



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية

قسم علوم الاعلام و الاتصال



الإعلام الالكتروني ودوره في تشكيل الوعي البيئي

الصحيفة الالكترونية – أنموذجا –

مذكرة مكملّة لنيل شهادة ماستر LMD في علوم الاعلام و الاتصال

تخصص: اتصال و علاقات عامة

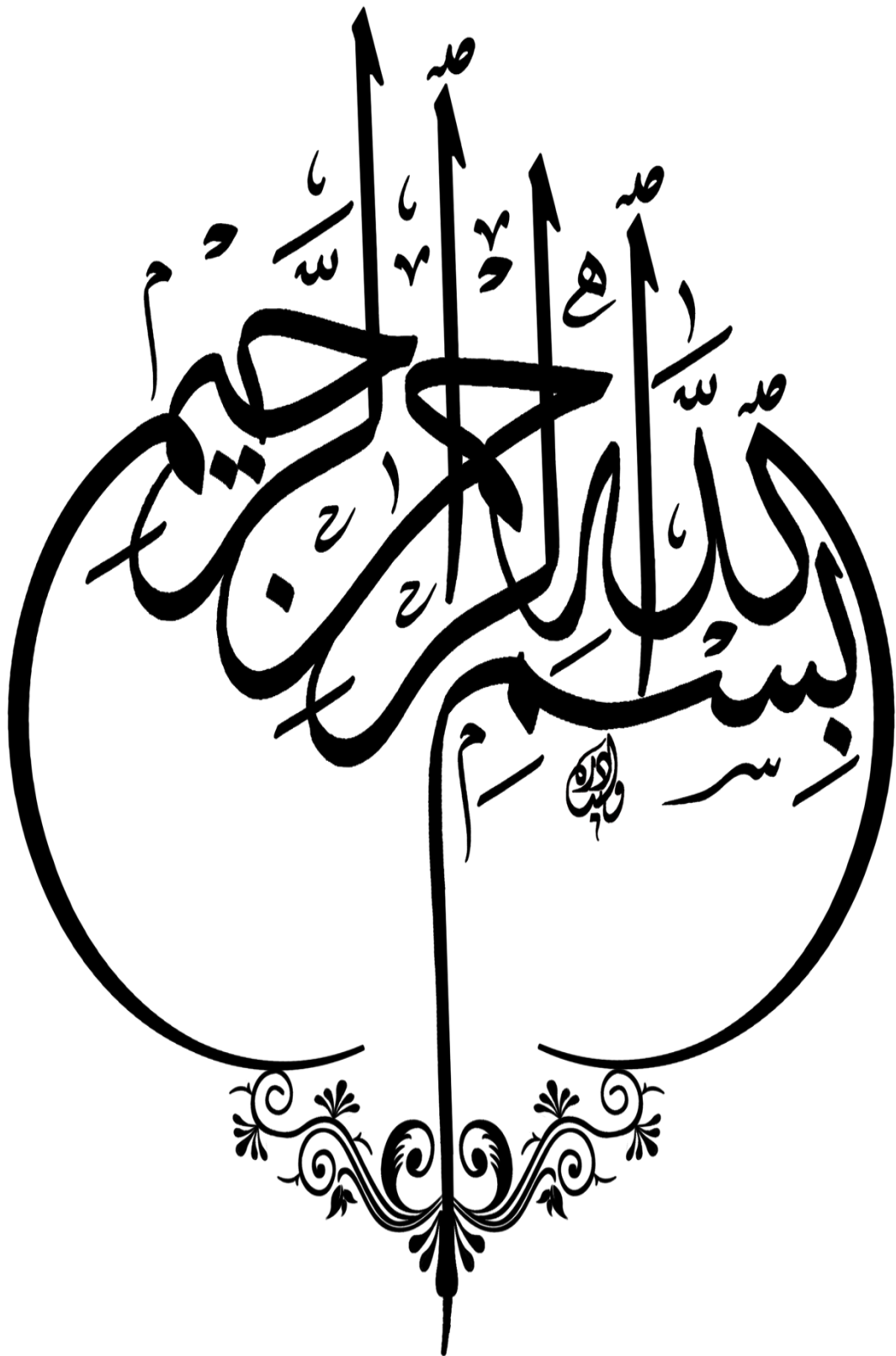
تأطير :

د/بلعباس عبد الحميد

إعداد الطالبة:

قارة نور الهدى

السنة الجامعية: 2022/2021



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وتقدير

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم:

"من لم يشكر الناس لم يشكر الله"

صدق رسول الله صلى الله عليه وسلم

الحمد لله على إحسانه و الشكر له على توفيقه و إمتنانه و تشهد أن لا إله إلا الله وحده لا شريك له تعظيماً لشأنه و تشهد أن سيدنا و نبينا محمد عبده و رسوله الداعي إلى رضوانه صلى الله عليه و على آله و أصحابه و أتباعه و سلم.

بعد شكر الله سبحانه و تعالى على توفيقه لنا لإتمام هذا البحث المتواضع أقدم بجزيل الشكر

إلى الوالدين العزيزين الذين أعانوني و شجعوني على الإستمرار في مسيرة العلم و النجاح، و إكمال الدراسة الجامعية و البحث كما أتوجه بالشكر الجزيل إلى من

شرفني بإشرافه على مذكرة الأستاذ الدكتور " عبد الحميد بلعباس " هذه المذكر لايفائه حقه بصبره الكبير علينا، ولتوجيهاته العلمية التي لا تقدر بثمن و التي

ساهم بشكل كبير في إتمام و إستكمال هذا العمل إلى كل أساتذة قسم علوم الاعلام والاتصال كما نتوجه بخالص شكرنا و تقديرنا إلى كل من ساعدنا من قريب أو من بعيد على إنجاز و إتمام هذا العمل.

" رب أوزعني أن أشكر نعمتك التي أنعمت علي و على والدي و أن أعمل صالحاً ترضاه و أدخلني برحمتك في عبادك الصالحين "

نور الهري ياسمين



الاهداء

إلى من كلله الله بالوفاء، إلى من علمني العطاء بدون انتظار إلى من أجمل اسمه بكل
افتخار إلى أبي حفظه الله.

إلى من أروعني الحب والحنان إلى رمز الحب والسعادة والأمان إلى من أنارت دربي أمي
الغالية حفظها الله ورعاها.

إلى إخوتي عبود ، توفيق، حسين ، عبد البصير، سارة ،

إلى جميع من ساندني في مشواري دراسي

إلى الاستاذ الفاضل بلعباس عبد الحميد

إلى أخواني ورفقائي في هذه الحياة العلمية

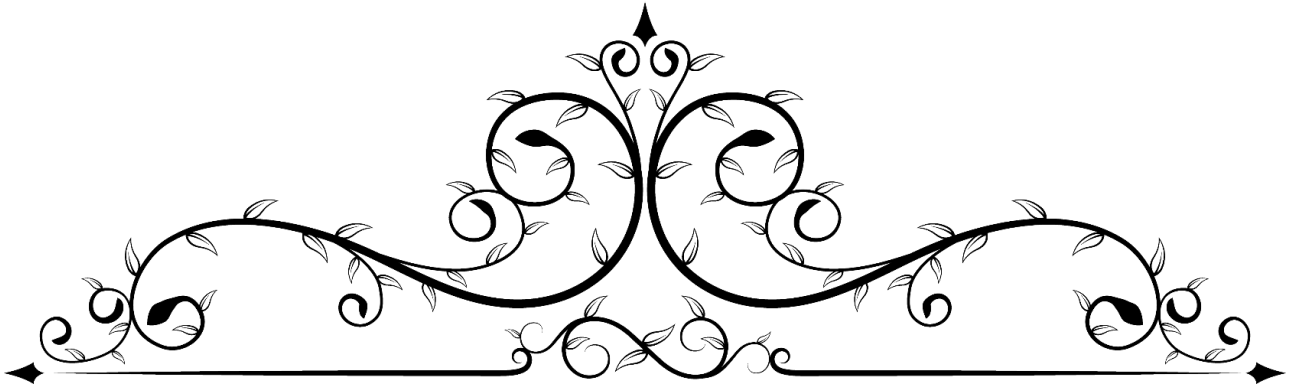
إلى زملائي وزميلاتي في الدراسة دون استثناء.

إلى كل من أعرفهم ويعرفوني، خاصة اصدقائي

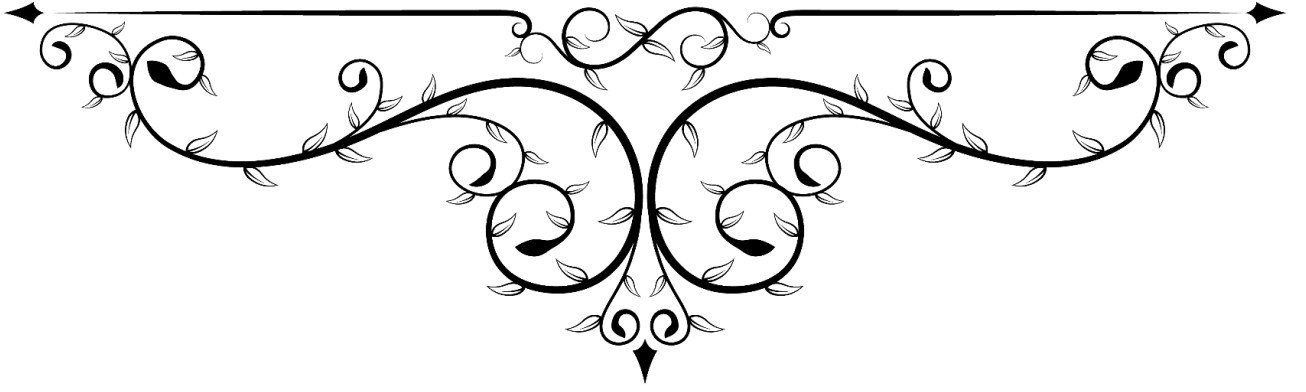
إلى من أتمنى أن تبقى صورهم في ذاكرتي أهدي لكل هؤلاء عملي هذا.

نور الهدى باسمين





فهرس المحتويات



قائمة المحتويات:

شكر وتقدير

الاهداء

فهرس المحتويات

مقدمة أ

الإطار المنهجي

- 1-الإشكالية: 5
- 2-التساؤلات الفرعية: 6
- 3-أسباب اختيار الموضوع: 6
- 4-تحديد المصطلحات: 6
- 5-أهداف الدراسة وأهميتها: 9
- 6-الدراسات السابقة: 9
- 7-منهج الدراسة: 13
- 8-مجتمع الدراسة: 14
- 9-عينة الدراسة: 14
- 10-أدوات الدراسة: 15

الإطار النظري

الفصل الاول: الإعلام الالكتروني

- تمهيد: 19
- المبحث الأول: ماهية الإعلام الإلكتروني: 20

المبحث الثاني: أهمية الإعلام الإلكتروني ومميزاته	21
I-أهمية الإعلام الإلكتروني:	21
II-مميزات الإعلام الإلكتروني:	23
المبحث الثالث: خصائص الإعلام الإلكتروني وأهدافه:	25
I-خصائص الإعلام الإلكتروني:	25
II-أهداف الإعلام الإلكتروني:	27
المبحث الرابع: وسائل الإعلام الإلكتروني	29
I-الصحافة الإلكترونية:	29
II-أنواع الصحف الإلكترونية:	30
III-الراديو عبر الإنترنت:	31
IV-التلفزيون عبر الإنترنت:	32
خلاصة:	34

الفصل الثاني: الإعلام البيئي

تمهيد:	36
المبحث الأول: مفهوم الإعلام البيئي وتطوره	37
1-مفهوم الإعلام البيئي:	37
2-نشأة الإعلام البيئي:	38
المبحث الثاني: مهام الإعلام البيئي وأهدافه	41
1-مهام الإعلام البيئي:	41
2-أهداف الإعلام البيئي:	42
المبحث الثالث: وظائف الإعلام البيئي ومقوماته:	44

44	I - وظائف الإعلام البيئي :
46	II- مقومات الإعلام البيئي :
47	المبحث الرابع: وسائل الإعلام البيئي
47	1- وسائل الإعلام المسموعة والمرئية:
48	2- الوسائل السمعية:
48	3- الصحافة المكتوبة:
49	4- الاتصال الشخصي:
49	5- وسائل الإعلام الجديدة:
50	خلاصة:

الفصل الثالث: الوعي البيئي

52	تمهيد:
53	المبحث الأول: مفهوم الوعي البيئي
54	المبحث الثاني: مكونات الوعي البيئي:
55	I- التربية البيئية:
57	II- التربية البيئية النظامية:
58	III- التربية البيئية غير النظامية:
60	المبحث الثالث: عوامل ظهور الوعي البيئي:
61	I- الجمعيات الأهلية والمنظمات غير الحكومية:
62	II- الجماعات العلمية:
62	III- الرأي العام:
63	IV- وسائل الإعلام:

المبحث الرابع: خصائص الوعي البيئي وأهدافه:	64
I- خصائص الوعي البيئي:	64
II- أهداف الوعي البيئي:	65
خلاصة:	67

الفصل الرابع: الصحافة الإلكترونية

تمهيد:	69
المبحث الأول: ماهية الصحافة الإلكترونية:	70
المبحث الثاني: نشأة الصحافة الإلكترونية وتطورها:	71
المبحث الثالث: أنواع الصحف الإلكترونية:	73
أولاً- أنواع الصحف الإلكترونية باعتبارها وجود أصل مطبوع أو عدمه:	74
ثانياً- أنواع الصحف الإلكترونية باعتبار نوع التقنية المستخدمة في الموقع:	74
ثالثاً- أنواع الصحف الإلكترونية باعتبار بلد الصحيفة:	75
المبحث الرابع: سمات الصحف الإلكترونية وخصائصها:	76
خلاصة:	79

الجانب التطبيقي

الفصل الخامس: عرض ومناقشة النتائج

1- تحليل بيانات الدراسة:	82
أولاً- عرض الجداول بالبيانات الشخصية:	82
I. دور الصحيفة الإلكترونية في نشر الوعي البيئي :	100
II. مساهمة الصحيفة الإلكترونية في إكساب الطلبة الجامعيين اتجاهات ايجابية نحو البيئة :	118
2- نتائج الدراسة :	129

خاتمة 132

قائمة المصادر والمراجع

الملاحق.....

قائمة الجداول

الجدول رقم 01 : توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس : 82

الجدول رقم 02 : توزيع أفراد العينة حسب المستوى المعيشي 83

الجدول رقم 03 : يوضح عادات مطالعة الصحف الإلكترونية لدى المبحوثين و علاقته بمتغير الجنس : 84

الجدول رقم 04: يوضح عادات مطالعة الصحف الإلكترونية لدى المبحوثين و علاقته بمتغير المستوى

المعيشي: 85

الجدول رقم 05 : يوضح نوعية الصحف الإلكترونية التي يطالعها المبحوثين و علاقته بمتغير الجنس : . 86

الجدول رقم 06 : يوضح نوعية الصحف الإلكترونية التي يطالعها المبحوثين وعلاقته بمتغير المستوى المعيشي

: 88

الجدول رقم 07 : يوضح مكان مطالعة الصحف الإلكترونية لدى المبحوثين وعلاقته بمتغير الجنس : 89

جدول رقم 08 : يوضح مكان مطالعة الصحف الإلكترونية و علاقته بمتغير المستوى المعيشي : 90

جدول رقم 09 : يوضح أوقات قراءة الصحف الإلكترونية لدى المبحوثين و علاقته بمتغير الجنس : ... 92

جدول رقم 10 : يوضح أوقات مطالعة الصحف الإلكترونية لدى المبحوثين وعلاقته بمتغير المستوى

المعيشي : 93

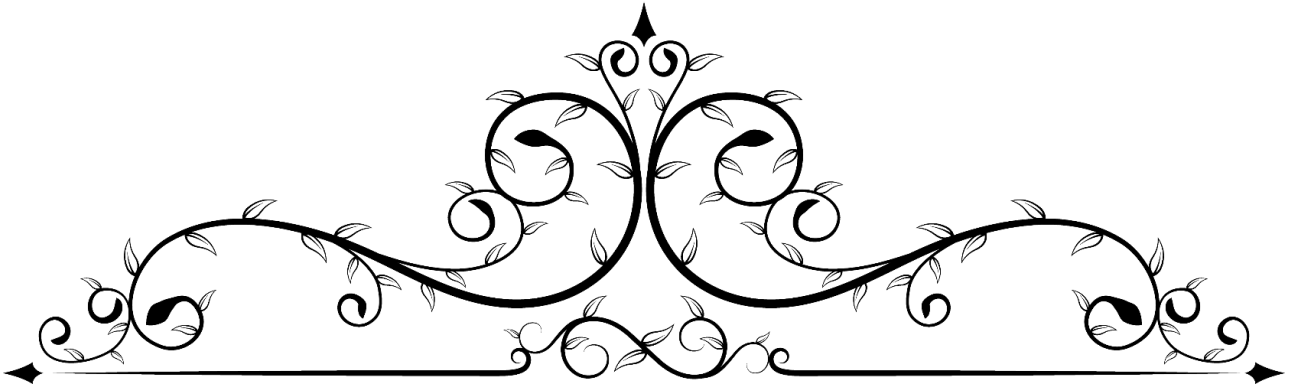
جدول رقم 11 : يوضح طبيعة الصحف الإلكترونية التي يطالعها المبحوثين وعلاقته بمتغير الجنس : 95

جدول رقم 12: يوضح طبيعة الصحف الإلكترونية التي يطالعها المبحوثين وعلاقته بمتغير المستوى المعيشي

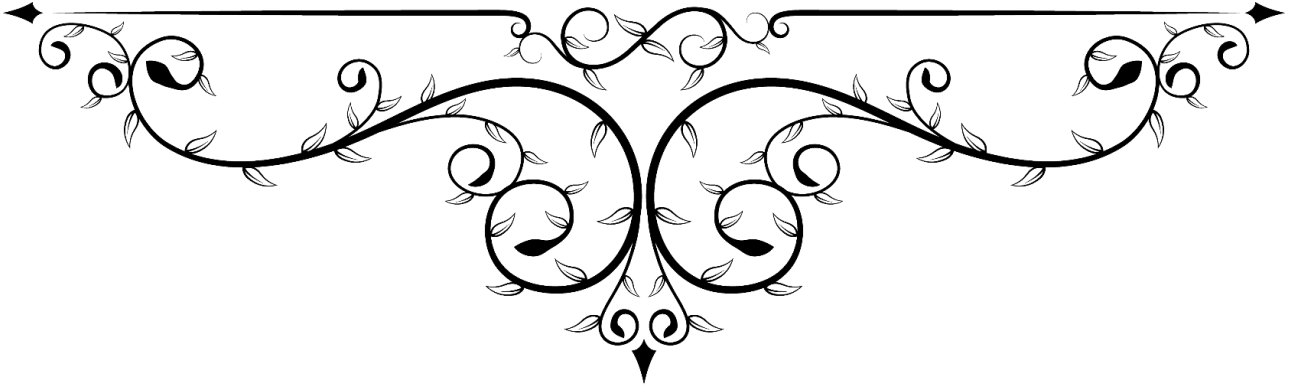
: 96

- جدول رقم 13 : يوضح سبب تفضيل الصحيفة الإلكترونية من طرف المبحوثين و علاقته بمتغير الجنس :
97.....
- جدول رقم 14: يوضح سبب مطالعة الصحف الإلكترونية من طرف المبحوثين وعلاقته بمتغير المستوى المعيشي :
99.....
- جدول رقم 15 : يوضح رأي المبحوثين حول مضمون الصحيفة الإلكترونية فيما يتعلق بالمواضيع البيئية و علاقته بمتغير الجنس :
100.....
- جدول رقم 16: يوضح رأي المبحوثين حول مضمون الصحيفة الإلكترونية فيما يتعلق بالمواضيع البيئية و علاقته بمتغير المستوى المعيشي :
102.....
- جدول رقم 17 : يوضح مدى مساهمة أو عدم مساهمة الصحيفة الإلكترونية في نشر الوعي البيئي و علاقته بمتغير الجنس :
103.....
- جدول رقم 18 : يوضح مدى مساهمة أو عدم مساهمة الصحيفة الإلكترونية في نشر الوعي البيئي و علاقته بمتغير المستوى المعيشي :
104.....
- جدول رقم 19 : يوضح تقييم المبحوثين لمدى مساهمة الصحيفة الإلكترونية في نشر الوعي البيئي و علاقته بمتغير الجنس :
106.....
- جدول رقم 20 : يوضح تقييم المبحوثين لمدى مساهمة الصحيفة الإلكترونية في نشر الوعي البيئي و علاقته بمتغير المستوى المعيشي :
107.....
- جدول رقم 21: يوضح مدى قدرة الصحيفة الإلكترونية في زيادة الرصيد المعرفي المتعلق بقضايا البيئة و التوعية البيئية لدى المبحوثين و علاقته بمتغير الجنس :
109.....
- جدول رقم 22: يوضح مدى قدرة الصحيفة الإلكترونية في زيادة الرصيد المعرفي المتعلق بقضايا البيئة و التوعية البيئية لدى المبحوثين و علاقته بمتغير المستوى المعيشي :
110.....
- جدول رقم 23: يوضح مساهمة أو عدم مساهمة الصحيفة الإلكترونية في نشر الوعي البيئي لدى المبحوثين كمستخدمين لها و علاقته بمتغير الجنس :
112.....

- جدول رقم 24: يوضح مساهمة أو عدم مساهمة الصحيفة الإلكترونية في نشر الوعي البيئي لدى المبحوثين
كمستخدمين لها و علاقته بمتغير المستوى المعيشي : 113
- جدول رقم 25: يوضح المنفعة الإعلامية التي تحققها الصحيفة الإلكترونية للمبحوثين في مجال البيئة و
علاقته بمتغير الجنس : 114
- جدول رقم 26 : يوضح المنفعة الإعلامية التي تحققها الصحيفة الإلكترونية للمبحوثين و علاقته بمتغير
المستوى المعيشي : 116
- جدول رقم 27 : يوضح قدرة أو عدم قدرة الصحيفة الإلكترونية في تغيير اتجاهات المبحوثين نحو البيئة و
علاقته بمتغير الجنس : 118
- جدول رقم 28 : يوضح قدرة الصحيفة الإلكترونية أو عدم قدرتها في تغيير اتجاهات المبحوثين نحو البيئة و
علاقته بمتغير المستوى المعيشي : 119
- جدول رقم 29 : يوضح مساهمة أو عدم مساهمة المبحوثين في نشر مواضيع تخص البيئة و علاقته بمتغير
الجنس : 120
- جدول رقم 30: يوضح مساهمة أو عدم مساهمة المبحوثين في نشر مواضيع تخص البيئة و علاقته بمتغير
المستوى المعيشي : 121
- جدول رقم 31 : يوضح طبيعة المواضيع البيئية التي يساهم بنشرها المبحوثين وعلاقته بمتغير الجنس : . 123
- جدول رقم 32 : يوضح طبيعة المواضيع البيئية التي يساهم المبحوثين في نشرها و علاقته بمتغير المستوى
المعيشي : 124
- جدول رقم 33 : يوضح إذا قامت الصحيفة الإلكترونية بدورها فيما يتعلق بقضايا البيئة ومشكلاتها و
علاقته بمتغير الجنس : 126
- جدول رقم 34 : يوضح رأي المبحوثين حول ما إذا قامت الصحيفة الإلكترونية بدورها فيما يتعلق بقضايا
البيئة و علاقته بمتغير المستوى المعيشي : 127



مقدمة



تسارعت التطورات العلمية في مجال الإعلام و الاتصال و المعلومات ,حيث يعتبر إنشاء شبكة المعلومات الدولية الانترنت أهم إنجاز تكنولوجي تحقق ،إذ استطاع الإنسان أن يلغي المسافات و يختصر الزمن ويجعل من العالم أشبه بشاشة إلكترونية صغيرة,و شهد عقد التسعينات انفجارا تكنولوجيا هائلا في الاتصالات سواء أكان ذلك على مستوى تطور تكنولوجيا الإعلام و المعلومات ، أم على مستوى مراكز و قواعد البيانات و المعلومات و نظمها ، و أصبحت هناك مفاهيم و تعابير جديدة سائدة في هذا العصر كثرة المعلومات ، عصر المعلومات ، تكنولوجيا الاتصال و الإعلام الإلكتروني الذي فرض واقعا إعلاميا جديدا بكل المقاييس ، حيث انتقل بالإعلام إلى مستوى السيادة المطلقة من حيث الانتشار و اختراق كافة الحواجز المكانية و الزمنية و التنوع اللامتناهي في الرسائل الإعلامية و المحتوى الإعلامي ، لما يملكه من قدرات و مقومات الوصول و النفاذ للجميع ، و امتداده الواسع بتقنياته و أدواته و تطبيقاته على الفضاء الإلكتروني المترامي الأطراف بلا حدود أو حواجز أو فوارق .

و في عصر الامتزاج بين تكنولوجيا الإعلام و المعلومات مع وسائل الاتصال الحديثة تطورت أجهزة الإعلام تقنيا و أضحت الاتصال و الإعلام إلكترونيا بين شبكات الحواسيب ما أتاح بروز وسائل إعلام و اتصال جديدة منها الصحيفة الإلكترونية التي تعد نوعا جديدا من أنواع الصحافة التي نشأت و تبلورت في بيئة الانترنت ,فقد شكلت ظاهرة إعلامية جديدة مرتبطة بثورة تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات ، و أصبحت المشهد الإعلامي الأقرب لان يكون ملكا للجميع و في متناول الجميع و بذلك تكون الصحيفة الإلكترونية قد فتحت أفقا عديدة و أصبحت أسهل و أقرب لمتناول المواطن ، و من هنا انطلقت عملية ضخمة لبث مصادر إخبارية إلكترونية تتناول شتى المواضيع و تخوض في عدد من الموضوعات المتنوعة كقضايا البيئة و التلوث البيئي ، إذ تعد قضايا البيئة و التلوث البيئي من بين المواضيع التي فرضت نفسها على الساحة الإعلامية و السياسية على الصعيدين الوطني و الدولي خلال

العقدين الأخيرين، فقد عرفت اهتماما متزايدا في العديد من المجتمعات و المسؤولين لأنها أصبحت بمثابة الورقة الضاغطة على حياته اليومية وسلامته و بقاءه على هذا الكون.

و قد اهتمت الأمم المتحدة و العديد من الدول منذ ستينات القرن الماضي بقضايا البيئة و مشكلاتها و تبلور عن هذا الاهتمام انعقاد العديد من المؤتمرات و الندوات العالمية للبحث في هذا الموضوع، كان من أولها مؤتمر الأمم المتحدة حول البيئة الإنسانية الذي انعقد في ستوكهولم في 1972 و الذي تمخض عنه برنامج التربية البيئية الدولي ، و تلت ذلك ندوات و لقاءات كثيرة من أهمها المؤتمر الدولي الحكومي للتربية البيئية الذي انعقد في تبيليس بالإتحاد السوفياتي عام 1977 ، و قد تلتها عدة مؤتمرات عن البيئة فيما بعد .

و قد دعت هذه اللقاءات إلى نشر الوعي البيئي و تنمية العناية بقضايا البيئة عن طريق وسائل الإعلام بمختلف صورها كما جاءت في التوصية رقم 20 في مؤتمر تبيليس الذي أوصى بتشجيع نشر المعارف عن حماية البيئة و تحسينها من خلال الصحافة ، الإذاعة و التلفزيون ، ولا شك أن وسائل الإعلام تلعب دورا مهما و مؤثرا في تصورات و سلوكيات أفراد المجتمع و عليه لابد من التركيز على هذه الوسائل لنشر الوعي البيئي و جلب الانتباه للمشكلات البيئية ، والصحافة الإلكترونية تعد من الوسائل الإعلامية القادرة على نقل و تغطية القضايا البيئية و طرحها للمواطنين بصورة واضحة و بسيطة .

و في هذا الصدد حاولنا في هذه الدراسة تسليط الضوء على الإعلام الإلكتروني بصفة خاصة و الصحيفة الإلكترونية كأحدى وسائطه الأساسية ، ومن ثم تحديد الدور الذي تلعبه هذه الأخيرة في بلورة و نشر الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين ، حيث قسمنا هذه الدراسة إلى ستة فصول :

يتناول الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة حيث يحتوي على إشكالية الدراسة و التساؤلات الفرعية , تحديد المفاهيم , أسباب اختيار الموضوع , أهداف و أهمية الدراسة , عرض الدراسات السابقة إلى جانب مجتمع و عينة البحث و كذا أدوات الدراسة .

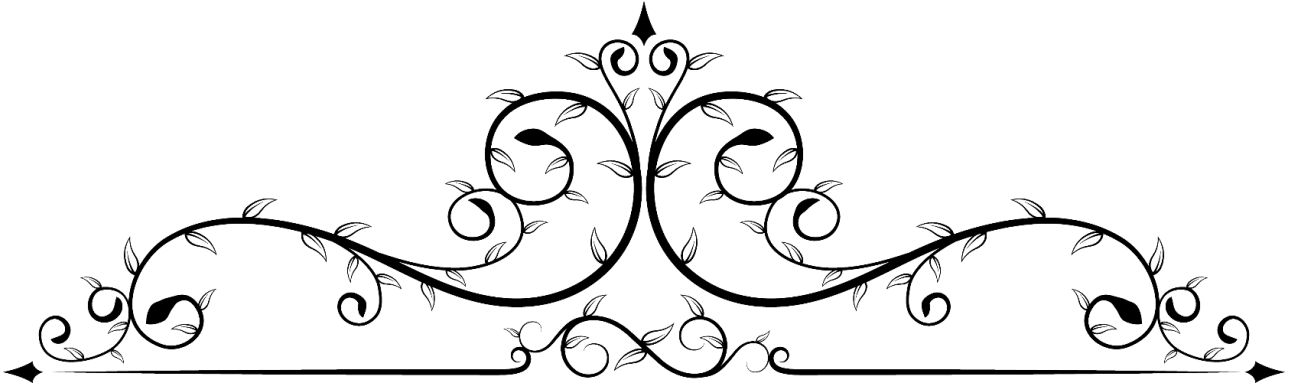
أما الفصل الثاني فيتناول الإعلام الإلكتروني تعريفه , أهميته و مميزاته و أهدافه بالإضافة إلى أهم خصائصه و وسائله .

الفصل الثالث تناول الإعلام البيئي حيث تطرق فيه إلى ماهيته و نشأته , مهامه و أهدافه , وظائفه و أهم المقومات الأساسية التي يقوم عليها و كذا وسائله التقليدية منها و الحديثة .

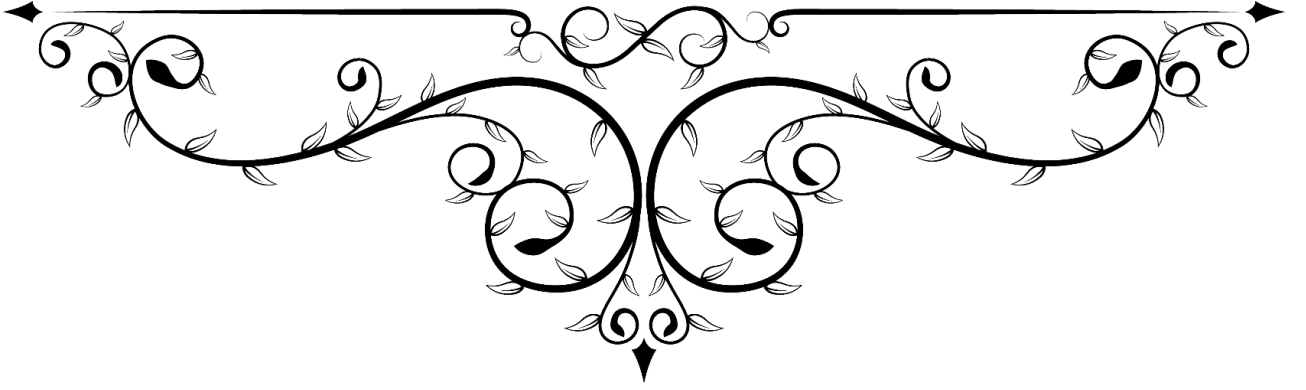
الفصل الرابع تناولنا فيه الوعي البيئي مكوناته و عوامل ظهوره , تعريفه , بالإضافة إلى أهم خصائصه و أهدافه .

الفصل الخامس تطرقنا فيه إلى الصحيفة الإلكترونية مفهومها و نشأتها , أنواعها , و أهم الخصائص و السمات التي تميزها .

في حين خصص الفصل السادس و الأخير من الدراسة لمناقشة بيانات الجداول و معطياته و التعليق عليها , و أخيرا استنتاج النتائج العامة للدراسة .



الإطار المنهجي



1- الإشكالية:

هناك واقعًا إعلاميًا جديدًا فرض نفسه على الساحة الإعلامية منذ تسعينات القرن الماضي وهو بروز ظاهرة الإنترنت التي تعد بمثابة المكتبة العالمية، أو الموسوعة العلمية التي تقدمها لكل المستخدمين مهما اختلفت اختصاصاتهم العلمية ومهما تباعدت رقعتهم الجغرافية وتمايزت حزمهم الساعية، فقد حولت هذه الشبكة الكرة الأرضية إلى قرية افتراضية لما تقدمه من خدمات معرفية ومعلومات في شتى المجالات وتعتبر الصحافة الإلكترونية إحدى أهم البدائل الاتصالية التي أتاحتها شبكة الإنترنت فقد أسهمت هذه الوسيلة في تعظيم الأثر الاتصالي للعملية الإعلامية من خلال ما توفره من عناصر مقروءة ومرئية.

بالإضافة إلى ما تتوفر عليه من سمات اتصالية متميزة من أبرزها سهولة تصفحها وكذا سهولة التعرض للمضامين المقدمة من خلالها، ودور الصحيفة الإلكترونية لم يعد يقتصر على بث وتداول المعلومات ونقل الأخبار والأحداث، بل تعددت مجالات استخدامها واتسع نطاقها لتشمل قضايا عديدة تشغل بال الرأي العام، ومن بين هذه المواضيع المجال البيئي الذي يعد من أهم القضايا والمواضيع التي أثارت اهتمام وسائل الإعلام بما في ذلك الصحيفة الإلكترونية، فقد شهد العقدين الأخيرين اهتمامًا متزايدًا بهذه الأخيرة في العديد من المجتمعات والدول نتيجة التقدم التكنولوجي، وكذا محاولات الترسخ العلمي والأكاديمي الذي تمخض عنه ظهور ما يعرف بعلم البيئة الذي يهتم بقضايا البيئة ومشكلاتها، هذا بالإضافة إلى بروز العديد من المؤتمرات تتعلق بقضايا البيئة كمؤتمر ستوكهولم المنعقد عام 1972 في السويد حيث تتضمن توصيات بشأن تقرير حق الإنسان في بيئة نظيفة، وكذا مسؤولية الفرد والدول في حماية البيئة والمحافظة عليها، وعليه سنحاول تسليط الضوء على الصحافة الإلكترونية لمعرفة الدور الذي تلعبه في تشكيل الوعي البيئي لدى الجمهور المستخدم لها خاصة الطلبة الجامعيين ومن هذا المنطلق يمكن طرح الإشكالية التالية:

ما مدى مساهمة الصحيفة الإلكترونية في تشكيل الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين؟

2- التساؤلات الفرعية:

- 1- ما هي عادات استخدام الصحيفة الإلكترونية من طرف الطلبة الجامعيين؟
- 2- ما هو دور الصحيفة الإلكترونية في نشر الوعي البيئي؟
- 3- ما مدى مساهمة الصحيفة الإلكترونية في إكساب الطلبة اتجاهات إيجابية نحو

البيئة؟

3- أسباب اختيار الموضوع:

1-3 أسباب ذاتية:

- 1- مدى أهمية الموضوع كون البيئة تعتبر المجال الحيوي الذي يعيش فيه الإنسان-2
- الإيمان الشخصي بأن حماية البيئة وتشكيل الوعي البيئي والثقافة البيئية هي مهمة ومسؤولية كل فرد في المجتمع من جهة وخاصة الصحافة الإلكترونية.
- 3- تنامي المشكلات البيئية بمختلف أشكالها وأخطارها على الفرد والمجتمع.

2-3 أسباب موضوعية:

- 1- إظهار الدور الذي تلعبه الصحيفة الإلكترونية في تشكيل الوعي البيئي.
- 2- تزايد أهمية قضايا البيئة وضرورة الوعي البيئي إذ أصبحت من أهم النقاشات المطروحة على جميع المستويات الولائية، الإقليمية وحتى الدولية.
- 3- محاولة وضع تصور يضمن التعامل الإيجابي بين الإنسان ومحيطه البيئي انطلاقاً من طرق استخدامه لتطبيقات الصحيفة الإلكترونية لضمان خلق وعي حضاري للأجيال في علاقتها البيئية.

4- تحديد المصطلحات:

1-4 الإعلام:

اصطلاحاً: يعرف الإعلام من الناحية الاصطلاحية على أنه نشر الحقائق والأخبار والأفكار والآراء بين الجماهير بوسائل الإعلام المختلفة، كالصحافة والراديو والسينما

والمحاضرات والندوات والمؤتمرات والمعارض وغيرها بغية التوعية والإقناع وكسب التأييد.¹

التعريف الإجرائي:

نقصد به النقل المواضيع للأخبار والمعلومات للجمهور المتلقي باستخدام وسائل معينة.

