

دور الفايسبوك في نشر التوعية البيئية

دراسة للجمعية العلمية للإيكولوجيا والصحة بولاية برج

بوعريرج

مذكرة مكملّة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال

تخصص: صحافة مكتوبة

تحت إشراف الأستاذة:

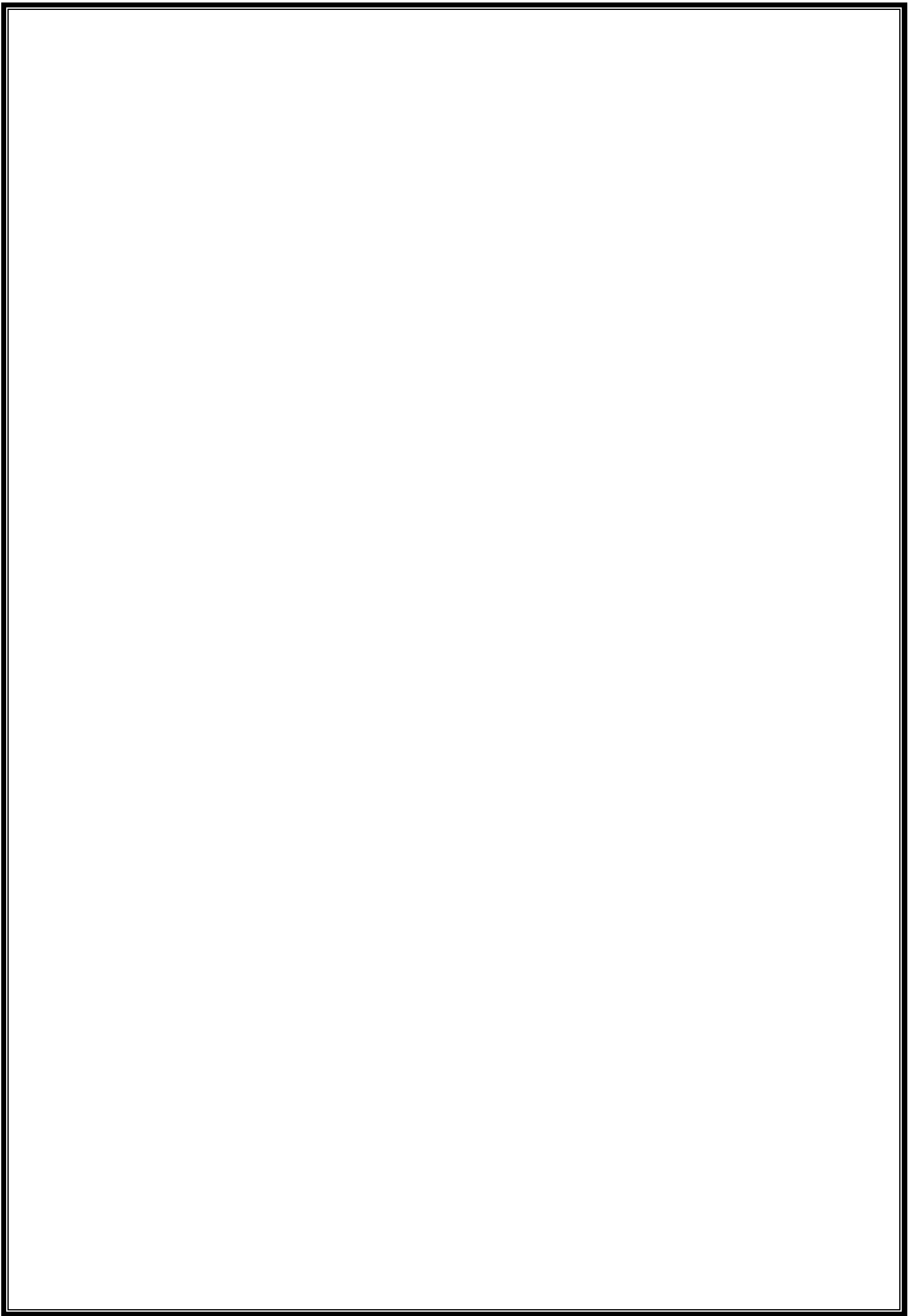
جورديخ مليكة

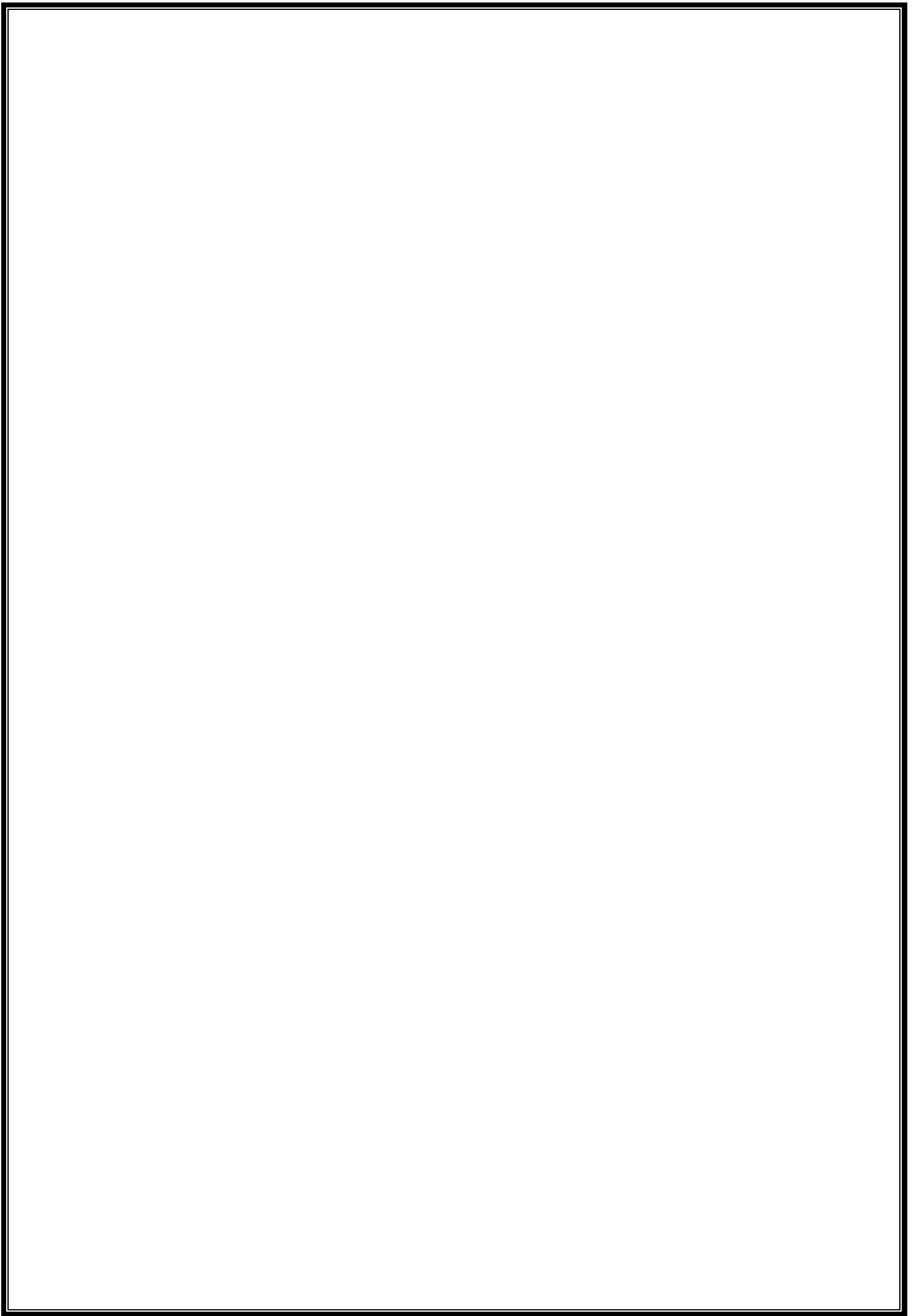
إعداد الطالبة:

