواضيع الرياضية بنسبة %22.72 ثم المواضيع الترفيهية بنسبة %17.85 أما من يتابعون المواضيع التعليمية والبيئية فلم نسجل أية حالة.

أصبحت قضية البيئة والمحافظة عليها من التلوث من أهم القضايا التي تشغل المجتمع العالمي والمحلي في الوقت الراهن، فالحفاظ على البيئة وحمايتها يعد بعداً استراتيجياً من أبعاد التنمية المستدامة، فثقافة الفرد تساهم في التقليل من المشاكل البيئية وتوفر الثقافة البيئية للفرد على وجه الخصوص، وبالتالي فإن ارتباط ثقافة الفرد ببيئته التي يقيم فيها تكسبه اتجاهات

بيئية ايجابية والمهارات الأساسية لمواجهة مشاكلها والمحافظة عليها، وتتيح لها الاستمرارية والتفاعل الايجابي مع البيئة، وتحقيق التوازن فيها من خلال تشارك وتكامل جهود الدولة والمجتمع معا، وتعتبر الثقافة البيئية عن مدى اكتساب الفرد للمكونات المعرفية والانفعالية والسلوكية، من خلال تفاعله المستمر مع بيئته، التي تسهم في تشكيل سلوك جيد يجعل الفرد قادراً على التفاعل بصورة سليمة معها، ويكون قادراً على نقل هذا السلوك إلى الآخرين من حوله وفي تأثيره على المحيط البيئي المقيم فيه، والثقافة البيئية لا تقتصر على التلوث باختلاف اشكاله، ومشاكل التغير المناخي، والاحتباس الحراري.. إلخ، بل هي جزء لا يتجزأ من ثقافة الفرد عامة، وفي هذا السياق يرى معظم أفراد عينة الدراسة أن الوعي البيئي يرتبط ارتباط وثيق بثقافة الفرد وهم في الأصل يتابعون بالدرجة الأولى المواضيع البيئية والتعليمية على مواقع الوسائط الاجتماعية وهذا يوضح مدى تشبع هؤلاء المبحوثين بموضوع الثقافة البيئية عن طريق المواضيع التي يتابعونها وهذا العكس الفئة الثانية التي ترى أن الوعي البيئي لا يرتبط بثقافة الفرد وإنما يرتبط بقيم أخرى كالقيم الأخلاقية والقيم الدينية وإلى عادات وتقاليد المجتمع ومدى رغبة الفرد في المساهمة في الحفاظ على البيئة.

وعليه نستطيع القول أن المبحوثين الذين يتابعون المواضيع البيئية والتعليمية على مواقع الوسائط الاجتماعية يرون أن الوعي البيئي يرتبط بثقافة الفرد أما من يتابعون المواضيع الرياضية والترفيهية على مواقع الوسائط الاجتماعية فيرون أن الوعي البيئي لا يرتبط بثقافة الفرد.

❖ ثانياً : اهتمامات المبحوثين والمواضيع البيئية

نحاول الكشف على العلاقة بين بين اهتمامات المبحوثين في تناول مواضيع بيئية عبر الوسائط الاجتماعية مع ما مدى مساهمتها في المواضيع البيئية من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (14): يوضح العلاقة بين اهتمامات المبحوثين في تناول مواضيع بيئية عبر الوسائط الاجتماعية مع ما مدى مساهمتها في المواضيع البيئية

المجموع		لا		نعم		اهتمامات مساهمتها
%	ت	%	ت	%	ت	
44.68%	42	22.72%	5	51.38%	37	المجال البيئي ومشاكله
39.36%	37	50%	11	36.11%	26	معالجة القضايا البيئية
15.95%	15	27.27%	6	12.5%	9	الوعي البيئي
100%	94	100	22	100	72	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 14 الذي يوضح العلاقة بين اهتمامات المبحوثين في تناولهم لمواضيع بيئية عبر الوسائط الاجتماعية مع مدى مساهمتها في المواضيع البيئية، فوجدنا في الإطار العام أن نسبة 44.68% من المبحوثين يرون أن الوسائط الاجتماعية تساهم في التعرف على المجال البيئي ومشاكله ودعمت بنسبة 51.38% بمن اهتمامات في تناول المواضيع البيئية عبر مواقعهم الشخصية، ونسبة 22.72% بمن ليس لديهم اهتمام في تناول تلك المواضيع، أما الفئة الثانية فهي ترى بأنها تساهم في معالجة القضايا البيئية بنسبة وصلت إلى 39.36% ودعمت بنسبة 50% من المبحوثين الذين لا يهتمون بالمواضيع البيئية أما من يهتمون بالمواضيع البيئية فقد بلغت نسبتهم 36.11%، أما الفئة الثالثة فهي ترى بأن مواقع الوسائط الاجتماعية تساهم في الزيادة الوعي البيئي لدى مستخدميهم ومتابعيه بنسبة 15.95% ودعمت بنسبة 27.27% بمن لا يهتمون بالمواضيع البيئية ونسبة 12.5% بمن يرغبون في تناول المواضيع البيئية على الوسائط الاجتماعية.

تعتبر مواقع الوسائط الاجتماعية منبر للحرية الرأي والتعبير ومنتفس للكثير من الشباب في التعبير عن قضايا ومسائل تهمهم في حياتهم الاجتماعية، بحيث يكتسي الإعلام البيئي على مستوى الوسائط الاجتماعية ومن خلال مادته الإعلامية التي يقدمها أهمية بالغة في تنمية القدرات البيئية وحمايتها بما يتحقق معه تكييف وظيفي سليم اجتماعيا وحيويا للجمهور، وينتج عنه ترشيد السلوك البيئي في تعامل الإنسان مع محيطه، وتحضيره للمشاركة بمشروعات حماية البيئة والمحافظة على الموارد البيئية، ويتعاضم هذا الدور الإعلامي في إبراز قضايا البيئة وحمايتها ورصد أي خلل بيئي يحدث على مستوى البيئة الطبيعية والبشرية، وتحريكه للرأي العام وزيادة الوعي عند الجمهور وإسهامه في المحافظة على البيئة، فمن خلال معطيات الجدول أعلاه لاحظنا أن المبحوثين يرون أن الوسائط الاجتماعية لها دور في التعريف بالمجال البيئي وبمشاكل التي تواجهه وفي الوقت نفسه يقرون بأنهم يهتمون ويتناولون بمثل هاته المواضيع التي تخص البيئة، أما الفئة الثانية التي ترى عكس الفئة الأخرى من خلال مساهمة الوسائط الاجتماعية في معالجة القضايا البيئية وهم لا يهتمون بتناول المواضيع البيئية عبر مواقعهم الخاصة، ولكن يرون أن مثل هاته المواقع ساهمت في معالجة الكثير من القضايا البيئية على مستوى مجتمعهم المحلي ويعود الفضل في ذلك إلى منشورات المستخدمين التي تبرز على سبيل المثال النفايات المنتشرة في الاحياء وفي الشوارع والتي تشكل خطر على الإنسان وعلى الأطفال وتساهم في نشر الأمراض والأوبئة، أما الفئة الثالثة والتي ترى بأن مواقع الوسائط الاجتماعية تساهم في نشر الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين وفي نفس الوقت هي فئة لا تهتم بنشر المواضيع البيئية، وعليه يري البعض أن التوعية البيئية عبر الوسائط الاجتماعية تسعى إلى تطوير وتوعية الأفراد وجعلهم أكثر إحساساً واهتماماً بالبيئة ومشكلاتها وتحدياتها، وتساهم في تكوين المعارف والمهارات والدوافع والالتزام بالعمل الفردي أو الجماعي لحل المشكلات القائمة ومنع ظهور مشكلات جديدة.