الإعلام الإلكتروني:

اصطلاحاً: هو الخدمات والنماذج الإعلامية الجديدة التي تتيح نشأة وتطوير محتوى وسائل الاتصال الإعلامي ألياً أو شبه ألي، في العملية الإعلامية باستخدام التقنيات الإلكترونية الحديثة الناتجة على اندماج تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات كنواقل إعلامية غنية بإمكانياتها في الشكل والمضمون والإعلام الإلكتروني هو الإشارات والمعلومات والصور والأصوات المكونة لمواد إعلامية بأشكالها المختلفة التي ترسل أو تستقبل عبر المجال الكهرومغناطيسي.²

التعريف الإجرائي:

نقصد به الوسيلة التي تقدم خدمات إعلامية وذلك باستخدام تقنيات إلكترونية حديثة.

2-4 البيئة:

اصطلاحاً: هي الإطار الذي يعيش فيه الإنسان ويحصل فيه على مقومات حياته من غذاء وكساء ودواء ومأوى، ويمارس فيه علاقاته مع أقرانه من بني البشر، والبيئة في ضوء هذا التعريف ليست مجرد موارد يتجه إليها الإنسان ليستمد منها مقوماته حياته إنما تشمل أيضاً علاقة الإنسان بالإنسان التي تنظمها المؤسسات الاجتماعية والأخلاق والقيم والأديان. والبيئة في المفهوم الحديث هي الإطار الذي يعيش فيه الإنسان، يبني فيه سكنه ويقوم صناعته، ويمد فيه طرق وشبكة مواصلاته، ويفلح فيه أرضه، على غير ذلك من الأنشطة التي تتميز بها حياة الإنسان.³

¹ أحمد زكي بدوي ، معجم مصطلحات الإعلام، ط2 ، دار الكتاب اللبناني ، بيروت ، 1994 ، ص 84 .

² فيصل أبو عيشة ، الإعلام الإلكتروني ، ط2 ، دار أسامة للنشر و التوزيع ، عمان ، 2010 ، ص 276

³ محمد منير حجاب ، المعجم الإعلامي ، دار الفجر للنشر و التوزيع ، ط1 ، القاهرة ، 2004 ، ص ص 111 - 112 .

التعريف الإجرائي:

نقصد بالبيئة الوسط الذي يعيش فيه الإنسان ويؤثر ويتأثر به طبيعياً ومادياً ومعنوياً.

3-4 الوعي:

اصطلاحاً: هو إدراك الفرد لنفسه وللبيئة المحيطة به، بما اشتمل عليه من علاقات بالطبيعة وبالإنسان وبالأفكار، وهو إدراك تصور يتحدد بحالة بنائية تاريخية لمجتمع معين، بمعنى أن للوعي طابعه التاريخي البنائي.

التعريف الإجرائي:

نقصد به إدراك الفرد للعوامل البيئية المحيطة به.

4-4 الوعي البيئي

اصطلاحاً: يقو عادل كامل فرج: >>تحتاج البشرية إلى أخلاق اجتماعي عصرية ترتبط باحترام البيئة، ولا يمكن أن تصل إلى هذه الأخلاق إلا بعد توعية توضح للإنسان مدى ارتباطه بالبيئة وتعلمه أن حقوقه في البيئة يقابلها واجبات نحوها. فالوعي البيئي يرتبط باحترام الفرد لبيئته ومدى ارتباطه بها في علاقات متبادلة ويتمثل في ذلك علاقة قوامها كل حق لك في البيئة يقابله واجب عليك نحوه.¹

التعريف الإجرائي:

هو إدراك المشكلات البيئية والإحساس بها والبحث عن سبل لحلها.

¹ نفس المرجع ، ص 112 .

5- أهداف الدراسة وأهميتها:

1-5 الأهداف:

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق هدف أساسي وهو معرفة الدور الذي تلعبه الصحيفة الإلكترونية في تشكيل الوعي البيئي لدى الجمهور المستخدمين لها. تهدف إلى الوقوف على مختلف المداخل والأطر النظرية لفهم الإعلام الإلكتروني بصفة عامة والصحافة الإلكترونية بصفة خاصة وكذا تطبيقاتها من جهة، ومن جهة أخرى معرفة دورها في خلق الوعي البيئي وبناء خلفيات ثقافية لقضايا البيئة وإشكالياتها.

2-5 أهميتها:

تكمن أهميتها في كونها تتناول موضوعاً هاماً أولاً وهو الوعي البيئي هذا الأخير الذي بدأ يطرح نفسه بالحاح في الآونة الأخيرة نتيجة لزيادة التلوث البيئي والأخطار والمشكلات التي يمكن أن تنجم عنه. معرفة مدى اهتمام الطلبة الجامعيين خاصة طلبة الماستر علوم الإعلام والاتصال بالتوعية البيئية.

6- الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي البيئي للطلّاب ياسين بوزراع

رسالة ماجستير جامعة قسنطينة نوقشت 2010:

تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث والصفية التي تسعى إلى اكتشاف الواقع ووصف الظواهر وصفاً دقيقاً، وقد تم بلورة إشكالية الدراسة في تساؤل رئيس مفاده.

- ما دور إذاعة قسنطينة في نشر الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين؟

ويتفرع هذا التساؤل إلى عدة أسئلة فرعية يمكن إجمالها في:

1- هل تهتم إذاعة قسنطينة المحلية بقضايا البيئة ومشكلاتها؟

2- ما دور إذاعة قسنطينة المحلية في تكوين ثقافة بيئية لدى مستمعيها الطلبة الجامعيين

لتشكيل الوعي البيئي؟

3- هل تقدم إذاعة قسنطينة برامج مختلفة تعالج قضايا البيئة ومشكلاتها.

وقد استخدم الباحث منهج المسح الاجتماعي نظراً لكون مجتمع البحث كبير نسبياً متخذاً منهج المسح بالعينة بغية تحقيق أهداف الدراسة وغايتها وقد اعتمد على أداة المقابلة لجمع البيانات وبالذات المقابلة المقننة للحصول على أكبر قدر من المعلومات بالإضافة إلى استمارة الاستبيان التي تضمنت 35 سؤالاً موزعة على 5 محاور وقد استخدم الباحث العينة العشوائية الطبقية التي شملت 103 مفردة من مجتمع البحث المتمثل في طلبة السنة الرابعة علم الاجتماع، ومن بين نتائج الدراسة التي توصل إليها الباحث نذكر منها:

جاءت نتائج الدراسة موافقة للفرضية العامة والتي تؤكد على أن إذاعة قسنطينة المحلية تولي أهمية بالغة لقضايا البيئة ومشكلاتها، كما أثبتت النتائج أن جل المبحوثين يستمعون إلى البرامج الإذاعية نظراً لأهمية هذه البرامج مع ملاحظة اهتمام الإناث أكثر بهذا الجانب، وتعد أهمية المواضيع البيئية المطروحة هي أكثر ما يشد المستمعين للاستماع لهذه البرامج وذلك بنسبة 44,53% بالإضافة إلى اتساع نسبة الاستفادة منها والتي قدرت بنسبة 32,81%.

كما أن المبحوثين على أن الجهد الإعلامي الذي تقوم به الإذاعة غير كافٍ وذلك بنسبة 59,18% نظراً لعدم وجود تغطية كافية للموضوع البيئي المطروح للنقاش وذلك بنسبة 22,45% في المقابل رأى المبحوثين الآخرين أن الجهد المبذول كافٍ ويستحق التشجيع بنسبة 40,82%.

وعموماً فقد أكدت النتائج على صحة الفرضية وأثبتت مدى فعالية إذاعة قسنطينة المحلية في نشر الوعي لدى فئة الطلبة الجامعيين.

أوجه الاتفاق والاختلاف مع الدراسة الحالية:

أوجه الاتفاق:

تعد هذه الدراسة مشابهة للدراسة الحالية، وذات علاقة مباشرة بها، تشترك مع هذه الدراسة الحالية في متغير أساسي ألا وهو الوعي البيئي وفي كيفية المحافظة على البيئة ومحاولة الوصول إلى نتائج لحل المشاكل التي تواجهها البيئة، وكذا محاولتها تكوين ثقافة بيئية ووعي بيئي لدى الطلبة الجامعيين.

أوجه الاختلاف:

تختلف هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في طبيعة الوسيلة المستخدمة لمعالجة موضوع الوعي البيئي، حيث نجد الدراسة الحالية اعتمدت على الإعلام الإلكتروني والدور الذي يؤديه في تشكيل الوعي البيئي بينما اعتمدت الدراسة السابقة على وسيلة أخرى من وسائل الإعلام ألا وهي الإذاعة المحلية ودورها في تشكيل الوعي البيئي.

أوجه الاستفادة:

تم الاستفادة من هذه الدراسة في تحديد إشكالية الدراسة وكذا بناء الإطار النظري خاصة فيما يتعلق بالوعي البيئي.

الدراسة الثانية:

كيجل فتيحة، الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي الجزائر جامعة منتوري باتنة نوقشت

: 2012

تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي تسعى لمعرفة أنماط وطرق الاستخدام وكذا الإشباع المحققة من وراء استخدام موقع الفيسبوك لدى أفراد عينة الدراسة، وقد تم تحديد إشكالية الدراسة في تساؤل رئيسي مفاده: كيف يؤدي استخدام الفيسبوك كأحدى تطبيقات الإعلام الجديد إلى نشر الوعي البيئي لدى جمهور المستخدمين الجزائريين وقد أدرج الباحث إلى جانب الإشكالية مجموعة من الأسئلة الفرعية المتمثلة في:

1- ما هي أنماط وطرق استخدام موقع الفيسبوك بما يؤدي إلى خلق الوعي البيئي

لدى جمهور المستخدمين الجزائريين؟

2- ما هي عادات تعرض المستخدمين الجزائريين لموقع الفيسبوك؟

3- ما هي دوافع استخدام هذا الموقع بالالات فيما يتعلق بموضوع حماية البيئة ونشر

الوعي البيئي؟

وقد استخدمت الباحثة منج المسح بالعينة وذلك حتى يتجنب الباحث مشكلة المسح الشامل مستخدمة في ذلك أكثر من طريقة أو أداة لجمع المعلومات حول مشكلة الدراسة حيث اعتمدت على أداة الملاحظة والاستبيان الذي تتضمن 32 سؤال موزعة على أربعة محاور، كما اعتمدت على العينة العرضية، أين يتم اختيار أفراد العينة عن طريق الصدفة والتي شملت

200 مفردة، تم توزيعها في المنطقة الجغرافية لمدينة قسنطينة، ومن بين النتائج التي توصلت إليها الباحثة نذكر ما يلي:

- جاءت نتائج الدراسة موافقة للإشكالية حيث أثبتت النتائج أن مواقع التواصل الاجتماعي أكثر المواقع استخداما لدى المبحوثين حيث يأتي الفيسبوك في مقدمة المواقع أكثر ولوجًا وذلك غالبًا وبصفة منتظمة بنسبة 44,62%، كما يعد الحجم الساعي الذي يقضيه المبحوثين عبر هذا الموقع كبيرًا، حيث يفوق الساعتين في معظم الأحيان بنسبة 50% ليلاً وخلال الفترات المسائية، وتعتبر الإشباعات المعرفية هي أكثر أنواع الإشباعات المحققة لأفراد العينة والتي تشمل أساسًا زيادة الوعي البيئي بنسبة 43,54% تليها الإشباعات الاجتماعية بنسبة 61,21% وعموماً فقد أكدت النتائج على صحة التساؤلات الفرعية بشكل مباشر على صحة الإشكالية الرئيسية وبالتالي أثبتت أن موقع الفيسبوك يساهم في بلورة ونشر الوعي البيئي لدى جمهور المستخدمين.

أوجه الاتفاق والاختلاف مع الدراسة الحالية:

تتفق الدراسة السابقة للباحثة كحلفتيجة بعنوان الإعلام الجديد ودوره في تشكيل الوعي البيئي في عنصر ذو علاقة مع الدراسة الحالية ألا وهو البيئة ومحاولة تكوين ثقافة لنشر الوعي البيئي في المجتمع بصفة عامة.

وتختلف هذه الدراسة مع الدراسة الحالية من حيث الوسيلة المعالجة كونا اعتمدنا على الصحيفة الإلكترونية ومدى تأثيرها على نشر الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين وكذا مدى مساهمتها في خلق سلوكيات واتجاهات إيجابية نحو البيئة، في حين اعتمدت الباحثة في الدراسة السابقة مواقع التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها على المستخدمين فيما يخص مجال البيئة والتوعية البيئية.

أوجه الاستفادة:

أوجه الاستفادة من هذه الدراسة في بناء الإطار النظري وكذا الاستفادة من المراجع المذكورة في الدراسة.

7- منهج الدراسة:

إن المنهج مجموعة من القواعد والأنظمة العامة التي يتم وضعها من أجل الوصول إلى حقائق مقبولة حول الظواهر موضوع الاهتمام من قبل الباحثين في مختلف مجالات المعرفة الإنسانية.

وهو عبارة عن أسلوب من أساليب التنظيم الفعالة لمجموعة من الأفكار المتنوعة والهادفة للكشف عن حقيقة تشكل هذه الظاهرة.¹

وانطلاقاً من هذه الفكرة فإن الدراسة الحالية تدرج ضمن الدراسات الوصفية فهي تسعى لمعرفة أنماط وطرق استخدام الصحيفة الإلكترونية لدى أفراد العينة بما يؤدي إلى نشر وبلورة الوعي البيئي لديهم، وبالتالي هناك مجموعة من المناهج أملت طبعها الدراسة وهي منهج المسح بالعينة وذلك حتى يتجنب الباحث مشكلة المسح الشامل الذي يتطلب وقتاً أطول وجهداً مضافاً بحيث يكفي بعدد محدد من المفردات.²

ويعد منهج المسح نموذجاً معيارياً لخطوات جمع البيانات من مفردات الجمهور وهو ما استقر في المجالات العلمية والمعرفية، وهو أحد الأشكال الخاصة لجمع المعلومات عن حالة الأفراد وسلوكهم وإدراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم وهو بهذا المفهوم يعد المنهج الرئيسي لدراسة جمهور وسائل الإعلام في إطارها الوصفي التحليلي، ويطبق أسلوب المسح عادة على نطاق جغرافي كبير أو صغير وقد يكون مسحاً شاملاً أو عن طريق العينة كما هو الحال في هذه الدراسة.³

وهو أيضاً الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة من حيث العوامل المكونة لها، والعلاقات السائدة داخلها كما هي في الحيز الواقعي وضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة من خلال جمع المعلومات والبيانات المحققة لذلك.⁴

وبما أن الدراسة الحالية تدرج ضمن البحوث الوصفية فإننا اعتمدنا أيضاً على المنهج الوصفي الذي يعرف بأنه كل استقصاء ينصب على ظاهرة من الظواهر كما هي قائمة في

¹ محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي، ط 2، دار وائل، عمان، 1999، ص 49.

² صلاح الدين شروخ، منهجية العلوم الاجتماعية، دار العلوم ن الجزائر، 2003، ص 92.

³ ربحي مصطفى عليان، أساليب البحث العلمي، ط 1، دار الصفا، الأردن، 2010، ص 68.

⁴ أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط 3، دار الفكر العربي، القاهرة، 2005، ص 286.

الحاضر قصد تشخيصها وكشف جوانبها، وتحديد العلاقات بين عناصرها أو بينها وبين ظواهر أخرى.¹

والمنهج الوصفي التحليلي لا يقف عند حدود وصف الظاهرة موضوع البحث ولكنه يذهب إلى أبعد من ذلك فيحلل ويفسر ويقارن ويلاحظ أن وظيفة المنهج الوصفي التحليلي تتمثل في وصف ما هو كائن وتفسيره الممارسات الشائعة أو السائدة وتحليلها والتعرف على المعتقدات والاتجاهات والتأثيرات عند الأفراد والجماعات وطريقتها في النمو والتطور.² ويستخدم المنهج الوصفي التحليلي في أغلب الدراسات والبحوث الاجتماعية لما له من أهمية عملية ويهتم أيضاً هذا المنهج بتصوير الوضع الراهن وتحديد العلاقة الموجودة بين مختلف الظواهر.³

8- مجتمع الدراسة:

حسب مادلين غ رافيت أنه مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث أو التقصي.⁴ ويتكون مجتمع الدراسة من الطلبة والطالبات الملتحقين بقسم علوم الإعلام والاتصال بمستوى ماستر اتصال وعلاقات عامة بجامعة الدكتور يحيى فارس بالمدينة والمسجلين في السنة الجامعية 2016، و هي تمثل شريحة اجتماعية تتمتع بالثقافة والوعي والمعرفة والاطلاع مما يجعلها مؤهلة للتعامل مع موضوع الدراسة بشكل أفل من الفئات والشرائح الأخرى.

9- عينة الدراسة:

تستخدم طريقة العينة في البحث في حالات المجتمعات الكبيرة التي تعد مفرداتها بآلاف الملايين، حيث يتعذر إجراء الدراسة وفق طريقة الحصر الشامل بسبب إمكانيات المال والوقت والجهود الضخمة التي تتطلبها هذه العملية.⁵

¹ عزيز داود ، مناهج البحث العلمي ، ط 1 ، دار أسامة ، عمان ، 2006 ، ص 6 .

² الطنوبي محمد محمد عمر ، نظريات الاتصال ، ط 1 مكتبة الإشعاع الإسكندرية ، 2001 ، ص 157 .

³ موريس أنجرس ، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ، ترجمة بوزيد صحراوي ، ط 2 ، دار القصة ، الجزائر ، 2006 ، ص 98 .

⁴ موريس أنجرس ، مرجع سابق ، ص 62 .

⁵ أحمد بن مرسل ، مرجع سابق ، ص 288 .

فقد كان حجم العينة لهذه الدراسة 50 مفردة تتمثل في طلبة علوم الإعلام والاتصال بمستوى ماستر، وذلك لتسهيل تفريع البيانات.

أما عينة الدراسة فقد اعتمدنا على العينة القصدية أو ما تسمى بالعمدية والتي يقوم فيها الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكمية لا مجال لها للصدفة بل يقوم هذا شخصياً باقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها، وهذا لإدراكه المسبق لمجتمع البحث¹، وأساس اختيارنا للعينة القصدية هو بحكم أنها تخدم بحثنا.

10- أدوات الدراسة:

تسمح أدوات الدراسة بجمع المعطيات والمعلومات في الواقع وتوجد في إطار العلوم الاجتماعية عامة وعلوم الإعلام والاتصال خاصة، فهي تعتبر مجموعة من الوسائل المتنوعة التي يستعملها الباحث في تقصي وجمع المعلومات والحقائق وذلك عند استخدامه منهج معين.² ولقد اعتمدنا هذه الدراسة على أدوات معينة عادة ما يتم توظيفها في هذا النوع من الدراسات الميدانية بغية الحصول على البيانات وهي الملاحظة والاستبيان.

1- الملاحظة:

تعد الملاحظة وسيلة من الوسائل الأساسية يتم من خلالها ملاحظة الظواهر ومتابعة ما تضمنه من تصرفات وسلوكيات وإجراءات بشكل مباشر وغير مباشر³، وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على الملاحظة بالمشاركة من أجل متابعة الموضوع عن قرب والاحتكاك بأفراد العينة وتعني الملاحظة والإسهام معهم في النشاطات الجارية لديهم بهدف جمع البيانات عن سلوك وتصرفات الجماعة، فالمعلومات والبيانات التي يتم استقاؤها من خلال المشاركة تتم بالدقة والموضوعية وتعتبر بصدق عن واقع التفاصيل التي تتم بها تلك الجماعات من حيث السلوك والتصرفات المختلفة التي يلمسها الباحث جراء المشاركة الفعلية مع العناصر موضوع البحث.⁴

¹ مرجع نفسه، ص ص 197- 198 .

² عمار بوحوش ، دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية ، المؤسسة الوطنية للكتاب ، الجزائر ، 1990 ، ص 28 .

³ هاني عرب ، مهارات التفكير و البحث العلمي ، دار عرب للنشر ، جدة ، ص 92 .

⁴ خضير كاظم حمود ، منهجية البحث العلمي ، ط1 ، اثراء للنشر و التوزيع ، القاهرة ، 2008 ، ص 94 .

2- الاستثمار:

استخدمنا الاستثمار كأداة أساسية لهذه الدراسة نظرًا لما تتميز به عن الأدوات الأخرى >> إذ تعتبر من أكثر الأدوات استخدامًا في العلوم الاجتماعية لما توفره من سهولة جمع المعلومات والبيانات الميدانية على الظاهرة موضوع الدراسة وتستخدم بكفاءة أكثر في البحوث الوصفية لتقرير ما توجد عليه الظاهرة في الواقع<<¹.

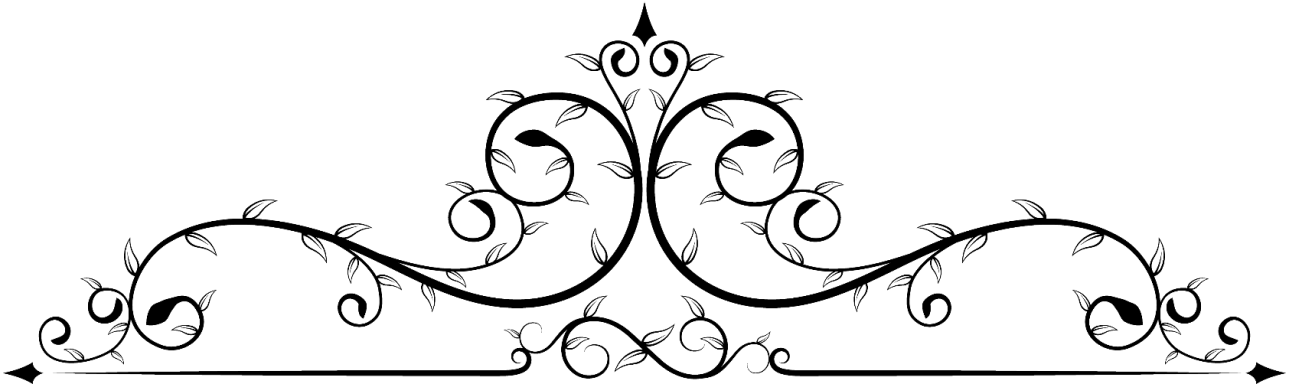
وتعرف أيضًا على أنها تلك الصحيفة التي يقوم الباحث بإعدادها بتدوين مجموعة من الأسئلة فيها تنوع بين أسئلة مفتوحة ومغلقة والتي توجه إلى المبحوثين بطرق منها: التسليم باليد، البريد، الجرائد...إلخ.

وتهدف الاستثمار إلى جمع البيانات والمعلومات عن سلوك المبحوثين ومواقفهم وآرائهم، وقد تعددت تصنيفات المختصين للاستثمار ولكن ما يهمنا استثمار الاستبيان ونقصد بها الاستثمار التي تقدم إلى المبحوث وهو الذي يتكفل بملئها والإجابة عن أسئلتها.² وقد حاولنا قدر المستطاع أن تكون أسئلة الاستبيان واضحة و معبرة عن إشكالية الدراسة و تساؤلاتها , بحيث تحقق قدرًا من التوازن في تغطية كل التساؤلات , و قد تم صياغة الأسئلة في ثلاث محاور تضمنت 15 سؤالًا يهدف كل واحد منها إلى :

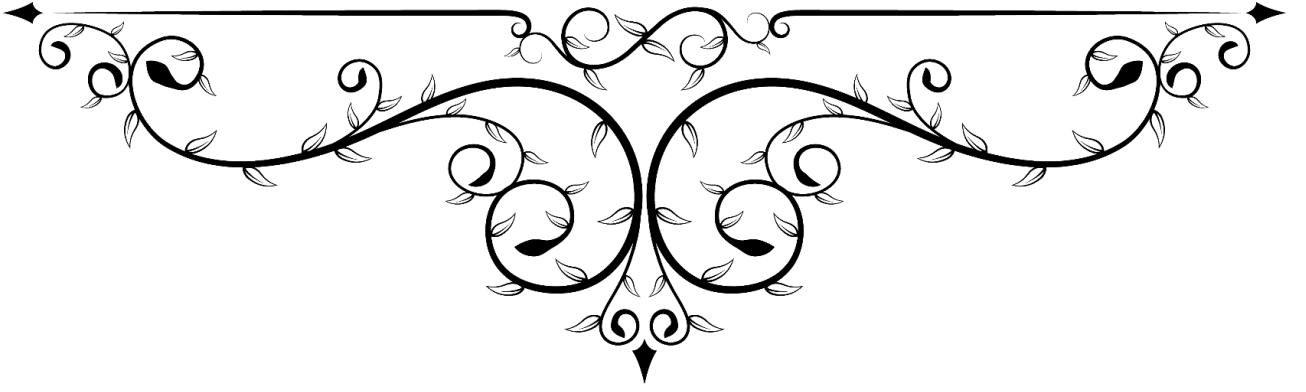
- التعرف على عادات استخدام الطلبة الجامعيين للصحيفة الالكترونية .
- معرفة دور الصحيفة الالكترونية في نشر الوعي البيئي .
- التعرف على مدى مساهمة الصحيفة الالكترونية في إكساب الطلبة الجامعيين اتجاهات ايجابية نحو البيئة .

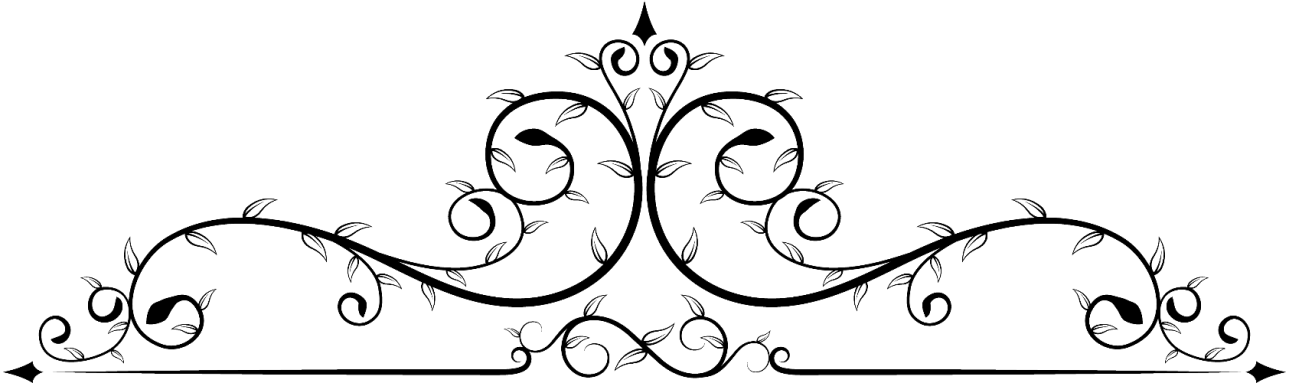
بالإضافة إلى محور رابع يشمل بيانات شخصية و هي الجنس و المستوى المعيشي .

¹ عبد الله محمد عبد الرحمن ، مناهج و طرق البحث الاجتماعي ، دار المعرفة الجامعية ، القاهرة ، 2002 ، ص 371 .
² محمد شلبي ، المنهجية في التحليل السياسي ، المفاهيم ، المناهج ، الإقتراحات ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر ، 1997 ، ص 99 .

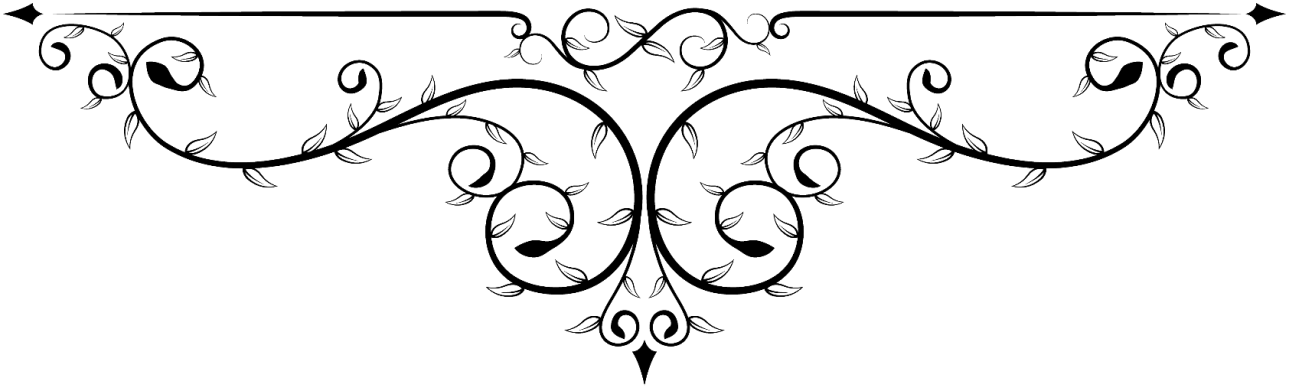


الإطار النظري





الفصل الاول: الإعلام الالكتروني



تمهيد:

يعد الإعلام بمختلف أساليبه ووسائله من أبرز مكونات العالم المعاصر في كل معطياته الثقافية والفكرية والأيدولوجية، وتتضح أهميته من خلال ما يطرحه من قضايا متنوعة قادرة على التأثير في المتلقي وإحداث تغييرات جذرية في أفكاره ومعتقداته، لاسيما في الوقت الراهن الذي يشهد سيطرة الوسائل التكنولوجية على كامل معطيات الحياة البشرية، فمع التطور العلمي غير المسبوق ظهر ما يعرف بالإعلام الإلكتروني الذي استطاع أن يفرض واقعاً مختلفاً على الصعيد الإعلامي والثقافي والفكري والسياسي، فهو لا يعد تطويراً فقط لوسائل الإعلام التقليدية وإنما هو وسيلة إعلامية احتوت كل ما سبقها من وسائل الإعلام من خلال انتشار المدونات والمواقع الإلكترونية وظهور الصحف والمجلات الإلكترونية التي تصدر عبر الإنترنت بل إن الدمج بين كل هذه الأنماط والتداخل بينها أفرزت قوالب إعلامية متنوعة ومتعددة، فقد ساهم الإعلام الإلكتروني بتشكيل شبكة للاتصالات والتواصل تجمع بين الكثير من التوجهات وتنمية الحوار الهادف بينهم، فضلاً عن ذلك ساهم في نشر الفكر والثقافة في العالم وإظهار الرأي والرأي الآخر الذي كان في الغالب ضمن حدود الإعلام التقليدي.

المبحث الأول: ماهية الإعلام الإلكتروني:

فرض الإعلام الإلكتروني واقعا إعلاميا جديداً بكل المقاييس، حيث انتقل بالإعلام إلى مستوى السيادة المطلقة من حيث الانتشار واختراق كافة الحواجز المكانية والزمانية والتنوع اللامتناهي، في الرسائل الإعلامية والمحتوى الإعلامي لما يملكه من قدرات ومقومات الوصول والنفوذ للجميع، وامتداده الواسع بتقنياته وأدواته واستخداماته وتطبيقاته المتنوعة.

حيث يعرف الإعلام الإلكتروني على أنه: >>الخدمات والنماذج الإعلامية الجديدة التي تتيح نشأة وتطوير محتوى ووسائل الاتصال الإعلامي، آليا أو شبه آلي، في العملية الإعلامية باستخدام التقنيات الإلكترونية الحديثة الناتجة عن اندماج تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات كنواقل إعلامية غنية بإمكاناتها في الشكل والمضمون، فالإعلام الإلكتروني هو الإشارات والمعلومات والصور والأصوات المكونة لمواد إعلامية بأشكالها المختلفة التي ترسل أو تستقبل عبر المجال الكهرومغناطيسي¹.

ويعرفه البعض الآخر على أنه >>عبارة عن نوع جديد من الإعلام يشترك مع الإعلام التقليدي في المفهوم، والمبادئ العامة، والأهداف، وما يميزه عن الإعلام التقليدي أنه يعتمد على وسيلة جديدة من وسائل الإعلام الحديثة وهي الدمج بين كل وسائل الاتصال التقليدي، بهدف إيصال المضامين المطلوبة بأشكال متميزة، ومؤثرة بطريقة أكبر، وهو يعتمد بشكل رئيسي على الإنترنت التي تتيح للإعلاميين فرصة كبيرة بتقديم موادهم الإعلامية المختلفة بطريقة إلكترونية بحتة>>²

ويعرف أيضا على أنه نوع جديد من الإعلام ينشط في الفضاء الافتراضي ويستخدم الوسائط الإلكترونية كأدوات له، تدبرها دول ومؤسسات وأفراد بقدرات وإمكانات متباينة يتميز بسرعة الانتشار وقلة التكلفة وشدة التأثير.

¹ فيصل أبو عيشة، الإعلام الإلكتروني، ط1، دار أسامة، الأردن، 2009، ص 276.

² زيد منير سليمان، الصحافة الإلكترونية، ط1، دار أسامة، الأردن، 2009، ص 11.

ويعرفه محمد الخضر على أنه: >>الوسيلة الأساسية التي تقوم بالاتصال بين البشر من خلال أهداف محددة عن طريق تخطيط متقن بغرض التعريف عما يجري داخل الوطن الواحد بواسطة الأخبار والأنباء المختلفة>> وأيضًا يعرف على أنه: >>مجالات وصحف على شبكة الإنترنت تقدم محتوى خاص يفترض أن يكون له هيئة تحرير تعرف بنفسها تحمل من يرأسها مسؤولية ما ينشر، ويلتزم بأداب وتشريعات ومهنية المحتوى¹.

ومنه نستنتج أن الإعلام الإلكتروني هو عبارة عن خدمات إعلامية جديدة تعتمد على وسائل جديدة من وسائل الإعلام وهي الدمج بين الوسائل التقليدية، يعتمد على الإنترنت بالدرجة الأولى، يتميز بسرعة الانتشار وقلة التكلفة وكذا امتداده بتقنياته وأدواته واستخداماته وتطبيقاته المتنوعة على الفضاء الإلكتروني المترامي الأطراف بلا حدود أو حواجز أو فوارق.

المبحث الثاني: أهمية الإعلام الإلكتروني ومميزاته

1- أهمية الإعلام الإلكتروني:

وتتمثل فيما يلي:

- انتشاره الواسع بين الناس دون استثناء وخصوصًا فئة الشباب التي تعتبر الفئة الأهم بالمجتمع.

- سهولة تلقي المعلومات من مختلف أنحاء العالم، وسهولة طرح المعلومات بالصوت والصورة والكتابة لجميع أنحاء العالم، فهو يختصر الزمان والمكان، ولا يعرف الحدود كالإذاعات والتلفاز وحتى القنوات الفضائية لها أحيانًا حدود عبر أقمار معينة، أما الإنترنت فلا تعرف الحدود.

- إمكانية الوصول للمعلومات والأخبار القديمة أيضًا، حيث أن وسائل الإعلام الأخرى تركز على المعلومات الحديثة والأخبار الحديثة، وهذا يعني أن الإعلام الإلكتروني يوثق أحداث كثيرة مرّت على هذا العالم.

¹ رانية سليمان سلامة، الإعلام الإلكتروني، (مجلة الدوحة)، العدد 129، مايو 2015.

- إمكانية التواصل مع الآخرين بسهولة وبساطة، كذلك فإن الإنترنت الآن ليست حكرًا على طبقة دون أخرى.
- الإعلام الإلكتروني حرر الإنسان من أجهزة التوجيه الإعلامي التي تسيطر على عقله، فله مطلق الحرية بتلقي أي معلومات وإرسال أي معلومات دون قيود.
- إمكانية التغيير في المجتمع والشباب نحو الأفضل، حيث أنه عندما يتحررون من التبعية الإعلامية يصبح لديهم الأفق الواسع الذي يجعلهم يغيرون مجتمعاتهم وبلدانهم نحو الأفضل.
- يعتبر وسيلة اقتصادية لتبادل المعلومات حيث أن شبكات الإنترنت موجودة في كل مكان، فهي وسيلة رخيصة الثمن ومفيدة في نفس الوقت فيها فرصة اطلاع أكبر من الناحية الكمية.
- الحصول على المعلومات بسرعة كبيرة من مصادرها، ومن موقع الحدث، وبشكل يسير وبسيط¹.
- يعتبر الإعلام الإلكتروني وسيلة هامة لتبادل الأخبار بين الناس وخاصة آخر أخبار الساعة.
- ضمان الوصول إلى عدد اكبر من الجماهير.
- استطاع الإعلام الإلكتروني أن يرسم ثقافة الكلمة والصوت والصورة معًا.
- صار الباحثون الآن يعقدون استبيانات إلكترونية أو حلقات بحثية على شبكة الإنترنت وتكون أكثر دقة ومفصلة حول الجماهير.
- الإعلام الإلكتروني يضيف مزيدًا من التفاعلية مع القراء الذين بإمكانهم التعليق على الأخبار وليس فقط تلقيها، وبالتالي إضافة بعد جديد للعملية الإخبارية.
- يساعد المؤسسات الإعلامية على رفع جودة خدماتها الإعلامية للقراء.