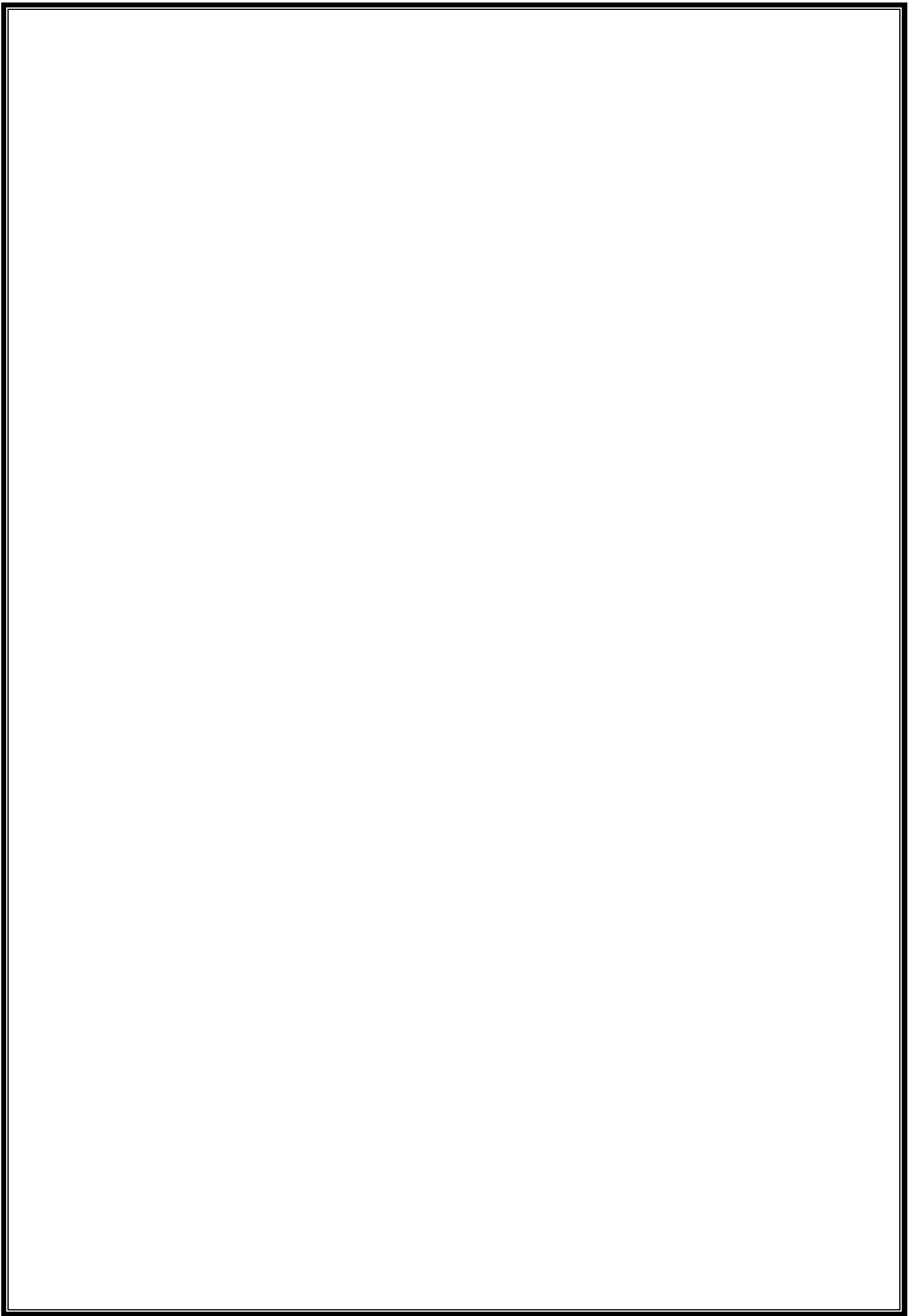
بوداش وسام

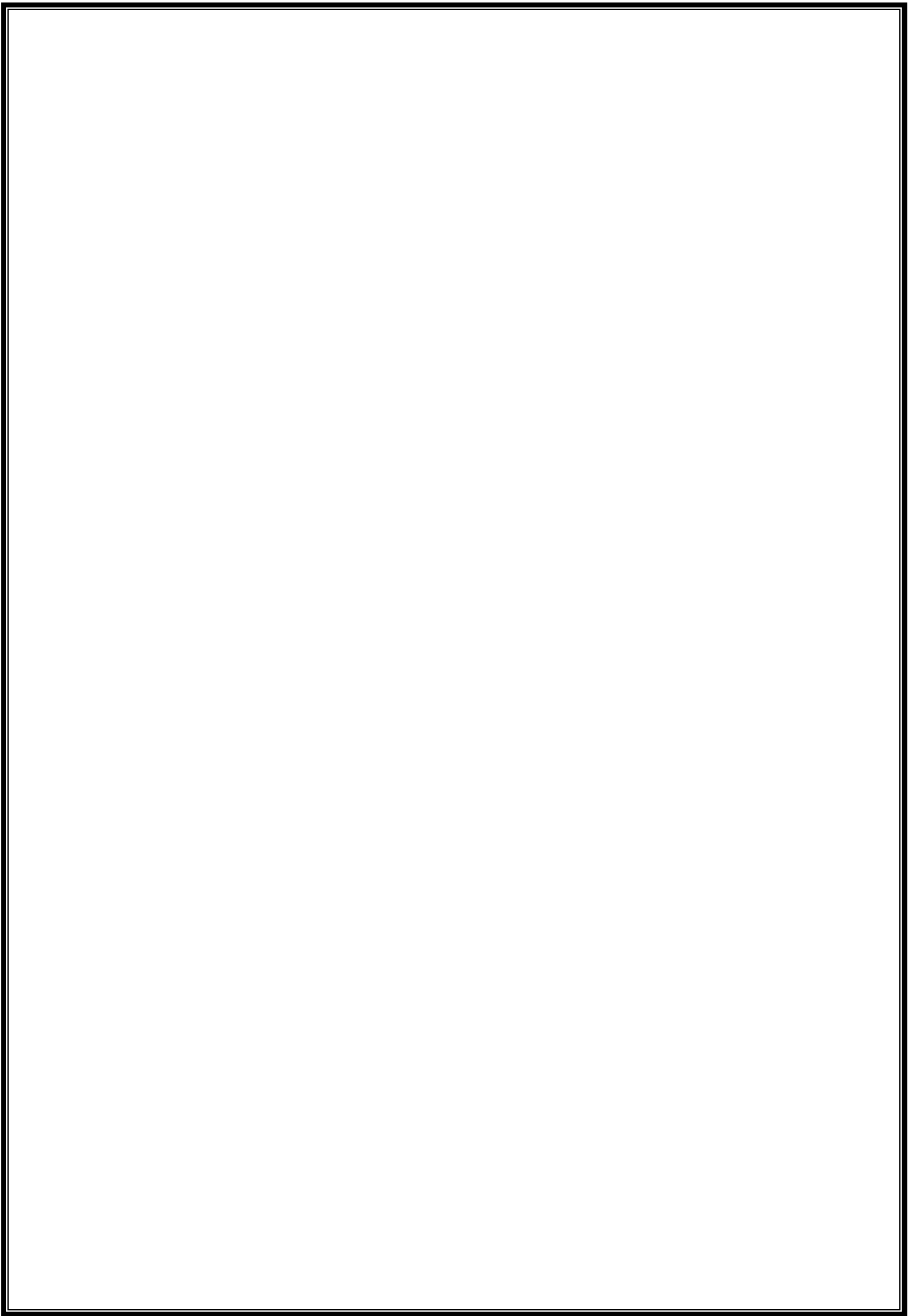
السنة الجامعية: 2016/2015م

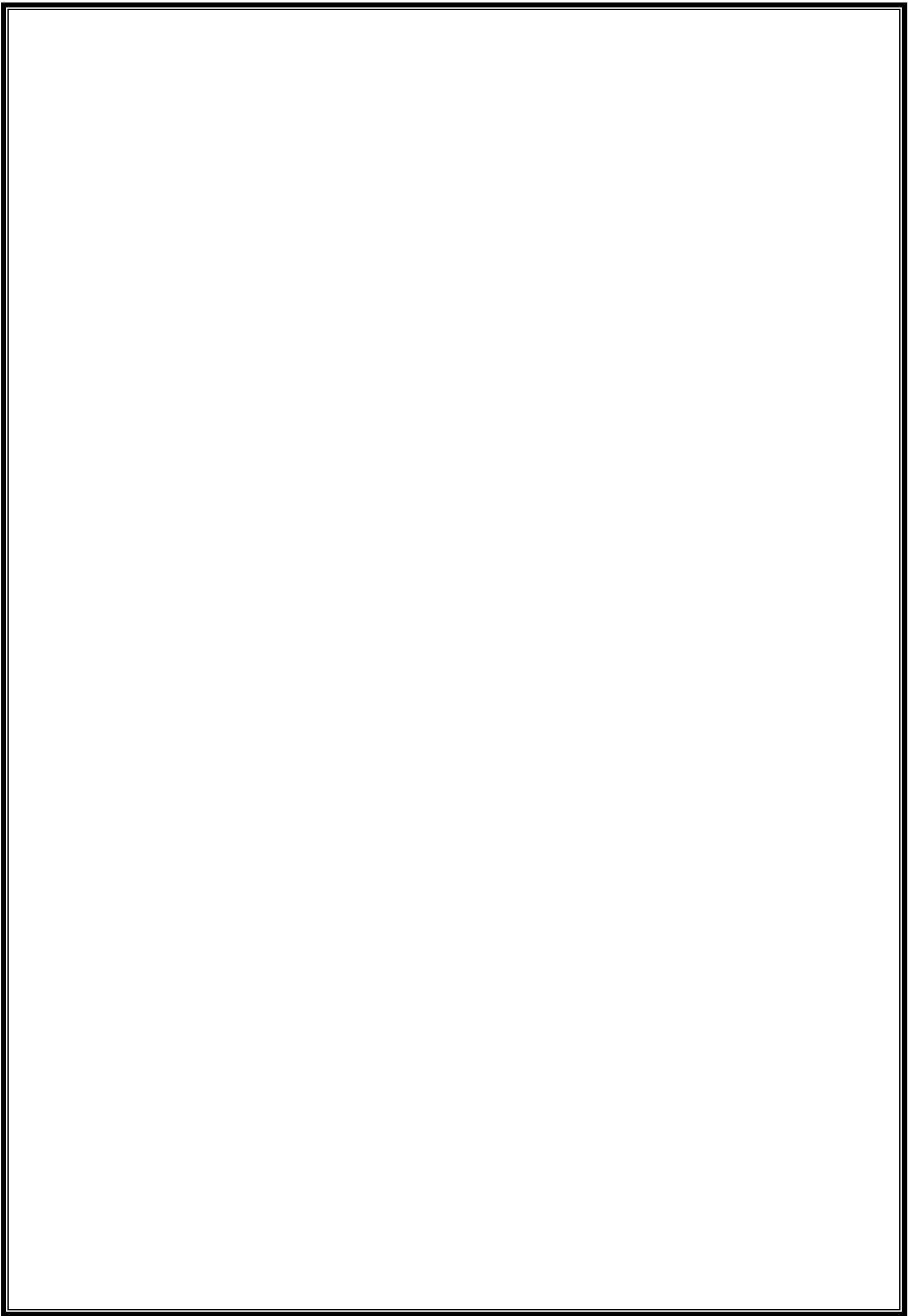


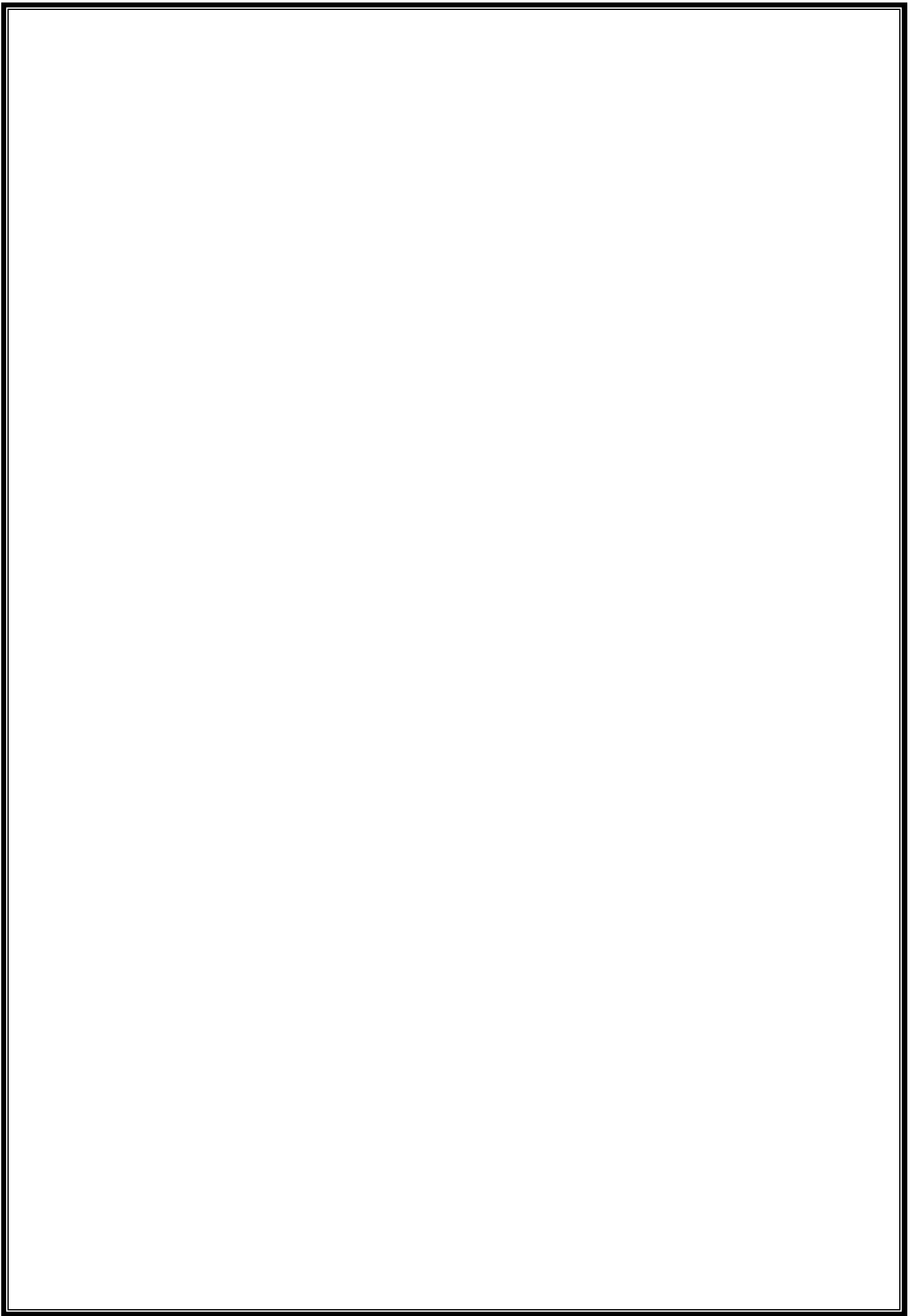