❖ ثالثاً : المنشورات البيئية والوعي البيئي

نحاول الكشف على العلاقة بين نشر منشورات بيئية عبر الوسائط الاجتماعية مع كيفية مساهمتها في زيادة الوعي البيئي لدى متابعيه من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (15): يوضح العلاقة بين نشر منشورات بيئية عبر الوسائط الاجتماعية مع كيفية مساهمتها في زيادة الوعي البيئي لدى متابعيه

المجموع		لا		نعم		نشر زيادة
%	ت	%	ت	%	ت	
47.87%	45	36%	9	52.17%	36	عن طريق الصور
34.04%	32	64%	16	23.18%	16	عن طريق الفيديو
18.08%	17	/	/	24.63%	17	عن طريق الكتابة بأهمية البيئة
100%	94	100	25	100	69	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 15 الذي يوضح العلاقة بين نشر المبحوثين لمنشورات بيئية عبر الوسائط الاجتماعية مع كيفية مساهمتها في زيادة الوعي البيئي لدى متابعيه، فوجدنا في السياق العام أن المبحوثين يرون أن الوسائط الاجتماعية تساهم في زيادة الوعي البيئي عن طريق الصور بنسبة وصلت إلى 47.87% ودعمت بنسبة 52.17% من المبحوثين ينشرون منشورات بيئية على الوسائط الاجتماعية، بينما من لا ينشرون فقد بلغت نسبتهم 36%، أما الفئة الثانية فهي ترى بأنها تساهم في زيادة الوعي البيئي عن طريق الفيديو بنسبة 34.04% ودعمت بنسبة 64% بمن لا ينشرون منشورات بيئية ونسبة 23.18% ينشرون منشورات، أما الفئة الثالثة يرون أن مساهمتها تكون عن طريق الكتابة بأهمية البيئة بنسبة بلغت 18.08% ودعمت بنسبة 24.63% بمن ينشرون منشورات بيئية، أما من لا ينشرون فلم نسجل أية حالة.

إن اهتمام مستخدمي مواقع الوسائط الاجتماعية اليوم بنشر منشورات تتعلق بقضايا البيئة ومستجداتها يطلق عليه الدارسون مصطلح التربية البيئية في وقت أصبحت هاته الوسائط تأخذ حيزاً كبيراً من الاستخدام الكبير قبل الصغير، فالنتائج التي يمكن تحقيقها في تربية الفرد على ضرورة المحافظة على البيئة قد تفوق دور الأسرة والمدرسة والمسجد والجامعة في تحقيق هذا الهدف، وقد عرفت التربية البيئية على المستوى الدولي بأنها " عملية تهدف الى توعية سكان العالم بالبيئة الكلية وتقوية اهتمامهم بها وبالمشكلات المتصلة بها، وتزويدهم بالمعلومات والحوافز والمهارات التي تؤهلهم أفراداً وجماعات للعمل على حل المشكلات البيئية، والحيلولة دون ظهور مشكلات جديدة، وهذه العملية مستمدة مدى الحياة حتى توجد مساهمة غير منقطعة ومسؤولية متواصلة لبناء هذه البيئة"¹، ومن هذا المنطلق فإن الوعي البيئي المرتبط بالتربية البيئية على مستوى مواقع الوسائط الاجتماعية عن طريق (المنشورات البيئية) يمثل أحد وسائل تخفيف حماية البيئة وأهدافها لأنها تعمل على غرس السلوك الإيجابي وتنميته تجاه البيئة، وتسعى إلى إيجاد وعي وطني بأهمية المحافظة على البيئة لمتطلبات التنمية الاقتصادية والاجتماعية، بحيث تؤدي الى إشراك السكان تلقائياً وبطريقة مسؤولة وفعالة في صياغة القرارات التي تحسن نوعية البيئة بجميع مكوناتها، ومن خلال معطيات الجدول أعلاه لاحظنا أن المبحوثين يرون أن الوسائط الاجتماعية تساهم في زيادة الوعي البيئي عن طريق المنشورات التي تحمل صورة توضح حجم وطبيعة المشكلة وفي نفس الوقت هم يقومون بنشر منشورات تتعلق بالبيئة وقد يعود ذلك إلى اشتراكهم في صفحات أو قنوات بيئية على (الفايسبوك واليوتيوب) أو يمثلون جمعيات ومنظمات بيئية، أما الفئة الثانية فهي ترى أن زيادة الوعي البيئي يمكن زيادته وتحسينه عن طريق الفيديوهات التي توضح مشاكل وقضايا البيئة وآثارها على الفرد والمجتمع أو عن طريق الفيديوهات التوعوية التي تصمم من طرف المختصين وعلماء الاجتماع والدين وهم في نفس الوقت لا يقومون بنشر منشورات بيئية وهذا راجع أن هاته الفئة

¹ - عبد الحميد أحمد رشوان، البيئة والمجتمع (دراسة في علم اجتماع البيئة)، ط1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2006 ، ص:

تعتبر من الفئات الأكثر استخداماً لموقع (اليوتيوب) فهي تعتمد على المشاهدة، أما الفئة الأخيرة فهي ترى أن زيادة الوعي البيئي يكون عن طريق منشورات الكتايبية بأهمية البيئة في حياة الإنسان كالاتماد على آثار البيئة على الإنسان والاستدلال بالأحكام الدينية والشرعية فيما يتعلق بحماية البيئة، ومن خلال ما تقدم يمكن القول أن (المنشورات البيئية) على مواقع الوسائط الاجتماعية تهدف الى تخفيف جملة من الأمور أهمها، ما يلي:

- اطلاع الأفراد والجماعات وتعريفهم ببيئتهم الطبيعية.
- مساعدة الأفراد والجماعات على اكتساب وعي بمسألة البيئة
- اكتساب المهارات في كيفية التعامل مع البيئة بشكل ايجابي.
- توضيح ضرورة بل حتمية التعاون بين الأفراد والمجتمعات عن طريق زيادة وعي وطني بأهمية البيئة وضرورة المحافظة عليها بالتعاون مع الجمعيات والمنظمات المحلية لحماية البيئة.

❖ رابعاً: العلاقات الاجتماعية ودورها في تفعيل الحملات البيئية

نحاول الكشف على العلاقة بين بين امتلاك أصدقاء لهم اهتمامات بيئية في الوسائط الاجتماعية مع القيام بتفعيل حملة تطوعية خاصة بالحفاظ على البيئة من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (16): يوضح العلاقة بين امتلاك أصدقاء لهم اهتمامات بيئية في الوسائط الاجتماعية مع القيام بتفعيل حملة تطوعية خاصة بالحفاظ على البيئة

المجموع		لا		نعم		القيام امتلاك
%	ت	%	ت	%	ت	
%38.29	36	/	/	%63.15	36	نعم
%61.70	58	%100	37	%36.84	21	لا
%100	94	100	37	100	57	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 16 الذي يوضح العلاقة بين امتلاك أصدقاء لهم اهتمامات بيئية على مستوى الوسائط الاجتماعية مع القيام بتفعيل حملة تطوعية خاصة بالحفاظ على البيئة، فوجدنا في الإطار العام أن أغلب المبحوثين بنسبة 61.70% لا يقومون بتنظيم حملات تطوعية خاصة بالحفاظ على البيئة ودعمت بنسبة 100% بمن لا يملكون أصدقاء لهم اهتمامات بمجال البيئة ونسبة 36.84% يملكون أصدقاء لهم اهتمامات بيئية، أما الفئة الثانية التي صرحت بأنها تقوم بتفعيل الحملات البيئية بنسبة وصلت إلى 38.29% ودعمت بنسبة 63.15% بمن يملكون أصدقاء على مواقع الوسائط الاجتماعية لهم اهتمامات بمجال البيئي أما من لا يملكون أصدقاء فلم نسجل أية حالة.