¹ فيصل أبوعيشة، مرجع سابق، ص 136.

- يمكن للشركات استغلال وسائل الإعلام الإلكتروني في حملاتها التسويقية وعرضها على المستهلك.
- سهل الإعلام الإلكتروني عقد الندوات الصحفية عن بعد وسمح للصحفيين إظهار إمكاناتهم الصحفية وإعداد المواضيع لنشرها على المواقع المختلفة ووفر لهم الوقت لإرسال الخبر عن طريق البريد الإلكتروني الخاص بكل صحفي.
- يوفر الإعلام الإلكتروني فرصة ذهنية لكافة الباحثين للتعرف على أماكن وسلوك الجماهير¹.

II- مميزات الإعلام الإلكتروني:

- الإعلام الإلكتروني يعطي القارئ فرصة إطلاع أكبر من الناحية الكمية في جلسة واحدة أمام الكمبيوتر، ويستطيع القارئ أن يطالع عشرات المصادر الإعلامية من جميع أنحاء العالم.
- إنه يعطي القارئ حرية الانتقاء والمقارنة من خلال الاطلاع السريع على العديد من المصادر المختلفة الرؤى والخلفيات، واستخلاص النتيجة التي يراها أقرب من الحقيقة، دون أن يضل أسيرًا لرؤية مخصوصة ولا تخفى قيمة ذلك في تحرير إرادة المتلقي في تعاطيه مع الوسيلة الإعلامية.
- إنه يمكن من القراءة المتخصصة، فلم يعد من اللازم استغراق الوقت والجهد في تصفح الصحف بحثًا عن موضوع معين، أو انتظار برنامج مخصوص في إحدى القنوات التلفزيونية، بل أصبحت الإنترنت بوسائل البحث في مادته يمكن من الاطلاع على الموضوع الذي تريد في الوقت الذي تريد.
- إنه يوصل الرسالة الإعلامية إلى مدى إعلامي يتجاوز القيود التقليدية التي تقيد التلفزيون والصحافة المطبوعة.

¹ ريم الجابي، أنترنت عام 1997، مجلة المعلوماتي، العدد 63، 198.

- يسهل للباحثين إجراء البحوث، وهو يقدم خارطة لمحتويات يمكن للقارئ أن يستفيد منها، كما أنه يسهل اتصال الزعماء والقادة السياسيين بالجمهور.
- هو مصدر رئيسي للأخبار، خاصة بالنسبة لأخبار السوق والمال فيما يخص الشركات الكبرى ذات الطابع الاقتصادي.
- أما مميزاته بالنسبة للصحفيين والإعلاميين، فيرى الدكتور الخفاف أن الإعلام الإلكتروني قد وفر للإعلاميين معلومات، ومنحهم حرية أكبر للاطلاع على مصادر الأخبار، كذلك سهل لهم الاطلاع على النصوص والخرائط والحصول على أولويات الخبر¹.
- إن الإعلام الإلكتروني يمزج بين المواد المنتجة بتكنولوجيات النص والصورة والصورة الثابتة، ولقطات الفيديو في المنتج الواحد.
- يحقق يسر الاتصال بين البشر خاصة وأنه قد جمع بين خصائص وسمات وسائط الاتصال التقليدية.
- الإعلام الإلكتروني يحسن المنتج الإعلامي ويزيد فاعلية تسمح للمتلقي بالتفاعل معه، وليست غاية في حد ذاتها.
- يساعد بفضل الإنترنت على ترابط النصوص والوثائق والمواضع على الشبكة، حيث يمكن للمتصفح من الوصول إلى مواقع عليها، ويسهل على المستخدم الانتقال إلى مواقع أخرى.
- يمكن الإعلام الإلكتروني من الحصول على مضامين المحطات الإذاعية والتلفزيونية ومضامين الصحف.
- الإعلام الإلكتروني يجعل الفرد يتحصل على معلومات حتى في غير وقتها ويمكن الاحتفاظ بهذه المعلومات.

¹ الإعلام الإلكتروني وتأثيره على الرأي العام في: <http://tadmen.net/media>

- يمكن من الوصول إلى مواقع متشابهة على الشبكة وهو لا يتوفر في وسائل الإعلام والاتصال التقليدية، وهذا ما يسهل عليه عملية التنقل عبر هذه الشبكة¹.

المبحث الثالث: خصائص الإعلام الإلكتروني وأهدافه:

1- خصائص الإعلام الإلكتروني :

يتمتع الإعلام الإلكتروني بمجموعة من الخصائص التي تميزها عن بقية أنواع الإعلام الأخرى وهي:

1- خاصية التوفر: فالإعلام الإلكتروني متوفر دائماً، إذ يمكن للإعلامي أو المواطن أن يحصل على أية معلومة تم نشرها على موقع إلكتروني أو صحيفة إلكترونية دون طلب رخصة إعطائه تلك المعلومة وفي أي وقت كان، ويوفر أرشيفاً إعلامياً إلكترونياً للجميع دون قيود.

2- خاصية الشمولية: أي التنوع والشمول في المحتوى، إذا كان الإعلامي في الإعلام التقليدي يعاني من مشكلة عدم وجود فسحة كافية أو مساحة مخصصة لطرح موضوع أو إنجاز عمل إعلامي أو كتابة مقالة في الوسائل المقروءة أو المسموعة أو المرئية، لكن بفضل الإنترنت الذي سمح بإنشاء مواقع ومدونات وصحف ومجلات إلكترونية.

3- خاصية المرونة: تبرز خاصية المرونة بشكل جيد بالنسبة للمتلقي، إذ يمكن له إذا كان لديه الحد الأدنى من المعرفة بالإنترنت، أن يتجاوز عدداً من المشكلات الإجرائية التي تعترضه، وكلما ازدادت قدرات الكمبيوتر تزداد مرونة التعامل مع الإنترنت من الناحية التقنية، أما على المستوى الإعلامي فتبرز خاصية المرونة من خلال قدرة المستخدم على الوصول بسهولة إلى عدد كبير من مصادر المعلومات والمواقع.

¹ عبير الرحباني ، الإعلام الإلكتروني ، دار أسامة للنشر ، عمان ' 2011 ، ص 39 .

4- خاصية الانفتاحية: ونسبة كبيرة منه تتسم بالاستقلالية عن المؤسسات الحكومية، وهو نوما ما مجاني ساهم إلى حدود معينة في إضعاف الهيمنة الكبيرة لرأس المال والشركات الكبرى والحكومات على الإعلام في العالم¹.

5- خاصية الانسياب من الرقابة: إذ أعطى الحرية المطلقة وتخطى الحدود والحواجز المحلية والدولية وحدود القانون والرقابة المرتكزة على تقييد حرية الإعلام والمعتقد والتعبير في معظم بلدان العالم، فهو يتميز بسرعة تغطية الأحداث ونقل الخبر بشفافيته بدون قيود وسهولة التصفح والحصول على المعلومة والبحث عنها، وسمح للفرد بإبداء رأيه والتعليق على الموضوع الإلكتروني.

6- خاصية التعددية الثقافية: فالإعلام الإلكتروني يسر موضوع التعبير عن الذات والحوار الحضاري، إذ روج لثقافة احترام الرأي الآخر عن طريق توفر فرص التفاعل والمداخلات المستمرة والتواصل بين الإعلامي والجمهور وبطرق مختلفة، وأعطى فرصة للجمهور من مختلف شرائح المجتمع لأن يكونوا إعلاميين من خلال مساهماتهم وكتاباتهم وتقديم البرامج الإعلامية المحترفة وتبادلها فيما بينهم.

7- خاصية التواصلية: ساهم الإعلام الإلكتروني بشكل ملحوظ في بناء جسور من التواصل بين القائم بالاتصال ومستقبل الرسالة مما كان له بالغ الأثر في تفاعل كل من الجانبين، حيث مكن من تشكيل شبكة للاتصالات والتواصل بين الكثيرين وكذا تنمية الحوار الهادف.

8- خاصية التطور السريع: إذ أن الإعلام الإلكتروني يتطور بشكل سريع ومتواصل، وأصبح ظاهرة عالمية لا يمكن الاستغناء عنها بحيث أصبح الأداة الأساسية في تسيير الاقتصاد الرأسمالي والإدارة الحكومية وذلك بفضل الإنترنت التي تعتبر وسيلة أساسية، وتشير الدراسات العالمية أن استخدام الإنترنت في العالم يتزايد بشكل كبير جدًا، ويتطور بشكل سريع ومتواصل.

¹ أحمد السيد كردي، خصائص الإعلام الإلكتروني: <http://etdientd7.com/vb/+26739.htm>

9- خاصية التفاعلية: وتتميز بسرعة استجابة الجمهور وسهولة مناقشة النص

المكتوب والصوت والصورة، وسهولة الرجوع إلى النفس في أي وقت¹.

10- خاصية التحديث: إذ يتم تحديث وتجديد الأخبار والمواد الإعلامية باستمرار دون

مواعيد ثابتة، فالمحتوى الإعلامي الإلكتروني يتمتع بالسبق والقدرة على التفاعل واستخدام الصورة ومقاطع الفيديو والخلفيات أو المعلومات الأساسية والتحليلات ومقالات الرأي ذات العلاقة، مما يضفي تفاعلاً حقيقياً مع المواد الإعلامية².

11- خاصية التنوع: كان الصحفي يواجه مشكلة المساحة المخصصة لإنجاز مقالة

ما على مستوى الصحافة التقليدية الورقية، وبما أن الصحافة تعيش على التوازن بين الفضاءات المخصصة للتحليل والمساهمات الأخرى كالإشهار كذلك كانت مهمة الصحفي تتمثل في إنجاز عمل صحفي يوفق بين المساحة المخصصة للتحليل وبين تلبية حاجات الجمهور، وهنا جاء دور نسيج الإنترنت الذي سمح بإنشاء صحف متعددة الأبعاد ذات حجم غير محدد نظرياً، يمكن من خلالها إرضاء مستويات متعددة الاهتمام.

II- أهداف الإعلام الإلكتروني:

للإعلام الإلكتروني أهداف معينة نذكر منها ما يلي:

- إتاحة المعرفة للجميع حيث يستطيع القارئ أن يطلع أو يطالع على عشرات المصادر

الإعلامية من جميع أنحاء العالم.

- حرية التعبير والإبداع، حيث يكون للصحفي حرية أكبر على إبداء رأيه والتعبير عن

وجهة نظره دون توجيهات من المؤسسة، والسلطة التي تفرض عليه رقابة.

- تكوين إعلام حر أي أن الإعلام الإلكتروني أكثر حرية، فهو يتجاوز القيود التقليدية

التي تقيد كلا من الصحافة المطبوعة والتلفزيون.

¹ Frederick

أحمد السيد كردي ، نقلا عن :

, 1984

miliams, the new communications : Belmont california. Madsuorth,

- جودة المحتوى شكلاً ومضموناً، حيث يكون الخبر بالصوت والصورة وموضوعات متنوعة.
- سهولة تبادل المواد الإعلامية.
- يهدف إلى القضاء على احتكار المعلومة من طرف رجال المال والسلطة.
- وضع مبادئ عامة لسياسات ومشروعات الإعلام الإلكتروني، إنتاج المحتوى الرقمي ضمن الأطر التالية: الإعلام الحر، حرية الإبداع والتعبير، إتاحة المعرفة للجميع، تنوع المحتوى الرقمي، جودة المحتوى شكلاً وموضوعاً.
- توفير وتقرير القدرات الذاتية البشرية والمادية والتقنية دعماً للقدرات التنافسية في الفضاء الإلكتروني.
- حماية حقوق الملكية الفردية وتشكيل فرص العمل المتخصصة لتنفيذ المهام المطلوبة ومتابعة عملها.
- وضع الأطر اللازمة لضمان توافق صيغ المواد الإعلامية الإلكترونية، بما يتيح سهولة تبادلها، ووضع خطط تدريبية للتعامل مع تتيحه التقنيات الجديدة من فرص ومزايا وفوائد للاستفادة منها.
- نشر الوعي والمشاركة في عملية الانتقال نحو مجتمع المعلومات والثقافة الرقمية¹.
- دعم المبادرات الفردية والجماعية في مجال الإعلام الإلكتروني، التي تسهم في تنمية المجتمعات العربية والعمل العربي المشترك.
- تحديد معايير توجه عملية التعامل في مجالات الإعلام الإلكتروني، التي تسهم بما يتناسب مع واقع المجتمعات العربية².
- ردف الإعلام التقليدي بتقنيات وآليات عمل حديثة تتيح علاقة أقوى مع الرأي العام.
- تحقيق علاقة تفاعلية من حية بين الإعلام والمتلقي.

¹ الإعلام الإلكتروني واقع وطموح <http://pulpit,almatan> voice.com

² <http://www.elaph.com>

- الارتقاء بمستوى التفاعل مع المعلومات والمعارف التي يتيحها العالم.
- تكريس الحضور الإعلامي العربي على شبكة الإنترنت.
- تكريس مبدأ تكامل الإعلام الإلكتروني مع الإعلام التقليدي دون أن يكون أحدهما بديلاً عن الآخر.
- استيعاب الضخ الكثيف للمعلومات وإيجاد السبل الكفيلة بحسن إدارتها ومواجهة انفجار المعلومات.
- التخفيف من حدة التضليل الإعلامي مع التنامي الشديد لحجم التبادلات الإلكترونية على الإنترنت¹.

المبحث الرابع: وسائل الإعلام الإلكتروني

تعد المسألة الإعلامية من الموضوعات ذات المكانة الكبرى في عصر الرفاهية فقد تطور المدلول الإعلامي كثيراً حيث ظهر مصطلح الإعلام الإلكتروني الذي أخذ نجمه يتصاعد ويتطور إلى المرحلة التي يتنبأ فيها الكثير من رجال الإعلام والصحافة والمفكرين والكتاب، و تعد تطور شبكة الإنترنت من وسيلة اتصال معلوماتية محدودة الجمهور إلى شبكة إعلامية معلوماتية تدرج ضمنها وتحمل جميع الوسائل الإعلامية عبرها مثل الصحافة الإلكترونية والراديو والتلفزيون... إلخ².

أ- الصحافة الإلكترونية:

أتاح استخدام الحاسوبات الإلكترونية وشبكة الإنترنت، ظهور الصحف بأشكالها المختلفة من الجرائد والمجلات على وسائط أخرى غير مطبوعة، وتبلور ذلك على مستوى الإنتاج في ظهور ما يسمى بالصحافة المباشرة وهي الصحف التي يتم إصدارها ونشرها على شبكة الإنترنت وقواعد البيانات التي تقدم خدماتها لجمهور ونظير اشتراك، وتكون على جرائد

¹ فيصل أبوعيشة، مرجع سابق، ص 271.

² محمد فلحي، صناعة العقل في عصر الشاشة، الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع، ط1، 2002، ص 141.

مطبوعة على شاشات الحاسبات الإلكترونية، وتعطى صفحات للجريدة تشمل المتن، والصور والرسوم والصوت والصور المتحركة.

حيث تعرف على أنها وسيلة من وسائل المتعددة الوسائط، تنشر فيها الأخبار والمقالات وكافة الفنون الصحفية عبر شبكة المعلومات الدولية، الإنترنت بشكل دوري وبرقم متسلسل باستخدام تقنيات عرض النصوص والصور المتحركة وبعض الميزات التفاعلية وتصل القارئ من خلال شاشة الكمبيوتر سواء كان لها أصل مطبوع أو صحيفة إلكترونية خالصة¹.

II- أنواع الصحف الإلكترونية:

تنقسم الصحف على شبكة الإنترنت إلى نوعين رئيسيين هما:

1- الصحف الإلكترونية الكاملة: وهي صحف قائمة بذاتها، وإن كانت تحمل اسم

الصحيفة الورقية ويتميز هذا النوع من الصحف بما يلي:

- تقديم نفس الخدمات الإعلامية والصحفية التي تقدمها الصحيفة الورقية من أخبار

وتقارير وأحاديث وصور...إلخ.

- تقديم خدمات صحفي وإعلامية إضافية لا تستطيع الصحيفة الورقية تقديمها وتنتجها

الطبيعة الخاصة بشبكة الإنترنت وتكنولوجيا النص الفائق.

- تقديم خدمات الوسائط المتعددة النصية والصوتية والمصورة.

2- النسخ الإلكترونية من الصحف الورقية: ونعني بها مواقع الصحف الورقية على

الشبكة والتي تقتصر خدماتها على تقديم كل أو بعض مضمون الصحيفة الورقية مع بعض

الخدمات المتمثلة بالصحيفة الورقية، مثل خدمة الاشتراك في الصحيفة الورقية، وخدمة تقديم

الإعلانات بها، والربط بالمواقع الأخرى².

¹ عبد الأمير مويث الفيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، دار الشروق، ط1، 2000، ص ص 77-78.

² محمد نصر حسني، الإنترنت والإعلام، الصحافة الإلكترونية، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، ط3، 2003، ص 103.

III- الراديو عبر الإنترنت:

هو من أحدث طرق البث الإذاعي، حيث يتم استخدام الانتشار الهائل للاتصال بهذه الشبكة لجذب المزيد من المستمعين لإذاعته، لا سيما وأن الصوت المستمع إليه في هذه الحالة يكون أكثر نقاءاً، ولا يعاني من الظروف الجوية ولا يتأثر بوضع الهواء مثلاً: والكثير من محطات الإذاعة الشهيرة المتاحة حالياً على شبكة الإنترنت مثل BBC وغيرها.

فمنذ بضعة أعوام كان هناك مشروع لصناعة ما يسمى الراديو الفضائي وهو التطور الأخير للراديو بعد انتقاله من مرحلة الصمامات الثلاثية إلى الترانزيستور، ودخول تكنولوجيا الديجيتال، وقد كانت فكرة هذا الراديو هو احتوائه على هوائي فائق الحساسية، يستطيع الاستقبال من الأقمار الصناعية مباشرة، ولكن توقف هذا المشروع لأن الإنترنت أتت بما هو أفضل حيث أصبح هناك آلاف المحطات الإذاعية التي تبث على مدى 24 ساعة على الإنترنت وتستقبلها بكل سهولة على جهاز الكمبيوتر الخاص بالبيت¹.

2- مميزاته: من بينها نذكر:

1- جودة الصوت: من مميزات راديو الإنترنت عدم تأثير البث بالأحوال الجوية مثلما يحدث بالبث التقليدي، وهذا يؤثر على نوعية الصوت في راديو الإنترنت، حيث يتمتع بنوعية ممتازة وفي حالة عدم استخدام الإنترنت أثناء الاستماع للراديو يمكن الحصول على نوعية صوت أفضل أما في حالة استخدام الإنترنت إضافة إلى الاستماع للراديو فإنه ينجم على ذلك بعض الأثر السلبي في الصوت، كأن يسمع تقطيعات ووقفات في الإرسال².

2- طرق الاستماع إليه: هناك العديد من الطرق التي يمكن بها الاستماع إلى الراديو

عبر الإنترنت منها:

Windows Media Player: حيث يفي هذا البرنامج للكثير من مستخدمي الكمبيوتر

المتعة الكاملة بملفات الصوت والصورة الرقمية، وذلك بالكثير من المميزات مثل:

¹ حسين شفيق: الإعلام الإلكتروني، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005، ص 20.

² حسن علي محمد، ثورة الإعلام، دار المعارف لسلسلة اقرأ، القاهرة: 2003، ص 73.

أ- تسجيل ملفات MP3 وعرض أفلام DVD.

ب- سرعة الاستماع المباشرة من الإنترنت.

Win.FM: وهو برنامج متخصص للاستماع إلى محطات الراديو عبر الإنترنت.

Win.Amp: هو برنامج يمكن من اختيار البرنامج الذي تريد الاستماع إليه أو

الموسيقى أو الإذاعة التي تفضلها¹.

IV-التلفزيون عبر الإنترنت:

إن المحطات التلفزيونية الفضائية والأرضية تتقل عبر شبكة الإنترنت، أي يمكن مشاهدة برامجها على شاشة الحاسب المرتبطة بالشبكة وبإمكانات المشاهد أن يختار توقيت لمشاهدة برامجه، وأن يختار أيضا من بين عدة برامج تلفزيونية البرامج التي يضمنها، سواء كانت برامج علمية أو رياضية أو ثقافية، ومن هنا يتخلص المشاهد من مواعيد البرامج التي يحددها البث التلفزيوني.

وقد أخذت في السنوات الأخيرة مع بدء انتشار محطات التلفزة الفضائية مع انتشار ظواهر عديدة في المجال التلفزيوني ومن بين هذه الظواهر البرامج التلفزيونية مدفوعة الأجر، ولكن بعد انتشار مفاهيم السوق الجديدة، وما تتضمنه من اعتبارات الجدوى الاقتصادية للمؤسسات ومنها التلفزيون، حيث ذاعت مسألة الدعاية المتلفزة القصيرة Short form التي تتراوح مدتها بين 15-30د.

ظل التلفزيون طوال نحو نصف قرن يهيمن على الفضاء الإعلامي، وقد استطاع من خلال الأقمار الصناعية والبث الرقمي أن يخترق الحواجز السياسية والحدود الجغرافية، فيما بعد شهدت حقبة التسعينات من القرن الماضي ثورة تلفزيونية كبيرة، وهي ثورة الفضائيات، وبعدها شهدت ثورة معلوماتية هائل، أتت عن طريق شبكة الإنترنت التي عرفها العالم من

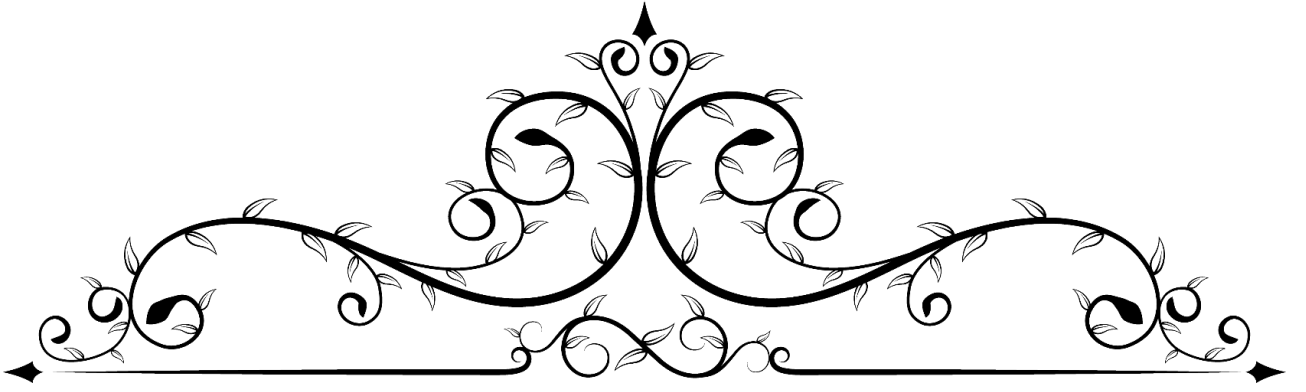
¹ ميشيل حنا، الشامل للاستماع إلى الراديو عبر الإنترنت، مجلة أونلاين، عدد 40 أوت 2003، ص 37.

أقصاه إلى أقصاه محدثة انفجار للمعلوماتية لم يشهد له العالم مثيل، حيث دخلت قنوات تلفزيونية غمار التجربة وصار لها مواقع إلكترونية كثيرة. ومست الإنترنت أيضًا جانب السينما، حيث أصبح بالإمكان اختيار الممثلين عن طريق الواب، أو ما يسمى بـ Web Casting وإمكانية الحصول على قنوات إذاعية وتلفزيونية مباشرة حيث يكون الاختيار مباشرة من طرف المستعمل الذي يقوم بدوره باختيار الخدمات¹.

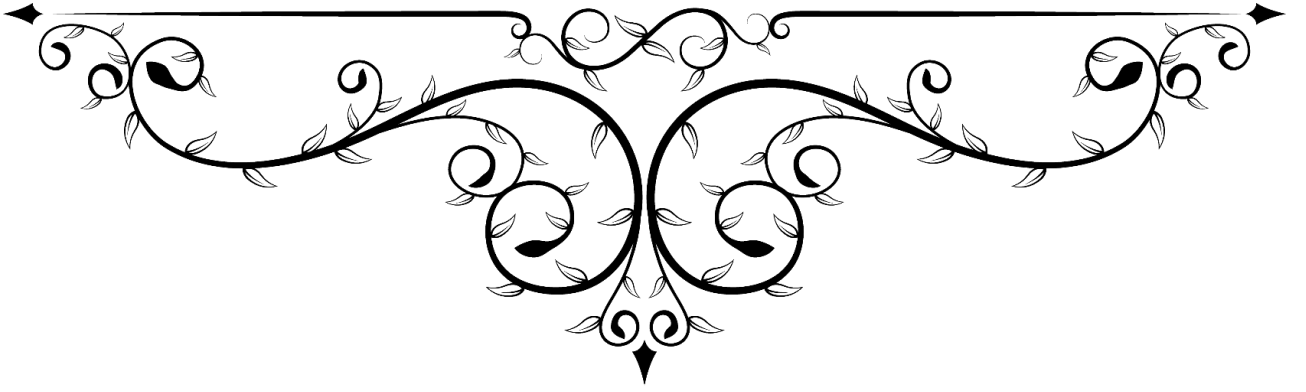
¹ محمد فلحي، مرجع سابق ، ص 144-146.

خلاصة:

إن الإعلام الإلكتروني يعد واقعًا إعلاميًا جديدًا فهو لم يكن نتاج تطوير أو تهجين للإعلام التقليدي، بل هو نموذج إعلامي مختلف سواء في هندسة الناقل الإعلامي أو في آليات العمل الجديدة أو في النتاج المعرفي خاصة بعد ظهور مناهج جديدة في مجال التنقيب في المعطيات واستكشاف المعرفة والإنتاج الآلي للنصوص، التي جاءت لتنسجم مع الفج الإعلامي الواسع، ومن هنا فإن دخول الإعلام الإلكتروني حياتنا اليومية سيعيد صياغة العملية الإعلامية بشكل كامل، بما يحقق التكاملية مع الإعلام التقليدي وفق منهجية القيمة المضافة المنسجمة مع متطلبات المتلقي، وبما يتيح إيجاد الحلول للكثير من المشاكل التي تواجه الإعلام ويضعه على طريق الصحيح في عصر جديد يرى في المعلومة القوة الاقتصادية والصناعية والثقافية الكبرى.



الفصل الثاني: الإعلام البيئي



تمهيد :

بظهور الضغوط الاجتماعية والاقتصادية والسياسية على البيئة ومكوناتها وعناصرها، وانتشار الكوارث وحوادث التلوث البيئي، وحاجة المجتمعات إلى الأخبار البيئية وشغف الاطلاع وحب استشراف المستقبل بما يتعلق بتأثير التلوث على البيئة، والبيئة الطبيعية والتغيرات المناخية في العالم بسبب التلوث، وتأثيرات ذلك على الاقتصاد والحالة الاجتماعية...إلخ.

ظهر مصطلح الإعلام البيئي، وأخذ هذا المصطلح بالتطور المستمر في التعريف والمفهوم والاستخدام منذ سبعينات القرن الماضي، فبعدما كان نقلاً للخبر البيئي والإثارة الصحفية، أصبح له سياسات وخطط ووظف لتحقيق أهداف مختلفة فقد أصبح أداة تعمل على توضيح المفاهيم البيئية من خلال إحاطة الجمهور المتلقي والمستهدف للرسالة والمادة الإعلامية البيئية بكافة الحقائق والمعلومات الموضوعية بما يسهم في تأصيل التنمية البيئية المستدامة، وتنوير المستهدفين لتكوين رأس صائب في الموضوعات والمشكلات البيئية المثارة والمطروحة.

المبحث الأول: مفهوم الإعلام البيئي وتطوره

1- مفهوم الإعلام البيئي :

هناك عدة تعريفات حول مفهوم الإعلام البيئي نذكر منها:

>>الإعلام البيئي أحد المقومات الأساسية في الحفاظ على البيئة من خلال إيجاد الوعي البيئي واكتساب المعرفة ونقلها لتأهيل الجمهور نفسه ليكون أداة في نشر قيم المحافظة على البيئة والتخلي عن السلوكيات الضارة بها، ويمكن أن تكون الجماهير فعالة، فردياً، أو بمسلك جماعي، وذلك بالانخراط في مجموعات منظمة، تضع وتنتج برامج عمل محددة لحماية البيئة>>¹.

ويعرفه جمال الدين السيد >>هو إعلام يسلط الضوء على كل المشاكل البيئية من بداياتها وليس بعد وقوعها، وينقل للجمهور المعرفة والاهتمام والقلق على بيئته>>².

ويعرفه محمد أبو سمرة أنه: >>الإعلام المتخصص في حماية البيئة والإرشاد البيئي للمحافظة على البيئة وبالتالي على حياة الإنسان والكائنات الحية المختلفة والحفاظ على الطبيعة ومحتوياتها والمحافظة على الثروات البيئية>>.

ومن هنا للإعلام دوراً رئيسياً وأساسياً إلى جانب المؤسسات والوسائل والعوامل الأخرى في الحفاظ على البيئة وحمايتها³.

ويعرف البنك الدولي الإعلام البيئي على أنه: >>الاستخدام الإستراتيجي لوسائل الإعلام لتقرير السياسات والمشروعات البيئية، ولتحقيق الفاعلية في تنفيذ هذه السياسات من خلال تأسيس علاقات قوية مع جميع الأطراف المعنية بقضايا البيئة>>.

وهناك تحريف آخر الذي يرى أن الإعلام البيئي يسعى إلى تحقيق أغراض حماية البيئة من خلال خطة إعلامية على أسس سليمة تخاطب فيها الوسائل الإعلامية مجموعة

¹ سناء محمد الجبور، الإعلام البيئي، ط1، دار أسامة، الأردن، 2011، ص 13.

² جمال الدين السيد علي صالح، الإعلام البيئي بين النظرية والتطبيق، مركز الإسكندرية للكتاب، مصر، 2003، ص93.

³ محمد أبو سمرة، الإعلام الزراعي والبيئي، ط1، دار الراية، الأردن، 2010، ص 39.

بعضها أو عدة مجموعات مستهدفة ويتم تقديم الأداء لهذه الوسائل وقياس مدى تحقيقها الأهداف البيئية¹.

وتجدر الإشارة إلى أن الإعلام البيئي هو إعلام متخصص، يتطلب الخبرة والخلفيات المعرفية حول مختلف الظواهر والأحداث البيئية، وحتى تتمكن وسائل الإعلام من بناء وصياغة مضامين بيئية تسهم في بناء الوعي البيئي لدى أفراد المجتمع، ووجب عليها الاستعانة بالخبراء والمختصين في المجال بصفة مستمرة، وبالتالي فإن الإعلام البيئي يعد عنصراً فاعلاً من عناصر الإعلام التتموي خاصة بعدما اكتسبت القضايا البيئية أهمية كبيرة تجاوزت المستويات المحلية والوطنية².

ومن كل هذه التعاريف نستخلص أن الإعلام البيئي هو تسخير جميع وسائل الإعلام المتوفرة والمتاحة من أجل معالجة المسائل البيئية بناء على إستراتيجية إعلامية من أجل تدعيم سياسات وبرامج من أجل تقديم رسائل بيئية تحسيسية للمواطن بأهمية المحافظة على البيئة وذلك من خلال الرسائل التي تبثها وسائل الإعلام.

2- نشأة الإعلام البيئي:

ترجع الأصول الأولى لاهتمام وسائل الإعلام بالبيئة إلى السبعينيات في القرن التاسع عشر 1870 وذلك في مدينة ميني سوتا بالولايات المتحدة الأمريكية، فللمدينة أهميتها في تاريخ العلاقة بين وسائل الإعلام والصراع الدائر بشأن البيئة فقد أسس (Halloc) مجلة عنيت بقضايا البيئة وعلى وجه التحديد الحياة البرية في المدينة، والمجلة التي اختفت تماماً من الوجود تركت أثراً كبيراً في تشكيل جماعات حماية البيئة لمدة 100 عام بعد اختفائها وفي العشرينيات من القرن 20 بدأ اهتمام وسائل الإعلام الأمريكية بالبيئة وقد اعتبر العديد من الباحثين هذا التوجه الصحفي ظاهرة جديدة على الصحافة الأمريكية.

¹ بسيوني إبراهيم حمادة، دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2008، ص510

² جمال الدين السيد علي صالح، مرجع سابق، ص 95

وفي إنجلترا أنشأ إدوارد هيث رئيس وزراء بريطانيا وزارة البيئة 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 الضغط، وقد بثت CBS أول رسالة مصورة عن البيئة عام 1969 وكانت عبارة عن صورة للأرض تم التقاطها من على سطح القمر¹.

ويمكن تقسيم مراحل تطور الإعلامي البيئي إلى:

- 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 إجباري محدود.
- المرحلة الثالثة: هي مرحلة الإعلام الجماهيري الواسع الانتشار الذي يهدف إلى بلورة رؤية معينة لدى جمهور المتلقين من خلال مستويين²:

المستوى الإخباري:

- مستوى خلق الرأي حول القضايا والموضوعات البيئية³.

وقد ازداد اهتمام وسائل الإعلام بقضايا الصيغة الدولية بعد سلسلة الندوات والمؤتمرات التي تناولت القضايا البيئية الصبغة الدولية بعد سلسلة الندوات والمؤتمرات التي تناولت سبل الحفاظ على البيئة وفيما يأتي أهم هذه الندوات والمؤتمرات.

1- مؤتمر ستوكهولم: عقد بالسويد عام 1972 بحضور 115 دولة ويعتبر هذا المؤتمر أول خطوة تهدف إلى وضع سياسية عالمية لبيئة الإنسان وتنمية سلوك عالمي يدعو إلى التعاون بين الدول، وكذا خل مؤسسات تهتم بشؤون البيئة ضمن نطاق الأمم المتحدة، وقد سعى هذا المؤتمر إلى وضع تخطيط مبني على المعرفة في كليتها بالأخذ بالحسبان الأضرار

¹ بسيوني أحمد إبراهيم حمادة، مرجع سابق، ص 123

² سناء محمد الجبور، مرجع سابق، ص 123

³ نفس المرجع، ص 124

البيئية المحدثة من قبل الإنسان ونشاطاته، وقد صدر عن هذا المؤتمر أول وثيقة دولية تتضمن مبادئ العلاقات بين الدول في الشؤون البيئية وكيفية التعامل معها وتحديد مسؤولية ما يسببها من أضرار وكذا ضرورة صيانتها وتحسينها للأجيال الحاضرة والمستقبلية، فضلاً عن إصدار خطة للعمل الدولي، تضمنت 109 توصية تهدف إلى دعوة الحكومات ووكالات الأمم المتحدة والمنظمات الدولية بشكل عام، للتعاون من أجل مواجهة المشكلات البيئية.

2- مؤتمر ريو دي جانيرو: أو ما يسمى بقصة الأرض انعقد في 1 جوان 1992 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 بالتنمية¹.

3- مؤتمر جوهانزبورغ: انعقد في جنوب إفريقيا ما بين 26 جوان و4 جويلية 2002 بإشراف الأمم المتحدة بغية تحسين مستوى معيشة الأفراد وكذلك المحافظة على الموارد الطبيعية في خضم النمو السكاني الكبير وإدماج البيئة وتحقيق التنمية المستدامة، وكذا اعتماد مبدأ الوقاية البيئية كجزء رئيسي في التنمية.

4- قمة كوبنهاغن: انعقد بالدانمارك عام 2009 بحضور 192 دولة من أجل الخروج باتفاق حول الحد من ارتفاع درجة حرارة الأرض والتقليل من حدة التقلبات المناخية التي تضررت منها بشكل أكبر الدول الفقيرة²، وقد تصاعد الاهتمام الإعلامي بقضايا البيئة بشكل متسارع بعد اكتشاف الآثار السلبية المدمرة للبيئة الناتجة عن التطبيقات المعاصرة للتكنولوجيا المتقدمة وقضاياها، ولم يقتصر دور الإعلام على نقل المعارف والمعلومات بل تمكنت في بعض الأحوال من إرغام بعض المسؤولين عن مشكلات البيئة والتلوث الناتج عنها عن العمل للحد منها³.

¹ بوطبال حكيمة، التربية البيئية للطفل في المحيط الأسري، رسالة ماجستير جامعة سعد دحلب، البليدة، الجزائر، 2007، ص 59-62.

² نفس المرجع، ص 64.

³ بسيوني أحمد إبراهيم حمادة، مرجع سابق، ص 513.

المبحث الثاني: مهام الإعلام البيئي وأهدافه

الإعلام البيئي كأحد أوجه الإعلام المتخصص يؤدي مهاماً عديدة كما يرمي إلى تحقيق أهداف وغايات عديدة منها ما سنتطرق إليه:

1-مهام الإعلام البيئي:

تتلخص فيما يلي:

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

- إيقاظ الهمم وشحذ الأفراد لتحريك الجمود في الساحة البيئية، وتحفيز أصحاب القرار من خلال المعلومات البيئية الصحيحة، دون الإضرار بالموارد، ودون تعريض حياة الأجيال القادمة للخطر¹.