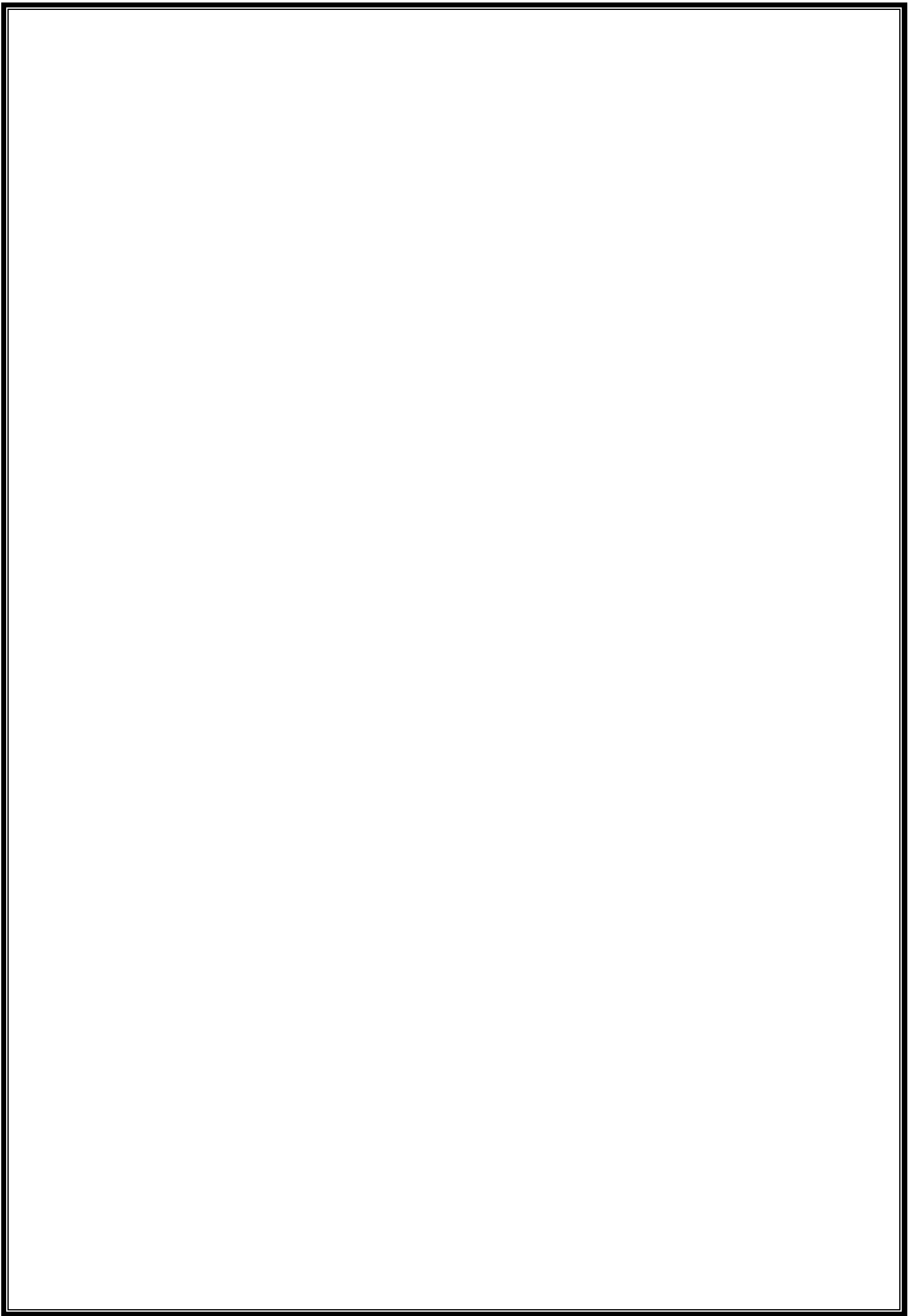


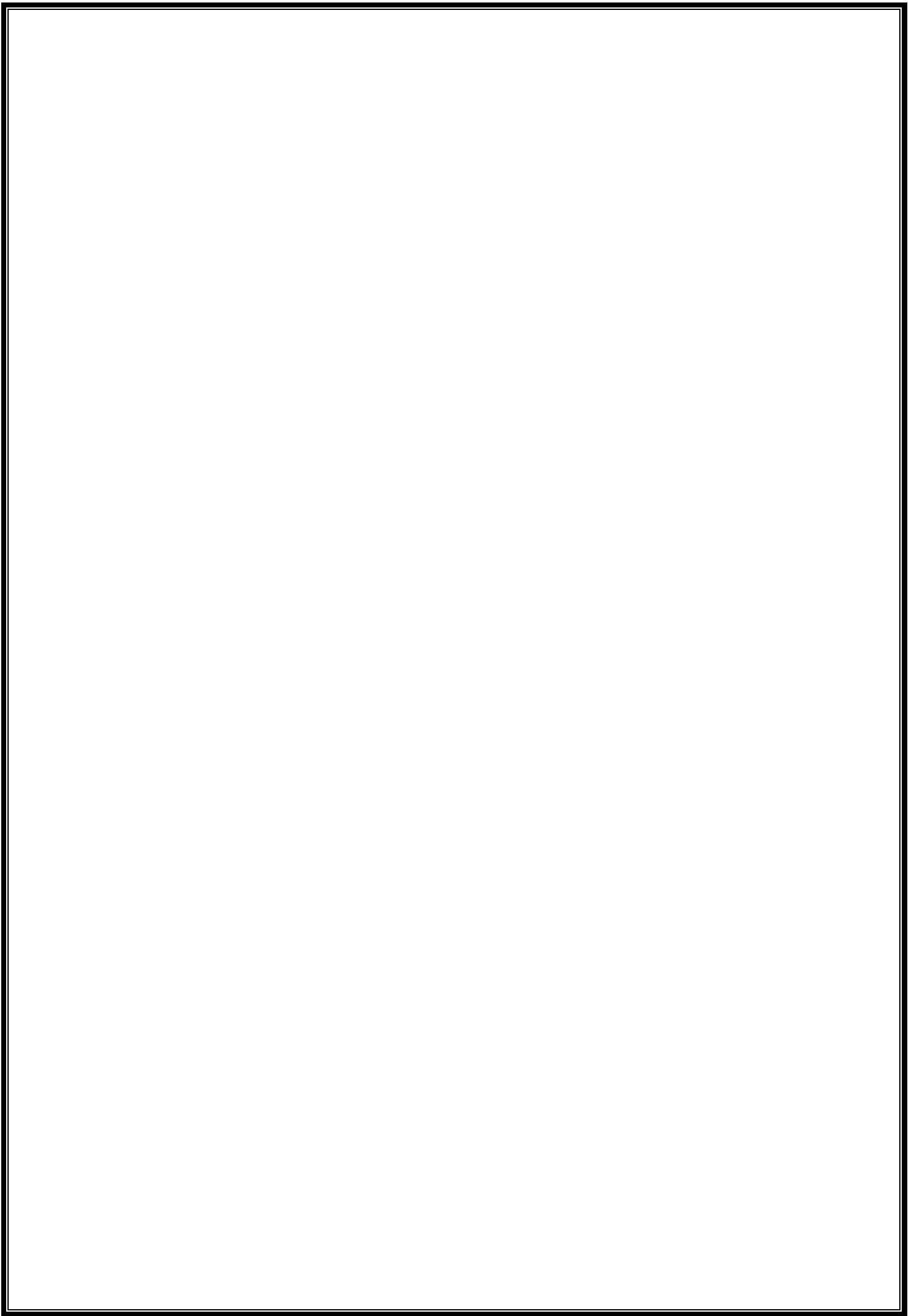


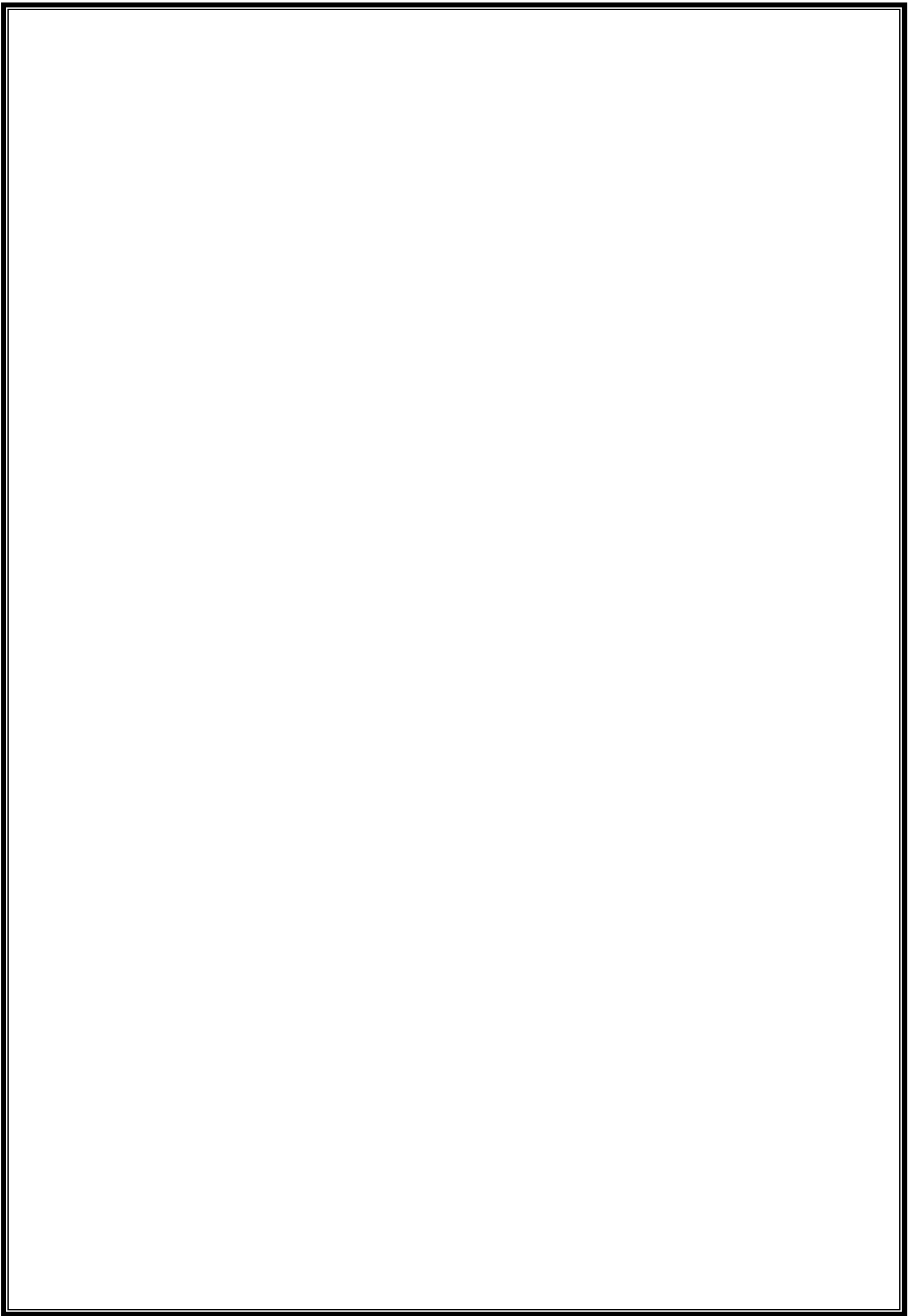


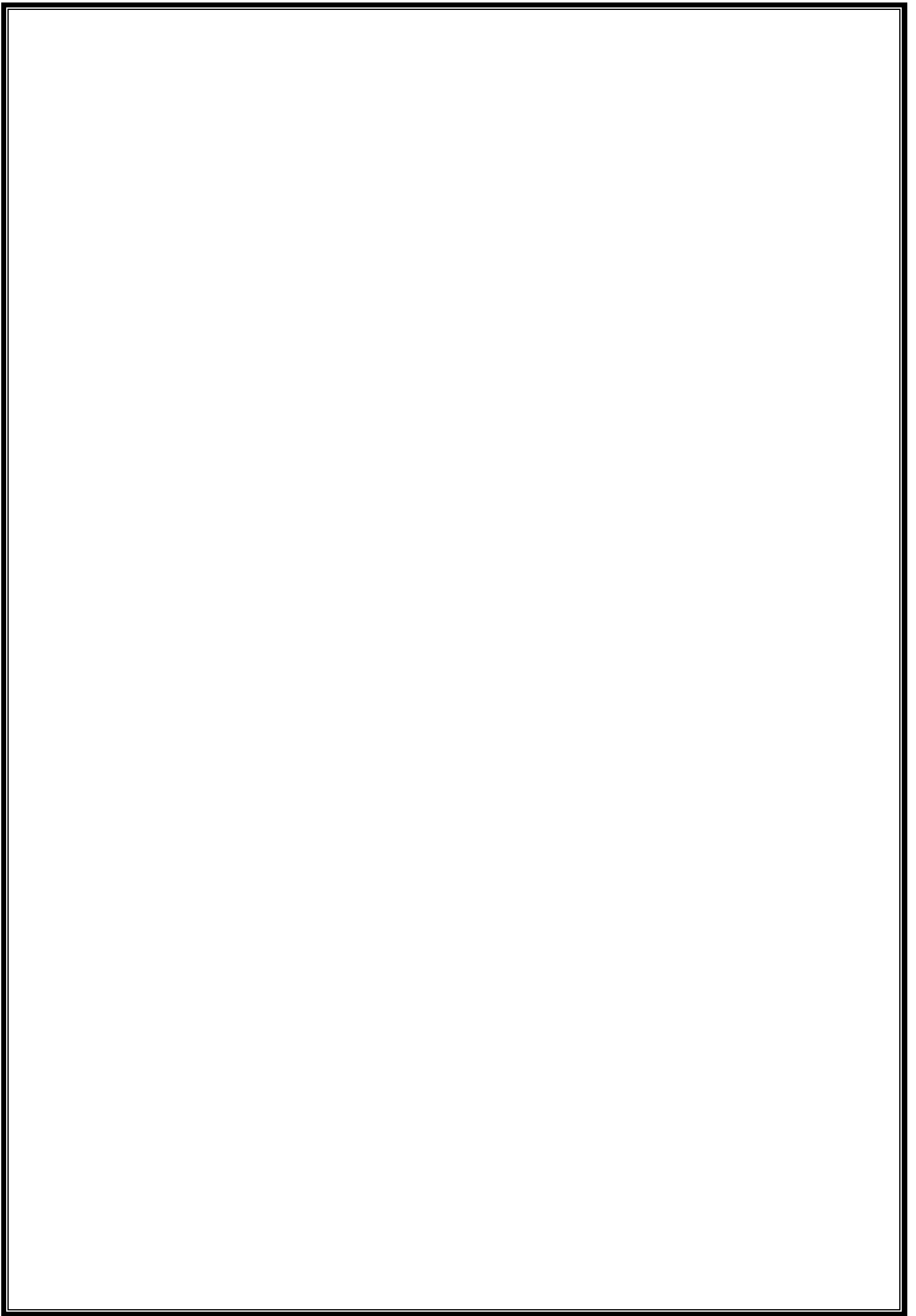


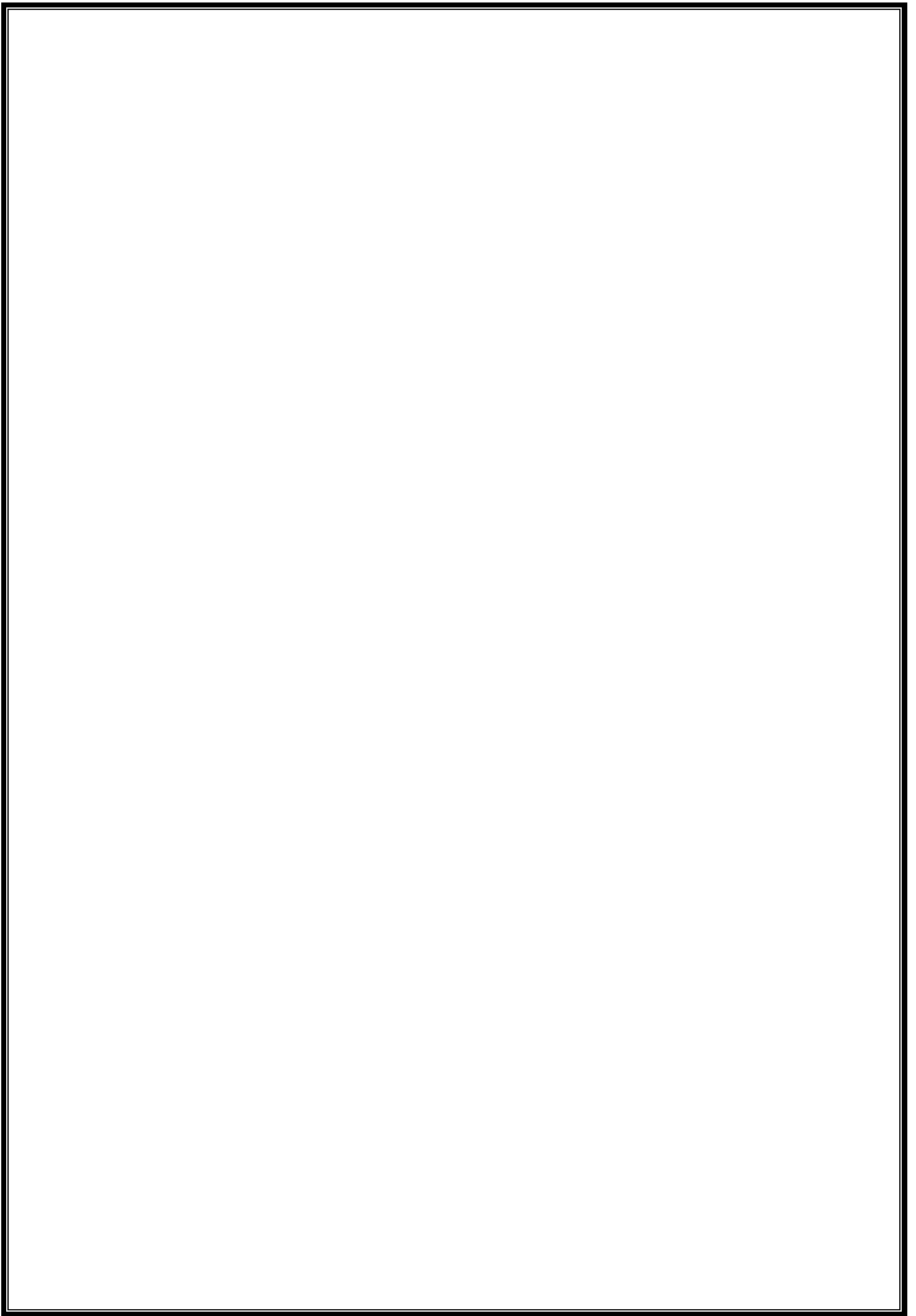


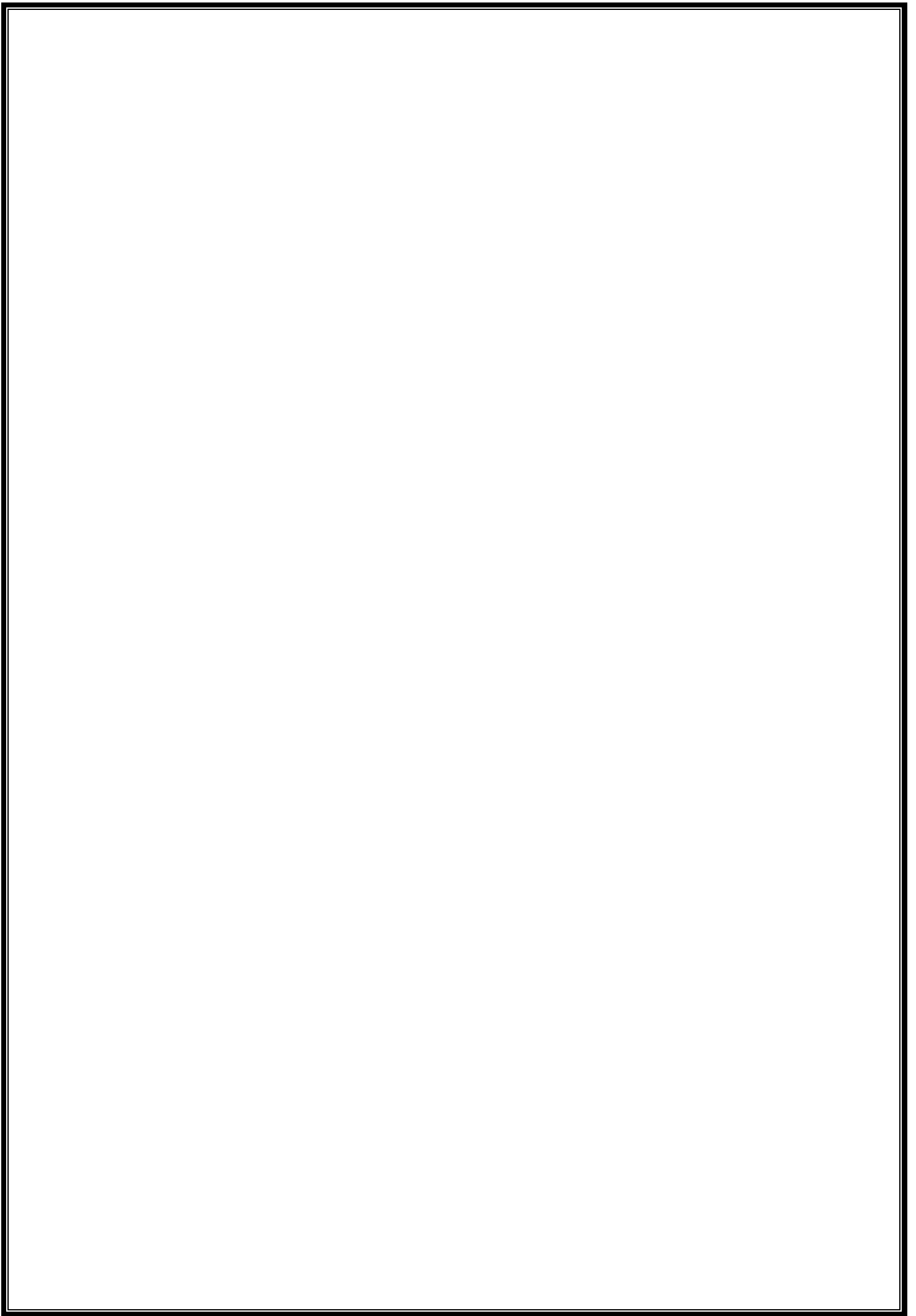