تعتبر العلاقات الاجتماعية بين الطلبة الجامعيين من سمات المرحلة الجامعية فهي تؤثر في تكوين شخصية الطالب من جميع جوانب حياته الاجتماعية، فالعلاقات الاجتماعية الناشئة بينهم عبارة عن " سلوك متواتر متوقع يحدث بين شخصين، فيؤثر احدهما في الآخر ويتأثر به¹، أو هي روابط تنشأ على أساس التفاعل الاجتماعي²، فتدل بشكل أساسي على الصلة التي تقوم بين شخصين أو أكثر، وتختلف العلاقات الاجتماعية من جماعة إلى أخرى بحسب العلاقات بين أفرادها، وتتمثل هذه الاختلافات في نمط العلاقات بين أفراد حيث نجد أن لكل عضو في الجماعة موضع ومكانة في بناء العلاقات الاجتماعية، ويطلق على هاته الجماعات التي تتشكل داخل السرح الجامعي جماعة الرفاق، وتعتبر جماعة الأقران أو الرفاق " تلك الجماعة الرسمية وغير رسمية، والتي تتكون من أعضاء يمكن أن يتعامل أفرادها مع بعضهم البعض على أساس من المساواة والتكافؤ، لها بنية اجتماعية متميزة خاصة بها، كما أن لها وظائفها التي تؤديها لأعضائها"³، وهي مؤسسة من مؤسسات التي لها دور هام في تنشئة الأفراد والشباب في الوقت الراهن، وفي هذا السياق اردنا من خلال الجدول أعلاه أن نتعرف على تأثير جماعة الرفاق في اتجاه المبحوثين (الطلبة) في تنظيم وتفعيل حملات بيئية تطوعية خاصة بالمحافظة على البيئة فوجدنا أن أغلب الطلبة لا يقومون بتنظيم مثل هاته الحملات البيئية وفي نفس الوقت صرحوا بأنهم لا يمتلكون أصدقاء لهم اهتمامات بالمجال البيئي بمعنى لهم اهتمامات أخرى قد تكون ثقافية وسياسية ورياضية، أما الفئة الثانية التي صرحت بأنها تساهم في تنظيم حملات بيئية تطوعية وفي نفس الوقت صرحوا بأنهم يملكون أصدقاء يهتمون بالمجال البيئي على مواقع الوسائط الاجتماعية، إذا نستخلص أن تأثير جماعة الرفاق قوي على في تشكيل شخصية الفرد وفي تشكيل الأفكار والممارسات والاتجاهات نحو الوعي البيئي.

¹ - فؤاد البهي السيد، علم النفس الاجتماعي، ط2، دار الكتاب الحديث، الكويت، 1980، ص: 110.

² - خير الدين على عويس وعصام الهلالي، علم الاجتماع الرياضي، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 1988، ص: 302.

³ - صالح محمد أبو جادو، سيكولوجية التنشئة الاجتماعية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 1998، ص: 309.

❖ خامساً : العضوية ومسألة الوعي البيئي

نحاول الكشف على العلاقة بين العضوية في المجموعات البيئية عبر الوسائط الاجتماعية مع رأي المبحوثين في الطلبة الجامعيين في مسألة الوعي البيئي من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (17): يوضح العلاقة بين العضوية في المجموعات البيئية عبر الوسائط الاجتماعية مع رأي المبحوثين في الطلبة الجامعيين في مسألة الوعي البيئي

المجموع		لا		نعم		العضوية رأي المبحوثين
%	ت	%	ت	%	ت	
%58.51	55	%22.22	8	%81.03	47	نعم
%41.48	39	%77.77	28	%18.96	11	لا
%100	94	100	36	100	58	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 17 الذي يوضح العلاقة بين امتلاك العضوية في المجموعات البيئية عبر الوسائط الاجتماعية مع رأي المبحوثين في الطلبة الجامعيين في مسألة الوعي البيئي، فوجدنا في الإطار العام أن نسبة 58.51% من المبحوثين يرون أن الطلبة الجامعيين لديهم وعي مسألة البيئة ودعمت بنسبة 81.03% بمن لديهم عضوية في مجموعات بيئية على مواقع الشبكات الاجتماعية حيث، بينما نسبة 22.22% ليس لديهم عضوية كما، أما الفئة الثانية التي ترى أن الطلبة الجامعيين لا يملكون وعي بيئي بنسبة 41.48% ودعمت بنسبة 77.77% ليسوا أعضاء في المجموعات البيئية ونسبة 18.96% لديهم عضوية.

يعتبر التواصل الاجتماعي على مواقع الوسائط الاجتماعية من أهم عناصر تحقيق التفاعل الاجتماعي للإنسان، كما أن انغماسه في علاقات تفاعلية مع الآخرين، يفتح له مجالات العمل معهم من أجل تحقيق مصالحهم المشتركة، وبالتالي فإن الآليات والطرائق التي يتم بها هذا التفاعل، ولا بد من الإشارة هنا إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي ليست مجرد مواقع للتعرف على أصدقاء جدد، أو التواصل مع الأصدقاء، بل هي أيضاً أداة تعليمية وتوعوية فعالة إذا ما تم استخدامها بكفاءة، ويمكن لأعضاء الجمعيات والمنظمات المحلية والوطنية وحتى الدولية التي تهتم بموضوع البيئة استخدامها في نشر الوعي البيئي، ودمج كل فئات المجتمع عموماً والطلبة الجامعيين خصوصاً في أنشطة فعالة تختلف عن الأساليب التقليدية في المحافظة على البيئة، وفي هذا السياق تعتبر المجموعات البيئية التي ينتسب إليها الأفراد في مواقع الوسائط الاجتماعية من أهم الوسائل التي تساعد القائمين على شؤون البيئة في الترويج لمختلف نشاطاتهم ودعوة كل متابعيها على المشاركة الفعالة في معالجة المشكلات البيئية التي تحيط بالإنسان بحيث كلما زاد اهتمام الإنسان ببيئته كلما زادت البيئة في المحافظة على استقرار وتوازن المجتمع، فمن خلال الجدول أعلاه نرى أن المبحوثين يرون أن الطالب الجامعي على وعي بمسألة البيئة وأهميتها في حياة الأفراد وهم في نفس الوقت ينتمون ويملكون العضوية في مجموعات وتنظيمات خاصة بالبيئة، أما الفئة الثانية فهي ترى أن الطالب الجامعي اليوم لا يمتلك وعي بيئي ويستدلون في ذلك على مشاهد الفوضى وكثرة النفايات في الجامعة وهي بالأساس لا تعتبر عن مستوى الطالب الجامعي وفي نفس الوقت صرحت هاته الفئة بأنها لا تنتسب ولا تملك عضوية في مجموعات بيئية، وعليه نستطيع القول أن الطلبة الجامعيين الذين يملكون عضوية في مجموعات بيئية يرون أن الطلبة على وعي بمسألة البيئة، أما الطلبة الذين لا ينتسبون في مجموعات بيئية فيرون عكس ذلك.