- التثوير عن طريق تقديم المعلومات التي تساعد على اتخاذ القرارات والحفز على التغيير إلى الأفضل وخلق الطموحات المشروعة والممكنة دون مبالغة، من خلال الدعوة للمشاركة بتغيير السلوك وتعزيز المشاركة الشعبية بعرض الخطط المتعلقة والسياسة البيئية على الجماهير عبر وسائل الإعلام².

- استخدام وسائل الإعلام جميعها لتوعية الإنسان وإمداده بكل المعلومات التي من شأنها أن تعمل على ترشيد سلوكه، وترتقي به إلى مستوى المسؤولية للمحافظة التلقائية على البيئة والعمل على تنمية قدراتها، وتعتبر وسائل الإعلام بكافة أشكالها المصدر الرئيسي للمعلومات حول البيئة ولها أثر كبير في تشكيل الاهتمامات البيئية لدى مختلف قطاعات السكان، إذ يتعين على القطاع الإعلامي أن يتناول باستمرار قضايا البيئة المطروحة³.

موزوي أمينة ، الإعلام و الوعي البيئي (المحددات و الانعكاسات) منكرة ماستر ، المدية ، الجزائر ، 2014 ، ص 33¹

² سناء محمد الجبور ، مرجع سابق ، ص 14.

³ محمد أبو سمرة، مرجع سابق، ص 40.

- الدعوة إلى ضرورة تحسين مستوى المعيشة وحفظ التنوع وخفض استشراف الموارد غير المتجددة ومراعاة الحفاظ على القدرة الاستيعابية للأنظمة الإيكولوجية وتغيير العادات والسلوكيات البيئية السيئة.
- مواجهة العبث والاستهتار وتعزيز قدرات الفئات الراغبة في التغيير للأفضل وتمكين المجتمعات من حماية البيئة.
- العمل على كسب أصدقاء للبيئة والتنمية وتسليط الضوء على الإيجابيات والجهود المبذولة لحماية البيئة¹.

2- أهداف الإعلام البيئي:

من بين الأهداف التي يسعى الإعلام البيئي إلى تحقيقها نجد: - يهدف الإعلام البيئي إلى تعزيز الاتجاهات البيئية الإيجابية، والتي تدفع المستهدفين إلى المشاركة بفاعلية في حل المشكلات البيئية علاوة على تغيير السلوكيات الضارة بالبيئة، عبر تسليط الضوء على جوانب ومظاهر الأضرار بالبيئة، أو إبداء الملاحظات تجاه كل الإجراءات والقرارات التي تؤثر سلباً على البيئة.

-رفع مستوى الوعي البيئي لدى شرائح المجتمع المختلفة وترسيخ مفهوم أن المواطنة تعني في أولويات ما تعنيه الحفاظ على البيئة لأن البيئة هي الوطن والوطن هو البيئة، بالإضافة إلى تحفيز الأفراد والجماعات على المشاركة الفعالة في برامج البيئة وتحمل المسؤولية في هذا الجانب الذي يمس معيشة جيل الحاضر وأجيال المستقبل وإشراك الأفراد والجماعات في إدارة البيئة ورقابتها وحمايتها، ووقف تدهورها وتعزيز السلوك والاتجاهات، والميول والقيم والعادات التي تؤدي إلى ذلك والإرشاد إلى البدائل الآمنة والصديقة للإنسان والبيئة².

- تعزيز الوعي والاهتمام بترابط الجوانب الاقتصادية والسياسية والإيكولوجية في المناطق الحضرية والريفية.

¹ إسماعيل إبراهيم، الصحفي المتخصص، ط1، دار الفجر، القاهرة، 2001، ص ص 234-235.

² سناء محمد الجبور، مرجع سابق، ص 213-216.

- إتاحة الفرص لكل فرد لاكتساب المعرفة والقيم وروح الالتزام والمهارات الفردية لحماية البيئة وتحسينها.

- خلق أنماط جديدة من السلوك اتجاه البيئة لدى الأفراد والجماعات والمجتمع¹.

- تبني وضع وتطوير برامج تعليمية وتربوية لحماية البيئة، والتوعية بقوانين حماية البيئة الصادرة عن الجهات المسؤولة عن البيئة محلياً وإقليمياً وعالمياً وبالتالي تحفيز الأفراد إلى التغيير نحو الأفضل عن طريق خلق طموحات مشروعة وممكنة، مع إيجاد ودعم الاتجاهات والقيم المناسبة، وإذ كان الحماس للتغلب على الصعاب والعقبات².

-- يهدف إلى تشكيل الوعي البيئي لدى الجماهير وزيادة اهتمامهم بقضايا البيئة وإتاحة الفرصة لهم لاكتساب المعلومات والمعارف والخبرات المختلفة التي تدعم القيم والمواقف والاتجاهات البيئية الإيجابية لديهم بما يضمن سلوكيات إيجابية محتملة يمكن توقعها مستقبلاً

حيال قضايا البيئة انطلاقاً من القاعدة العريضة من الجماهير التي نجح الإعلام في تحويلها من جموع سلبية إلى فئات مهمة ومشاركة إيجابية إزاء مجتمعها وقضاياها، خاصة القضايا البيئية³.

- طرح القضايا البيئية، وتقديمها بصورة مبسطة وشاملة للجمهور وتزويدهم بالمعلومات ذات الصلة بالبيئة، وإعلامهم بكل جديد محلياً وعالمياً من خلال نقل أهم الأخبار والمواضيع المتعلقة بالبيئة ومتابعة كل الإجراءات والقرارات التي تتخذها جهات ما في القطاعين العام والخاص، ويكون من شأنها الإضرار بالبيئة، وبالتالي الإسهام في الجهود التي تبذل للضغط من أجل وقف هذه المظاهر أو الحد منها⁴.

¹ جمال الدين السيد علي صالح، مرجع سابق، ص 94.

² ياسين بوزراع، دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين رسالة ماجستير، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2010، ص 150.

³ سمير محمود، الإعلام العلمي، ط1، دار الفجر والتوزيع، القاهرة، 2008، ص 152.

⁴ موزاوي امينة، مرجع سابق، ص 34.

- أن يكون ضميرا لمجتمع بأجياله المتعاقبة فيقرع ناقوس الخطر للأفراد والجماعات والحكومات من أجل الحفاظ على البيئة والتنمية للوصول إلى نهج صحيح من التنمية المتكاملة القابلة للاستمرار التي تضع في اعتبارها حاجات الجماهير¹.

- تحقيق الوعي وتنمية الحس بالبيئة لدى كل متلقي الرسالة الإعلامية البيئية حتى يصبحوا مواطنين فاعلين ويكونوا من عوامل التنمية المستدامة المتواصلة بمحافظتهم على البيئة.

- تنمية القدرات البيئية وحمايتها بما يتحقق معه تكيف وظيفي سليما اجتماعيا وحيويا للمواطنين ينتج عنه ترشيد السلوك البيئي في تعامل الإنسان مع محيطه وتحفيزه للمشاركة بمشروعات البيئة والمحافظة على الموارد².

المبحث الثالث: وظائف الإعلام البيئي ومقوماته:

I - وظائف الإعلام البيئي :

إن وظائف الإعلام البيئي لا تختلف عن الوظائف العامة للإعلام ومن بين وظائف الإعلام البيئي نذكر ما يلي:

1- الوظيفية الإعلامية الإخبارية:

وتتمثل في جمع وتخزين ومعالجة الأنباء ونشر الرسائل والبيانات والصور والحقائق والآراء والتعليقات المطلوبة من أجل فهم الظروف الشخصية والبيئية والقومية والدولية، والتصرف اتجاهها عن علم ومعرفة، والوصول إلى وضع يمكن من اتخاذ القرارات الصائبة، ويصفها البعض بتعريف الإنسان على البيئة المحيطة به، والبيئة المحيطة هي البيئة الطبيعية والبيئة الاجتماعية، على اعتبار أن التعرف على البيئة هي من النزاعات الفطرية لدى الإنسان، وهي أيضا حاجة ضرورية ليتمكن الإنسان من معرفة كيفية تحقيق حاجاته³.

¹ محمود مصطفى عبد الله، الإنسان والبيئة، ط1، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص 107.

² محمد أبو سمرة، مرجع سابق، ص 40.

³ عزام أبو حمام، الإعلام والمجتمع، ط1، دار أسامة، عمان، 2011، ص 98.

كما يتم من خلالها تزويد الناس بمعلومات واقعية وحقائق كاملة عن الأزمات والكوارث البيئية وتعتبر هذه الحقائق والمعلومات والحقائق والمعلومات والأخبار من العناصر الأساسية التي لا يمكن لوسائل الإعلام أن تستغني عنها¹.

2- التفسير والتحليل:

تعد هذه الوظيفة مكمل للوظيفة الأولى، حيث تعتبر وسائل الإعلام وسيلة مهمة في توصيل المعلومات والحقائق وتبسيطها وتحليلها وتقييمها وإبداء الرأي فيها، خاصة فيما يتعلق بقضايا البيئة، بما يدفع الجماهير إلى التفاعل معها تفاعلاً رشيداً². فوسائل الإعلام في تفسيرها وتحليلها للأحداث والوقائع والقضايا البيئية، فإنها تعتمد على الدلائل والحقائق الواقعية المعاشة فعلاً.

3- التثقيف والتوعية:

الإعلام له دور كبير في تثقيف المواطنين وتعريفهم بالتراث الفكري الوطني والقومي والإنساني ونشره، والارتقاء بمستوى الذوق الفني وإشاعة التفكير العلمي والثقافة العلمية لديهم، وتوعيتهم بما يشهده العالم من تحولات لمواكبة التطورات المعاصرة في المجالات الثقافية والعلمية والتقنية والمهنية والانفتاح على الثقافات العالمية³.

حيث يعتبر الإعلام البيئي وسيلة للتوعية بقضايا البيئة ومشكلاتها ويعزز المعاني والمفاهيم والتصورات الفكرية لدى الأفراد حول البيئة وقضاياها.

4- التنشئة الاجتماعية:

وتعني هذه الوظيفة توفير رصيد مشترك من المعارف والمهارات المرتبطة بالبيئة بما يمكن الناس من العمل بفعالية في المجتمعات التي يعيشون فيها فيضمن مشاركتهم في الحياة

¹ محمد معوض إبراهيم، تكنولوجيا الإعلام (تطبيق على الإعلام في بضع الدول العربية) دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2008، ص 41.

² مرجع نفسه، ص 42.

³ صالح خليل أبو الأصبع، إستراتيجيات الاتصال وسياساته وتأثيراته، ط1، در مجدلاوي، الأردن، 2015، ص 31.

العامّة إلى جانب تنسيق جهود على المستويات المحلية والإقليمية وكذا الدولية للحد من تدهور البيئة وإتلاف مواردها، ويسهم في وضع الحلول المناسبة لحل مشكلاتها.

5- الإقناع:

يعد الإقناع جهدًا اتصاليًا إعلاميًا مخططًا ومدروسًا ومستمرًا للتأثير في الآخرين، وتعديل سلوكهم ومعتقداتهم وقيمهم وميولهم من خلال الاستخدام المركز لوسائل الإعلام وذلك لدفع الجمهور إلى اتخاذ مواقف إيجابية وفعالة اتجاه قضايا البيئة وصون مواردها والحد من تدهورها.

6- الحوار والنقاش:

أي تعزيز عملية تبادل الآراء بين المعنيين والمهتمين بالحقائق للوصول إلى اتفاق حولها وتوضيح مختلف وجهات النظر حول القضايا المهمة للجمهور الراغب في معرفة تلك القضايا بصورة مبسطة لاتخاذ مواقف حيالها¹.

II- مقومات الإعلام البيئي:

لكي يتحقق التأثير الأمثل لوسائل الإعلام وأجهزة العلاقات العامة على مستوى الشركات والمنظمات الخاصة والعامّة ينبغي أن يكون هناك تنسيق كامل بين هذه الوسائل وتلك الهيئات لتجنب الجهود المتضاربة، أو المتناقضة والتركيز على الأولويات التي تمثل أهم القضايا البيئية العاجلة التي تحتاج إلى تكاتف جميع الجهود لمواجهتها بشكل حازم وفعال، وهذا يتطلب تخطيطًا علميًا يقوم على المبادئ التالية:

-زيادة قدرة هذه الوسائل والأجهزة على التأثير والإقناع بأنماط سلوكية جديدة وتغيير أنماط سلوكية سائدة، وهو أمر يتطلب استخدام مداخل إقناعية في إطار خطط علمية متكاملة تستفيد من نظرية الاتصال والتأثير.

¹ كيجل فتحة، الإعلام الجديد ودوره في تشكيل الوعي البيئي، مذكرة ماجستير جامعة منتوري، باتنة، 2012، ص 118.

- توفير الإمكانيات المادية والفنية اللازمة لتبني أنماط سلوكية جديدة وتغيير أنماط سلوكية ضارة بالبيئة.
- تقديم النماذج الرائدة والقذوة الطيبة من جانب القيادات ذات المسؤولية في التصدي لعمليات الإفساد البيئي، وتأييد الجهود المبذولة للتغلب على عامة مظاهر التخلف المؤدية إلى الإضرار بالبيئة.
- تطبيق القوانين الخاصة بحماية البيئة وسن ما تتطلبه من قوانين جديدة أو تشديد العقوبات، بهدف توفيرها قاعدة قانونية فعالة تحقق الانضباط البيئي في الحالات التي لا تكفي فيها الجهود الإقناعية لتحقيق هذا الهدف.
- الاهتمام بالتربية البيئية في المدارس والجامعات وبين العمال والفلاحين والجنود وهو دور تستطيع أن تشارك فيه الأجهزة التعليمية والثقافية الجماهيرية.
- الاهتمام بالدراسات والبحوث الميدانية التي تتصل بمشكلات البيئة في الجامعات، ومراكز البحث العلمي المتخصصة، بهدف التعرف على حجم هذه المشكلات والحلول الممكنة للتغلب عليها¹.

المبحث الرابع: وسائل الإعلام البيئي

يلعب الدور الإعلامي في التعريف بقضايا البيئة لكل مجتمع من المجتمعات العربية والعالمية خاصة مع بداية القرن الحالي دوراً كبيراً في التوعية والإرشاد بقضايا البيئة ذات الأهمية الكبرى في حياة الشعوب والتي من أهم أسبابها البيئة وتتنوع وسائل الإعلام البيئي على النحو التالي:

1- وسائل الإعلام المسموعة والمرئية:

وتعتمد على حاستي السمع والبصر عمدتي الحواس الإدراكية، ومنها التلفزيون والأفلام والفيديو ولها فاعلية فريدة في نقل الكوارث والأزمات، حيث تقدم لجماهيرها من المشاهدين هذه

¹ علي عوجة، الإعلام وقضايا التنمية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2004، ص ص 131-132.

الكوارث في مشاهدة متكاملة معتمدة على الصور الحية المقتزنة بصوتها الذي يضفي عليها مزيداً من الواقعية ويزيد من قوة تأثيرها، وتعتبر الوسائل السمعية البصرية من أحسن الوسائل والأساليب الإعلامية وأكثرها تصديقاً وإقناعاً، واقتزان الصوت بالصورة يزيد من فاعليتها وقوة تأثيرها، ويشير الباحثون والنقاد إلى أن التلفزيون يبلغ ذروة الكفاءة الإعلامية عند تغطية الأحداث الهامة كالكوارث والأزمات حال حدوثها، وبطريقة فورية تتجاوز بالمشاهدين حدود الزمان والمكان لتعكس صورتها وحالتها، وبالتالي تساعد في بناء الصورة الإدراكية والمعرفية والتأثير في اتجاهات الرأي العام والصفوة وصانعي القرار ، وتشكل استجاباتهم للمنبهات الواردة من هذه القنوات، عن هذه الكوارث والأزمات البيئية¹.

2- الوسائل السمعية:

ومن أهمها الإذاعة، وهي أكثر الوسائل انتشاراً واستخداماً للإعلام عن الكوارث والأزمات، ويعتبر أقلها تكلفة، حيث يعتمد على حاسة السمع في توصيل المعلومات والحقائق والأخبار والبيانات الخاصة بالكوارث والأزمات، ولها الأثر القوي في الإيحاء وتكوين الصورة الذهنية.

وتتضح أهمية الراديو خاصة في أوقات الكوارث والأزمات، حيث يقدم الأخبار السريعة والمتلاحقة التي تجذب انتباه المستمع، وقد أظهرت التجارب أن المواد البسيطة السهلة التي يمكن تقديمها بالراديو يسهل تذكرها مما لو قدمت مطبوعة خاصة بين الأفراد الأقل تعليماً، وتمثل خدمات الراديو ركناً هاماً وأساسياً من أركان الدول الحديثة².

3- الصحافة المكتوبة:

لا تزال الصحافة المكتوبة تحتل مكانة هامة بين وسائل الإعلام الأخرى فالصحيفة وسيلة ميسرة ومريحة في الوقت نفسه، كما أن الفن الصحفي وتنوع ما تحتويه من أخبار وتعليقات وآراء المختصين والعامة وكذا الرسومات الكاريكاتورية والصور تمنح للصحافة دوراً

¹ محمد معوض إبراهيم، مرجع سابق، ص 37.

² نفس المرجع، ص 38.

فاعلاً في التوعية بمختلف أنواعها خاصة التوعية البيئية تجدر الإشارة إلى دور المجالات العلمية في نشر الوعي البيئي، وتشير عدد من الدراسات التي تناولت دور الإعلام في التوعية والبيئية إلى أن الزيادة الكبيرة في المجالات العلمية ذات البعد البيئي والتي ظهرت في الو.م.أ كانت انعكاساً لاتجاهات المواطنين ورغباتهم فقد أصبحت قضية التلوث تشكل إحدى همومهم الأساسية.

4- الاتصال الشخصي:

احتفظ الاتصال الشخصي بمكان الصدارة في القدرة على الإقناع والتأثير ويتميز الاتصال الشخصي بالقدرة على معرفة مدى الرسالة عند المستقبل وتوجيه الاتصال على أساس هذا الصدى، مما يساعد على إحداث التأثير المنشود إذا ما توفرت مهارات الاتصال عند المرسل وتهيأت ظروف المستقبل لتلقي الرسالة¹.

5- وسائل الإعلام الجديدة:

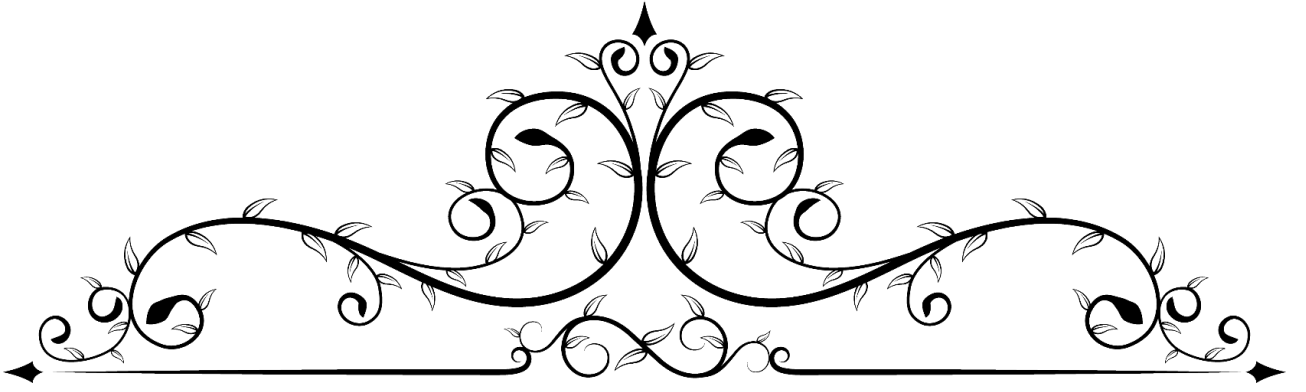
هي إحدى إفرازات تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة، والتي تتم بالأساس انطلاقاً من شبكة الإنترنت وتشمل المواقع الإلكترونية المتخصصة، والمدونات وصفحات الويكي كما برز في السنوات الأخيرة ما يعرف بالإعلام الاجتماعي، والتي صممت لأغراض وأهداف محددة لا تكاد تتجاوز التواصل والدرشة بين المستخدمين، بحيث تقدم خدمات ومزايا، تضمن استمرارية التواصل، والواضح أنها باتت تستخدم لأغراض أكثر وعياً ونضجاً نظراً لسهولة استخدامها وانتشارها الواسع واستقطابها لجماهير واسعة وتقد قضايا البيئة والمشكلات البيئية واحدة من المواضيع المطروحة عبر وسائط الإعلام الاجتماعي، حيث أصبحت العديد من الجمعيات والمنظمات المحلية وكذا الدولية تنشط عبر الموقع من أجل نشر الوعي والثقافة البيئية والدعوة إلى إدراج الصور والفيديوهات والتعليقات من أجل جذب انتباه المستخدمين وبلورة الوعي البيئي لديهم².

¹ موزاوي أمينة، مرجع سابق، ص 40.

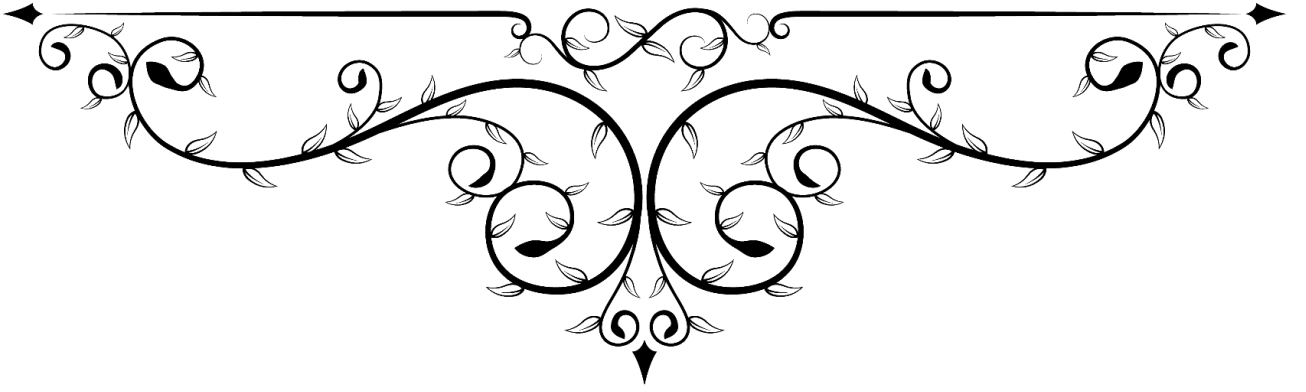
² باباعلي فاطمة الزهراء، الإعلام الجديد ودوره في تشكيل الوعي البيئي، رسالة ماستر، جامعة المدية، الجزائر، 2015، ص 148.

خلاصة:

إن هدف الإعلام البيئي هو تنمية لوعي والمسؤولية البيئية لدى الجمهور والمسؤولين وتوجيه سلوكهم وأنشطتهم للوصول إلى حال من الوعي الكامل بقضايا البيئة، ما يؤدي إلى تغيير في نمط حياة المجتمع وسلوكياته الضارة بالبيئة والطبيعة، ومن ثم التعامل بتلقائية وعفوية مع البيئة ومشاكلها، من خلال التعامل الشخصي السليم للأفراد والمجموعات مع المحيط الطبيعي، وكذا تكاثف الجهود لتشكيل وعي حيال قضايا البيئة ومشكلاتها بدءاً من التربية والتعليم البيئي وصولاً إلى وسائل الإعلام الجماهيرية التي لها دور كبير في نشر التوعية البيئية بين المواطنين وذلك من أجل توسيع لدائرة الثقافية والوعي بالمضامين البيئية لتأسيس بيئة نظيفة خالية من عوامل التلوث وتحقيق سبل الرشاد والوعي البيئي.



الفصل الثالث: الوعي البيئي



تمهيد:

أحدث الإنسان وبخاصة في القرن العشرين نتيجة لثورة الصناعية المتسارعة والعشوائية، خللاً كبيراً في التوازن الدقيق الذي كان يربط بين عناصر البيئة من ماء ومواد وتربة، فظهرت بسبب ذلك ظواهر جديدة لم يعرفها الإنسان من قبل مثل انخفاض تركيز الأوزون في طبقة الأوزون... إلخ، هذه الظواهر شملت البيئة بأكملها وأدت إلى تدهور صحتها وقدرتها على العطاء، كما كان لها مظاهر سلبية على صحة الإنسان والحيوان والنبات والمواد.

وهذه الظواهر التي فرضت نفسها على الإنسان، اضطرت به إلى تغيير نظرت وسياسته نحو البيئة، وأجبرته على توجيه اهتمامه إلى هذه القضايا وتقديم الحلول الكفيلة للحد من تأثيراتها السلبية، ونتيجة لذلك برزت العديد من المؤتمرات العالمية لبحث هذا الموضوع، كان أولها مؤتمر الأمم المتحدة حول البيئة الإنسانية الذي انعقد في ستوكهولم عام 1972 تمخض عنه برنامج التربية البيئية الدولي وتلت ذلك ندوات ولقاءات كثيرة من أهمها المؤتمر الدولي الحكومي للتربية البيئية الذي عقد في تبيليس بالاتحاد السوفياتي عام 1977 وغيرها، وقد دعت هذه اللقاءات إلى نشر الوعي البيئي وتنمية العناية بقايا البيئة عن طريق وسائل الإعلام بمختلف صورها، ولأشك أن هذه الوسائل تلعب دوراً مهماً ومؤثراً في تصورات وسلوكيات أفراد المجتمع وعليه لا بد من التركيز على هذه الوسائل لنشر الوعي البيئي وجلب الانتباه للمشكلات البيئية، والصحافة من الوسائل الإعلامية القادرة على نقل وتغطية القضايا البيئية وطرحها للمواطنين بصورة واضحة ومبسطة.

وسنحاول في هذا الفصل تسليط الضوء على الوعي البيئي مفهومه ومكوناته.

المبحث الأول: مفهوم الوعي البيئي

إن الوعي البيئي هو حاصل دمج مفهومي الوعي والبيئة ويعرفه William Telson على أنه: <<إدراك الفرد لدوره في مواجهة البيئة>>¹، كما يعرف الوعي البيئي على أنه: <>ذلك المفهوم الذي يهتم بتزويج 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 والمستقبلية>>².

وتعرفه إقبال الأمير على أنه: <>إدراك الفرد للعلاقات والمشكلات البيئية المحيطة وفهمه أسبابها، وآثارها وكيفية التعامل معها، وهو يتأثر بكل ما يحيط بالفرد من معارف ومشاعر سواء كانت إيجابية أو سلبية>>³.

وعرفت ندوة الإعلام وقضايا البيئة في العالم العربي الوعي البيئي بأنه: <>إدراك الفرد لدوره في مواجهة البيئة أو مساعدة الفئات الاجتماعية والأفراد على اكتساب الوعي بالبيئة ومشكلاتها، وهو إدراك قائم على المعرفة بالعلاقات والمشكلات البيئية من حيث أسبابها وآثارها ووسائل حلها، والهدف من ذلك أن يصبح المواطن العامي ملماً بالعلاقات الأساسية بين مكونات البيئة ومدى تأثير كل منها في الأخرى، ومدى تأثير الإنسان عليها وتأثره بها>>⁴.

ويعرف أيضاً على أنه: <>إدراك الفرد لدوره في مواجهة البيئة، ومساعدة الفئات الاجتماعية والأفراد على اكتساب وعي بالبيئة ومشكلاتها، وهو إدراك قائم على المعرفة بالعلاقات والمشكلات البيئية>>⁵.

¹ ياسين بوذراع، مرجع سابق، ص 85

² محب محمود كامل الرفاعي، التربية البيئية من أجل بيئة أفضل، المركز القومي للبحوث التربوية والتنمية، القاهرة، 2004، ص 304.

³ أحمد محمد موسى، الهدمة الاجتماعي وحماية البيئة، ط1، المكتبة العصرية، القاهرة، 2007، ص 302.

⁴ أبابا علي فاطمة الزهراء، مرجع سابق، ص 87

⁵ عاهد العاسمي، الوعي البيئي، مجلة الدوحة، العدد 91، مايو 2015.

وفي السياق ذاته يعرف الوعي البيئي كما جاء في الورقة المقدمة في الملتقى الإعلامي الأول حول البيئة والتنمية المستدامة المنعقد بالقاهرة في نوفمبر 2006 على أنه: >>إكساب الأفراد والجماعات الخبرة والدراية الكافيتان بعناصر ومكونات وقضايا وإشكاليات البيئة، وفهم العلاقة التأثيرية المتبادلة بين الإنسان وبيئته وتقدير قيمة المكونات البيئية الأساسية المحيطة، والتعرف على المشاكل والإشكاليات البيئية، و التدريب على حلها ومنع حدوثها، وتجنب الوقوع في الكوارث البيئية أو ذات الصلة قبل وقوعها وما يترتب عليها من أزمات اجتماعية أو اقتصادية أو سياسية>>¹.

كما يعرف الوعي البيئي: >بأنه إدراك معطيات البيئة أو معرفتها من خلال إدراك الأفراد للواقع الاجتماعي الذي يعيشون فيه وبما يدور في بيئتهم المحلية والقومية والعالمية من ظواهر ومشكلات بيئية وآثارها ووسائل علاجها، وبالتالي يكتسب الأفراد إدراكهم الواعي لهذه الأبعاد وتتكون لديهم المفاهيم والاتجاهات والقيم نحو ذلك الفهم وذلك من خلال وسائل الإعلام المختلفة واتصالهم الشخصي بالآخرين>>².

وتتفق تعريفات الوعي البيئي المختلفة على ضرورة تحديد مسؤولية الأفراد تجاه البيئة ومن ثم ضرورة صقل معارفهم ومعلوماتهم حيال مشكلاتها بما يؤهلهم للتعامل الإيجابي مع مشكلاتها بل يقلل من تأثيرات هذه المشكلات كوعي علاجي أو يمنع حدوث هذه المشكلات من الأساس في ضوء تسليحهم بالمعلومات والأفكار والقيم والاتجاهات السليمة، أو ما يمكن أن يشكل أساس الوعي حيال قضايا البيئة ومشكلاتها³.

المبحث الثاني: مكونات الوعي البيئي:

إن الاهتمام المتنامي بالبيئة من مختلف مجالاتها القانوني، التقنية... إلخ، حمل معه التأكيد على أن حل المشاكل البيئية يتم من منظور الإنسان والبيئة، أو بشكل أدق وفق إطار

¹ كجيل فتيحة، مرجع سابق، ص 87.

² جمال الدين علي صالح، مرجع سابق، ص 92

³ سمير محمود ، مرجع سابق ،ص 148.

العلاقة بين البيئة والإنسان والمجتمع، ومن هذا المنطلق فإن حماية البيئة ترتبط ارتباطاً وثيقاً بوعي الإنسان وثقافته البيئية¹. فالوعي البيئي في أصله يتكون من ثلاث حلقات منفصلة ومتداخلة في آن واحد، هي التربية البيئية، التعليم البيئي، بحيث تشكل مع بعضها البعض إستراتيجية متكاملة الهدف منها الرقي بالسلوك الإنساني في التعامل مع المنظومة البيئية وحمايتها وضمان انتشار أساليب وطرق الرشاد البيئي، بما يحقق تنمية بيئية مستدامة².

1- التربية البيئية:

هناك تعريفات متعددة للتربية البيئية منها:

- التربية هي أحد علوم البيئية المتعددة العناوين والمراحل، والذي يقتضي له برامج متخصصة ضمن جداول منية يتشارك فيها الجميع بدون استثناء كل من منطلق عمله وطموحاته³.

- وتعني إعداد الفرد للتفاعل الناجح من بيئته الطبيعية ويتطلب هذا الإعداد العمل على تنمية جوانب معينة في حياته، منها توضيح المفاهيم التي ترتبط ما بين الإنسان وثقافته من جهة وبين المحيط البيوفيزيائي من جهة أخرى، كما يتطلب هذا الإعداد أيضاً تنمية المهارات التي تمكن الفرد من المساهمة في حل ما قد تتعرض له بيئته من مشاكل وما قد يهددها من أخطار⁴.

ويعد مفهوم التربية البيئية مفهوماً جديداً ولم يتبلور، إلا بعد سلسلة من المؤتمرات والندوات ذات الطابع الدولي العالمي وفيما يلي بعض التعريفات المنبثقة عن هذه الأخيرة:

- وتشير التربية البيئية حسب مؤتمر تبليسي بروسيا عام 1977، إلى أنها <حصيلة علوم متعددة وخبرات تربوية أعيد توجيهها والربط فيما بينها العلوم الطبيعية والعلوم الاجتماعية

¹ حسان عيط، جرائم البيئة والمجتمع، ط1، دار العباسي يوسف للطباعة والنشر، الجزائر، 2012، ص 15.

² سناء محمد الجبور، مرجع سابق، ص40

³ أيمن سليمان مزاهرة، التربية البيئية، دار المناهج، عمان، 2004، ص 13

⁴ كيجل فتحة، مرجع سابق، ص 88.

والفنون والآداب، على نحو يسمح بخلق إدراك شامل للبيئة وبالاطلاع على مجالها بأنشطة أكثر رشادًا تستجيب للاحتياجات الاجتماعية.

وقد أقر المشاركون في اجتماع منظمة الأمم المتحدة للبيئة PNUE بباريس عام 1987 أن: <<التربية البيئية هي العملية التعليمية التي تهدف إلى تنمية وعي المواطنين بالبيئة والمشكلات المتعلقة بها، وتزويدهم بالمعرفة والمهارات المعاصرة، والعمل على منع ظهور مشكلات بيئية جديدة>>¹

أما على ضوء الاتجاهات العربية المحلية، فقد عرفت المنظمة العربية للتربية والعلوم والثقافة بأنها عملية تكوين المهارات والاتجاهات والقيم اللازمة لفهم وتقدير العلاقة المعقدة التي تربط الإنسان وحضارته بمحيطه الحيوي الفيزيقي، وتوضح حتمية المحافظة على البيئة على مصادر البيئة وضرورة حسن استغلالها لصالح الإنسان حفاظًا على حياته الكريمة ورفع مستوى معيشته>>.

وتعرف ندوة بلغراد التربية البيئية على أنها: <<ذلك النمط من التربية الذي يهدف إلى تكوين جيل واعي ومهتم بالبيئة والمشكلات المرتبطة بها، ولديه من المعارف والقدرات العقلية والشعور بالالتزام ويتيح له أن يمارس فرديًا وجماعيًا حل المشكلات القائمة، وأن يحول بينها وبين العودة إلى الظهور>>².

ومن خلال كل هذه التعريفات السابقة يمكن استخلاص الأسس التالية للتربية البيئية:

1- أنها تتضمن تكوين الوعي البيئي، وعي الإنسان بالبيئة الكلية وبمحيطه البيئي الذي يعيش فيه.

2- أنها عملية متكاملة للمعلومات والقيم والمهارات والاتجاهات، وهي حاجات الإنسان للتوافق مع البيئة.

3- أنه تدعو لفهم العلاقة المعقدة بين الإنسان وبيئته الاجتماعية والثقافية وتفاعلاتها.

¹ بوطبال حكيمة، مرجع سابق، ص 104.

² حسان عيط، مرجع سابق، ص 16-17.

- 4- أنها تدعو إلى العمل الفردي والجماعي من أجل صيانة البيئة وحل مشكلاتها.
 - 5- أنها تربية شاملة لكل أشكال التعليم، ومستمرة مدى الحياة.
 - 6- أنها تسعى لتحقيق الحياة الكريمة للإنسان وحاضره ومستقبله¹.
- والتربية البيئية باعتبارها نوع من أنواع التربية تسعى لتحقيق أهداف عديدة يمكن تصنيفها إلى أبعاد ثلاثة هي:

- 1- **البعد الإدراكي:** ويضم المعلومات التي ينبغي أن يعرفها الأفراد والجماعات نحو بيئتهم الفيزيائية وكل ما تحتويه من مواردها وما تتعرض له من مشكلات.
 - 2- **البعد المهاري:** ويشمل المهارات التي ينبغي أن يكتسبها الأفراد ليتمكنوا من التعامل الفعال مع بيئتهم.
 - 3- **البعد الانفعالي:** يختص بالاتجاهات والاهتمامات وأوجه التقدير التي ينبغي أن يكتسبها الأفراد والجماعات لترشيد سلوكهم اتجاه بيئتهم².
- ولتطوير الوعي البيئي وتنميته حدد مؤتمر تبليس نمطين أساسيين من التربية البيئية وهما:

II- التربية البيئية النظامية:

ويعتمد عليها في المؤسسات النظامية من رياض الأطفال حتى الجمعيات، إذ يمكن تدريسها في المناهج المختلفة بجعل التعليم البيئي إلزامي يشمل كل العلوم المتصلة بالبيئة، اقتصاد، سياسة، جغرافيا، صحة، علوم طبيعية، قانون، إدارة، وغير ذلك...

والتربية البيئية ليست مجرد مادة إضافية في المناهج الدراسية وحسب، وإنما عليها أن تكمل المناهج في جميع المستويات والعمل على تطوير المقررات التعليمية والكتب المتعلقة بشؤون البيئة لتكون مناسبة مع الظروف البيئية الموجودة.

¹ نفس المرجع، ص 17-18

² كيجل فتيحة، مرجع سابق، ص 91.