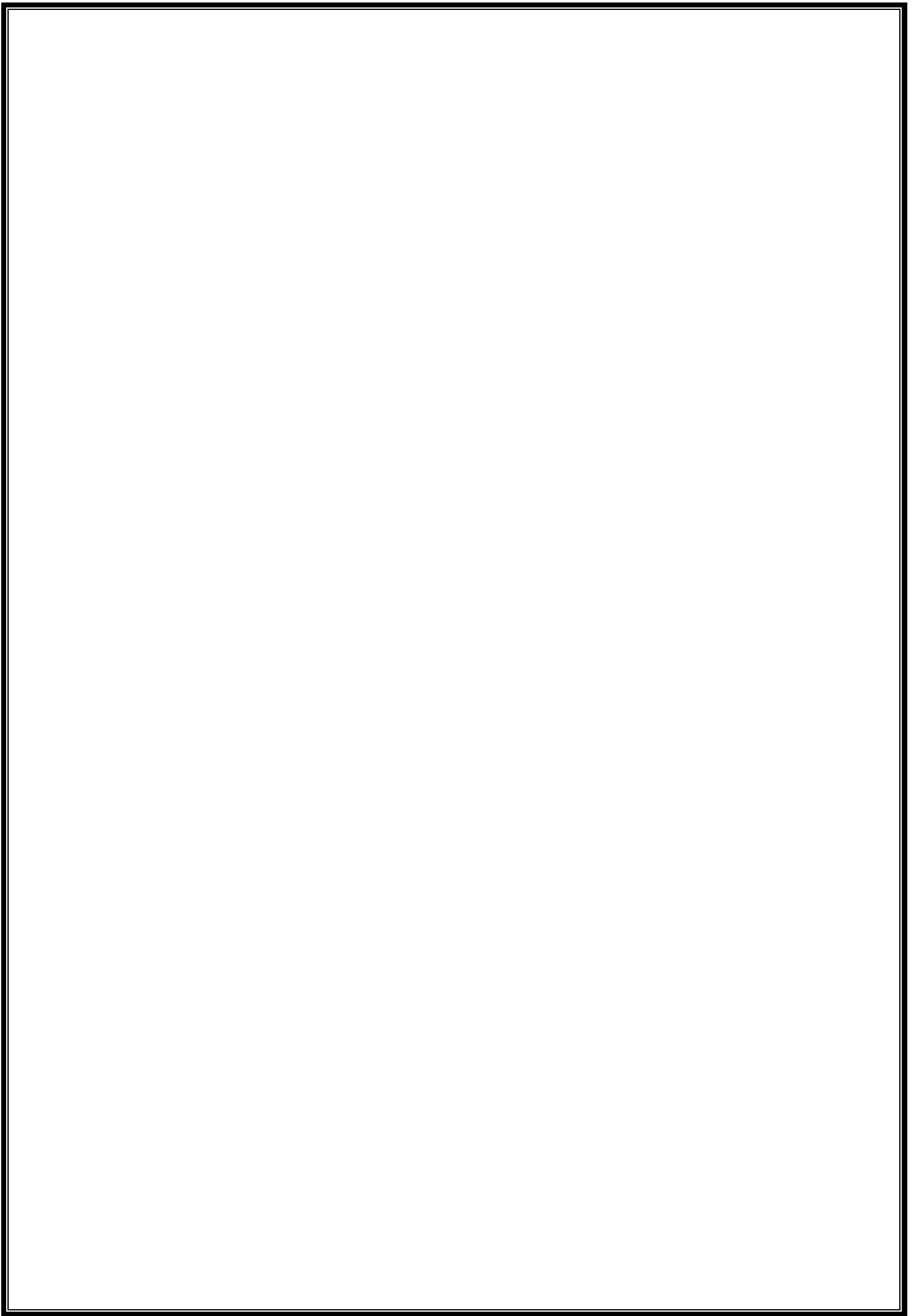












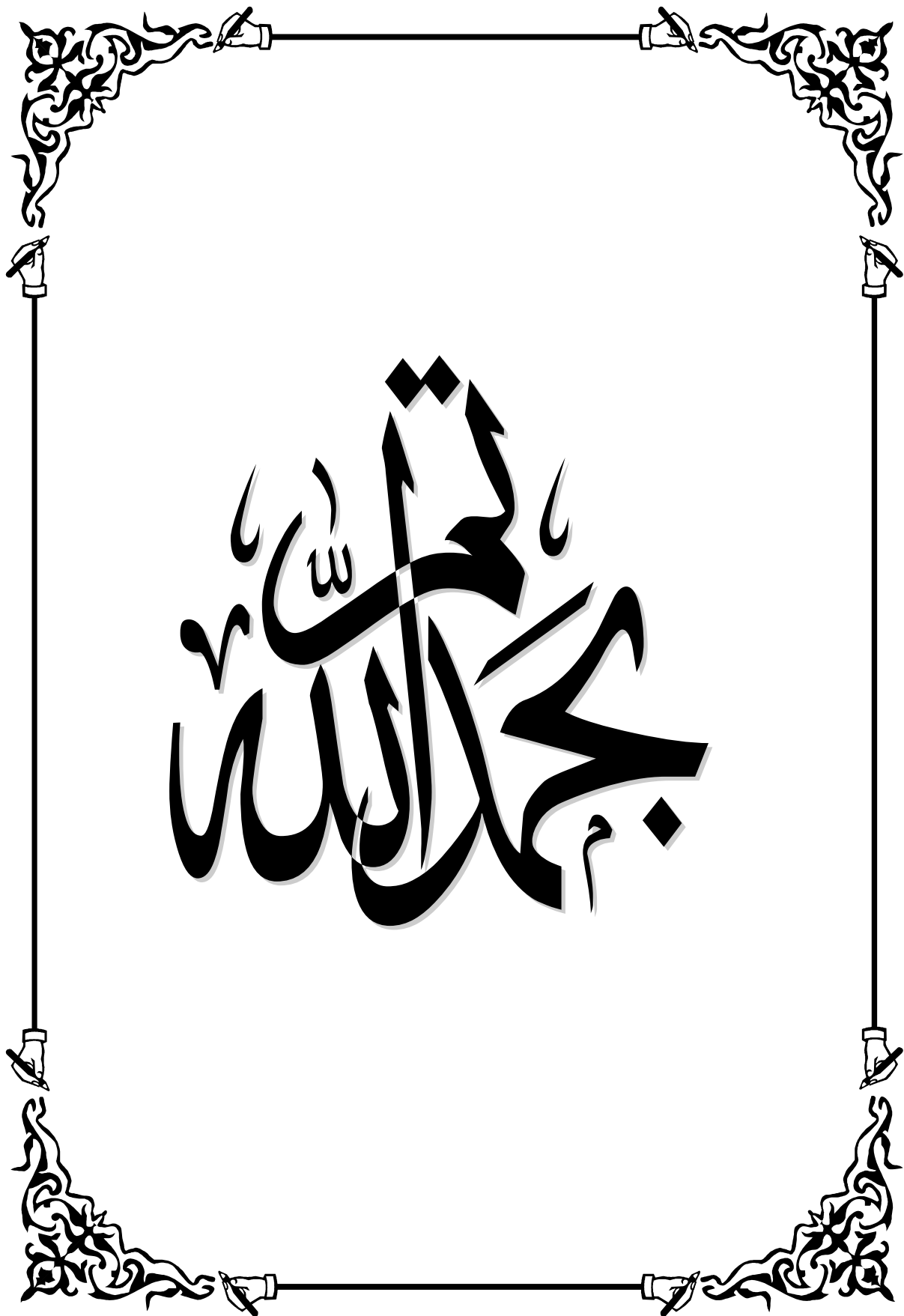
تحت إشراف الأستاذة:

بوداش وسام

جورديخ مليكة

السنة الجامعية: 2015-2016م





شكر عرفان