❖ سادساً: الصفحات البيئية والمجال البيئي

نحاول الكشف على العلاقة بين حجم متابعة الصفحات البيئية عبر الوسائط الاجتماعية مع ما مدى تحصيل المبحوثين في مجال البيئية من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (18): يوضح العلاقة بين حجم متابعة الصفحات البيئية عبر الوسائط الاجتماعية مع ما مدى تحصيل المبحوثين في مجال البيئية

المجموع		منخفض		مرتفع		متوسط		أنواعها
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	مساهمتها
%51.06	48	/	/	%53.57	15	%73.33	33	في المستوي
%48.93	46	%100	21	%46.42	13	%26.66	12	دون المستوي
%100	94	100	21	100	28	100	45	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 18 الذي يوضح العلاقة بين حجم متابعة الصفحات البيئية عبر الوسائط الاجتماعية مع ما مدى تحصيل المبحوثين في مجال البيئية، فوجدنا في الإطار العام أن أغلب المبحوثين بنسبة %51.06 يرون مدى تحصيلهم في المجال البيئي في المستوى ودعمت بنسبة %73.33 تصف أن حجم متابعتها للصفحات البيئية (متوسط) ثم تليها نسبة %53.57 ترى أن حجم متابعتها (مرتفع)، بينما حجم متابعة (منخفض) فلم نسجل أية حالة، أما الفئة الثانية التي ترى بأن تحصيلها في موضوع البيئية دون المستوي بنسبة بلغت %48.93 ودعمت بنسبة %100 ترى أن حجم متابعتها (منخفض) ثم تليها نسبة %46.42 بمن يرون أن حجم متابعتها (مرتفع)، أما من يرون أنه (متوسط) فقد بلغت نسبتهم %26.66.

إن استخدام الشبكات الاجتماعية الالكترونية في العملية البيئية له العديد من الميزات، من أهمها: توسيع دائرة المهتمين بالمسائل البيئية بتوفير سهولة التواصل بينهم، وبين أعضاء هيئة الصفحات البيئية، وكذلك نشر الثقافة البيئية، وتوسيع مدارك الطلبة باطلاعهم على أحدث المستجدات في مجال البيئة، واعطاء الفرصة لبعض الطلبة الذين يهتمون المشاركة في الندوات العلمية والتحسسية في مجال المحافظة على البيئة، مما قد يساهم على الإبداع، بالإضافة إلى تحقيق المزيد من الفوائد الاجتماعية مثل تنظيم حملات النظافة على أوسع نطاق، ومن بين تقنيات أو مميزات التي يوفرها موقع (الفايسبوك)، ويعتبر من أكبر مواقع الشبكات الاجتماعية من حيث سرعة الانتشار والتوسع ومن بين مميزاته انشاء صفحات في مختلف المجالات وحسب اهتمامات المستخدم، والمجال الذي يهتما في دراستنا هو الصفحات البيئية ودورها في الرفع من مستوى تحصيل الطالب الجامعي بموضوع البيئة ومستجداتها، فمن خلال الجدول أعلاه وجدنا أن الطالب الجامعيين يرون أن تحصيلهم في مجال البيئة في المستوى وفي نفس وقت وجدنا أن حجم متابعة هاته الفئة للصفحات البيئية مرتفع وهذا يدل على الاهتمام الكبير من طرفهم بقضية البيئة من جهة، ومن جهة أخرى ينتمون وينخرطون هؤلاء المبحوثين في جمعيات ومنظمات بيئية، أما الفئة الثانية فهي ترى بأن تحصيلها في مجال البيئة دون المستوى ويرجع ذلك إلى أن حجم متابعتهم للصفحات البيئية منخفض مما أثر على مستوى تحصيلهم وهذا يدل على أن هاته الفئة لها اهتمامات أخرى على موقع الفايسبوك قد تكون عاطفية أو ترفيهية أو اجتماعية ورياضية، وعليه نستخلص أن كلما ارتفع حجم متابعة المبحوث للصفحات البيئية زاد من مستوى تحصيله في المجال البيئي، وكلما انخفض حجم متابعة المبحوث للصفحات البيئية نقص مستوى تحصيله في المجال البيئي.

❖ سابعاً : الوسائط الاجتماعية ودورها في نشر الوعي البيئي

نحاول الكشف على العلاقة بين الغرض من تصفح الوسائط الاجتماعية مع رأي المبحوثين في مساهمة الوسائط الاجتماعية في نشر الوعي البيئي من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (19): يوضح العلاقة بين الغرض من تصفح الوسائط الاجتماعية مع رأي المبحوثين في مساهمة الوسائط الاجتماعية في نشر الوعي البيئي

المجموع		البحث عن المعلومات		الترفيه		معرفة الاخبار والاحداث		الغرض مساهمتها
		%	ت	%	ت	%	ت	
%61.70	58	%100	11	%33.33	14	%80.48	33	نعم
%38.29	36	/	/	%66.66	28	%19.51	8	لا
%100	94	100	11	100	42	100	41	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 19 الذي يوضح العلاقة بين الغرض من تصفح الوسائط الاجتماعية مع رأي المبحوثين في مساهمة الوسائط الاجتماعية في نشر الوعي البيئي، فوجدنا في الإطار العام أن أغلب المبحوثين تمثله نسبة 61.70% يرون أن الوسائط تساهم في نشر الوعي البيئي ودعمت بنسبة 100% الغرض من تصفحهم للوسائط البحث عن المعلومات ونسبة 80.48% معرفة الأخبار والأحداث ونسبة 33.33% من أجل الترفيه فقط، كما وجدنا نسبة 38.29% من المبحوثين يرون أن الوسائط الاجتماعية لا تساهم في نشر الوعي البيئي ودعمت بنسبة 66.66% الغرض من تصفحهم الترفيه ونسبة 19.51% غرضهم معرفة الأخبار والأحداث أما البحث عن المعلومات فلم نسجل أية حالة.