والهدف من التربية البيئية هو تكوين تفكير تقني سليم وسد منافذ الأمية البيئية لدى الأجيال الجديدة في إطار المحافظة على التوازن البيئي واستمرار الاستثمار في الطاقات البشرية والطبيعية دون خلل.

III - التربية البيئية غير النظامية:

هل التي تعتمد على وسائل الاتصال الجماهيرية وغير الجماهيرية والاتصال المباشر بالأفراد، وهدف التربية البيئية غير النظامية هو زرع وتنمية صفات المواطنة البيئية الواعية عند الأفراد والجماعات والمجموعات البشرية كي تعيش في بيئتها على نحو إيجابي، وتحقيق مستوى من الثقافة البيئية والتي غالباً ما تكون غايتها هي الطبقة المثقفة والعاملة من خلال الكتب والمقالات العلمية المبسطة حول الموضوعات البيئية المختلفة¹.

وبغض النظر عن شكل التربية سواء كانت نظامية أو غير نظامية، فإن التربية البيئية تسعى إلى إعداد الإنسان البيئي (Ecolate) الذي يفهم نظم البيئة الطبيعية المعقدة والذي هو في الأساس جزء منها، حيث يتجاوز مجرد المعرفة إلى الشعور بالمسؤولية حيالها.

وقد انتقلت معظم بلدان العالم اليوم بمختلف فلسفتها التربوية على أهمية التثقيف البيئي والتوعية بدور البيئة في حياة الإنسان سواء البيئة الطبيعية أو الاجتماعية بغير درء الأضرار الناجمة عن سوء فهم العلاقة الناجمة بين الإنسان والبيئة وانعكاس تعامله مع الحياة وأثرها من هذا الفهم، ونظرًا لأهمية البيئة انبثقت نداءات تدعو لإدخال البعد البيئي في التربية تعليمًا أو سلوكًا للوصول بالفرد إلى مستوى من المعرفة عن البيئة وإكسابه الاتجاهات التي تساعد على المحافظة عليها وتنميتها وتحسينها².

إذن التربية البيئية هي عملية أساسية تستند على تطور علاقة الإنسان والبيئة أي أنه منهج عملي يرتبط بالفاعليات التي من شأنها تعزيز وتوجيه جديد للتطور الإنساني³.

¹ نسمة أحمد بطريق، الإعلام والمجتمع في عصر العولمة، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2004، ص 313

² سعدون سلمان نم: الفلسفة التربوية البيئية، منشورات ELGA، فاليتا، مالطا، 2000، ص 20.

³ حسان عيط، مرجع سابق، ص 18.

2- التعليم البيئي:

هو ذلك النظام الذي يهدف إلى تطوير القدرات والمهارات البيئية للأفراد والتوجيهات الصحيحة واكتساب المهارات اللازمة للعمل بشكل فردي أو جماعي في حل المشكلات البيئية القائمة والعمل أيضًا قدر الإمكان للحيلولة دون حدوث مشكلات بيئية جديدة¹.

ويهدف التعليم البيئي إلى خلق الكوادر السياسية والاقتصادية والفنية والعلمية القادرة على التعامل مع المشكلات البيئية المختلفة من خلال أساليب علمية، وهي كأي منهج تعليمي له سياسته الخاصة من حيث إعداد المستويات المختلفة ووضع البرامج والمناهج من أجل تعديل سلوك المواطنين نحو الاستخدام الراشد للبيئة²، 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 وضد تضمن ميثاق بلغراد 3 نقاط أساسية:

1- تشجيع الدراسات والبحوث العلمية حول البيئة.

2- الاهتمام بالتربية البيئية بواسطة وسائل الإعلام المتعددة.

3- تدريب وتكوين الكفاءات والخبرات في مجال البيئة³.

3- الإعلام البيئي:

يلعب الدور الإعلامي في التعريف بقضايا البيئة لكل مجتمع من المجتمعات العربية والعالمية خاصة مع بداية القرن الحالي دورًا كبيرًا في التوعية والإرشاد لقضايا البيئة ذات الأهمية الكبرى في حياة الشعوب والتي بدأت تبرز بعد العديد من المشكلات الحياتية لعدد من

¹ نايف بن صالح شلهوب <http://www.wikipedia.org/wiki>

² رضوان سلامة، الإعلام والبيئة، رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر، 2006، ص

139.

³ نفس المرجع، ص 139.

الشعوب والتي من أهم أسبابها البيئة وعدم المحافظة على البيئة وصون مواردها والاهتمام بالتنوع الأحيائي¹.

فقد نجح الإعلام إلى حد كبير في معالجة القضايا البيئية من خلال تقديم المعلومات والمعطيات لبلورة وتشكيل الوعي والحس البيئي، وقد ساهم هذا الأمر بشكل كبير في بروز مصطلح الإعلام البيئي ك تخصص جديد في مجال الإعلام الدولي.

ويعرف الإعلام البيئي على أنه تعبير مركب من مفهومين هما الإعلام والبيئة والإعلام البيئي هو الترجمة الموضوعية الصادقة للأخبار والحقائق البيئية، وتزويد الناس بها بشكل يساعد على تكوين رأي صائب فيما يتعلق بقضايا البيئة².

المبحث الثالث: عوامل ظهور الوعي البيئي:

يبدو أن الوعي العالمي بمشكلات البيئة قد ظهر متأخرًا ولكنه نما بسرعة هائلة في السنوات الأخيرة، بحيث أصبح الإنسان حرًا على دراسته تأثيرات المشاريع والنشاطات التي يقوم بها على البيئة الطبيعية، فلم تتبلور فكرة نشر الوعي البيئي والثقافة البيئية إلا بعد سلسلة من المؤتمرات والندوات الدولية التي نوقشت خلالها قضايا البيئة بشيء من التفصيل، حيث وضعت الأسس الأولية لمفاهيم التربية والتعليم البيئي كحلقات أساسية لبناء الوعي³.

فالوعي البيئي كانت مظاهره بداية في الحضارات الإنسانية القديمة، فمنذ آلاف السنين كان مفتشوا الأراضي الزراعية، في الصين يمرون على الحقول ويرشدون المزارعون إلى تدهور البيئة الزراعية، وكما اهتم قدماء المصريين في الحقائق والزهور والحفاظ عليها، فلقد كانت مظاهر الوعي البيئي موجودة في حياة الأمم والشعوب على اختلاف الأزمنة والأمكنة وظروف كل حقبة زمنية، والملاحظ أن نمو الوعي البيئي بدأ يزداد تدريجيًا في المجتمعات الصناعية،

¹ محمود مصطفى عبد الله، مرجع سابق، ص 106.

² موزاوي أمينة، مرجع سابق، ص 95.

³ <http://www.elkhabar.com>

حيث ظهرت حركة بيئية لإفرازات التنمية الاقتصادية غير السليمة وآثارها السلبية على البيئة الطبيعية وصحة الإنسان¹، وتتمثل عوامل ظهور الوعي البيئي فيما يلي:

I- الجمعيات الأهلية والمنظمات غير الحكومية:

لقد انحصر مفهوم الاهتمام بحماية البيئة في البداية في جمعيات صوت الطبيعة وحماية الحياة البرية، والتي بدأت على نطاق ضيق بالولايات المتحدة في نهاية القرن 19 بحماية الحياة البرية، مثل "نادي السيرا الأمريكي عام 1982" وتبعته جمعية "أدوبون الوطنية" ثم "جمعي الفقار" كما عرفت المملكة المتحدة (إنجلترا) إنشاء الجمعية الملكية لحماية الطيور عام 1889 في هولندا، تم إنشاء 8 منظمات لصيانة البيئة بين عامي 1889، 1911. إن نشاط الحركة البيئية في المجتمعات الصناعية لم يعد مقتصرًا على حماية البيئة فقط بل اتسعت اهتماماتها إلى المجالات الاجتماعية والسكانية وقضايا التعاون الدولي، والتجارة والديون والإعلانات وغيرها، وأصبحت الحركة البيئية ذات صبغة وطنية ودولية وتطوير التربية البيئية والاتصال البيئي ويضم هذا الاتحاد أكثر من 60 دولة عضو و130 وكالة حكومية، و350 وكالة غير حكومية وطنية ودولية.

إن لكل منظمة دولية طابعها وأهدافها الخاصة، فالجمعية الدولية للسلام الآخر التي تأسست بكندا عام 1971 تهدف إلى مناهضة التسليح والثورات وبؤر التوتر، والمحافظة على المحيطات وحماية الغابات الاستوائية والغلاف الجوي، وتضم هذه الجمعية 1100 عامل دائم و30 مكتبا دوليًا و5 ملايين متعاطف وتصل ميزانيتها العامة إلى حدود 140 مليون دولار سنويًا وتأتي حركة الحزام الأخضر التي أنشأها المجلس الوطني لنساء كينيا عام 1977 في مقدمة المنظمات غير الحكومية في دول الجنوب وقد نجحت هذه المنظمة في إقامة ما يزيد عن 20 ألف حزامًا أخضر حول القرى المحلية بكينيا.

¹ سمير محمود، مرجع سابق، ص 148

وتلعب الجمعيات الأهلية والمنظمات غير الحكومية دورًا هامًا في التوعية الجماهيرية على نطاقات واسعة محلية إقليمية وكذا دولية، إذا تساهم بشكل فعال في نشر الوعي لدى صناع القرار والقيادات السياسية، وهو ما فتح المجال لإنشاء مؤسسات حكومية مختصة في شؤون البيئة¹.

II- الجماعات العلمية:

لقد قدم علماء البيئة والإيكولوجيين إسهامات بارزة في مجالات الزراعة والصحة العامة، ونهبوا مبكرًا إلى الأخطاء البيئية الناجمة سواء استخدم الموارد الطبيعية والتكنولوجيا وهو ما زاد من فهمنا للعمليات المختلفة التي تحكم النظام البيئي وتؤثر فيها، وقد تحقق تقدم كبير في طرق وأدوات التحليل ورصد الملوثات وتحديد مصيرها.

ومن أمثلة الجماعات العلمية الناشطة في هذا المجال الجنة العلمية والدولية للقطب، وهي منظمة علمية Comité Scientifique international d'arctique الشمالي أنشأتها أكاديميات العلوم الوطنية في 18 بلدًا، أو مثل هيئة مستشاري الأمم المتحدة للأوزون التي تضم 226 عامًا.

إن الجماعات العلمية والخبراء البيئيون يعملون على نشر الوعي البيئي من خلال تبسيط المعلومات العلمية أو القيام بمؤتمرات وندوات علمية في الداخل والخارج ونقل مجرياتها عبر وسائل الإعلام، لتزويد الرأي العام بالمعلومات الضرورية التي تزيد من درجة الوعي البيئي².

III- الرأي العام:

إن القوة الهائلة للتكنولوجيا الحديثة فرضت باستمرار ضغوطًا هائلة على البيئة، وأدى استخدامها بدون تنظيم أو تمييز في أحوال كثيرة إلى تحقيق الراحة للإنسان، وتوفير إنتاج ضخم لسد حاجياته المتزايدة لكنه دمر أيضًا رأس المال الطبيعي للإنسان (ماديا وحيويا)، وأثر

¹ أبابا علي فاطمة الزهراء، مرجع سابق، ص 98

² عواطف عبد الرحمن، هموم الصحافة والصحافيين في مصر، دار الفكر العربي، القاهرة، 1995، ص 153.

تأثيرات لسلبية كثيرة في مختلف أجزاء النظام الإيكولوجي الذي يجب أن يسانده الإنسان لصالحه حالياً ولصالح الأجيال القادمة، فكل تطور تكنولوجي هو إلى حد كبير مصدر خطر على البيئة، لدرجة أن هناك من الباحثين من يرى أن الثورة العلمية والتكنولوجية سوف تؤدي في نهاية البشرية خلال القرن 21 نظراً لاستنزاف الموارد الطبيعية أو دمارها، وقد كان الاهتمام مركزاً في غالبية دول العالم على التنمية الاقتصادية أساساً، بصرف النظر عن اعتبارات أخرى، وبالأسف لم تكن البيئة أصلاً جديرة باهتمام من طرف الرأي العام، بل كانت الإشارة إلى الضمانات البيئية تبدو كمبررات غير مجدية أو كمعوقات¹.

ولا يزال الجدل البيئي قائماً إلى حد الساعة، نتيجة تقادم مشكلات التلوث الصناعي، وما نجم عنه من تأثيرات سلبية طالت الإنسان، وهو ما دفع بالكثير من الدول خاصة الصناعية منها، والتي كانت سباقة لإجراء الدراسات الاستطلاعية، بهدف التعرف على درجات ومستويات الوعي البيئي لدى الرأي العام، والذي تزايدت اهتماماته حيال القضايا البيئية إلى مستويات أعلى تجاوزت البعد المحلي، لتشمل المجال الإقليمي والعالمي هذا من جهة ومن جهة أخرى، فقد اتسعت نظرة الجماهير إلى القضايا الاجتماعية والاقتصادية والسياسات البيئية والتنمية².

IV- وسائل الإعلام:

أصبح لوسائل الإعلام قوة مؤثرة في حياة المجتمعات ويلعب دوراً هاماً في مواجهة الكوارث والأزمات البيئية التي تعاني منها، وهناك تفاعل مستمر بين وسائل الاتصال الجماهيري وبين المجتمع، حيث يؤثر ويتأثر بها باعتباره عنصراً لا يبتعد عن الكيان الاجتماعي والثقافي والسياسي والاقتصادي، ويدخل في مختلف أوجه النشاط، حيث أصبح لوسائل الإعلام دورها الواضح في تكوين الصورة الذهنية، ولاتي تعكس واقع هذه الكوارث والأزمات وغيرها من

¹ علي عوجة، مرجع سابق، ص 132.

² باباعلي فاطمة الزهراء، مرجع سابق، ص 102-103.

الأحداث عند أفراد المجتمع حتى إنها تؤثر في الطريقة التي يدركونها، كما تؤثر في اتجاهاتهم ومواقفهم التي تنعكس في الإجراءات التي يسلكونها في مواجهتها¹.

كما أن لوسائل الإعلام دورًا كبيرًا في نشر التوعية البيئية بين المواطنين من أجل توسيع دائرة الثقافة الوعي بالمضامين البيئية والوسائل الكفيلة بخلق وتأسيس بيئة نظيفة وسليمة خالية من عوامل التلوث ويعتبر الإعلام في مجال البيئة أحد المقومات الأساسية في بناء هذا الوعي ونقل الخبرات والمعارف والتقنيات الجديدة الخاصة لحماية البيئة وغرس القيم التي تدعو للتخلي عن السلوكيات الضارة بها، وبهذا يلعب الإعلام دورًا في تشكيل قوة ضاغطة لحث أصحاب القرار على انتهاك سياسة إنمائية متوازنة تخدم البيئة وتحافظ على مواردها الطبيعية². فالإعلام يعني تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة والتي تساعدهم في مواجهة هذه الكوارث والأزمات، والتعامل معها بوعي يزيد من فعالية الفرد، ويرفع مستوى أهليته وأدائه فيهما، من خلال الرسائل التي يبثها على أعداد كبيرة من الناس يختلفون فيما بينهم من حيث المستوى الاقتصادي أو الثقافي... واقتناعهم عن طريق الحقائق والمعلومات الصادقة والأرقام والإحصاءات التي تتناول هذه الكوارث والأزمات، أو التي تنسب إلى عقولهم وترفع مستواهم وتوحد مواقفهم، وتتميز وسائل الإعلام بقدرتها الفائقة على نشر الحقائق والمعلومات والأرقام والإحصاءات عن الكوارث والأزمات بسرعة تفوق كل تصور، وبالتالي تعرف بها فور حدوثها، وتزيد من معلومات الناس عنها وتخلق وعيًا لدى الجماهير³.

المبحث الرابع: خصائص الوعي البيئي وأهدافه:

I - خصائص الوعي البيئي:

- يركز الوعي البيئي على ضرورة إدراك الفرد للأخطار والمشكلات البيئية ووعيهم بأدوارهم في مواجهتها من خلال التزود بالمعلومات والمعارف اللازمة وتطوير المهارات وصلها

¹ محمد معوض إبراهيم، مرجع سابق، ص 35.

² محمد عطية صالح، الإعلام ودوره في نشر التوعية البيئية <http://www.etudiant.dz.com/Vbist26739.html>

³ محمد معوض إبراهيم، مرجع سابق، ص 36.

لمواجهة المشكلات البيئية، ويتسم الوعي البيئي بجملة من الخصائص يمكن تلخيصها فيما يلي:

1- تكوين الوعي البيئي وتنميته لا يتطلب بالضرورة تربية نظامية، لأن البيئة المحيطة بالفرد لها أثرها الفعال في ذلك.

2- الوعي البيئي يتضمن تلازم الجانبين: الجانب المعرفي والجانب الوجداني فعلى الرغم من أن الوعي البيئي يتصل بالجانب الوجداني، إلا أنه مشبع بالجانب المعرفي.

3- الوعي البيئي لا يتضمن سلوكًا إيجابيًا نحو البيئة في كل الظروف فكثير من الأفراد على وعي بأضرار ومشكلات البيئة إلا أنهم لا يتخطون إزاءها سلوكيات إيجابية.

4- الوعي البيئي هو الخطوة الأولى في تكوين الاتجاهات البيئية التي تتحكم في سلوك الفرد.

5- الوعي البيئي وظيفة تنبؤية لما يمكن أن يصدر من سلوك الفرد اتجاه البيئة مستقبلاً.

6- بتكامل منظومات التعليم البيئي والتربية البيئية والثقافة والإعلام البيئي يمكن الوصول بالجمهور إلى درجة معقولة من الوعي البيئي المطلوب وفق خطط وإستراتيجيات إعلامية تدريجية متنوعة ومدرسة¹.

II- أهداف الوعي البيئي:

تتمثل أهم أهداف التوعية البيئية فيما يلي:

- تعريف الفرد بالبيئة الطبيعية والأنظمة البيئية ومختلف مكونات البيئة الحية وغير الحية، والعلاقات المتكاملة بينها.

- تنمية الوعي البيئي وتوضيح المفاهيم البيئية وتفسير علاقة الإنسان بالبيئة واعتماده عليها.

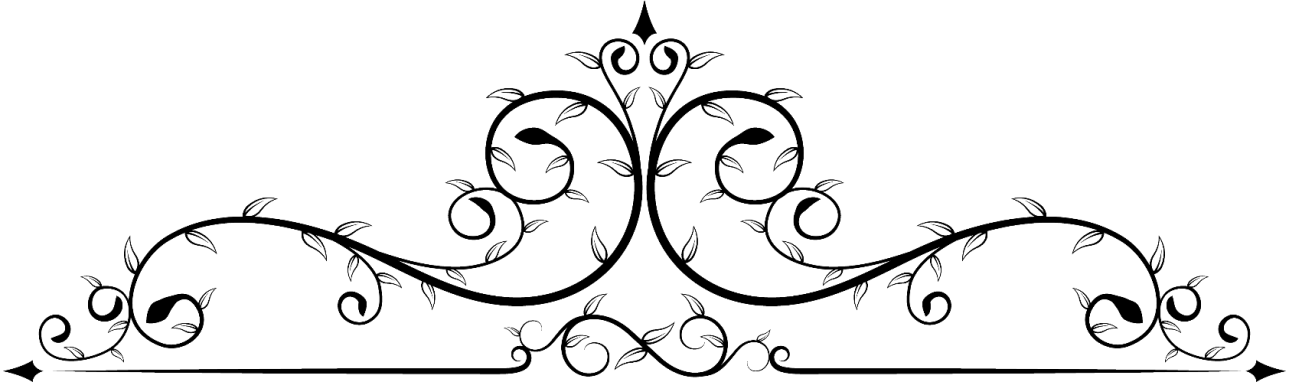
¹ سمير محمود، مرجع سابق، ص 148-149.

- اكتساب الفرد مهارات التعامل مع البيئة وتفسير وصيانتها من التدهور.
- إظهار أهمية الموارد الطبيعية والحاجة البشرية إليها منذ القدم إلى يومنا هذا وضرورة حفظها من الزوال.
- إبراز النتائج السلبية للاستعمال المفرط للموارد والبيئة وآثارها الاقتصادية والاجتماعية وذلك من خلال تصحيح الاعتقاد الخاطئ بديمومة الموارد الطبيعية وإقناع الفرد بمسؤوليته في زوال المواد ودوره في الحفاظ عليها.
- إدراك العلاقة بين العوامل التي أدت إلى قيام دولة اقتصاديا ودولة أخرى ضعيفة وارتباط ذلك بالمصادر الطبيعية وطرق استغلالها.
- لفت النظر إلى الحروب التي تقع بسبب الموارد الطبيعية.
- التعرف على الأسباب والعوامل التي تؤثر في تنمية أو تخلف المجتمعات.
- التعرف على طرق وأساليب استغلال الثروة الطبيعية بالشكل الأنسب المستدام.
- تقدير الجهود المبذولة في مجال حماية البيئة.¹

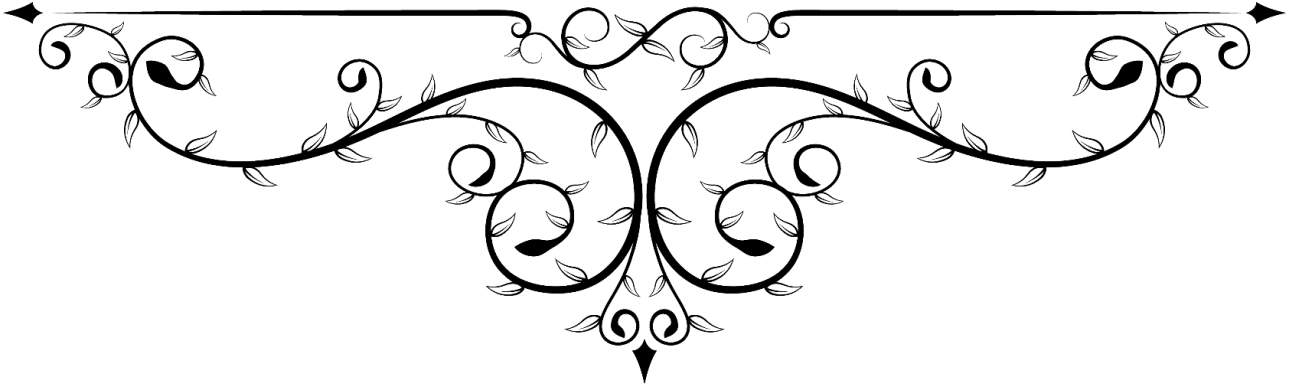
¹ علي عجوة ، مرجع سابق ، ص ص ، 126- 145

خلاصة:

إن الوعي مفهوم مشترك بن العديد من العلوم والاختصاصات، فهو يمثل حلقة ربط ويجسد صورة التكامل والتعاقد فيما بينها، لأنه عبارة عن حالة إدراك تعبر عن خلفيات فكرية وتربوية لدى الإنسان ويتمظهر في صورة سلوكية لها تأثيرات على المحيط الطبيعي والاجتماعي للبشرية، وهو المدخل الذي تجلى من خلالها الاهتمام السوسيولوجي بموضوع الوعي البيئي ومن ثم الوعي البيئي هو معرفة الفرد لأهمية البيئة وإدراكه لخطورة آثار مشاكلها على حياته، وتعلمه لأسلوب تعامله مع هذا الموقف، فهو محصلة لعملية تربوية تشترك فيها العديد من مؤسسات التنشئة الاجتماعية وهو عملية مستمرة ينتشر بين أفراد المجتمع في كل الاتجاهات عمودياً وأفقياً.



الفصل الرابع: الصحافة الالكترونية



تمهيد:

شهدت صناعة الصحافة في العقود الأخيرة تطوراً كبيراً على جميع المستويات المادية والفنية، ففي إطار المنافسة الشديدة التي تعرضت لها من وسائل الإعلام الإلكترونية الراديو والتلفزيون، كان على الصحافة أن تتبنى طرق جماهيرية أكثر تأثيراً على الأفراد والمجتمعات، وكانت تكنولوجيا الاتصال الحديثة حجر الزاوية التي شهدتها وسائل الإعلام الجماهيرية، ويعود إلى هذه التكنولوجيات الفضل في حالة التزاوج التي شهدتها الوسائل الإعلامية، تتيح للعالم وسيلة إعلام جديدة أكثر تميزاً وهي الصحافة الإلكترونية التي تقوم على تعدد الوسائط وتتيح لمستخدميها البحث داخلها وحفظها وطباعة صفحاتها... وغيرها.

المبحث الأول: ماهية الصحافة الإلكترونية

تشكل تكنولوجيا الاتصال الحديثة حجر الزاوية في الثورة التي تشهدها وسائل الإعلام الجماهيري في الوقت الراهن، حيث يعود الفضل إلى هذه التكنولوجيات في حالة التزاوج التي شهدتها الوسائل الإعلامية لأول مرة في التاريخ الإنساني بين الوسائل المطلوبة، والوسائل المسموعة والمرئية، الأمر الذي انعكس على شكل الاتصال ومحتواه وأساليب إنتاجه، وفي ظل هذه الثورة حرصت غالبية المؤسسات الصحفية على إنشاء مواقع إلكترونية لصحفها على الشبكة وفي هذا الإطار ظهرت الصحف الإلكترونية التي تقوم على تعدد الوسائط والتي تتيح لمستخدميها إمكانية البحث داخلها، وحفظ وطباعة صفحاتها.

هناك عدة تعريفات للصحيفة الإلكترونية نذكر منها:

الصحافة الإلكترونية هي: <<وسيلة من الوسائل المتعددة الوسائط، تنتشر فيها الأخبار والمقالات وكافة الفنون الصحفية عبر شبكة المعلومات الدولية، الإنترنت بشكل دوري وبرقم متسلسل، باستخدام تقنيات عرض النصوص والصور المتحركة وبعض الميزات التفاعلية، وتصل القارئ من خلال شاشة الكمبيوتر سواء كان لها أصل مطبوع أو كانت صحيفة إلكترونية خالصة>>¹.

وترى الدكتورة نجوى عبد السلام فهمي أن: <<الصحافة الإلكترونية هي منشور إلكتروني دوري يحتوي على الأحداث الجارية سواء المرتبطة بموضوعات عامة أو بموضوعات ذات طبيعة خاصة، ويتم قراءتها من خلال جهاز الكمبيوتر وغالبًا ما تكون متاحة عبر الإنترنت>>²

ويعرفها البعض بأنها <<الصحف التي يتم إصدارها ونشرها على شبكة الإنترنت سواء كانت هذه الصحف بمثابة نسخ أو إصدارات إلكترونية لصحف ورقية أو مطبوعة أو جوز

¹ أشرف فهمي خوخة، الإخراج الصحفي والصحافة الإلكترونية، دار المعرفة الجامعية، 2011، ص 138

² محمود علم الدين، الصحافة الإلكترونية، ط1، دار السحاب، القاهرة، 2008، ص 14-16.

لأهم محتويات النسخ الورقية، أو كجرائد ومجلات إلكترونية ليست لها إصدارات عادية مطبوعة على الورق وتتضمن مزيجًا من الرسائل الإخبارية والقصص والمقالات والتعليقات والصور والخدمات المرجعية»¹

كما تعرف بأنها عبارة عن منشور إلكتروني يجمع بين مفهومي الصحافة التقليدية ونظام الملفات المتتابعة التي يتيحها النشر الإلكتروني، وبهذه الطريقة فهي منشور إلكتروني يصدر بصفة دورية ومنتظمة ولها موقع محدد على شبكة الإنترنت².

وتعرف أيضًا على أنها: <نوع من الاتصال بين البشر يتم عبر الفضاء الإلكتروني، الإنترنت وشبكات المعلومات والاتصالات الأخرى، تستخدم فيه فنون وآليات ومهارات في الصحافة المطبوعة مضافًا إليها مهارات وآليات تقنيات المعلومات التي تناسب استخدام الفضاء الإلكتروني كوسيط أو كوسيلة اتصال بما في ذلك استخدام النص والقوت والصورة والمستويات المخلفة من التفاعل مع المتلقي لاستقصاء الأنباء الآنية وغير الآنية ومعالجتها وتحليلها ونشرها على الجماهير عبر الفضاء الإلكتروني بسرعة>³.

ومنه نستخلص أن الصحافة الإلكترونية هي عبارة عن منشور إلكتروني يحتوي على مقالات والأحداث والأخبار الجارية عبر شبكة المعلومات الدولية الإنترنت بشكل دوري، وتعتبر سباقة في نشر الأخبار والمعلومات لحظة وقوعها.

المبحث الثاني: نشأة الصحافة الإلكترونية وتطورها:

كانت الصحف الأولى عبارة عن نص وكتابات فقط بدون أية عناوين رئيسية أو فرعية وبدون صور أو رسوم حيث ظهرت العناوين الرئيسية والفواصل الموجودة بين الأعمدة في القرن 19، وفي مطلع القرن العشرين تم إضافة الصور وتكبير العناوين الرئيسية ومع الوقت تتم إضافة الرسوم وزيادة حجمها إضافة للإعلانات المختلفة والأخبار والمعلومات.

¹ إبراهيم بعزیز، الصحافة الإلكترونية والتطبيقات الإعلامية الحديثة، ط1، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2012، ص ص53-54

² ماجد سالم تریان، الإنترنت والصحافة الإلكترونية رؤية مستقبلية، ط1، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2008، ص96

³ زيد منير سليمان، مرجع سابق، ص 11

ومنذ سنوات قليلة فقط، وبالأخص تسعينات القرن العشرين، ظهرت الصحافة الإلكترونية على شبكة الإنترنت كوسيلة حديثة لنقل الأخبار والمعلومات لكل أنحاء العالم واتجهت العديد من الصحف إلى نشر صفحاتها رقمياً على هذه الشبكة¹.

فقد جاءت ثورة المعلومات كثمرة للمزج بين ثورة تكنولوجيا الاتصالات من جهة وثورة تكنولوجيا الحاسبات من جهة أخرى، ويعود الفصل في ذلك إلى ما يعرف بالتقنية الرقمية. وكانت صحيفة (هيلزنبور جاجبلاد) السويدية أول صحيفة في العالم التي نشرت إلكترونياً بالكامل على شبكة الإنترنت عام 1990، وفي المدة من عام 1990 وحتى عام 1995 اتجهت أكثر من 750 صحيفة في العالم إلى إنتاج إصدارات إلكترونية تبث عبر شبكة الإنترنت، وفي عام 1994 دخلت صناعة الصحافة عالم الإنترنت مجاناً في الولايات المتحدة الأمريكية، وبلاد العالم المتقدم بحيث أصبحت الصحافة جزءاً من تطور وتوزيع شبكة الإنترنت².

وكانت صحيفة تريبيون Tribune الأمريكية التي تصدر من ولاية مكسيكو أول صحيفة ورقية تخرج على الإنترنت وتؤسس لها موقعاً على الشبكة وذلك في عام 1992، كما كانت صحيفة يواس آي توداي USA Today الأمريكية اليومية أول صحيفة تخرج إلى الإنترنت مستخدمة تكنولوجيا النص الفائق، حيث أتاحت للمستخدم الانتقال إلى مواقع أخرى وإلى الأقسام المتعدد للصحيفة مثل العناوين الرئيسية³.

وبذلك ظهرت الصحافة الإلكترونية وبدأت تطرح نفسها كمنافس للصحافة المطبوعة بشكلها التقليدي، وذلك في مرحلة بدء الاستخدام أو التعامل معها من قبل الجمهور.

¹ حسنين شفيق، الإعلام الإلكتروني بين التفاعلية والرقمية، رحمة برس للطباعة والنشر، القاهرة، 2007، ص 71

² عبد الأمير مويث الفيصل، مرجع سابق، ص 22

³ حسني محمد نصر، الإنترنت والإعلام والصحافة الإلكترونية، ط1، مكتبة الفلاح، الكويت، 2003، ص 94

وتتمثل الفكرة الأساسية في الصحيفة الإلكترونية في توفير المادية الصحفية للقراء على إحدى شبكات الخدمة التجارية الفورية مستخدمة في ذلك تقنيات حديثة ظهرت كوليدة لتكنولوجيا الاتصال طارحة العديد من التحديات بالنسبة للوسائل التقليدية¹.

وقد احتضنت صناعة الصحافة الإنترنت كمنفذ محتمل للحفاظ على قاعدتها من القراء والمعلنين، وبعيد من الطرق، أدخلت التكنولوجيات الاتصالية الإلكترونية الجديدة تفسيرات غير مسبقة على صناعة الصحافة الإلكترونية².

وبذلك شكلت الصحافة الإلكترونية ظاهرة إعلامية جديدة مرتبط بتطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وأصبحت بذل المشهد الإعلامي الأقرب لأن يكون ملكاً للجميع وفي متناول الجميع، وأصبحت أكثر انتشاراً وسرعة في الوصول إلى أكبر عدد ممكن من القراء وبأقل التكاليف، وبذلك تكون قد فتحت آفاق جديدة وأصبحت أسهل وأقرب لمتناول المواطن³.

المبحث الثالث: أنواع الصحف الإلكترونية

إن الصحافة الإلكترونية غير المطبوعة تتخذ وسائط إلكترونية تعتمد أساساً على الحاسبات الإلكترونية وفي عملية الإرسال والاستقبال وهذه الصحف الإلكترونية تأخذ أكثر من شكل على النحو التالي:

- الصحافة الإلكترونية الفورية **Online Journalisme**: التي يتحصل القارئ على محتوياتها من خلال شبكات وقواعد البيانات وخدمات المعلومات نظر اشتراك أو مجاناً مثل تلك الصحف التي تصدر على شبكة الإنترنت وتتميز بالتفاعلية والتحديث المستمر في المحتويات.

¹ حسنين شفيق، مرجع سابق، ص 71

² شريف درويش اللبان، الصحافة الإلكترونية، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005، ص28

³ زيد منير سليمان، مرجع سابق، ص 10

- الصحافة الإلكترونية غير الفورية **Offline Journalisme**: التي توجد أعدادها

على وسائط إلكترونية مثل الأقراص الضوئية أو الأقراص المرنة¹.

وتنقسم الصحافة الإلكترونية الفورية وفقا لعدد من الاعتبارات.

أولا-أنواع الصحف الإلكترونية باعتبارها وجود أصل مطبوع أو عدمه:

1-صحف إلكترونية خالصة أو كاملة وهي على صورتين:

أ- صحف إلكترونية لا ترتبط بأصل مطبوع: توجد على الشبكة فقط ولها نماذج كثير

في الصحافة الغربية ولها أيضا أمثلة من الصحافة العربية، حيث لم تعد هناك حاجة لإمكانات كبيرة لإصدار صحيفة.

ب صحف إلكترونية لها إصدار مطبوع: لكنها لا تشترك معه في المحتوى ول ترتبط

به إلا في الاسم والانتماء إلى مؤسسة صحفية ولها أمثلة متعددة من الصحافة الأمريكية والأوروبية ويأتي الاختلاف في المحتوى لاختلاف خصائص الجمهور في كل الصحافة الإلكترونية والمكتوبة الورقية من ناحية ولاختلاف طبيعة الوسيلة أو الوسط الناقل من الناحية الأخرى.

2- نسخ إلكترونية من الصحف الورقية: وهي مواقع الصحف على شبكة الإنترنت².

ثانيا- أنواع الصحف الإلكترونية باعتبار نوع التقنية المستخدمة في الموقع:

وهو ما يعرف بأنماط نقل النص على شبكة الإنترنت وتنقسم الصحف الإلكترونية على

أربعة أنواع:

1-الصحف الإلكترونية التي تستعمل تقنية الجرافيك التبادلي: والذي يتيح نقل صورة

شكلية من بعض مواد الصحيفة الورقية إلى موقعها على الإنترنت وهي تقنية غير جديدة

¹ عامر إبراهيم، تكنولوجيا المعلومات والتطبيقات، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2002، ص 302.

² أبو بكر محمد الهوش، التقنية الحديثة في المعلومات والمكتبات، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة ، 2002، ص 152.

بالإضافة إلى أنها لا تمكن القارئ من المميزات التفاعلية ومثالها: جريدة الشعب المصرية والسياسية الكويتية.

2- الصحف الإلكترونية التي تستخدم النص المحمول PDF: وهو نمط قريب من

النمط السابق ويتيح نقل النصوص والأشكال والصور والرسوم الصفحات كاملة من الصحيفة الورقية إلى موقعها على الشبكة بشكل مطابق تماما للنسخة الورقية.

3- الصحف الإلكترونية التي تستخدم تقنية الفائق HPML: وهو النمط الذي يتيح

وضع نصوص الصحيفة الإلكترونية بشكل مستقل عن نصوص الصحيفة الورقية ويستفيد من إمكانيات الإنترنت المتعددة وأهمها الجمع بين النص والصورة والصوت ولقطات الفيديو وإمكانية توافر خدمات البحث والأرشيف ونسخ النصوص.

4- صحف إلكترونية تجمع بين النص والنمط المحصول: للاستفادة من مزايا

النظامين، حيث النص الفائق يوفر الميزات التفاعلية وعرض الموضوع من خلال الوسائط المتعددة والنص المحمول الذي ينقل صورة حرفية من صفحة الجريدة¹.

ثالثاً- أنواع الصحف الإلكترونية باعتبار بلد الصحيفة:

1- صحف جزائرية وهي التي تصدر عبر الإنترنت داخل الجزائر مثل الخبر والوطن

وغيرها.

2- صحف عربية تصدر من دول عربية مثل السياسة الكويتية، الرياض والسعودية

وغيرها.

3- صحف عربية تصدر من خارج الوطن العربي مثل الحياة والشرق الأوسط اللتان

تصدران بالعربية من لندن.

4- صحف أجنبية وهي كثيرة جداً منها نيويورك تايمز، وواشنطن بوست وغيرها.

¹ صالح العتري: إخراج الصحف الإلكترونية في ضوء السيمات الاتصالية لشبكة الإنترنت، جدة، 2007، ص 242

كما تقسم الصحف الإلكترونية تقسيمات أخرى باعتبار المحتوى ومجال الاهتمام واللغة والتخصص ودورية الصدور¹.

المبحث الرابع: سمات الصحف الإلكترونية وخصائصها:

تتسم الصحيفة الإلكترونية بمجموعة من السمات والخصائص، التي تجعلها تتميز عن نظيرتها من وسائل الإعلام الأخرى، ويمكن إيجاز خصائص وسمات الصحيفة الإلكترونية كما يلي:

- **النقل الفوري للأخبار:** ومتابعة التطورات التي تطرأ عليها مع قابلية تحميل النصوص ف أي وقت، مما يجعلها ضمن الوسائل الإعلامية الأخرى كالإذاعة والتلفزيون².

- **التفاعلي أو الاتصال التفاعلي:** ويعد هذا العنصر من أبرز سمات الصحافة الإلكترونية، ويمثل الاتصال التفاعلي المباشر وغير المباشر، وتعد التفاعلية معيار رئيسي في تقييم مواقع الصحف الإلكترونية، فقد استطاع النظام الاتصالي للصحافة الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت تنمية مشاركة المستخدم في تحقيق أعلى درجة من التفاعلية جعلت الجمهور المستخدم جزء لا يتجزأ من الحدث ولا مشتركا معه.

- **العمق المعرفي:** تتميز خدمات الصحافة الإلكترونية بالعمق والشمول، بمعنى أن طبيعة التقنيات المستخدمة في الصحيفة الإلكترونية تهيأ مساحات ومواد غير محدودة في فضاءات شبكات الإنترنت، من خلال إحالة تفصيله إلى روابط عديدة للمواقع الإلكترونية ذات الصلة³.

- **التحديث المستمر للمضمون المقدم:** حيث ينطوي عمل الصحف الإلكترونية على تهميش خدماتها الإخبارية بشكل مستمر طوال اليوم، وذلك لمسايرة الطبيعة الخاصة لشبكة الإنترنت التي تعد الفورية إحدى أهم سماتها، وتفترض علاقة الوقت بطبيعة المحتوى المقدم

¹ نفس المرجع، ص 245

² فيصل أبو عيشة، مرجع سابق، ص 120

³ عبد الرزاق محمد الميمي، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، ط1، دار وائل، الأردن، 2011، ص 221.

في الصحف الإلكترونية: نشر المعلومات، واستكمالها، وتصحيحها، وتحديثها بشكل دائم وفقاً للمستجدات الآنية¹.

- **تحديد خيارات التصفح:** مكنت خيارات التصفح من الحصول على التنوع والتعدد في مضامين ومحتويات الصحافة الإلكترونية، وبات المستخدم يستطيع الحصول على مواد مختلفة تلبي الحاجات الاتصالية، وتحقق الإشباعات الإعلامية.

- **الاستهلاك حسب الطلب (واللاتزامية):** عاد بالإمكان إرسال الرسائل واستقبالها وتصفح الصحيفة في وقت مناسب للفرد المستخدم، أما لا تتطلب عملية استخدام الصحافة الإلكترونية من كل أطراف العملية الاتصالية مشاركة في الوقت ذاته، أو حتى تحديد أوقات محددة لاستخدام الصحيفة الإلكترونية².

- **سهولة العرض:** التي تعد أحد أهم عوامل تفضيل الجمهور للوسائل التي لا تحتاج إلى بل جهد عقلي وجسدي، فالصحف الإلكترونية تقدم مضامين ذات سمات تحريرية مميزة تركز على الوضوح والاختصار.

- **استخدام الوسائط المتعددة:** وهي تقنية تسمح باستعمال ملفات تحتوي على الصور المتحركة والثابتة والأصوات، المؤثرات السمعية والبصرية³.

- **خاصية التنوع:** تسمح بإنشاء صحف متعددة الأبعاد ذات حجم غير محدد نظرياً يمكن من خلالها إرضاء مستويات متعددة من الاهتمام وطريقة النص هي المحرك لهذا التنوع من الإعلام الإلكتروني، الذي يمكن من تكوين نسيج إعلامي حقيقي يستخدم أنماطاً مختلفة من المصادر والوسائل الإعلامية ترتبط جميعاً بشبكة من المراجع⁴.

¹ ماجد سالم تريان، مرجع سابق، ص 133.

² عبد الرزاق محمد الديلمي، مرجع سابق، ص 222

³ إبراهيم بعزیز، مرجع سابق، ص 92

⁴ عبد الأمير موييت الفصيل: مرجع سابق، ص 116.

- أنها تصدر في الوقت الحقيقي لتحريرها **Real time**: بخلاف الصحيفة الورقية التي تستغرق عملية توصيلها للقارئ وقتاً طويلاً من خلال شبكة التوزيع والنقل للجريدة أو المؤسسة التي تنتمي إليها¹.

- تعد الوسائط: إذا كان الراديو يقدم الصوت والتلفزيون يقدم الصوت والصورة فإن الصحافة الإلكترونية هي الوسيلة الوحيدة التي بإمكانها تقديم كل الأشكال معاً بشكل مترابط وفي قمة الانسجام والإفادة المتبادلة، ويعود ذلك إلى أن أدوات ممارسة الصحافة الإلكترونية تعتمد بالأساس على التعامل مع المحتوى المخزن رقمياً، الذي يتم فيه جمع وتخزين تعتمد بالأساس على التعامل مع المحتوى المخزن رقمياً، الذي يتم فيه جمع والتخزين وبث جميع أشكال المعلومات.

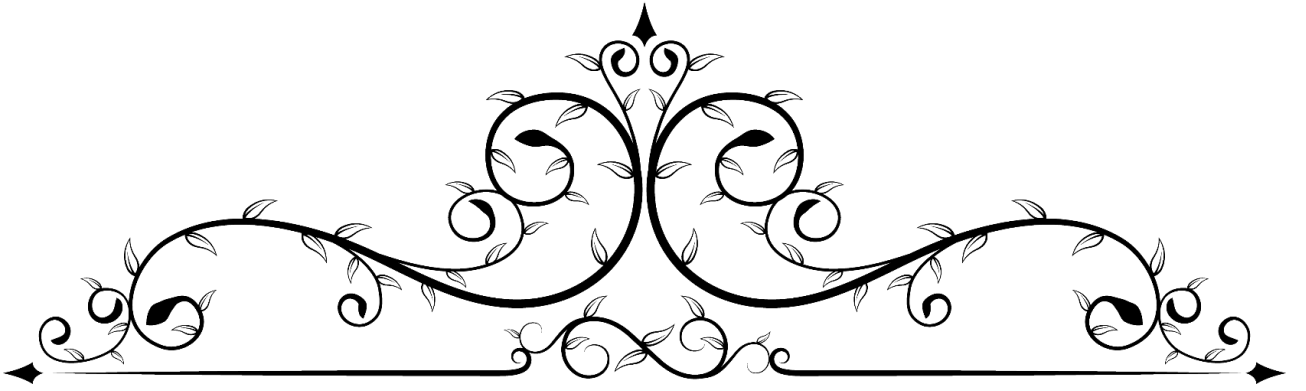
- الحدود المفتوحة: تتميز الصحافة الإلكترونية بخاصية الحدود المفتوحة فمساحات التخزين الهائلة الموجودة على الحاسبات الخادمة التي تدير المواقع لا تجعل هناك قيود تتعلق بالمساحة أو بحجم المقال أو عدد الأخبار، يضاف لذلك أن تكنولوجيا الإنترنت تسمح بتنوع نسيج متنوع وذو أطراف وتقريعات لا نهائية تسمح باستيعاب جميع ما يتجمع لدى الصحيفة من معلومات².

¹ رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية، ط1، دار الفجر، القاهرة، 2007، ص 107

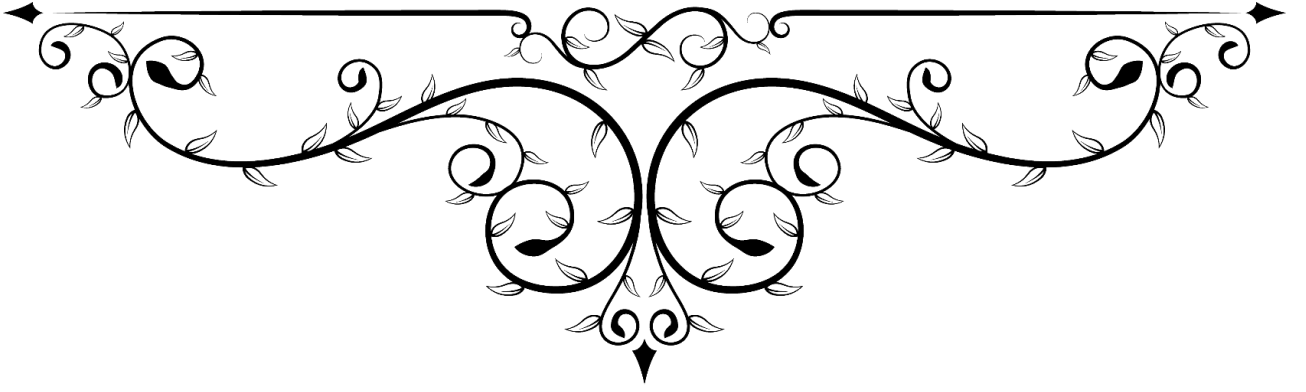
² زيد منير سليمان، مرجع سابق، ص 20

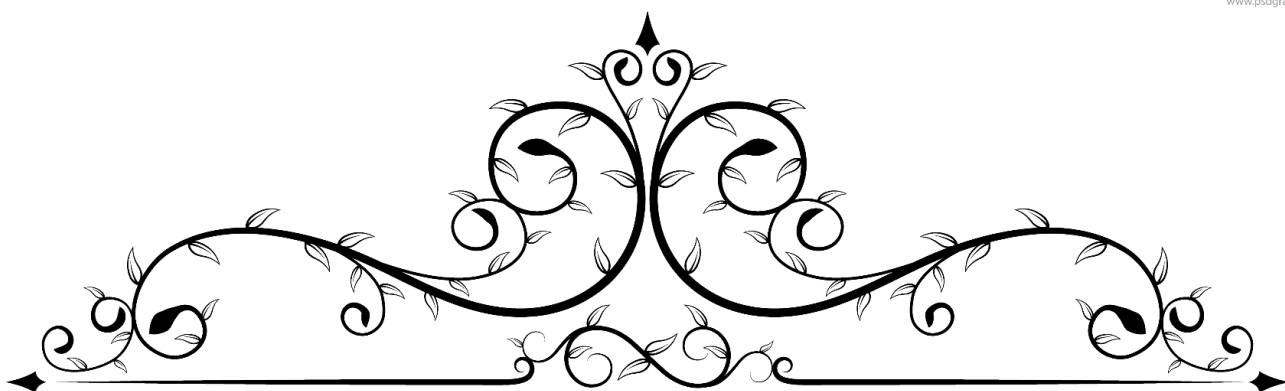
خلاصة :

تعد الصحافة الإلكترونية إحدى أهم البدائل الاتصالية التي أتاحتها شبكة الانترنت إذ تعتبر ظاهرة جديدة ارتبطت مباشرة بعصور ثورة تكنولوجيا الاتصال و المعلومات حيث ظهرت لتعبر عن مرحلة من مراحل التطور التكنولوجي في وسائل الاتصال التي تعتمد على الوسائط الإلكترونية ، و هي لا تعني مجرد استبدال الصحيفة المطبوعة بالحاسب الألي بل تمس تحولات كافة أطراف العملية الاتصالية .

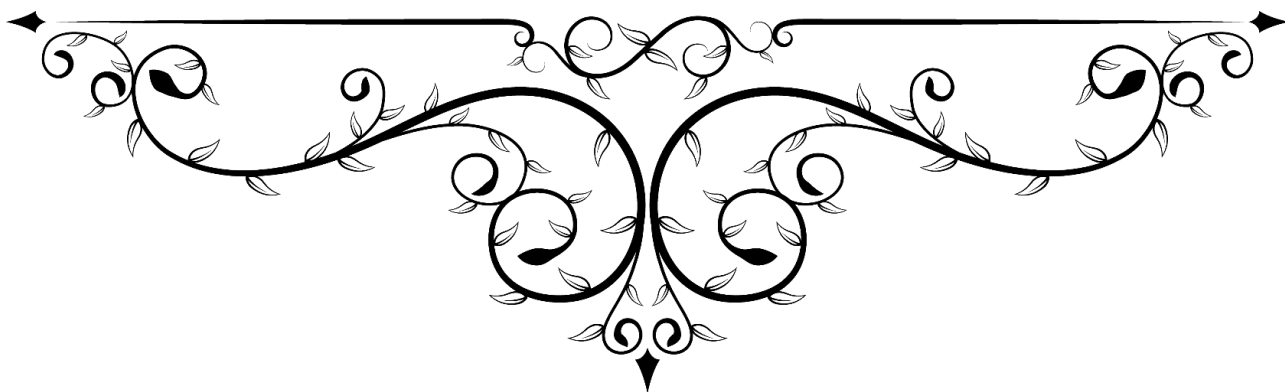


الجانِب التَطْبِيقِي





الفصل الخامس: عرض ومناقشة النتائج



1- تحليل بيانات الدراسة:

يتناول هذا الجزء من الدراسة تحليل بيانات الدراسة الميدانية للمعطيات المحصل عليها من استمارة الاستبيان التي تم توزيعها على المبحوثين ، و قد تم تبويب الإجابات في شكل جداول تحمل تكرارات و نسب مئوية تم التعليق عليها كما و كيفا ، و إيجاد تفسيرات ذات دلالات لأجوبة المبحوثين ، حيث كان حجم العينة 50 مفردة ، و ذلك وفقا لعينة قصدية في جامعة الدكتور يحي فارس بالمدينة ، في الفترة الممتد من 07 افريل الى 13 افريل 2016 حيث تم استرجاع الاستمارات كلها ، لنشر بعدها في استخراج الجداول و التعليق عليها و تحصيل النتائج منها.

أولاً- عرض الجداول بالبيانات الشخصية:

تعتبر البيانات الشخصية من العناصر المساعدة في التعرف على مميزات أو خصائص الأفراد المبحوثين ، و هي تمثل متغيرات الدراسة و التي نعتمد عليها في تحليل البيانات و المعطيات الميدانية .

الجدول رقم 01 : توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس :

الجنس	العدد	النسبة
ذكور	15	30%
إناث	35	70%
المجموع	50	100%

التحليل الكمي :

نلاحظ من خلال الجدول رقم 1 المبين لتوزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس أن أعلى نسبة تمثلها فئة الإناث وذلك بنسبة 70% أي ما يعادل 35 فرد من أفراد العينة تليها نسبة الذكور ب 30 % أي ما يعادل 15 فرد .

التحليل الكيفي :

و من خلال الجدول نستنتج أن غالبية المبحوثين هم من الإناث و هذا راجع إلى كون نسبة الإناث في الجامعة أكثر من نسبة الذكور .

الجدول رقم 02 : توزيع أفراد العينة حسب المستوى المعيشي .

المستوى المعيشي	العدد	النسبة
جيد	08	16%
متوسط	32	64%
حسن	10	20%
المجموع	50	100%

التحليل الكمي :

نلاحظ من خلال الجدول رقم 02 المبين للمستوى المعيشي لأفراد العينة أن أعلى نسبة يمثلها المستوى المتوسط ب 64% يليها المستوى المعيشي حسن و ذلك بنسبة 20% أي ما يعادل 10 مبحوثين من أفراد العينة في حين نجد أن أصغر نسبة تمثلت ب 16 % لأفراد العينة الذين مستواهم المعيشي جيد .

التحليل الكيفي :

من خلال هذا الجدول نستنتج على أن معظم أفراد العينة هم من أبناء الطبقة المتوسطة .
عادات استخدام الطلبة الجامعيين للصحيفة الإلكترونية :

الجدول رقم 03 : يوضح عادات مطالعة الصحف الإلكترونية لدى المبحوثين و
علاقته بمتغير الجنس :

الجنس المتغيرات	ذكر		أنثى		المجموع	
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
دائما	05	%33.33	—	—	05	%10
أحيانا	06	%40	22	%62.85	28	%56
نادرا	04	%26.66	13	%37.14	17	%34
المجموع	15	%100	35	%100	50	%100

التحليل الكمي :

يوضح الجدول عادات مطالعة الصحف الإلكترونية لدى المبحوثين وعلاقته بمتغير الجنس، حيث يتبين لنا من خلال معطيات الجدول أن المبحوثين الإناث يطالعون الصحف الإلكترونية أحيانا أكثر من فئة الذكور و ذلك بنسبة 62.85% في حين بلغت نسبة الذكور 40%، تليها نسبة المبحوثين الذين يطالعون الصحف الإلكترونية نادرا، حيث بلغت نسبة الإناث 37.14 % في حين قدرت نسبة الذكور 26.66% أما فيما يتعلق بالفئة التي تطالع الصحف الإلكترونية دائما قدرت نسبتهم 33.33 % من المجموع الكلي لأفراد العينة هم من فئة الذكور مقارنة بفئة الإناث والتي انعدمت فيها النسبة .

التحليل الكيفي :

و من خلال كل هذا نستنتج أن غالبية المبحوثين هم من الإناث يطالعون الصحف الإلكترونية أحيانا و ذلك راجع إلى عامل الوقت بالإضافة إلى عدم توفر شبكة الانترنت في أي وقت أما الفئة التي تطالع الصحف الإلكترونية دائما هم من فئة الذكور بحكم أن هذه الفئة يملكون وقت أكبر لمطالعة الصحيفة الإلكترونية مقارنة بفئة الإناث .

الجدول رقم 04: يوضح عادات مطالعة الصحف الإلكترونية لدى المبحوثين و

علاقته بمتغير المستوى المعيشي:

المستوى المعيشي المتغيرات	جيد		حسن		متوسط		المجموع	
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
دائما	03	37.5%	—	—	02	6.25%	05	10%
أحيانا	05	62.5%	06	60%	17	53.12%	28	56%
نادرا	—	—	04	40%	13	40.62%	17	34%
المجموع	08	100%	10	100%	32	100%	50	100%

التحليل الكمي :

يوضح الجدول عادات مطالعة الصحف الإلكترونية لدى المبحوثين و علاقته بمتغير المستوى المعيشي ، حيث يتبين لنا من خلال قراءة معطيات الجدول أن المبحوثين من المستويات المعيشية الثلاث يطالعون الصحف الإلكترونية أحيانا حيث بلغت أعلى نسبة 62.5% للمبحوثين الذين مستواهم المعيشي جيد تليها نسبة 60% للمستوى المعيشي الحسن ، في حين بلغت نسبة 53.12% للمبحوثين الذين مستواهم المعيشي متوسط، أما الفئة التي تطالع الصحف الإلكترونية نادرا فقد بلغت 40.62% لأفراد العينة الذين مستواهم المعيشي

متوسط تقابلها نسبة 40% للذين مستواهم المعيشي حسن في حين انعدمت النسبة تماما في المستوى المعيشي الجيد أما نسبة الفئة التي أجابت أنها تطالع الصحف الإلكترونية دائما بلغت 37.5% لأفراد العينة الذين مستواهم المعيشي جيد في حين بلغت نسبة 6.25% للمبحوثين الذين مستواهم المعيشي متوسط و انعدمت النسبة تماما في المستوى المعيشي الحسن .

التحليل الكيفي :

و منه نستنتج أن غالبية أفراد العينة الذين مستواهم المعيشي جيد يفضلون مطالعة الصحف الإلكترونية أحيانا و هذا راجع إلى عدم وجود ميل كبير لمطالعة و متابعة الصحف الإلكترونية أما الفئة التي صرحت أنها تطالع الصحف الإلكترونية دائما مستواهم المعيشي جيد و هذا راجع إلى توفر الإمكانيات و الوسائل اللازمة للدخول إلى شبكة الانترنت.

الجدول رقم 05 : يوضح نوعية الصحف الإلكترونية التي يطالعها المبحوثين و

علاقته بمتغير الجنس :

الجنس المتغيرات	ذكر		أنثى		المجموع	
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
التي لها نظير مكتوب	09	60%	24	68.57%	33	66%
التي ليس لها نظير مكتوب	02	13.33%	04	11.42%	06	12%
معا	04	26.66%	07	20%	11	22%
المجموع	15	100%	35	100%	50	100%

التحليل الكمي :

يمثل الاتجاه العام في الجدول رقم 05 الذي يوضح نوعية الصحف الإلكترونية التي يطالعها المبحوثين و علاقته بمتغير الجنس أن غالبية المبحوثين من كلا الجنسين يطالعون الصحف الإلكترونية التي لها نظير مكتوب، حيث بلغت نسبة الإناث 68.57% و التي أخذت أعلى نسبة لتصل عند الذكور ب 60% من المجموع الإجمالي للمبحوثين الذين يطالعون الصحف الإلكترونية التي لها نظير مكتوب ، أما الفئة التي تطالع الصحف الإلكترونية معا التي لها نظير مكتوب والتي ليس لها نظير مكتوب قدرت نسبتهم 26.66% لدى فئة الذكور لتصل عند الإناث 20% ، و بلغت نسبة الفئة التي تطالع الصحف الإلكترونية التي ليس لها نظير مكتوب 13.33% لدى فئة الذكور و 11.42% لدى فئة الإناث .

التحليل الكيفي :

نستنتج من خلال نتائج الجدول أن غالبية أفراد العينة يطالعون الصحف الإلكترونية التي لها نظير مكتوب هم من فئة الإناث و هذا راجع إلى كون الصحيفة الإلكترونية تتميز بالنقل الفوري للأحداث و متابعة التطورات التي تطرأ عليها مع قابلية تعديل النصوص في أي وقت كما أنها تمنح للقارئ فرصة اطلاع اكبر للمعلومات من الناحية الكمية مع إمكانية الاطلاع على العديد من المصادر الإعلامية من جميع أنحاء العالم في شتى المواضيع ما يعطي للقارئ فرصة الانتقاء و المقارنة بين الصحيفتين الورقية و الالكترونية .

أما الفئة التي تطالع الصحف الإلكترونية التي ليس لها نظير مكتوب هم من فئة الذكور كون هذه الفئة تبحث دائما عن أشياء جديدة أكثر تميزا و هذا لمواكبة التطور التكنولوجي الحاصل .

الجدول رقم 06 : يوضح نوعية الصحف الإلكترونية التي يطالعها المبحوثين وعلاقته بمتغير المستوى المعيشي :

المستوى المعيشي المتغيرات		جيد		حسن		متوسط		المجموع	
		العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
التي لها نظير مكتوب	05	05	62.5%	05	50%	23	71.8%	33	66%
التي ليس لها نظير مكتوب	01	01	12.5%	04	40%	04	12.5%	09	18%
معا	02	01	25%	01	10%	05	15.62%	08	16%
المجموع	08	10	100%	10	100%	32	100%	50	100%

التحليل الكمي :

يتضح لنا من خلال هذا الجدول الذي يوضح نوعية الصحف الإلكترونية التي يطالعها المبحوثين و علاقته بمتغير المستوى المعيشي ، أن أغلبية المبحوثين من المستويات المعيشية الثلاث يطالعون الصحف الإلكترونية التي لها نظير مكتوب حيث نجد ضمن هذه العينة أن النسبة الكبرى بلغت 71.8% للمبحوثين الذين مستواهم المعيشي متوسط في حين نجد أن نسبة المبحوثين الذين مستواهم المعيشي جيد قد بلغت 62.5% من المجموع الكلي لأفراد العينة تليها نسبة 50 % للذين مستواهم المعيشي حسن ، أما فئة المبحوثين الذين يطالعون الصحف الإلكترونية التي ليس لها نظير مكتوب قد بلغت نسبتهم 40 % للذين مستواهم المعيشي حسن ثم جاءت نسبة 12.5 % متساوية مع إجابة المبحوثين الذين أجابوا أن مستواهم المعيشي متوسط و جيد ، لتأتي إجابة الفئة التي تطالع الصحف الإلكترونية معا "التي لها نظير مكتوب و التي ليس لها نظير مكتوب " حيث نجد أن أعلى نسبة في هذه الفئة بلغت 25 % للمبحوثين الذين مستواهم المعيشي جيد تليها نسبة 15.62 % للذين مستواهم المعيشي

متوسط في حين نجد أن الذين مستواهم المعيشي حسن قدرت نسبتهم 10% من المجموع الكلي لأفراد العينة .

التحليل الكيفي :

و يتضح لنا من كل ما سبق أن غالبية أفراد العينة الذين يطالعون الصحف الإلكترونية التي لها نظير مكتوب ينتمون إلى الطبقة المتوسطة لأن الوقت والإمكانات لا تسمح لهذه الفئة بالدخول اليومي إلى شبكة الانترنت و الإطلاع على الصحف الإلكترونية في أي وقت.

الجدول رقم 07 :يوضح مكان مطالعة الصحف الإلكترونية لدى المبحوثين وعلاقته

بمتغير الجنس :

الجنس المتغيرات	ذكر		أنثى		المجموع	
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
البيت	01	6.66%	15	42.85%	16	32%
الجامعة	07	46.66%	19	54.28%	26	52%
مقاهي الانترنت	07	46.66%	01	2.25%	08	16%
المجموع	15	100%	35	100%	50	100%

التحليل الكمي :

يتبين لنا من خلال هذا الجدول الذي يوضح مكان مطالعة الصحف الإلكترونية لدى المبحوثين و علاقته بمتغير الجنس أن أغلبية أفراد العينة من كلا الجنسين صرحوا أنهم يطالعون الصحف الإلكترونية في الجامعة حيث كانت النسب متقاربة نسبيا لفئتي الإناث و الذكور فقد قدرت نسبة الإناث 54.28 % في حين بلغت 46.66 % لدى فئة الذكور ، تليها

نسبة 32 % للمبحوثين الذين أجابوا أن المكان المفضل لديهم لمطالعة الصحف الإلكترونية البيت ، حيث بلغت نسبة 42.85 % لدى فئة الإناث و التي مثلت أعلى نسبة مقارنة بفئة الذكور الذين بلغت نسبتهم 6.66 % ، أما المبحوثين الذين يفضلون مطالعة الصحف الإلكترونية في مقاهي الإنترنت بلغت نسبتهم 46.66 % هم فئة الذكور و التي مثلت أعلى نسبة للمبحوثين الذين يطالعون هذه الأخيرة في مقاهي الإنترنت في حين قدرت نسبة الإناث 2.25 % .

التحليل الكيفي :

و من كل ما سبق نستنتج أن غالبية المبحوثين يفضلون مطالعة الصحف الإلكترونية في الجامعة و البيت لأنها تعتبر من الأماكن الأكثر ملائمة لمطالعة الصحف الإلكترونية بالنسبة لفئة الإناث و هذا راجع للعادات و التقاليد التي تحكم المجتمع بحيث لا يمكن لهذه الفئة الدخول إلى مقاهي الانترنت أما فئة الذكور فيفضلون مطالعة الصحف الإلكترونية في مقاهي الإنترنت و ذلك نظرا لإمكانية التردد إليها في أي وقت .

جدول رقم 08 : يوضح مكان مطالعة الصحف الإلكترونية و علاقته بمتغير

المستوى المعيشي :

المستوى المعيشي المتغيرات	جيد		حسن		متوسط		المجموع	
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
البيت	06	75%	04	36.36%	12	37.5%	22	44%
الجامعة	02	25%	05	45.45%	14	43.75%	21	42%

مقاهي الانترنت	-	-	01	%9.09	06	%18.75	07	%12
المجموع	08	%100	10	%100	32	%100	50	%100

التحليل الكمي :

يمثل الاتجاه العام في الجدول الذي يوضح مكان مطالعة الصحف الإلكترونية لدى المبحوثين و علاقته بمتغير المستوى المعيشي أن غالبية المبحوثين من جميع المستويات المعيشية الثلاث يطالعون الصحف الإلكترونية في البيت حيث بلغت نسبة المبحوثين الذين مستواهم المعيشي جيد 75 % تليها نسبة 57.14 % للمبحوثين ذوي المستوى المعيشي حسن ، في حين نجد أن أدنى نسبة بلغت 37% للمستوى المعيشي متوسط ، تليها فئة المبحوثين الذين صرحوا أن المكان المفضل لديهم لمطالعة الصحف الإلكترونية هي الجامعة حيث نجد أن غالبية المبحوثين مستواهم المعيشي حسن بلغت نسبتهم 71.42 % تليها نسبة 43.75 % للذين مستواهم المعيشي متوسط في حين بلغت نسبة الذين صرحوا أن مستواهم المعيشي جيد قدرت نسبتهم 25 % و أخيرا نجد فئة المبحوثين الذين أجابوا أن مقاهي الإنترنت هي المكان المفضل لديهم لمطالعة الصحف الإلكترونية حيث تظهر معطيات الجدول أن غالبية المبحوثين الذين مستواهم المعيشي متوسط بلغت نسبتهم 18.75 % تليها نسبة 14.28 % للمبحوثين الذين صرحوا أن مستواهم المعيشي حسن ، في حين انعدمت النسبة للفئة التي مستواها المعيشي جيد .

التحليل الكيفي :

و يتضح لنا من خلال الجدول أن غالبية الطلبة الجامعيين يفضلون مطالعة الصحف الإلكترونية في البيت مستواهم المعيشي جيد و هذا يدل على قدرتهم على الدخول لشبكة الانترنت و تصفح الصحيفة الإلكترونية في أي وقت أما فئة المبحوثين ذوي المستوى المعيشي

متوسط يطالعون الصحف الإلكترونية في الجامعة نظرا لتوفر شبكة الانترنت في أي وقت و
مجانا .

**جدول رقم 09 : يوضح أوقات قراءة الصحف الإلكترونية لدى المبحوثين و
علاقته بمتغير الجنس :**

الجنس المتغيرات	ذكر		أنثى		المجموع	
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
صباحا	02	%13.33	04	%11.42	06	%12
مساء	05	%33.33	07	%20	12	%24
الظهرية	—	—	06	%17.14	06	%12
في أي وقت	08	%53.33	18	%56.25	26	%52
المجموع	15	%100	35	%100	50	%100

التحليل الكمي :

توضح القراءة الأولية للجدول الذي يمثل أوقات مطالعة الصحف الإلكترونية من قبل
المبحوثين و علاقته بمتغير الجنس أن الإناث أكثر ميلًا لمطالعة الصحيفة الإلكترونية في
أي وقت و ذلك بنسبة %56.25 و التي مثلت أعلى نسبة مقارنة بفئة الذكور التي قدرت
نسبتهم ب %53.33 في حين قدرت نسبة الإجابة على عبارة المساء 33.33 % لدى الذكور
و 20 % لدى الإناث ، تليها فترتي صباحا و الظهرية و التي كانت بنسب متقاربة لكلا
الجنسين حيث قدرت أعلى نسبة %17.14 لفئة الإناث و كانت معدومة تماما لدى فئة الذكور
بالنسبة لوقت الظهرية أما الفئة التي صرحت أن الوقت المفضل لمطالعة الصحف الإلكترونية
في الفترة الصباحية كانت بنسبة %13.13 لدى الذكور و %11.42 لدى فئة الإناث .

التحليل الكيفي :

من خلال كل هذا نستنتج أن غالبية المبحوثين من كلا الجنسين يطالعون الصحف الإلكترونية في أي وقت ليكون على دراية و علم بكل المستجدات والأحداث الحاصلة، و يلاحظ عدم ميل المبحوثين من كلا الجنسين إلى مطالعة الصحف الإلكترونية صباحا ووقت الظهيرة و يمكن إرجاع هذا لظروف الدراسة أو العمل كون أفراد العينة هم من المتدربين .

جدول رقم 10 : يوضح أوقات مطالعة الصحف الإلكترونية لدى المبحوثين

وعلاقته بمتغير المستوى المعيشي :

المجموع		متوسط		حسن		جيد		المستوى المعيشي المتغيرات
النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	
12%	06	15.62%	05	—	—	12.5%	01	صباحا
22%	11	25%	08	—	—	37.5%	03	مساء
14%	07	12.5%	04	30%	03	—	—	الظهيرة
52%	26	46.87%	15	70%	07	50%	04	في أي وقت
100%	50	100%	32	100%	10	100%	08	المجموع

التحليل الكمي :

يمثل الجدول أوقات قراءة الصحف الإلكترونية من قبل المبحوثين و علاقته بمتغير المستوى المعيشي ، حيث تؤكد المعطيات الجدولية على ميل غالبية المبحوثين من مختلف المستويات المعيشية إلى مطالعة الصحف الإلكترونية في أي وقت و ذلك بنسب عالية قدرت ب 70 % للمبحوثين ذوي المستوى المعيشي حسن ،تليها نسبة 50 % للمستوى المعيشي جيد في المقابل نجد نسبة 46.87 % في المستوى المعيشي متوسط ، في حين بلغت نسبة المبحوثين الذين يفضلون مطالعة الصحف الإلكترونية مساء 37.5 % للمستوى المعيشي جيد في حين بلغت نسبة 25 % للمستوى المتوسط في حين انعدمت النسبة تماما في المستوى المعيشي حسن ، في حين بلغت نسبة الإجابة على وقت الظهيرة 30 % للمبحوثين ذوي المستوى المعيشي حسن و 12.5 % للمستوى المعيشي متوسط في حين انعدمت النسبة في المستوى المعيشي جيد ، في حين بلغت نسبة المبحوثين الذين يفضلون مطالعة الصحف الإلكترونية صباحا 15.62 % للمبحوثين ذوي المستوى المعيشي متوسط ونسبة 12.5 للمستوى الجيد في حين انعدمت النسبة في المستوى المعيشي حسن .

التحليل الكيفي :

من خلال كل هذا يتضح لنا أن غالبية المبحوثين ذوي المستوى المعيشي حسن يفضلون مطالعة الصحف الإلكترونية في أي وقت و ذلك حسب توفر وقت الراحة لدى المبحوثين و كذا للإطلاع على الأحداث الجارية و الآنية باعتبار أن الصحيفة الإلكترونية تنشر الأخبار و الأحداث بصفة دورية و منتظمة .

جدول رقم 11 : يوضح طبيعة الصحف الإلكترونية التي يطالعها المبحوثين

وعلاقته بمتغير الجنس :

الجنس المتغيرات	نكر		أنثى		المجموع	
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
تطالع كل الصحيفة	05	%33.33	—	—	05	%10
المواضيع التي تهمك	07	%46.66	29	%82.85	36	%72
تقرأ العناوين فقط	03	%20	06	%17.14	09	%18
المجموع	15	%100	35	%100	50	%100

التحليل الكمي :

تظهر قراءة الجدول طبيعة الصحف الإلكترونية التي يطالعها المبحوثين وعلاقته بمتغير الجنس حيث تظهر المعطيات الجدولية أن غالبية المبحوثين من كلا الجنسين يطالعون في الصحيفة الإلكترونية المواضيع التي تهمهم حيث نجد أن أعلى نسبة كانت للمبحوثين الإناث فقد بلغت نسبتهم 82.85 % مقارنة بفئة الذكور الذين بلغت نسبتهم 46.66 % ، في حين بلغت نسبة المبحوثين الذين يقرؤون العناوين فقط 20 % لدى فئة الذكور في حين قدرت 17.14 % لدى فئة الإناث ، أما نسبة المبحوثين الذين يطالعون كل الصحيفة قدرت نسبتهم بـ 33.33 % لدى فئة الذكور في حين انعدمت النسبة تماما لدى فئة الإناث .

التحليل الكيفي :

و عموماً فإنه و تبعاً للفروقات الفردية بين الجنسين فإن فئة الإناث أكثر ميلاً لمطالعة المواضيع التي تهمهم مقارنة بالذكور و ذلك كون هذه الفئة لديها اهتمامات و رغبات محددة و معينة ، أما الفئة التي تطالع كل الصحيفة هم من فئة الذكور كون هذه الفئة لديها حب التطلع و معرفة الأخبار حول مختلف المواضيع وفي شتى المجالات .