تعد شبكات الوسائط الاجتماعية من أكثر المواقع الإلكترونية التي يستخدمها الإنسان في العصر الحاضر، لما لها من ميزات، وانتشار وتفاعل، وتستخدم للتعبير الحر عن ما يراه الإنسان، وتشجعه على رصد أفكاره بصفة مستمرة، ومشاركة الآخرين في أفكارهم، أو تشجيع فكر معين أو غير ذلك من الاهتمامات، ولقد فرضت شبكات التواصل الاجتماعية نفسها على مستخدمي شبكة الانترنت، حيث تجد يومياً العديد من الدعوات التي تتلقاها من مستخدمي هذه المواقع، حتى تشعر أنك محاصر من جميع هؤلاء سواء من تعرفهم، أو من يرسلون لك الدعوة للتعرف إليهم، وهذا لا يعني أن شبكات التواصل الاجتماعي هي مجرد مواقع للتعرف على أصدقاء جدد، أو التواصل مع الأصدقاء والدرشة معهم، بل هي مواقع تتيح للمستخدم الكثير من المزايا من بينها معرفة الأخبار والأحداث المحلية والوطنية والدولية يومياً، كما تتيح للفرد ميزة الترفيه من خلال تطبيقات الألعاب الإلكترونية التي تحتوي عليها بالإضافة إلى مشاركة الأصدقاء النكت والدرشة ومشاهدة الفيديوهات وغيرها، كما أنها تتيح للمستخدم البحث عن المعلومات في شتى المجالات والتخصصات حسب اهتماماته، فمن خلال الجدول أعلاه اردنا التعرف على تأثير الغرض من تصفح هاته المواقع مع رأي المبحوثين في مساهمتها في نشر الوعي البيئي، فأغلب المبحوثين يرون أن مواقع الوسائط الاجتماعية تساهم في نشر الوعي البيئي بما تحتويه على خصائص ومميزات تساعدها في تلك العملية وفي نفس الوقت رأينا أن هاته الفئة تتصفح هاته الوسائط بغرض البحث عن المعلومات من بينها المعلومات التي تتعلق بمسائل البيئة، أما الفئة الثانية التي ترى بأن مواقع الوسائط الاجتماعية ما هي إلا مواقع للترفيه وشغل أوقات الفراغ وهي وسيلة للتواصل وتقريب المسافات بين الأفراد وهي لا تساهم في نشر الوعي البيئي لأن الوعي البيئي حسبهم يرتبط بثقافة وأخلاق الفرد وفي نفس الوقت صرحت هاته الفئة بأن الغرض الأساسي الذي جعلها تتابع وتستخدم هاته الوسائط هو الترفيه.

- خلاصة الفصل

نستخلص من خلال هذا الفصل الذي اردنا من خلاله التعرف على مدى تأثير نوعية الوسائط الاجتماعية التي يستخدمها المبحوث (الطالب الجامعي) ومقدار طرحه للقضايا والموضوعات البيئية في نشر الوعي البيئي، وللوسائط الاجتماعية أهمية في حياة الفرد في عصرنا الحالي بحيث يمكن استثمارها في الأعمال التطوعية البيئية، مما قد يؤدي إلى زيادة الأعمال الخيرية في المجتمع، وتحسين الأوضاع البيئية في المجتمع، وتحسين مختلف الأوضاع التي تحيط بمختلف الأفراد، كما تعتبر أداة تساعد على نشر التوعية المجتمعية، من خلال حملات التوعية التي تقوم بها الجهات المعنية في الدولة، أو التي قد يقوم بها بعض الأفراد الذين ينتمون إلى جمعيات أو منظمات قانونية، الذي من شأنه أن يساهم في زيادة وعي الفرد والمجتمع بأهمية المحافظة على البيئة.

النتائج العامة للدراسة

❖ نتائج الفرضية الأولى

من خلال تحليل البيانات المتعلقة بالفرضية الأولى توصلنا إلى النتائج التالية:

➤ يرى المبحوثين (الطلبة الجامعيين) أن مواقع الوسائط الاجتماعية تساهم في نشر الوعي البيئي بنسبة **61.70%** ويستخدمونها بمعدل (1 - 3) ساعة في اليوم بنسبة **84%**، بينما من يرون بأنها لا تساهم في نشر الوعي البيئي بلغت نسبتهم **38.29%** ويستخدمونها بمعدل أقل من نصف ساعة في اليوم بنسبة **69.56%**.

➤ لا يشارك أغلب المبحوثين (الطلبة الجامعيين) في الحملات البيئية التطوعية بنسبة **63.82%** ويصفون نشاطهم على الوسائط الاجتماعية بأنه (عادي) بنسبة **82.75%**، بينما من صرحوا بأنهم يشاركون في الحملات البيئية التطوعية فقد بلغت نسبتهم **36.17%** ويصفون في نفس الوقت بأن نشاطهم (نشيط جداً) بنسبة وصلت إلى **59.25%**.

➤ يرى المبحوثين (الطلبة الجامعيين) بأن الوسائط الاجتماعية تساهم في المواضيع البيئية من خلال التعرف على المجال البيئي ومشاكله بنسبة **44.68%** بحيث يستخدمونها بالفترة الزمنية (أكثر من 7 سنوات) بنسبة **100%**.

➤ يصف المبحوثين (الطلبة الجامعيين) بأن تحصيلهم في المجال البيئي في المستوى بنسبة **51.06%** ويستخدمون مواقع الوسائط الاجتماعية بشكل (دائم)، بينما من يرون بأن تحصيلهم دون المستوى فقد بلغت نسبتهم **48.93%** ويستخدمون مواقع الوسائط الاجتماعية بشكل (متقطع) بنسبة **72.5%**.

➤ يرى المبحوثين (الطلبة الجامعيين) أن مواقع الوسائط الاجتماعية تساهم في التعرف على القضايا البيئية في المجتمع الجزائري بنسبة **65.95%** ويستخدمون موقع (الفيسبوك) أكثر مقارنة مع الوسائط الأخرى بنسبة **82.14%**، بينما من

يرون عكس ذلك فقد بلغت نسبتهم **34.04%** ويستخدمون موقع (الأنستغرام) أكثر من الوسائط الأخرى بنسبة **83.33%**.

➤ عدد الحملات البيئية التطوعية التي يشارك فيها المبحوثين (الطلبة الجامعيين) بلغ (3 - 1) حملة بنسبة **67.02%** ويتابعون الصفحات البيئية بحجم (3 - 1) صفحة بنسبة **85%**، بينما من يشاركون في أكثر من 7 حملات فقد بلغت نسبتهم **8.51%** ويتابعون الصفحات البيئية بحجم (3 - 1) صفحة بنسبة **15%**.

➤ لا يقوم المبحوثين (الطلبة الجامعيين) بتنظيم الحملات البيئية الخاصة بالمحافظة على البيئة بنسبة **61.70%** ويستخدمون جهاز (حاسوب منزلي) أكثر من الأجهزة الأخرى بنسبة **100%**، بينما من صرحوا بأنهم يقومون بتنظيم الحملات البيئية بنسبة **38.29%** ويستخدمون جهاز (تابلت) أكثر من الأجهزة الأخرى بنسبة **64.28%**.

❖ نتائج الفرضية الثانية

من خلال تحليل البيانات المتعلقة بالفرضية الأولى توصلنا إلى النتائج التالية:

➤ يرى المبحوثين (الطلبة الجامعيين) أن الوعي البيئي يرتبط بثقافة الشخص بنسبة **89.36%** ويتابعون المواضيع (البيئية والتعليمية) بنسبة **100%**، بينما من يرون عكس ذلك فقد بلغت نسبتهم **10.63%** ويتابعون المواضيع (الترفيهية) بنسبة **17.85%**.

➤ يرى المبحوثين (الطلبة الجامعيين) بأن الوسائط الاجتماعية تساهم في المواضيع البيئية من خلال التعرف على المجال البيئي ومشاكله بنسبة **44.68%** وهم يهتمون بتناول المواضيع البيئية على مواقع الوسائط الاجتماعية بنسبة **51.38%**، بينما من يرون بأنها تساهم في معالجة القضايا البيئية بنسبة **39.36%** وهم لا يهتمون بتناول المواضيع البيئية بنسبة **50%**.

➤ يرى المبحوثين (الطلبة الجامعيين) أن مواقع الوسائط الاجتماعية تساهم في نشر الوعي البيئي عن طريق الصور بنسبة **47.87%** وهم ينشرون منشورات بيئية بنسبة **52.17%**، بينما من يرون أنها تساهم في نشر الوعي البيئي عن طريق الفيديو فقد بلغت نسبتهم **34.04%** وهم لا ينشرون منشورات بيئية بنسبة **64%**.

➤ لا يقوم المبحوثين (الطلبة الجامعيين) بتنظيم الحملات البيئية الخاصة بالمحافظة على البيئة بنسبة **61.70%** وصرحوا في نفس الوقت بأنهم لا يملكون أصدقاء على مواقع الوسائط الاجتماعية لهم اهتمامات بالمجال البيئي بنسبة **100%**، بينما من صرحوا بأنهم يقومون بتنظيم الحملات البيئية التطوعية بنسبة **38.29%** وصرحوا بأن لهم أصدقاء على مواقع الوسائط الاجتماعية لهم اهتمامات بالمواضيع البيئية بنسبة **63.15%**.

➤ يرى المبحوثين أن الطلبة الجامعيين لهم وعي بمسألة البيئة بنسبة **58.51%** وهم يملكون عضوية في مجموعات بيئية بنسبة **81.03%**، بينما من يروا عكس ذلك فقد بلغت نسبتهم **41.48%** وصرحوا بأنهم لا يملكون عضوية في مجموعات بيئية بنسبة **77.77%**.

➤ يرى المبحوثين (الطلبة الجامعيين) بأن تحصيلهم في مجال البيئي في المستوى بنسبة وصلت إلى **51.06%** ويتابعون الصفحات البيئية بحجم (متوسط) بنسبة **73.33%**، بينما من يرون بأن تحصيلهم في مجال البيئي دون المستوى بنسبة **48.93%** ويتابعون الصفحات البيئية بحجم (منخفض) بنسبة **100%**.

الخاتمة

لقد حاولنا على مدار خطوات هذه الدراسة معرفة الدور الذي يؤديه الإعلام البيئي عموماً والوسائط الاجتماعية على وجه الخصوص في حماية البيئة وذلك في ضوء ما تم افتراضه وبالدراسة والتحليل لها توصلنا إلى نتيجة هامة مفادها أنه حتى يتحقق دور الوسائط الاجتماعية في نشر الوعي البيئي لا بد من مطالبة الطلبة الجامعيين أن يكونوا على وعي برسالة التي يمكن أن تقدمها هاته المواقع حتى يتمكن من القيام بذلك الدور في حماية البيئة ونشر الوعي البيئي، إذ أن الموضوع البيئي الذي تتناوله الوسائط الاجتماعية عن طريق مستخدميها يجب أن تنجح في التأثير على اتجاهات الرأي العام، والإحساس بنبض الجماهير، انطلاقاً من كون أن الأساس في نشاط التوعوي استغلال تزايد معدلات استخدام الوسائط الاجتماعية في معالجة القضايا البيئية، وعليه من الضروري أن يؤدي هذا النوع الجديد من الإعلام دوره ومهمته من خلال برامج واضحة تتبناها المؤسسات والهيئات والجمعيات المحلية والوطنية المسؤولة عن شؤون وقضايا البيئة، تسعى من خلالها إلى نشر ثقافة بيئية وبناء قدرات التكيف لدى الإنسان لمواجهة مختلف القضايا البيئية مواجهة عقلانية والمحافظة على عناصرها وغرس روح الانتماء إلى البيئة والمحافظة عليها.

ويمكن القول أن التربية الإعلامية تركز أساساً على الأخلاقيات التي يمكن أن يلتزم بها الفرد عند استخدامه للإعلام، وهي أخلاق مستمدة من تعاليم ديننا ومن قيمه، وهي تقوم على الصدق، وحسن الخلق، والابتعاد عن التضليل وعن القذف خصوصاً عند استخدام الوسائط الاجتماعية التي يتمتع فيها الفرد بحرية كبيرة دون الخضوع لأي رقابة، فالفرد حر في ما ينشره ويتداوله من مضامين عبر هذه الوسائط، وهذا الأمر يفرض عليه أن يكون واعياً، حتى يؤثر ولا يتأثر سلباً بهذا الاستخدام.

وقد تطرقنا في هذه الدراسة بمحاولتنا التعرف على الدور الحيوي الذي يمكن أن تضطلع عليه الوسائط الاجتماعية في نشر الوعي البيئي باعتباره من أهم المصادر الأساسية التي تساهم في نشر الوعي البيئي، فالعلاقة بين الإنسان والبيئة محض الاهتمام لدى عديد الدول

والمنظمات وكذا العلماء ومتخصصون نظرا لما لحق بالمنظومة البيئية من دمار وخراب لفعل الاستغلال العشوائي لعناصرها، هذا ما أدى إلى ظهور مشاكل جمة تشمل التلوث والاحتباس الحراري التصحر وغيرها من المظاهر السلبية ومن هنا تأتي ضرورة تنمية الوعي البيئي ونشره بهدف تعديل السلوكيات الخاطئة اتجاه البيئة، وذلك باستخدام كل الوسائل المتاحة لا سيما وسائل الإعلام بأشكالها المتعددة التقليدية منها والحديثة، حيث تظهر الوسائط الاجتماعية كأحدى الخيارات المتاحة للمساهمة في نشر الوعي البيئي انطلاقاً من قدرته الفائقة على حشد الجماهير من مختلف الفئات والشرائح، وعليه جاءت هذه الدراسة بدور الوسائط الاجتماعية في نشر الوعي البيئي نموذجا للدراسة بهدف الكشف عن كيفية مساهمتها في ترسيخ الوعي البيئي بناء على أنماط و دوافع و طرق استخدام الطلبة الجامعيين له وكذا الإشباع المحققة للطلبة الجامعيين في المجال البيئي.

محاولة الاستفادة من فئة الطلبة الجامعيين على اعتبار أنهم الأكثر استخداما لهذا الموقع والأكثر وعيا نظرا لمستواهم العلمي والاعتماد عليهم كعنصر أساسي في التوعية البيئية وبصفة خاصة في الأوساط الجامعية.