جدول رقم 12: يوضح طبيعة الصحف الإلكترونية التي يطالعها المبحوثين وعلاقته بمتغير المستوى المعيشي :

المستوى المعيشي المتغيرات	جيد		حسن		متوسط		المجموع	
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
تطالع كل الصحيفة	03	37.5%	—	—	02	6.25%	05	10%
المواضيع التي تهمك	05	62.5%	06	60%	25	78.12%	36	72%
تقرأ العناوين فقط	—	—	04	40%	05	15.62%	09	18%
المجموع	08	100%	10	100%	32	100%	50	100%

التحليل الكمي :

توضح معطيات الجدول التي تمثل طبيعة الصحف الإلكترونية التي يطالعها المبحوثين وعلاقته بمتغير المستوى المعيشي أن من جميع المستويات المعيشية يفضلون مطالعة المواضيع التي تهمهم حيث نجد أن النسب متقاربة في جميع المستويات المعيشية فقد قدرت أعلى نسبة للمبحوثين ذوي المستوى المعيشي متوسط و ذلك ب 78.12 % تليها نسبة 62.5 % للمستوى المعيشي جيد في حين بلغت نسبة 60 % للمستوى المعيشي حسن ، أما الفئة التي صرحت أنها تقرأ العناوين فقط قدرت نسبتهم 40 % لأفراد العينة الذين مستواهم المعيشي حسن

في حين قدرت بـ 15.62 % للمبحوثين ذوي المستوى المعيشي متوسط أما في المستوى المعيشي الجيد فقد انعدمت النسبة ، أما المبحوثين الذين يطالعون كل الصحيفة بلغت نسبتهم 37.5 % للمستوى المعيشي جيد تليها نسبة 6.25 % للمستوى المعيشي متوسط في حين انعدمت النسبة في المستوى المعيشي حسن .

التحليل الكيفي :

من خلال كل هذا نستنتج أن غالبية المبحوثين ذوي المستوى المعيشي متوسط يطالعون المواضيع التي تهمهم و ذلك بسبب أن مستواهم المعيشي لا يسمح لهم بالإطلاع على كافة المواضيع لذلك يطالعون المواضيع التي تتوافق مع اهتماماتهم و رغباتهم أما الفئة التي تطالع كل الصحيفة مستواهم المعيشي جيد ويمكن إرجاع هذا إلى امتلاك الوسائل و الدعائم الإلكترونية التي تسمح لهم بالربط بشبكة الانترنت.

جدول رقم 13 : يوضح سبب تفضيل الصحيفة الإلكترونية من طرف المبحوثين و علاقته بمتغير الجنس :

الجنس	ذكر		أنثى		المجموع	
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
سهولة الاستخدام	06	40%	15	42.85%	21	42%
سرعة نقل المعلومة	06	40%	06	17.14%	12	24%
انتشارها الواسع	03	20%	14	40%	17	34%
المجموع	15	100%	35	100%	50	100%

التحليل الكمي :

تظهر قراءة الجدول سبب تفضيل الصحيفة الإلكترونية من طرف الطلبة الجامعيين و علاقته بمتغير الجنس ، حيث تظهر المعطيات الجدولية أن نسبة 42.85 % من المجموع الكلي لأفراد العينة هم من الإناث يفضلون مطالعة الصحف الإلكترونية بسبب سهولة استخدامها في حين بلغت نسبة 40 % لدى فئة الذكور ، أما المبحوثين الذين يحبذون استخدام الصحيفة الإلكترونية لانتشارها الواسع بلغت 40 % لدى الإناث في المقابل نجد أن فئة الذكور بلغت نسبتهم 20 % ، أخيرا نجد أن أدنى نسبة للمبحوثين الذين صرحوا أن سبب تفضيلهم لمطالعة الصحف الإلكترونية سرعة نقلها للمعلومة حيث قدرت نسبة الإناث 40 % في حين قدرت نسبة الذكور 20 % من المجموع الإجمالي لأفراد العينة .

التحليل الكيفي :

نستنتج من خلال نتائج الجدول أن غالبية المبحوثين يطالعون الصحف الإلكترونية بسهولة استخدامها و سرعة نقلها للمعلومة و هذا إن دل على شيء فإنه يدل على أن الصحيفة الإلكترونية استطاعت أن تجذب اهتمام قراءها نظرا لما تتمتع به من خصائص و مميزات جعلتها أكثر تفضيلا من الصحيفة المطبوعة لدى الطلبة الجامعيين .

جدول رقم 14: يوضح سبب مطالعة الصحف الإلكترونية من طرف المبحوثين

وعلاقته بمتغير المستوى المعيشي :

المتغيرات	المستوى المعيشي	جيد		حسن		متوسط		المجموع	
		العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
سهولة الاستخدام		04	%50	05	%50	15	%46.87	24	%48
سرعة نقل المعلومة		02	%25	03	%30	11	%34.37	16	%32
انتشارها الواسع		02	%25	02	%20	06	%18.75	10	%20
المجموع		08	%100	10	%100	32	%100	50	%100

التحليل الكمي :

نلاحظ من خلال هذا الجدول الذي يمثل أسباب تفضيل المبحوثين للصحيفة الإلكترونية و علاقته بمتغير المستوى المعيشي أن سهولة استخدام الصحيفة الإلكترونية من طرف الطلبة الجامعيين هو السبب الأساسي لتفضيلهم لها حيث نجد أن هناك تساوي في النسب فيما يتعلق بالمستويين المعيشيين جيد و حسن حيث قدرت نسبتهم %50 من المجموع الكلي لأفراد العينة ، تليها نسبة 46.87 % للمبحوثين الذين مستواهم المعيشي متوسط ، في حين نجد أن نسبة المبحوثين الذين يفضلون مطالعة الصحف الإلكترونية لسرعة نقلها للمعلومة مستواها المعيشي متوسط أخذت أعلى نسبة و ذلك ب 34.37 % في حين نجد أن هناك تقارب نسبي بين المستوى المعيشي حسن و الذي قدرت نسبته ب 30 % تليها نسبة 25 % للمستوى الجيد ، أما بما يتعلق بالفئة التي سرحت أن سبب مطالعتها للصحف الإلكترونية هو انتشارها الواسع قدرت نسبتهم 25 % من المجموع الإجمالي لأفراد العينة الذين مستواهم المعيشي جيد، تليها نسبة 20 % للمستوى المعيشي الحسن وأخيرا نجد نسبة 18.75 % للمبحوثين الذين مستواهم المعيشي متوسط .

التحليل الكيفي :

و مما سبق يمكن القول أن غالبية المبحوثين يرجعون السبب الرئيسي لتفضيلهم لمطالعة الصحيفة الإلكترونية هو سهولة استخدامها بالإضافة إلى وجود أسباب أخرى كالتنوع في المواضيع و كذا إمكانية الرجوع إليها في وقت لأن الصحيفة الإلكترونية تعمل على تحديث خدماتها الإخبارية بشكل مستمر طوال اليوم و ذلك لمسايرة الطبيعة الخاصة لشبكة الانترنت التي تعد الفورية من أهم سماتها .

I. دور الصحيفة الإلكترونية في نشر الوعي البيئي :

جدول رقم 15 : يوضح رأي المبحوثين حول مضمون الصحيفة الإلكترونية فيما يتعلق بالمواضيع البيئية و علاقته بمتغير الجنس :

الجنس المتغيرات	ذكر		أنثى		المجموع	
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
جيد	03	%20	02	%5.71	05	%10
حسن	04	%26.66	15	%42.85	19	%38
مقبول	06	%40	18	%51.42	24	%48
رديء	02	%13.33	—	—	02	%4
المجموع	15	%100	35	%100	50	%100

التحليل الكمي :

تظهر قراءة الجدول تقييم المبحوثين لمضمون الصحيفة الإلكترونية فيما يتعلق بالمواضيع البيئية و علاقته بمتغير الجنس ، حيث يتبين لنا من خلال قراءة معطيات الجدول

أن المبحوثين من كلا الجنسين يقيمون مضمون الصحيفة الإلكترونية و يرون بأنه مقبول حيث بلغت نسبة الإناث 51.42 % ، و 40 % بالنسب لفئة الذكور ، كما قدرت نسبة إجابة المبحوثين على عبارة حسن ب 42.85 % لدى فئة الإناث مقابل 26.66 % لفئة الذكور ، و جاءت نسبة الإجابة على عبارة جيد 20 % لدى فئة الذكور تليها نسبة 5.71 % لدى الإناث ، في المقابل نجد نسبة قليلة لإجابة المبحوثين على عبارة رديء، حيث بلغت نسبة الذكور 13.33 % من المجموع الكلي لأفراد العينة في حين انعدمت النسبة فيما يتعلق بفئة الذكور .

التحليل الكيفي :

و مما سبق يتضح لنا أن أغلبية المبحوثين يرون أن مضمون الصحيفة الإلكترونية مقبول إلى حد ما فيما يتعلق بالمواضيع البيئية من خلال ما تحويه من أخبار و مقالات و تعليقات و صور ... التي تسمح لهذه الأخيرة بالتأثير على المبحوثين و بالتالي رفع مستوى الوعي و الحس البيئي لدى هذه الفئة من المجتمع .

جدول رقم 16: يوضح رأي المبحوثين حول مضمون الصحيفة الإلكترونية فيما

يتعلق بالمواضيع البيئية و علاقته بمتغير المستوى المعيشي :

المستوى المعيشي المتغيرات		جيد		حسن		متوسط		المجموع	
		العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
جيد		02	%25	02	%20	02	%6.25	06	%12
حسن		03	%37.5	03	%30	12	%37.5	18	%36
مقبول		03	%37.5	05	%50	16	%50	24	%48
رديء		—	—	—	—	02	%6.25	02	%04
المجموع		08	%100	10	%100	32	%100	50	%100

التحليل الكمي :

يمثل الجدول تقييم المبحوثين لمضمون الصحيفة الإلكترونية فيما يتعلق بالمواضيع البيئية و علاقته بمتغير المستوى المعيشي ، حيث يبرز الجدول أن المبحوثين من كل المستويات المعيشية يقيمون الصحيفة الإلكترونية ايجابيا حيث بلغت نسبة الإجابة على عبارة مقبول 50 % للمبحوثين من ذوي المستويين المعيشيين حسن و متوسط و نسبة 37.5 % للمستوى المعيشي جيد ، كما كانت نسبة الإجابة على عبارة حسن متساوية لكلا المستويين جيد و متوسط فقد قدرت نسبتهم ب 37.5 % في المقابل نجد نسبة 30 % لإجابة المبحوثين الذين مستواهم المعيشي حسن أما فيما يتعلق بالإجابة على عبارة جيد فقد قدرت نسبتهم 25 % للمستوى المعيشي جيد و نسبة 20 % للمستوى المعيشي حسن ، في المقابل نجد نسبة 6.25 % للمستوى المعيشي متوسط ، و جاءت نسبة إجابة المبحوثين على إجابة رديء منخفضة نسبيا لدى جل المبحوثين من كل المستويات المعيشية حيث بلغت 6.25 % لأفراد

العينة ذوي المستوى المعيشي متوسط في حين انعدمت تماما لدى المبحوثين من ذوي المستوى المعيشي جيد و حسن .

التحليل الكيفي :

و مما سبق يتضح لنا أن غالبية أفراد العينة من ذوي المستوى المعيشي حسن و متوسط يرون أن مضمون الصحيفة الإلكترونية فيما يتعلق بالمواضيع البيئية مقبول و ذلك باعتبارها أداة تعمل على توضيح المفاهيم البيئية من خلال إحاطة المبحوثين بكافة المعلومات و الحقائق الموضوعية المتعلقة بالقضايا والمشكلات البيئية المثارة و المطروحة .

جدول رقم 17 : يوضح مدى مساهمة أو عدم مساهمة الصحيفة الإلكترونية في

نشر الوعي البيئي و علاقته بمتغير الجنس :

الجنس	ذكر		أنثى		المجموع	
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
نعم	10	%66.66	31	%88.57	41	%82
لا	05	%33.33	04	%11.42	09	%18
المجموع	15	%100	35	%100	50	%100

التحليل الكمي :

يمثل الجدول رأي المبحوثين حول مساهمة أو عدم مساهمة الصحيفة الإلكترونية في نشر الوعي البيئي وفقا لمتغير الجنس ، حيث يتضح لنا من خلال المعطيات الجدولية أن المبحوثين من كلا الجنسين يرون بأن الصحيفة الإلكترونية تساهم في نشر الوعي البيئي حيث

وجد نسبة الإجابة بنعم كانت أعلى عند الإناث منها عند الذكور حيث قدرت ب 88.57 % لدى الإناث و 66.66 % لدى الذكور و جاءت نسبة الإجابة بلا أعلى لدى المبحوثين الذكور حيث قدرت نسبتهم ب 33.33 % مقابل 11.42 % لدى المبحوثين الإناث .

التحليل الكيفي :

ومنه نستنتج أن غالبية المبحوثين هم من فئة الإناث يرون أن الصحيفة الإلكترونية تساهم في نشر الوعي البيئي و ذلك من خلال محاولتها ترشيد سلوك الإنسان الخاص بحماية البيئة و رعايتها بتوضيح المفاهيم البيئية لدى المبحوثين ومحاولتها إكسابهم مهارات التعامل مع البيئة لصيانتها من التدهور و المخاطر التي تواجهها .

جدول رقم 18 : يوضح مدى مساهمة أو عدم مساهمة الصحيفة الإلكترونية في نشر الوعي البيئي و علاقته بمتغير المستوى المعيشي :

المستوى المعيشي المتغيرات	جيد		حسن		متوسط		المجموع	
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
نعم	06	75%	08	80%	27	84.37%	41	82%
لا	02	25%	02	20%	05	15.62%	9	18%
المجموع	08	100%	10	100%	32	100%	50	100%

التحليل الكمي :

يمثل الجدول رأي المبحوثين حيال مساهمة أو عدم مساهمة الصحيفة الإلكترونية في نشر الوعي البيئي و علاقته بمتغير المستوى المعيشي ، حيث يبرز الجدول أن المبحوثين من كل المستويات المعيشية يؤكدون على دور الصحيفة الإلكترونية في نشر الوعي البيئي و

ذلك بنسبة مرتفعة قدرت ب 84.37 % للمبحوثين من ذوي المستوى المعيشي متوسط ، و 80 % للمستوى المعيشي حسن ونسبة 75 % بالنسبة للمبحوثين من المستوى المعيشي جيد ، أما فيما يتعلق بنسبة الإجابة على عبارة لا فقد منخفضة مقارنة بالنسب المسجلة في عبارة نعم فقد كان هناك تقارب نسبي بين المستويين المعيشيين جيدو ذلك بنسبة 25 % و حسن بنسبة 20 % مقابل 15.62 % للمستوى المعيشي متوسط .

التحليل الكيفي :

من خلال النتائج المبينة في الجدول نستنتج أن غالبية المبحوثين ذوي المستوى المعيشي متوسط يرون أن الصحيفة الإلكترونية تساهم في نشر الوعي البيئية ويظهر ذلك من خلال ما تنشره من معلومات و معطيات تخص البيئة لبلورة و تشكيل الوعي و الحس البيئي لدى المبحوثين لحمايتها من كل المخاطر التي تهددها .

جدول رقم 19 : يوضح تقييم المبحوثين لمدى مساهمة الصحيفة الإلكترونية في

نشر الوعي البيئي و علاقته بمتغير الجنس :

الجنس / المتغيرات	ذكر		أنثى		المجموع	
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
كبيرة	04	%40	04	%12.90	08	%19.51
متوسطة	02	%20	12	%38.70	14	%34.14
مقبولة	04	%40	15	%48.38	19	%46.34
ضعيفة	—	—	—	—	—	—
المجموع	10	%100	31	%100	41	%100

التحليل الكمي :

يمثل الجدول تقييم المبحوثين لمدى مساهمة الصحيفة الإلكترونية في نشر الوعي البيئي و علاقته بمتغير الجنس ، حيث يتضح من خلال الجدول وجود تباين بين إجابات المبحوثين من كلا الجنسين حيث قدرت نسبة الإجابة على عبارة مقبول 48.38 % لدى فئة الإناث في حين قدرت ب 40 % لدى الذكور ، أما فيما يتعلق بنسبة الإجابة على عبارة متوسطة قدرت 38.70 % عند الإناث مقابل 20 % لدى الذكور ، و جاءت نسبة إجابة المبحوثين على عبارة كبيرة 40 % لدى فئة الذكور في حين بلغت نسبة الإناث 12.90 % ، أما نسبة إجابة المبحوثين على عبارة ضعيفة فقد كانت معدومة تماما من ذوي الجنسين .

التحليل الكيفي :

ومما سبق نستنتج أن الصحيفة الإلكترونية لديها مساهمة مقبولة إلى حد ما في نشر الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين و هذا انطلاقا من تقديم رسائل بيئية تحسيسية للمبحوثين تدفعه إلى المشاركة الايجابية و الفعالة بتبني سلوكيات معينة تؤدي به إلى الإقلال من الأخطار التي تتعرض لها البيئة .

جدول رقم 20 : يوضح تقييم المبحوثين لمدى مساهمة الصحيفة الإلكترونية في نشر الوعي البيئي و علاقته بمتغير المستوى المعيشي :

المستوى المعيشي المتغيرات	جيد		حسن		متوسط		المجموع	
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
كبيرة	02	%33.33	01	%12.5	05	%18.51	08	%19.51
متوسطة	01	%16.66	01	%12.5	12	%44.44	14	%34.14
مقبولة	03	%50	06	%75	10	%37.03	19	%46.34
ضعيفة	—	—	—	—	—	—	—	—
المجموع	06	%100	08	% 100	27	%100	41	%100

التحليل الكمي :

يمثل الجدول تقييم المبحوثين لمدى مساهمة الصحيفة الإلكترونية في نشر الوعي البيئي و علاقته بمتغير المستوى المعيشي حيث يظهر لنا من خلال نتائج الجدول أن عبارة مقبولة أخذت أعلى نسبة حيث قدرت ب 75 % بالنسبة للمبحوثين من ذوي المستوى المعيشي حسن

تليها نسبة 50 % للمستوى المعيشي جيد تقابلها نسبة 37.03 % للمستوى المعيشي متوسط ، أما إجابة المبحوثين على عبارة متوسطة قدرت نسبتهم 44.44 % للمبحوثين ذوي المستوى المعيشي متوسط و 16.66 للمستوى الجيد تليها نسبة 12.5 % للمستوى حسن ، أما فيما يتعلق بالإجابة المبحوثين على عبارة كبيرة فقد بلغت نسبتهم 33.33 % لأفراد العينة ذوي المستوى المعيشي جيد و 18.51 % للمستوى المعيشي متوسط أخيرا نجد أدنى نسبة للمستوى المعيشي حسن و الذي قدرت نسبته ب 12.5 % ، أما الفئة التي أجابت على عبارة ضعيفة فقد كانت نسبتها معدومة تماما لدى المبحوثين من كل المستويات المعيشية.

التحليل الكيفي :

من خلال كل هذا نستنتج أن غالبية المبحوثين من ذوي المستوى المعيشي حسن يجدون أن مساهمة الصحيفة الإلكترونية في نشر الوعي البيئي مقبولة ويتجلى هذا من خلال تحديد مسؤوليات الأفراد أي الطلبة الجامعيين تجاه البيئة و من ثم صقل معلوماتهم و معارفهم حيال البيئة و مشكلاتها بما يؤهلهم للتعامل الإيجابي مع البيئة و اكتساب وعي بيئي حيالها .

جدول رقم 21: يوضح مدى قدرة الصحيفة الإلكترونية في زيادة الرصيد المعرفي المتعلق بقضايا البيئة و التوعية البيئية لدى المبحوثين و علاقته بمتغير الجنس :

الجنس	نكر		أنثى		المجموع	
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
نعم	04	%26.66	09	%25.71	13	%26
لا	04	%26.66	01	%2.85	05	%10
نوعا ما	07	%46.66	25	%71.42	32	%64
المجموع	15	%100	35	%100	50	%100

التحليل الكمي :

تظهر المعطيات الجدولية التي تمثل مدى قدرة الصحيفة الإلكترونية في زيادة الرصيد المعرفي المتعلق بقضايا البيئة و التوعية البيئية لدى المبحوثين و علاقته بمتغير الجنس حيث يكشف الجدول أن نسبة كبيرة من المبحوثين من كلا الجنسين صرحوا بأن الصحيفة الإلكترونية استطاعت أن تثري رصيدهم المعرفي المتعلق بقضايا البيئة و التوعية البيئية نوعا ما و ذلك بنسبة 71.42 % لدى فئة الإناث و التي أخذت أعلى نسبة مقارنة بالذكور الذين قدرت نسبتهم ب 46.66 % ، أما نسبة الإجابة على عبارة نعم فبلغت 26.66 % لدى فئة الذكور و 25.71 % لدى فئة الإناث ، أما نسبة المبحوثين الذين صرحوا أن الصحيفة الإلكترونية لا تزيد من رصيدهم المعرفي المتعلق بقضايا البيئة و التوعية البيئية قدرت نسبتهم ب 26.66 % لأفراد العينة من الذكور في حين بلغت 2.85 % لدى فئة الإناث .

التحليل الكيفي :

نستنتج من خلال كل هذا أن غالبية المبحوثين هم من الإناث يجدون أن الصحيفة الإلكترونية استطاعت أن تزيد من رصيدهم المعرفي المتعلق بقضايا البيئة و التوعية البيئية نوعا ما من خلال تزويدهم بالأخبار و المعلومات عن الأحداث البيئية في العالم و كذا تعريفهم بالمخاطر و المشكلات التي تواجهها البيئة .

جدول رقم 22 :يوضح مدى قدرة الصحيفة الإلكترونية في زيادة الرصيد المعرفي المتعلق بقضايا البيئة و التوعية البيئية لدى المبحوثين و علاقته بمتغير المستوى المعيشي :

المستوى المعيشي المتغيرات		جيد		حسن		متوسط		المجموع	
		العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
نعم		04	50%	03	30%	07	21.87%	14	28%
لا		—	—	—	—	04	12.5%	04	8%
نوعا ما		04	50%	07	70%	21	65.62%	32	64%
المجموع		08	100%	10	100%	32	100%	50	100%

التحليل الكمي :

نلاحظ من خلال الجدول الذي يوضح مدى قدرة الصحيفة الإلكترونية في زيادة الرصيد المعرفي المتعلق بقضايا البيئة و التوعية البيئية لدى المبحوثين حيث توضح المعطيات الجدولية أن المبحوثين من المستويات المعيشية الثلاث صرحوا أن الصحيفة الإلكترونية زادت

من رصيدهم المعرفي المتعلق بقضايا البيئة و ذلك بنسب متقاربة بين جميع المستويات حيث بلغت نسبة المبحوثين ذوي المستوى المعيشي حسن 70 % تليها نسبة 65.62 % للمستوى متوسط في المقابل نجد نسبة 50 % لأفراد العينة من المستوى المعيشي جيد ، أما نسبة الإجابة على عبارة نعم فبلغت 50 % للمبحوثين ذوي المستوى المعيشي جيد و 30 % للمستوى المعيشي حسن أخيرا نجد نسبة 21.87 % للمستوى المعيشي متوسط ، و أخيرا نجد الفئة التي صرحت أن الصحيفة الإلكترونية لا تساهم في زيادة رصيدهم المتعلق بقضايا البيئة و التوعية البيئية حيث نجد نسبة 12.5 % لأفراد العينة ذوي المستوى المعيشي متوسط أما في المستويين المعيشيين جيد و حسن كانت النسبة معدومة تماما .

التحليل الكيفي :

و من خلال كل هذا نستنتج أن غالبية المبحوثين من ذوي المستوى المعيشي حسن صرحوا أن الصحيفة الإلكترونية استطاعت أن ترفع من رصيدهم المعرفي المتعلق بقضايا البيئة و التوعية البيئية و ذلك من خلال تعزيز المعاني و المفاهيم والتصورات الفكرية لدى المبحوثين حول البيئة و قضاياها بهدف تنمية الوعي البيئي تجاه قضايا البيئة .

جدول رقم 23: يوضح مساهمة أو عدم مساهمة الصحيفة الإلكترونية في نشر

الوعي البيئي لدى المبحوثين كمستخدمين لها و علاقته بمتغير الجنس :

الجنس المتغيرات	نكر		أنثى		المجموع	
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
نعم	04	%26.66	15	%42.85	19	%38
لا	05	%33.33	04	%11.42	09	%18
نوعا ما	06	%40	16	%45.71	22	%44
المجموع	15	%100	35	%100	50	%100

التحليل الكمي :

يمثل الجدول مساهمة أو عدم مساهمة الصحيفة الإلكترونية في نشر الوعي البيئي لدى المبحوثين و علاقته بمتغير الجنس حيث يتبين لنا من خلال قراءة معطيات الجدول أن المبحوثين من كلا الجنسين صرحوا بأن الصحيفة الإلكترونية تساهم في نشر الوعي البيئي نوعا ما و ذلك بنسبة 45.71 % لدى الإناث و 40 % لدى الذكور ، كما قدرت نسبة الإجابة على عبارة نعم 42.85 % لدى فئة الإناث في المقابل نجد أن فئة الذكور بلغت نسبتهم 26.66 % ، و جاءت نسبة الإجابة على عبارة لا و التي أخذت أدنى نسبة حيث بلغت نسبة 33.33 % لدى فئة الذكور و نسبة 11.42 % لدى فئة الإناث .

التحليل الكيفي :

من خلال كل هذا نستنتج أن غالبية المبحوثين هم من الإناث يجدون أن الصحيفة الإلكترونية تساهم في نشر الوعي البيئي نوعا ما و ذلك من خلال ما تنشره من مواضيع تخص البيئة و كذا التعريف بخطورة المشكلات التي تحدث بالبيئة ومحاولة إيجاد الطرق و الحلول للحفاظ عليها .

جدول رقم 24: يوضح مساهمة أو عدم مساهمة الصحيفة الإلكترونية في نشر الوعي البيئي لدى المبحوثين كمستخدمين لها و علاقته بمتغير المستوى المعيشي :

المجموع		متوسط		حسن		جيد		المستوى المعيشي المتغيرات
النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	
%36	18	%31.25	10	%40	04	%50	04	نعم
%18	09	%18.75	06	%20	02	%12.5	01	لا
%46	23	%50	16	%40	04	%37.5	03	نوعا ما
%100	50	%100	32	% 100	10	%100	08	المجموع

التحليل الكمي :

نلاحظ من خلال الجدول الذي يوضح مساهمة أو عدم مساهمة الصحيفة الإلكترونية في نشر الوعي البيئي لدى المبحوثين و علاقته بمتغير المستوى المعيشي ، حيث تظهر قراءة الجدول أن المبحوثين من المستويات المعيشية الثلاث صرحوا أن الصحيفة الإلكترونية تساهم في نشر الوعي البيئي لديهم نوعا ما و ذلك بنسبة 50 % للمبحوثين ذوي المستوى المعيشي متوسط و 40% للمستوى المعيشي حسن تليها نسبة 37.5 % للمستوى المعيشي جيد ، أما

نسبة الإجابة على عبارة نعم فبلغت 50 % لأفراد العينة من ذوي المستوى المعيشي جيد و نسبة 40% للمستوى المعيشي حسن في المقابل نجد نسبة 31.25 % للمستوى المعيشي متوسط أخيرا نجد نسبة الإجابة على عبارة لا بلغت 20% لأفراد العينة من ذوي المستوى المعيشي حسن في حين نجد نسبة 18.75 % للمبحوثين ذوي المستوى المعيشي متوسط أما نسبة أفراد العينة من ذوي المستوى المعيشي جيد بلغت نسبتهم 21.5 % من المجموع الكلي لأفراد العينة .

التحليل الكيفي :

من خلال كل هذا نستنتج أن غالبية المبحوثين من ذوي المستوى المعيشي متوسط صرحوا أن الصحيفة الإلكترونية ساهمت في نشر الوعي البيئي لديهم نوعا ما و ذلك نظرا لقدرتها التأثيرية على المعرفة و الاتجاه و السلوك من خلال الرسائل الإعلامية الموجهة لهم لتزويدهم بالمعلومات البيئية و التعريف بها و بعناصرها ومشكلاتها ...الخ لتكوين قاعدة معرفية لكل فرد ما يزيد من درجة الوعي البيئي لديهم.

جدول رقم 25: يوضح المنفعة الإعلامية التي تحققها الصحيفة الإلكترونية

للمبحوثين في مجال البيئة و علاقته بمتغير الجنس :

المتغيرات	الجنس	ذكر		أنثى		المجموع	
		العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
التعرف على أخبار البيئة		03	20%	05	14.28%	08	16%
الإطلاع على الأحداث البيئية في العالم		04	26.66%	13	37.14%	17	34%
زيادة الوعي البيئي لديك		04	26.66%	06	17.14%	10	20%

التعريف بخطورة البيئة	04	%26.66	11	%31.42	15	%30
المجموع	15	%100	35	%100	50	%100

التحليل الكمي :

يمثل الجدول المنفعة الإعلامية التي تحققها الصحيفة الإلكترونية للمبحوثين في مجال البيئة و علاقته بمتغير الجنس حيث يتضح لنا من خلال معطيات الجدول أن الإطلاع على الأحداث البيئية هي أكثر أنواع المنفعة الإعلامية المحققة لدى المبحوثين من كلا الجنسين حيث بلغت نسبة الإناث 37.14% و نسبة الذكور 26.66 % ، يليها التعريف بخطورة المشكلات البيئية و ذلك بنسبة 31.42 % لدى فئة الإناث و 26.66 % لدى فئة الذكور ، أما فيما يتعلق بإجابة المبحوثين على أن المنفعة الإعلامية التي تحققها لهم الصحيفة الإلكترونية في مجال البيئة هي زيادة رصيده المعرفي فقد قدرت نسبة الذكور 26.66 % تقابلها نسبة 17.14 % لفئة الإناث

التحليل الكيفي :

من خلال كل هذا نستنتج أن الإطلاع على الأحداث البيئية في العالم هي المنفعة الإعلامية التي تحققها الصحيفة الإلكترونية للمبحوثين في مجال البيئة لتعريفهم بالمشكلات و الأخطار التي تواجهها البيئة في مختلف أنحاء العالم و كذا لتتوير المبحوثين لتكوين رأي صائب في الموضوعات و المشكلات البيئية المثارة والمطروحة و محاولتها زيادة الوعي البيئية لديهم .

جدول رقم 26 : يوضح المنفعة الإعلامية التي تحققها الصحيفة الإلكترونية

للمبحوثين و علاقته بمتغير المستوى المعيشي :

المستوى المعيشي المتغيرات	جيد		حسن		متوسط		المجموع	
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
التعرف على أخبار البيئة	01	%12.5	02	%20	04	%12.5	07	%14
الإطلاع على الأحداث البيئية في العالم	03	%37.5	02	%20	10	%31.25	15	%30
زيادة الوعي البيئي لديك	02	%25	01	%10	08	%25	11	%22
التعريف بخطر المشكلات البيئية	02	%25	05	%50	10	%31.25	17	%34
المجموع	08	%100	10	%100	32	%100	50	%100

التحليل الكمي :

يمثل الجدول المنفعة الإعلامية التي تحققها الصحيفة الإلكترونية للمبحوثين في مجال البيئة و علاقتها بالمستوى المعيشي حيث يتضح لنا من خلال المعطيات الجدولية أن التعريف بخطورة المشكلات البيئية هي أكثر أنواع المنفعة التي تحقق للمبحوثين من خلال الصحيفة الإلكترونية حيث قدرت نسبة المبحوثين ذوي المستوى المعيشي حسن ب 50 % تليها نسبة 31.25 % لأفراد العينة الذين مستواهم المعيشي متوسط في حين بلغت نسبة 25 % للمستوى المعيشي جيد ، تليها الإطلاع على الأحداث البيئية في العالم حيث بلغت نسبة المبحوثين

ذوي المستوى المعيشي جيد 37.5 % و التي مثلت أعلى نسبة تليها 31.25 % للمستوى المعيشي متوسط في حين بلغت 20 % للمستوى المعيشي حسن ، أما الفئة التي صرحت أن المنفعة الإعلامية التي تحققها من الصحيفة الإلكترونية هو زيادة الوعي البيئي حيث نجد أن نسبة 25 % في المستوى المعيشي جيد جاءت متساوية بالنسبة للمستوى المعيشي متوسط أما نسبة المبحوثين ذوي المستوى المعيشي حسن فقد قدرت نسبتهم 10% ، أخيرا نجد نسبة للمبحوثين الذين اعتبروا أن التعرف على أخبار البيئة هي المنفعة الإعلامية المحققة من الصحيفة الإلكترونية حيث بلغت نسبة 20 % للمبحوثين ذوي المستوى المعيشي حسن في حين جاءت النسب متساوية في المسويين المعيشيين جيد و متوسط و ذلك بنسبة 12.5 % .

التحليل الكيفي :

من خلال كل هذا نستنتج أن المنفعة الإعلامية التي تحققها الصحيفة الإلكترونية للمبحوثين ذوي المستوى المعيشي حسن هو التعريف بخطورة المشكلات البيئية للحد من المشكلات البيئية التي تواجهها و محاولة وضع الحلول من أجل حمايتها .

II. مساهمة الصحيفة الإلكترونية في إكساب الطلبة الجامعيين اتجاهات ايجابية نحو البيئة :

جدول رقم 27 : يوضح قدرة أو عدم قدرة الصحيفة الإلكترونية في تغيير

اتجاهات المبحوثين نحو البيئة و علاقته بمتغير الجنس :

الجنس المتغيرات	نكر		أنثى		المجموع	
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
نعم	05	%33.33	14	%40	19	%38
لا	02	%13.33	02	%5.71	04	%08
نوعا ما	08	%53.33	19	%54.28	27	%54
المجموع	15	%100	35	%100	50	%100

التحليل الكمي :

نلاحظ من خلال الجدول الذي يوضح قدرة أو عدم قدرة الصحيفة الإلكترونية في تغيير اتجاهات المبحوثين نحو البيئة و علاقته بمتغير الجنس حيث يتبين لنا من خلال قراءة معطيات الجدول أن المبحوثين من كلا الجنسين صرحوا أن الصحيفة الإلكترونية استطاعت تغيير اتجاهاتهم نحو البيئة نوعا ما حيث كانت النسب متقاربة لكلا الجنسين فقد بلغت نسبة 54.28 % لدى الإناث و نسبة 53.33 % لدى الذكور في المقابل نجد نسبة الإجابة على عبارة نعم قدرت ب 40 % لدى الإناث و 33.33 % لدى فئة الذكور ، أخيرا نجد نسبة إجابة المبحوثين على عبارة بلغت 13.33 % لدى فئة الذكور تليها نسبة الإناث ب 5.71 %.

التحليل الكيفي :

نستنتج من خلال كل هذا أن غالبية المبحوثين من الإناث استطاعت الصحيفة الإلكترونية تغيير اتجاهاتهم نحو البيئة نوعا ما و هذا يدل على أن الصحيفة الإلكترونية استطاعت تشكيل وعي بيئي لدى المبحوثين سواء في تزويده بالمعلومات البيئية أو في تشكيل الاتجاهات و المواقف تجاه قضايا البيئة .

جدول رقم 28 : يوضح قدرة الصحيفة الإلكترونية أو عدم قدرتها في تغيير

اتجاهات المبحوثين نحو البيئة و علاقته بمتغير المستوى المعيشي :

المستوى المعيشي المتغيرات		جيد		حسن		متوسط		المجموع	
		العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
نعم		03	%37.5	05	%50	12	%37.5	20	%40
لا		—	—	—	—	04	%12.5	04	%08
نوعا ما		05	%62.5	05	%50	16	%50	26	%52
المجموع		08	%100	10	%100	32	%100	50	%100

التحليل الكمي :

يتبين لنا من خلال الجدول الذي يوضح قدرة أو عدم قدرة الصحيفة الإلكترونية في تغيير اتجاهات المبحوثين نحو البيئة و علاقته بمتغير المستوى المعيشي حيث يتبين لنا من خلال قراءة معطيات الجدول أن المبحوثين من المستويات المعيشية الثلاث صرحوا أن الصحيفة الإلكترونية استطاعت تغيير اتجاهاتهم نحو البيئة حيث بلغت نسبة المبحوثين من ذوي المستوى المعيشي جيد 62.5 % كما جاءت نسبة المبحوثين ذوي المستويين المعيشيين

حسن و متوسط متساوية و ذلك ب 50 % ، تليها نسبة الإجابة على عبارة نعم حيث بلغت نسبة 50 % لأفراد العينة ذوي المستوى المعيشي حسن في حين جاءت النسب متساوية لكلا المستويين المعيشيين جيد و متوسط و ذلك بنسبة 37.5 % ، أخيرا نجد نسبة الإجابة على عبارة لا و التي مثلت أقل نسبة حيث قدرت نسبة المبحوثين ذوي المستوى المعيشي المتوسط 12.5 % في حين كانت النسب معدومة تماما للمستويين المعيشيين جيد و حسن .

التحليل الكيفي :

من خلال كل هذا نستنتج أن غالبية المبحوثين ذوي المستوى المعيشي جيد صرحوا أن الصحيفة الإلكترونية استطاعت تغيير اتجاهاتهم نحو البيئة نوعا ما وهذا يدل على أن الصحيفة الإلكترونية استطاعت التأثير على المبحوثين من خلال تنمية و عيهم البيئي انطلاقا من ما تنشره من مواضيع هادفة تخص البيئة .

جدول رقم 29 : يوضح مساهمة أو عدم مساهمة المبحوثين في نشر مواضيع

تخص البيئة و علاقته بمتغير الجنس :

الجنس المتغيرات	نكر		أنثى		المجموع	
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
نعم	09	60%	23	65.71%	32	64%
لا	06	40%	12	34.28%	18	36%
المجموع	15	100%	35	100%	50	100%

التحليل الكمي :

يمثل الجدول مساهمة أو عدم مساهمة المبحوثين في نشر مواضيع تخص البيئة و علاقته بمتغير الجنس ، حيث يظهر الجدول أن المبحوثين من كلا الجنسين ينشرون مواضيع تخص البيئة حيث نجد أن مساهمة الإناث أكبر إذ قدرت ب 65.71 % في حين قدرت نسبة مساهمة الذكور 60 % ، كما قدرت نسبة الإجابة بلا 40 % من المجموع الكلي لأفراد العينة لدى فئة الذكور و التي أخذت أعلى نسبة مقارنة بفئة الإناث التي قدرت نسبتهم 34.28 %.

التحليل الكيفي :

من خلال كل هذا نستنتج أن فئة الإناث أكثر مساهمة من فئة الذكور في نشر المواضيع المتعلقة بالبيئة كون هذه الفئة أكثر اهتماما و إدراكا بالمخاطر التي تواجه البيئة .

جدول رقم 30: يوضح مساهمة أو عدم مساهمة المبحوثين في نشر مواضيع

تخص البيئة و علاقته بمتغير المستوى المعيشي :

المستوى المعيشي المتغيرات	جيد		حسن		متوسط		المجموع	
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
نعم	07	87.5%	08	80%	17	53.12%	32	64%
لا	01	12.5%	02	20%	15	46.87%	18	36%
المجموع	08	100%	10	100%	32	100%	50	100%

التحليل الكمي :

يمثل الجدول مساهمة أو عدم مساهمة المبحوثين في نشر مواضيع تخص البيئة وفقا لمتغير المستوى المعيشي ، إذ يظهر الجدول أن المبحوثين من كل المستويات المعيشية يساهمون في نشر مواضيع تخص البيئة ، حيث بلغت نسبة المبحوثين ذوي المستوى المعيشي جيد 87.5 % تليها نسبة 80 % للمستوى المعيشي حسن تقابلها نسبة 53.12 % بالنسبة للمستوى المعيشي متوسط ، و بلغت نسبة الإجابة بلا و التي تعبر عن عدم المساهمة ب 46.87 % و التي مثلت أعلى نسبة للمستوى المعيشي متوسط تليها نسبة 20 % للمستوى المعيشي حسن في حين نجد نسبة 12.5 % للمستوى المعيشي جيد .

التحليل الكيفي :

من خلال كل هذا نستنتج أن غالبية المبحوثين من ذوي المستوى المعيشي جيد ينشرون مواضيع تخص البيئة نظرا لتوفر الإمكانيات اللازمة كالدعائم الإلكترونية التي تسمح لهم بنشر المواضيع البيئية .

جدول رقم 31 : يوضح طبيعة المواضيع البيئية التي يساهم بنشرها المبحوثين

وعلاقته بمتغير الجنس :

الجنس	ذكر		أنثى		المجموع	
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
المشاركة في منتديات للبيئة	01	%11.11	06	%26.08	07	%21.87
المشاركة في جمعيات حماية البيئة	05	%55.55	02	%8.69	07	%21.87
المشاركة في نشر صور ومقالات توعوية	03	%33.33	15	%65.21	18	%56.25
المجموع	09	%100	23	%100	32	%100

التحليل الكمي :

يوضح الجدول طبيعة المواضيع البيئية التي يساهم بنشرها المبحوثين وعلاقتها بمتغير الجنس حيث تظهر المعطيات أن الصور و المقالات التوعوية هي أكثر ما يساهم بنشره المبحوثين من كلا الجنسين فقد قدرت أعلى نسبة للإناث وذلك بـ 65.21% تليها نسبة 33.33 % لدى فئة الذكور ، كما تعد مشاركة المبحوثين في منتديات للبيئة و كذا في جمعيات حماية البيئة ثاني أنواع المساهمة لكلا المتغيرين فقد قدرت أعلى نسبة بـ 55.55 % لفئة الذكور و 8.69 % لدى فئة الإناث فيما يتعلق بالمشاركة في جمعيات حماية البيئة تليها نسبة 26.08 % لدى فئة الإناث و 11.11% لدى فئة الذكور فيما يخص مشاركة المبحوثين في منتديات للبيئة .

التحليل الكيفي :

من خلال كل هذا نستنتج أن غالبية المبحوثين ساهموا في نشر مواضيع تخص البيئة من خلال نشر مقالات و صور توعوية كون المواد السمعية البصرية أكثر تبليغا بالفكرة و تأثيرا على رأي المبحوثين .

جدول رقم 32 : يوضح طبيعة المواضيع البيئية التي يساهم المبحوثين في نشرها و علاقته بمتغير المستوى المعيشي :

المستوى المعيشي المتغيرات		جيد		حسن		متوسط		المجموع	
		العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
المشاركة في منتديات للبيئة		01	14.28 %	02	25 %	03	17.64 %	06	18.75 %
المشاركة في جمعيات حماية البيئة		03	42.85 %	01	12.5 %	03	17.64 %	07	21.87 %
المشاركة في نشر صور أو مقالات توعوية		03	42.85 %	05	62.5 %	11	64.70 %	19	59.37 %
المجموع		07	100 %	08	100 %	17	100 %	32	100 %

التحليل الكمي :

يمثل هذا الجدول طبيعة مساهمة المبحوثين في نشر مواضيع تخص البيئة وعلاقته بمتغير المستوى المعيشي حيث تظهر قراءة الجدول أن الصور و المقالات التوعوية هي ما

يساهم بنشره المبحوثين من كل المستويات المعيشية فيما يخص البيئة حيث كانت النسب متقاربة بين المستويين المعيشيين متوسط و ذلك بنسبة 64.70 % و التي مثلت أعلى نسبة و حسن بنسبة 62.5 % تليها نسبة 42.85 % للمستوى المعيشي جيد في حين قدرت نسبة إجابة المبحوثين فيما يتعلق بمشاركتهم في جمعيات حماية البيئة ب 42.85 % للمستوى المعيشي جيد و 17.64 % المستوى المعيشي متوسط في حين قدرت نسبة 12.5 % لإجابة المبحوثين من ذوي المستوى المعيشي حسن ، و أخيرا نجد نسبة 25 % من المجموع الكلي لأفراد العينة الذين يساهمون في نشر مواضيع بيئية انطلاقا من المشاركة في مننديات تخص البيئة مستواهم المعيشي حسن تليها نسبة 17.64 % للمستوى المعيشي متوسط وأخيرا نجد أدنى نسبة و التي قدرت ب 14.28 % .

التحليل الكيفي :

و من خلال كل هذا نستنتج أن غالبية المبحوثين ذوي المستوى المعيشي متوسط ينشرون صور و مقالات توعوية تخص البيئة على اعتبار أن المستوى المعيشي يلعب دورا في توفير الإمكانيات التي تسمح ببلورة و نشر الوعي البيئي لدى أفراد العينة بالإضافة إلى مساهمات أخرى كالقيام بحملات التشجير .

جدول رقم 33 : يوضح إذا قامت الصحيفة الإلكترونية بدورها فيما يتعلق

بقضايا البيئة ومشكلاتها و علاقته بمتغير الجنس :

الجنس المتغيرات	نكر		أنثى		المجموع	
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
نعم	04	%26.66	13	%37.14	17	%34
لا	04	%26.66	02	%5.71	06	%12
نوعا ما	07	%46.66	20	%57.14	27	%54
المجموع	15	%100	35	%100	50	%100

التحليل الكمي:

يتبين لنا من خلال الجدول الذي يوضح لنا دور الصحيفة الإلكترونية فيما يتعلق بقضايا البيئة ومشكلاتها وعلاقته بمتغير الجنس حيث يظهر لنا من خلال قراءة الجدول أن المبحوثين من كلا الجنسين صرحوا أن الصحيفة الإلكترونية قامت بدورها نوعا ما فيما يتعلق بقضايا البيئة ومشكلاتها ، حيث قدرت نسبة الإناث 57.14 % و التي أخذت أعلى نسبة من المجموع الكلي لأفراد العينة تليها نسبة الذكور ب 46.66 % ، أما نسبة إجابة المبحوثين على عبارة نعم بلغت 37.14 % لدى الإناث و نسبة 26.66 % لدى فئة الذكور ، أخيرا نجد نسبة إجابة المبحوثين على عبارة لا قد بلغت 26.66 % لدى فئة الذكور في المقابل نجد نسبة 5.71 % لدى فئة الإناث و هذا راجع إلى عدم اهتمام الصحيفة الإلكترونية كفاية بقضايا البيئة باعتباره موضوع له أهمية بالغة في الحياة الإنسانية .

التحليل الكيفي :

يتضح لنا من خلال الجدول أن غالبية المبحوثين هم من الإناث صرحوا أن الصحيفة الإلكترونية قامت بدورها نوعا ما فيما يتعلق بقضايا البيئة ومشكلاتها ويتمظهر هذا من خلال ما تنشره من مقالات و أخبار و تحقيقات عن البيئة ومحاولتها إيجاد الحلول للحد من المخاطر التي تواجهها البيئة بهدف خلق مجتمع متوازن قادر على التفاعل الإيجابي مع البيئة من خلال تنمية الشعور بالمسؤولية حيال البيئة و بالتالي التحول من حالة اللاوعي إلى حالة الوعي و من ثم تجاوز حالة الوعي إلى المشاركة في التقليل من مخاطر المشكلات البيئية.

جدول رقم 34 : يوضح رأي المبحوثين حول ما إذا قامت الصحيفة الإلكترونية بدورها فيما يتعلق بقضايا البيئة و علاقته بمتغير المستوى المعيشي :

المستوى المعيشي المتغيرات		جيد		حسن		متوسط		المجموع	
		العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
نعم		03	37.5%	04	40%	09	28.12%	16	32%
لا		01	12.5%	—	—	04	12.5%	05	10%
نوعا ما		04	50%	06	60%	19	59.37%	29	58%
المجموع		08	100%	10	100%	32	100%	50	100%

التحليل الكمي :

يتبين لنا من خلال الجدول الذي يوضح رأي المبحوثين حول ما إذا قامت الصحيفة الإلكترونية بدورها فيما يتعلق بقضايا البيئة و علاقته بمتغير المستوى المعيشي ، حيث تظهر معطيات الجدول أن غالبية المبحوثين من المستويات المعيشية الثلاث صرحوا أن الصحيفة

الإلكترونية لديها دور فيما يتعلق بقضايا البيئة لكن بصفة محدودة (نوعا ما) حيث نجد نسبة المبحوثين من ذوي المستوى المعيشي حسن بلغت نسبتهم 60% تليها نسبة 59.37 % للمستوى المعيشي متوسط في المقابل نجد نسبة 50 % لأفراد العينة ذوي المستوى المعيشي جيد ، أما فيما يتعلق بإجابة المبحوثين على عبارة نعم فنجد نسبة 40% للمبحوثين ذوي المستوى المعيشي حسن تليها نسبة 37.5 % للمستوى المعيشي جيد في المقابل نجد نسبة 28.12 % لأفراد العينة ذوي المستوى المعيشي متوسط ، أخيرا نجد نسبة إجابة المبحوثين على عبارة لا و التي كانت منخفضة نسبيا لدى جل المبحوثين من كل المستويات المعيشية قد بلغت 12.5 % لكلا المستويين المعيشيين جيد و متوسط في حين كانت النسبة معدومة تماما لدى المبحوثين من ذوي المستوى المعيشي حسن.

التحليل الكيفي :

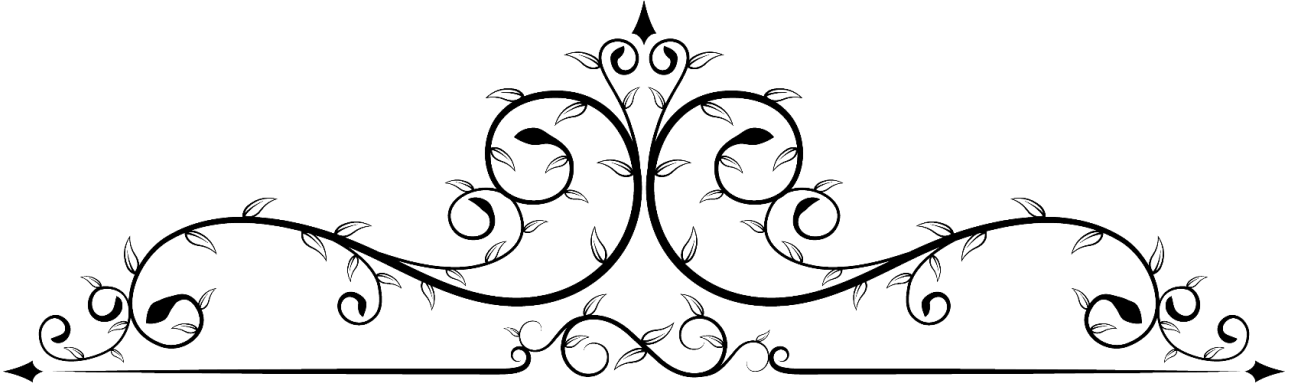
من خلال كل هذا نستنتج أن غالبية المبحوثين من ذوي المستوى المعيشي حسن صرحوا أن الصحيفة الإلكترونية قامت بدورها فيما يتعلق بقضايا البيئة نوعا ما و ذلك من خلال محاولتها إكساب الأفراد معلومات عن البيئة المحيطة بهم بأبعادها المختلفة و كذا غرس القيم البيئية في عقول و نفوس المبحوثين و التي تسهم في المشاركة الفعالة في الحفاظ على البيئة و تغيير الاتجاهات السلبية حيال الحفاظ على سلامة البيئة من خلال ما تنشره من معلومات و حقائق و آراء اتجاه قضايا البيئة و مشكلاتها .

2- نتائج الدراسة :

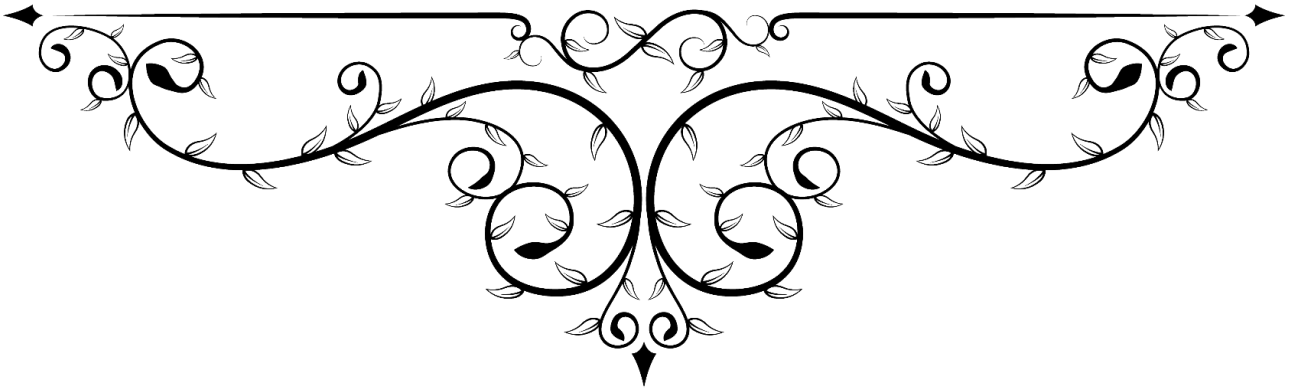
بعد تقريع البيانات و تبويبها ، و التعليق عليها ، و تحليلها ، تمكنا من الوصول إلى النتائج الآتية و المرتبطة بأهداف البحث و أهمها :

1. أن معظم المبحوثين الذين يطالعون الصحف الإلكترونية هم من فئة الإناث .
2. معظم المبحوثين الذين يطالعون الصحف الإلكترونية ينتمون إلى الطبقة المتوسطة .
3. غالبية المبحوثين يطالعون الصحف الإلكترونية أحيانا .
4. معظم المبحوثين يطالعون الصحف الإلكترونية التي لها نظير مكتوب .
5. يفضل المبحوثين مطالعة الصحف الإلكترونية في الجامعة .
6. يفضل المبحوثين قراءة الصحف الإلكترونية في أي وقت أي حسب توفر وقت الراحة لديهم .
7. أغلبية المبحوثين يطالعون المواضيع التي لها صلة باهتماماتهم و رغباتهم .
8. سهولة استخدام الصحيفة الإلكترونية هي سبب تفضيل المبحوثين لها .
9. معظم المبحوثين يرون أن مضمون الصحيفة الإلكترونية مقبول فيما يتعلق بالمواضيع البيئية .
10. معظم الطلبة الجامعيين صرحوا أن الصحيفة الإلكترونية تساهم في نشر الوعي البيئي و تعتبر هذه المساهمة مقبولة .
11. استطاعت الصحيفة الإلكترونية من زيادة الرصيد المعرفي للمبحوثين فيما يتعلق بالمواضيع البيئية و التوعية البيئية نوعا ما .
12. غالبية المبحوثين صرحوا أن الصحيفة الإلكترونية ساهمت في نشر الوعي البيئي لديهم كمستخدمين لها نوعا ما ،
13. تتمثل المنفعة الإعلامية التي حققتها الصحيفة الإلكترونية للمبحوثين في مجال البيئة الاطلاع على الاحداث البيئية في العالم .

14. استطاعت الصحيفة الالكترونية من تغيير اتجاهات المبحوثين نحو البيئة نوعا ما .
15. غالبية المبحوثين يساهمون في نشر مواضيع تخص البيئة و ذلك من خلال نشرهم لصور و مقالات توعوية .
16. غالبية المبحوثين صرحوا أن الصحيفة الالكترونية قامت بدورها فيما يتعلق بقضايا البيئة و مشكلاتها نوعا ما .



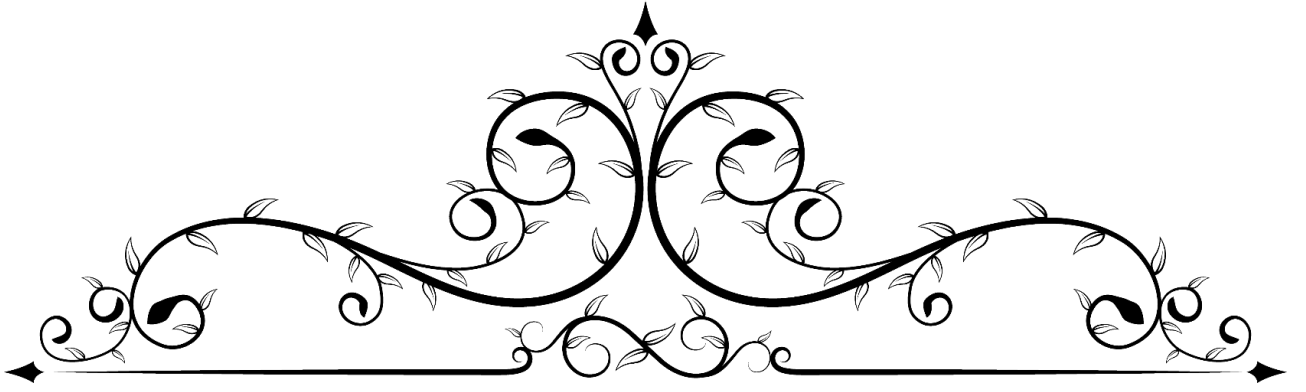
خاتمة



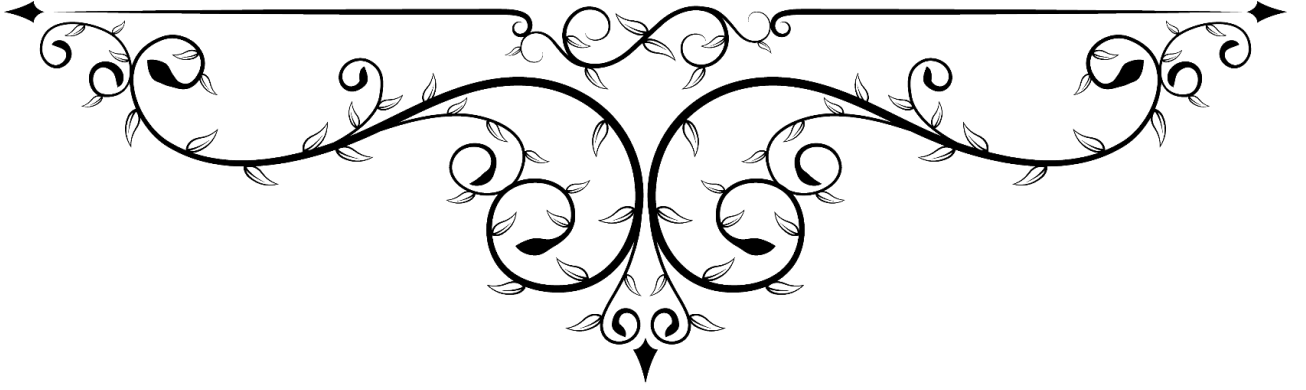
إن حياة الإنسان في كل المجتمعات مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بالبيئة فهي المحيط الذي يعيش فيه الإنسان يؤثر و يتأثر به ، كما تعد مصدراً أساسياً يعتمد عليه في تطوير حياته و إنعاش مؤسساته في الجوانب المختلفة الاقتصادية منها والاجتماعية و قد أصبحت العلاقة بين الإنسان و البيئة محط الاهتمام لدى العديد من الدول والمنظمات، و كذا المتخصصين و العلماء نظراً لما لحق بمنظومة البيئة من دمار وخراب كان الإنسان المتسبب الرئيسي فيه من خلال استغلاله اللاعقلاني والعشوائي لمصادر البيئة الطبيعية مما أدى إلى زيادة الضغوط عليها ، فظهرت مشاكل جمة تشمل التلوث و انحصار المساحات الخضراء و الاحتباس الحراري و غيرها من المظاهر السلبية ، و من هنا تأتي ضرورة تنمية الوعي البيئي و الرامية في الأساس لتعديل السلوكيات الخاطئة حيال البيئة و ذلك باستخدام كل الوسائل المتاحة لاسيما وسائل الإعلام بأشكالها المتعددة التقليدية منها و الحديثة ، حيث يظهر الإعلام الإلكتروني بتطبيقاته المختلفة كأحدى الخيارات المتاحة للمساهمة في نشر الوعي البيئي ، انطلاقاً من قدرته الفائقة على حشد الجماهير من مختلف الفئات و الشرائح و كذا تنوع أشكاله و مضامينه ، و عليه جاءت هذه الدراسة لتؤكد على دور الإعلام الإلكتروني في نشر الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين متخذة الصحيفة الإلكترونية كنموذج لهذه الدراسة بغية الكشف عن كيفية مساهمة هذه الأخيرة في ترسيخ و ترقية الوعي البيئي بناءً على أنماط و دوافع و طرق الاستخدام ، و كذا معرفة الدور الحيوي الذي تضطلع به هذه الأخيرة في تنمية الوعي البيئي لأفراد المجتمع خاصة الطلبة الجامعيين لولاية المدية ، باعتبار أن الصحيفة الإلكترونية تعد أحد العناصر الأساسية التي تساهم في تنمية الوعي البيئي من خلال تزويد الأفراد بالمعلومات البيئية و إكسابهم اتجاهات إيجابية نحو البيئة ، مما يؤثر ذلك على السلوك ، لأن التدهور

البيئي يرجع إلى السلوكيات اللامسؤولة للفرد اتجاه البيئة في ظل سيطرة الثقافة المادية و اللامبالاة .

و لا يتحقق ذلك من خلال اختصار الصحيفة الإلكترونية على القيام بالوظيفة الإخبارية فقط بل يجب أن تمتد إلى ما هو أبعد من ذلك ، فمعالجتها الإعلامية لقضايا البيئة و مشكلاتها لابد أن تكون هادفة و مقنعة للتأثير على الأفراد و تنمية وعيهم البيئي للتحويل من حالة اللاوعي إلى حالة الوعي و من ثم تجاوز حالة الوعي إلى المشاركة في التقليل من مخاطر المشكلات البيئية و السعي إلى الحفاظ على البيئة و صيانتها .



قائمة المصادر والمراجع



قائمة المراجع:

الكتب :

1. إبراهيم إسماعيل : الصحفي المتخصص، ط1، دار الفجر، 2001.
2. إبراهيم بعيزز : الصحافة الالكترونية والتطبيقات الإعلامية الحديثة، ط1، الدار المصرية اللبنانية ،مصر، 2008.
3. إبراهيم حمادة يبسوني: دراسات في الإعلام والاتصال والرأي العام، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2008.
4. إبراهيم عامر: تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها، الوارة للنشر والتوزيع، عمان، 2002 .
5. إبراهيم محمد معوض: تكنولوجيا الإعلام تطبيق على الإعلام في بعض الدول العربية، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2008.
6. أبو حمام عزام: الإعلام والمجتمع، ط1، دار أسامة، عمان، 2011.
7. احمد بن مرسللي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال ، ط3، دار الفكر العربي ، القاهرة، 2005.
8. أمين رضا عبد الواحد: الصحافة الالكترونية ، ط1، دار الفجر، القاهرة، 2007 .
9. أنجريس موريس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي، ط2، دار القصة ، الجزائر، 2006.
10. أيمن سليمان مزاهرة: التربية البيئية، دار المناهج، عمان، 2004.
11. حسان عيط : جرائم البيئة والمجتمع، ط1، دار العباسي يوسف للطباعة والنشر، الجزائر، 2012.

12. خوخة اشرف فهمي: الإخراج الصحفي و الصحافة الالكترونية ،دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2011.
13. داود عزيز: مناهج البحث العلمي، ط1، دار أسامة، عمان، 2010.
14. زكي بدوي احمد : معجم مصطلحات الإعلام ، ط 2، دار الكتاب اللبناني ، بيروت، 1994.
15. سالم تريان ماجد: الانترنت والصحافة الالكترونية رؤية مستقبلية ،ط1، دار المصرية اللبنانية ، مصر، 2008 .
16. سمير محمود:الإعلام العلمي، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008.
17. سناء محمد الجبور: الإعلام البيئي، ط1، دار أسامة، الأردن، 2011 .
18. السيد علي صالح جمال الدين:الإعلام البيئي بين النظرية والتطبيق، مركز الإسكندرية للكتاب، مصر، 2003.
19. شروخ صلاح الدين: منهجية العلوم الاجتماعية، دار العلوم، الجزائر، 2003.
20. شريف اللباني درويش: الصحافة الالكترونية، ط1، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005.
21. شفيق حسنين: الإعلام الالكتروني بين التفاعلية والرقمية ، رحمة برس للطباعة والنشر ، القاهرة، 2007.
22. صالح العتري : إخراج الصحف الالكترونية في ضوء السمات الاتصالية لشبكة الانترنت، جدة، 2007.

23. صالح خليل ابوالاصبح: استراتيجيات الاتصال وسياساته وتأثيراته، ط1، دار مجلاوي، الأردن، 2015 .
24. عبد الأمير موييت الفيصل: الصحافة الالكترونية في الوطن العربي، ط1، دار الشروق، القاهرة، 2004.
25. شفيق حسنين: الإعلام الالكتروني، دار الكتب العلمية القاهرة، 2005 .
26. عبد الرزاق محمد الديلمي: الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية ط1، دار وائل، الأردن، 2011.
27. عرب هاني: مهارات التفكير والبحث العلمي، دار عرب للنشر، جدة، 1999.
28. علم الدين محمود: الصحافة الالكترونية ، ط1، دار السحاب القاهرة، 2008.
29. علي عجوة: الإعلام وقضايا التنمية ، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2004.
30. علي محمد حسن: ثورة الإعلام ، دار المعارف لسلسلة اقرأ، القاهرة، 2003.
31. عمار بوحوش: دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1990 .
32. عواطف عبد الرحمن: هموم الصحافة والصحفيين في مصر، دار الفكر العربي، القاهرة، 1995.
33. فيصل ابو عيشة: الإعلام الالكتروني، ط2، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.

34. كاظم حمود خضير: منهجية البحث العلمي، ط1، اشراف للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008.
35. كامل الرفاعي مجد محوب: التربية البيئية من اجل بيئة أفضل المركز القومي للبحوث التربوية والتنمية ، القاهرة، 2004.
36. محمد أبو سـمـرة:الإعلام الزراعي والبيئي، ط1، دار الراية،الأردن، 2010.
37. محمد الهوش بوبكر: التقنية الحديثة في المعلومات والمكتبات دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2002.
38. محمد شـلـابي ، المنهجية في التحليل السياسي (المفاهيم، المناهج،الاقتراحات)، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 1997.
39. محمد عبد الرحمن عبد الله : مناهج وطرق البحث الاجتماعي ، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2002.
40. محمد عبيدات: منهجية البحث العلمي ، ط2، دار وائل ، عمان، 1999.
41. محمد عمر الطنوجي:نظريات الاتصال ، ط1، مكتبة الإشعاع، الإسكندرية، 2001.
42. محمد فلجي: صناعة العقل في عصر الشاشة ، الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع، ط1 ، 2002.
43. محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2004.

44. محمد موسى احمد: الخدمة الاجتماعية وحماية البيئة، ط1، المكتبة
العصرية، القاهرة، 2007.

45. محمد نصر حسني: الانترنت والإعلام والصحافة الالكترونية،
ط1، مكتبة الفلاح ، الكويت، 2003.

46. مصطفى عبد الله محمود: الإنسان والبيئة، ط1، مكتبة المجتمع
العربي، عمان، 2008.

47. مصطفى عليان ربحي: أساليب البحث العلمي، ط1، دار الصفا،
الأردن، 2006.

48. نسمة احمد البطريق: الإعلام والمجتمع في عصر العولمة، دار
غريب للطباعة و النشر والتوزيع، القاهرة ، 2004.

المجلات:

1.رانية سليمان سلامة: الإعلام الالكتروني، مجلة الدوحة، العدد
129مايو 2015 .

2.ريم الجابي: انترنت عام1997، مجلة المعلوماتي، العدد63، 1998.

3.عاهد العاسمي : الوعي البيئي، مجلة الدوحة، العدد91 مايو 2015 .

4.ميشل حنا : الشامل للاستماع إلى الراديو عبر الانترنت، مجلة اون
لاين ، العدد40، أوت ، 2003.

الرسائل الجامعية:

1.أمينة موازي: الإعلام والوعي البيئي، المحددات والانعكاسات ، مذكرة

ماستر ، المدية ، الجزائر ،2014.

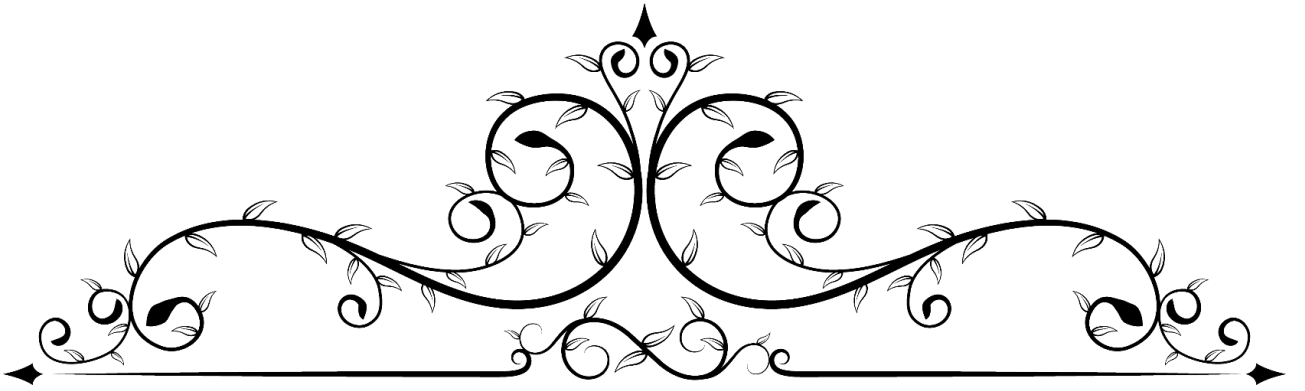
2.حكيمه بوطبال: التربية البيئية للطفل في المحيط الأسري، رسالة

ماجستير جامعة سعد دحلب البليدة، الجزائر، 2007 .

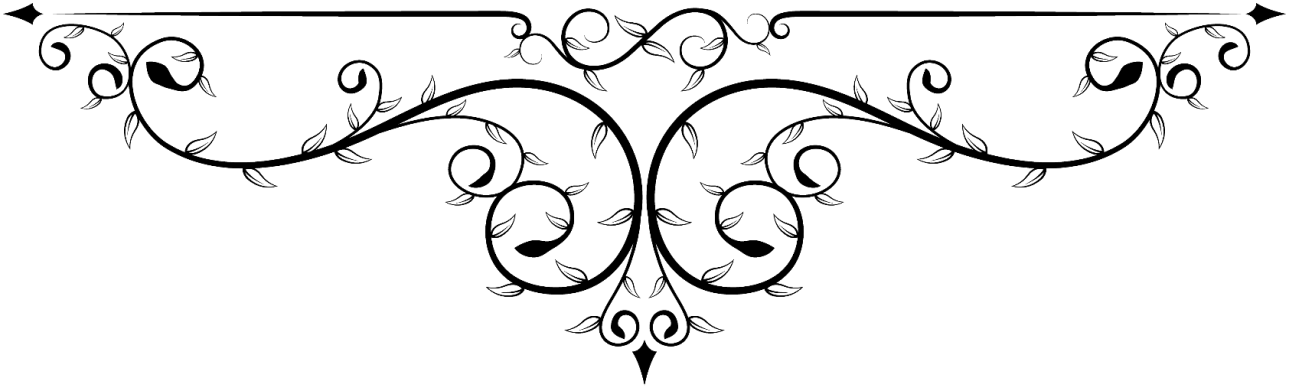
3. رضوان سلامن: الإعلام والبيئة ، رسالة ماجستير قسم الإعلام والاتصال ، جامعة الجزائر ، 2006.
4. فاطمة الزهراء بابا علي: الإعلام الجديد ودوره في تشكيل الوعي البيئي، مذكرة ماستر جامعة المدية، الجزائر، 2015.
5. فتحة كحل: الإعلام الجديد ودوره في تشكيل الوعي البيئي ، مذكرة ماجستير ، جامعة منتوري باتنة ، الجزائر، 2012.
6. ياسين بوزراع: دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين، رسالة ماجستير جامعة قسنطينة، الجزائر، 2010.

مواقع الانترنت :

1. [http://www elaph.com](http://www.elaph.com)
2. احمد السيد كردى : خصائص الإعلام الالكتروني
<http://etudiantdz.com/vb/26739/htm>
- الإعلام الالكتروني واقع وطموح <http://pulpit.almatanvoice.com>
3. الإعلام الالكتروني وتأثيره على الرأي العام
[http : //tadmen.net/media](http://tadmen.net/media)
4. الإعلام والتوعية البيئية : <http://www.wikipedia.org/wiki> -7
- [http://www elkhabar.com](http://www.elkhabar.com)
5. تنمية الإعلام الالكتروني <HTTP://kenana.online.com>
6. محمد عطية صالح الإعلام ودوره في نشر التوعية البيئية:
<http://www.etudiant.dz.com/vbst26739hml>



الملاحق



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: الاجتماع والسياسة

المرجع: القرار الوزاري رقم: 933 المؤرخ في: 28 جويلية 2016 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها

تصريح شرقي

خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز البحث

أنا الممضي أدناه،

السيد(ة): فارة بوزيد ياسمين

الصفة: طالب، أستاذ باحث، باحث دائم: طالبة

الحامل (ة) لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 1199710170149

والصادرة بتاريخ: 2020/12/03

عن دائرة: مسيرة

المسجل (ة) بكلية: العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم: العلاج والتأهيل

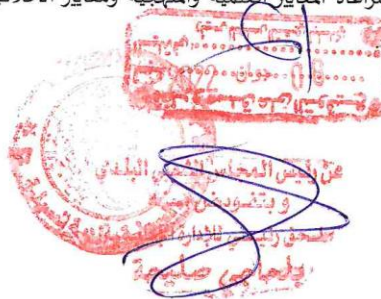
والمكلف (ة) بإنجاز أعمال بحث (مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، أطروحة دكتوراه)، عنوانها: مذكرة ماستر بعنوان: العلاج الإلكتروني ودوره في تشكيل الوعي البيئي

أصرح بشرفي أنني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والنزاهة الأكاديمية المطلوبة في إنجاز البحث المذكور أعلاه.

08 جوان 2022

التاريخ:

إمضاء المعني



وثيقة ايداع مذكرة ماستر

الموضوع:

الإعلام الإلكتروني ودوره في تشكيل الوعي البيئي
المصحف الإلكتروني ودوره في
دراسة ميدانية لتهيئة من طلبة علوم الاعلام والاتصال جامعة المسيلة

إعداد الطلبة:

1- قارة نور الهدى ياسمين رقم التسجيل:

2- رقم التسجيل:

القسم: الإعلام والاتصال الشعبة: العلوم الإنسانية التخصص: اتصال وعلاقات عامة
إشراف: بلعاس عبد الحميد الرتبة: أستاذ محاضر

أقر بأنني تابعت العمل المذكور أعلاه في جلسات إشرافية طيلة الموسم الجامعي: 2021-2022 وأسمح
بإيداعه على مستوى ادارة القسم للمناقشة والتقييم.

رئيس فريق الاختصاص

موافقة وإمضاء الاستاذة (ة) المشرفة (ة):

رئيس القسم
الرزاقي

لتحميل الوثيقة يرجى نسخ الرمز