قائمة المراجع



- القرآن الكريم

- الكتب العربية

1. إبراهيم إمام، الإعلام والاتصال الجماهيري، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، 1969.
2. إبراهيم بن سليمان الأحيدب، الإنسان والبيئة (مشكلات وحلول)، ط1، دار حافظ للنشر والتوزيع، الرياض، 2004.
3. إبراهيم حمادة بيسوني، دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2008.
4. إبراهيم مذكور، معجم العلوم الإجتماعية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 1975.
5. أبو عزام، نظريات التأثير الإعلامية المفسرة لسلوك الجمهور، منتديات المنشاوي، 2006.
6. أحمد عياد، مدخل لمنهجية البحث الاجتماعي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2006.
7. أحمد محمد موسى، الخدمة الاجتماعية وحماية البيئة، ط1، المكتبة المصرية، مصر، 2007.
8. حسن حمدي، وظائف الاتصال الجماهيري، دار الفكر العربي، القاهرة، 1991.
9. خليل الجر، المعجم العربي الحديث لاروس، مكتبة لاروس، باريس، 1987.
10. خليل عمر، أزمة النظرية المعاصرة في علم الاجتماع، دراسات عربية، دار الطليعة، بيروت، 1981.
11. خير الدين على عويس وعصام الهلالي، علم الاجتماع الرياضي، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 1988.
12. راتب السعود، الإنسان والبيئة (دراسة في التربية البيئية)، ط2، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2007.
13. رضا عكاشة، تأثيرات وسائل الاعلام من الاتصال الذاتي إلى الوسائط الرقمية المتعددة، المكتبة العالمية للنشر والتوزيع، ب ب، 2006.
14. رمضان عبد الحميد الطنطاوي، التربية البيئية (تربية حتمية)، ط1، دار الثقافة، الأردن، 2008.
15. زياد أحمد الطويس، مجتمع الدراسة والعينات، مديرية تربية لواء البتراء، 2000 / 2001.
16. سمير محمد حسين، الإعلام والاتصال بالجماهير والرأي العام، عالم الكتب، القاهرة، 1984.
17. سناء محمد جبور، الإعلام البيئي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011.
18. صالح أبو عراد، تنمية الوعي البيئي، مكتب التربية العربي لدول الخليج، الرياض، 2005.
19. صالح محمد أبو جادو، سيكولوجية ألتنشئة الاجتماعية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 1998.

قائمة المراجع

20. عبد الحميد أحمد رشوان، البيئة والمجتمع (دراسة في علم اجتماع البيئة)، ط1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2006.
21. عبد الهادي الجوهري، معجم علم الاجتماع، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1998.
22. عدنان أبو مصلح، معجم علم الاجتماع، دار أسامة، الأردن، 2006.
23. علي عبد الفتاح كنعان، الإعلام البيئي، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
24. عمار بوحوش، دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985.
25. فضيل دليو وآخرون، المشاركة الديمقراطية في تسيير الجامعة، ط2، مخبر علم الاجتماع والاتصال جامعة منتوري، مخبر التطبيقات النفسية والتربوية، 2006.
26. فؤاد البهي السيد، علم النفس الاجتماعي، ط2، دار الكتاب الحديث، الكويت، 1980.
27. محب محمود كامل الرفاعي وماهر إسماعيل صبري محمد، التربية البيئية من أجل بيئة أفضل، المركز القومي للبحوث التربوية والتنمية، القاهرة: مصر، 2004.
28. محمد بن عبد الرحمان الحضيف، كيف تؤثر وسائل الاعلام ؟ " دراسة في النظريات والأساليب، ط2، مكتبة العبيكان، الرياض، 1979.
29. محمد داودي ومحمد بوفاتح، منهجية كتابة البحوث العلمية والرسائل الجامعية، دار ومكتبة الاوراسي، الجلفة، 2007.
30. محمد شفيق، البحث العلمي (الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية)، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1998.
31. محمد صلاح رجائي ونجوى علي سعيد الهمشري، البيئة والتحديات التكنولوجية، كلية الهندسة - جامعة الدلتا للعلوم والتكنولوجيا، مصر، ب س.
32. محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، القاهرة، 2004.
33. محمد فلجي، صناعة العقل في صناعة الشاشة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2002.
34. محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، دار العالمية للنشر والتوزيع، ب ب، 2003.
35. محي الدين إسماعيل محمد، دور الإعلام البيئي في الحفاظ على البيئة " الإعلام البيئي "، ط1، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، 2014.
36. (-----)، المنجد الأبجدي، ط5، دار المشرق، بيروت، 1987.
37. (-----)، المنجد في اللغة والإعلام، ط40، دار الشروق، لبنان، 2003.
38. نظمية أحمد سرحان، منهاج الخدمة الاجتماعية لحماية البيئة من التلوث، دار الفكر العربي، مصر، 2005.

- المجلات العلمية

1. باتر وردم، المواقع البيئية العربية على الأنترنت، مجلة البيئة والتنمية، عدد 66، بيروت، 2003.
2. راضي زاهر، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، عدد 15، عمان، 2003.
3. عاطف شقير، الإعلام البيئي بين سندان الجمود ومطرقة الاضطرابات البيئية، ملحق آفاق البيئة والتنمية، عدد 6، 2004.
4. عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة، مجلة التربية، العدد 15، عمان، 2003.

- الملتقيات والندوات العلمية

1. سعود صالح كاتب، الإعلام الجديد وقضايا المجتمع " التحديات والفرص "، المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، جامعة الملك عبد العزيز، جدة، 2011.
2. علي بوخلخال وحسين بن يحي، أثر قنوات الاتصال الجديدة " الفايستوك " في زيادة الوعي الانتخابي في المجتمع الجزائري (الانتخابات الرئاسية 17 أفريل 2014 نموذجاً " دراسة ميدانية على عينة من الشباب بمدينة الأغواط "، الندوة العلمية الوطنية حول الاتصال السياسي في ظل الإعلام الجديد، مخبر دراسات الإعلام والاتصال، مستغانم، 28 ماي 2015.
3. محمد جمال غيطاس، الإعلام العلمي العربي وقضايا التنمية، عمل ورقة مقدمة إلى مؤتمر مجلة العربي حول الإعلام العلمي، الكويت، كانون الأول 2005.
4. نجيب صعب، البيئة العربية " تحديات المستقبل "، المنتدى العربي للبيئية والتنمية، بيروت، 2008.

- مذكرات التخرج

1. أحمد يونس محمد حمودة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة الدول العربية، القاهرة، 2013.
2. أسماء عبادي، المعالجة الإعلامية لتلوث الصناعي في الصحافة الجزائرية " دراسة تحليلية لجريدة الوطن الجزائرية "، مذكرة ماجستير، غير منشورة، قسم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري قسنطينة، 2010.
3. حسن قطيم طماح المطيري، الاستخدامات السياسية لموقع التواصل الاجتماعي (تويتر) من قبل الشباب الكويتي، مذكرة ماجستير، غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، 2013.
4. رابع هزلي، التلوث الصناعي وأثره على صحة السكان، مذكرة ماجستير، غير منشورة، قسم علم الاجتماع، جامعة منتوري قسنطينة، 2011.
5. مصطفى سعو وآخرون، تأثير المواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية للشباب الجزائري " دراسة على عينة من مستخدمي الفايستوك "، مذكرة ماستر، غير منشورة، جامعة 08 ماي 1945 قالمة، 2016 / 2015.

قائمة المراجع

6. مهما محمد صباغ، أولويات قضايا البيئة المحلية في الصحافة البحرينية، مذكرة ماجستير، غير منشورة، برنامج الإدارة البيئية، جامعة الخليج العربي، 2005.
7. نصر الدين بوزيان، البيئة في الصحافة الجهوية الجزائرية، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2009، ص: 99.

- الصحف

1. جريدة العرب، صفحة أسواق العرب، عدد الأربعاء 18 / 03 / 2009.
2. صحيفة بوابة الشرق، عدد يوم السبت 22 أكتوبر 2011.

- المبررات والمنظمات

1. هيئة تنظيم الاتصالات، أنستغرام (شروط الاستخدام)، PDF، الإمارات العربية المتحدة، 9 يناير 2013.
2. هيئة تنظيم الاتصالات، يوتيوب (شروط خدمة يوتيوب)، PDF، الإمارات العربية المتحدة، 28 مارس 2012.

- المواقع الإلكترونية

1. غازي غريبي، الإعلام والبيئة، يومية الوطن الإلكترونية، <http://alwatannews.net/>، يوم الزيارة 31 / 03 / 2018، على الساعة 14:37.
2. موقع القافلة الثقافية، مجلة الكترونية، الإعلام والبيئة (علاقة شائكة ومتباعدة)، <https://qafilah.com/ar/>، يوم الزيارة 31 / 03 / 2018، على الساعة 14:47.

- الكتب الأجنبية

1. Guy rocher, **introduction a la sociologie**, 1, L' action sociale .editions, HMH, france 1968, pp 45.46.
2. Xue Bai a and Oliver Yao, **Facebook on campus: the use and friend formation in online social networks**, College of Business and Economics, Lehigh University, 2010, p:02.

الملاحق

استبيان

موضوع البحث:

الوسائط الاجتماعية ودورها في نشر الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين

دراسة ميدانية على عينة من الطلبة على مس توى كلية العلوم الاجتماعية بجامعة الأغواط

بودنا الإحاطة بأننا نقوم بدراسة ميدانية ، وقد تم تصميم الاستبيان الذي بين أيديكم لغرض جمع المعلومات الخاصة بالدراسة وهذه المعلومات ستكون موضع العناية والاهتمام والسرية التامة ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي وتقبلوا شكرنا وتقديرنا لإعطائنا بعض من وقتكم للإجابة على أسئلة الاستبيان ولكم كل الاحترام والتقدير.
ملاحظة: اختر الاجابة المناسبة بوضع علامة (X) أمامها والإجابة على بعض الأسئلة المفتوحة.

من إعداد:

- الحاج معيلب

- أيوب قدوح

إشراف الدكتور:

أحمد حجاج

2018 / 2017

المحور الأول: البيانات الشخصية

1- الجنس : ذكر أنثى

2- السن :

3- التخصص:

المحور الثاني: مقدار متابعة الوسائط الاجتماعية (معدلات الاستعمال)

4- كم من الساعات التي تقضيها في تصفح الأنترنت يومياً ؟ أقل من نصف ساعة من [1-3] ساعات
من [4-7] ساعات أكثر من 10 ساعات فترة أخرى حددها.....

5- من أين تستخدم الوسائط الاجتماعية ؟ (رقم الإجابة من 1 إلى 6 حسب الأولوية)

الحاسوب المنزلي الحاسوب الشخصي حاسوب مقهي الأنترنت جهاز التابلت
الهاتف المحمول أخرى حددها

6- كيف تصف تواجدك على هذه الوسائط ؟ عادي متوسط نشيط جداً

7- ماهي أهم الوسائط الاجتماعية التي تملك فيها حساباً خاص بك ؟ (رقم الإجابة من 1 إلى 5 حسب الأولوية)

الفايسبوك تويتر أنستغرام يوتيوب أخرى حددها

8- ماهي أهم الوسائط الاجتماعية التي تستعملها أكثر ؟ (رقم الإجابة من 1 إلى 5 حسب الأولوية)

الفايسبوك تويتر أنستغرام يوتيوب أخرى حددها

9- منذ متى وأنت تستخدم الوسائط الاجتماعية ؟ أقل من سنة من [1-3] سنة من [4-6] سنة

منذ [7-10] سنة أكثر من 10 سنوات

10- كيف تستعمل هاتفك الوسائط الاجتماعية ؟ بشكل متقطع بشكل دائم

11- كم من منشوراً تنشر يومياً عبر موقعك التواصلية " الفاييسبوك " ؟

منشور واحد من [1-3] منشور يومياً من [4-6] منشور يومياً أكثر من 7 منشورات يومياً

منشور كل أسبوع منشور واحد في الشهر

12- كم عدد الصفحات التي تتابعها على الوسائط الاجتماعية ؟ (1 - 3) (4 - 6) (7 فأكثر)

المحور الثالث: مقدار طرح القضايا والموضوعات البيئية في الوسائط الاجتماعية

13- ماهي نوعية المواقع التي تستخدمها أو تتصفحها على الوسائط الاجتماعية ؟ (رقم الإجابة من 1 إلى 6 حسب الأولوية)

المواقع التعليمية المواقع الإخبارية المواقع الترفيهية المواقع الدينية المواقع الرياضية
المواقع البيئية أخرى حددها :

14- لأي غرض تتصفح هذه المواقع ؟

معرفة الأخبار والأحداث الترفيه وقضاء وقت الفراغ البحث عن المعلومات العلمية
أغراض أخرى أذكرها :

15- هل تستهويك المواضيع التي تتناول المجال البيئي عبر الوسائط الاجتماعية ؟ نعم لا

16- هل تساهم في نشر منشورات خاصة بموضوع البيئة عبر حسابك في الوسائط الاجتماعية؟ نعم لا

- إذا كانت الإجابة بنعم حدد نوع أو شكل هذه المنشورات: صور فيديوهات أخبار مقالات

17- هل لديك أصدقاء عبر مواقع الوسائط الاجتماعية لديهم اهتمامات بيئية ؟ نعم لا

18- هل أنت عضو في إحدى المجموعات البيئية الناشطة عبر الوسائط الاجتماعية ؟ نعم لا

19- ما حجم متابعتك للصفحات البيئية في على الوسائط الاجتماعية؟ منخفض متوسط مرتفع

20- هل تتفق في المواضيع البيئية المنشورة على الوسائط الاجتماعية ؟ نعم لا

- إذا كانت إجابتك ب لا حدد لماذا لا تتفق في هذه المنشورات:

.....
.....

المحور الخامس: الوعي البيئي

21- في نظرك هل تساهم الوسائط الاجتماعية في التعرف على الأوضاع البيئية في المجتمع الجزائري ؟ نعم لا

22- هل ساهمت مواضيع البيئية في الوسائط الاجتماعية في:

زيادة الرصيد المعرفي بالمجال البيئي ومشاكله

المساهمة في معالجة وطرح قضايا البيئية

زيادة الوعي البيئي لديك

23- هل سبق لك المشاركة في الحملات البيئية التطوعية التي تم إطلاقها عبر الوسائط الاجتماعية؟ نعم لا

24- حسب رأيك هل تساهم الوسائط الاجتماعية في نشر الوعي البيئي لدى جمهور المستخدمين؟ نعم لا

25- في رأيك كيف تساهم الوسائط الاجتماعية في زيادة الوعي البيئي لدى متابعيه؟

.....
.....
.....

26- كيف تصف تحصيلك البيئي في الوسائط الاجتماعية؟ دون المستوى في المستوى

- إذا كانت إجابتك بـ دون المستوى فما هي الأسباب تلك الوضعية؟

.....
.....
.....

27- كم عدد الحملات البيئية التي شاركت فيها؟ (1 - 3) (4 - 6) (7 فأكثر)

28- هل سبق لك وأن قمت بتفعيل حملة تطوعية خاصة بالحفاظ على البيئة؟ نعم لا

29- هل ترى بأن الطلبة الجامعيين يملكون وعي بمسألة البيئة؟ نعم لا

30- حسب رأيك هل الوعي البيئي مرتبط بثقافة الشخص؟ نعم لا

- إذا كانت إجابتك بـ لا لماذا في رأيك؟

.....
.....
.....

31- حسب رأيك لماذا نعاني اليوم من مشكلات بيئية في المجتمع الجزائري؟

.....
.....
.....
.....