الحمد لله عز وجل الذي وفقني و أعانني على انجاز وإتمام هذه المذكرة .

و الشكر موصولاً عرفانا إلى الأستاذة المشرفة "جوردينج مليكة " على راحة

صدرها و سعة صبرها، و حسن ما أسدته لي من نصائح و توجيهات قيمة لم

تبخلها علي طيلة هذا العمل و أتمنى لها الوصول إلى أعلى الدرجات.

كما أتقدم بأسمى عبارات الشكر و التقدير الى أختي "سارة" على مساعدتها و

تحفيزاتها و طول بالها و أتمنى لها التوفيق و النجاح.

و أشكر كل من ساهم في انجاز هذه المذكرة من قريب أو من بعيد.

الإهداء

أهدي ثمرة جهدي هذه إلى من جعل الجنة تحت أقدامها، إلى من علمتني أن الحياة لا تستقيم إلا بالعلم، إلى الشمعة التي أنارت لي الطريق، إلى من تألمت وفردت لفريقي وقاسمت لأجلي، يا أجمل وردة منحها الله لي من بستان هذه الدنيا "أمي الحبيبة" أطال الله في عمرها.

إلى من كان سببا في وجودي وسراجا أنار لي الطريق وسقاني من كأس الأمل روائي، وعمل من أجلي وحماني في هذه الحياة، "أبي العزيز" حفظه الله. إلى الأعمدة التي أظل أرتكز عليها في هذه الدنيا إخوتي:

"عبد العزيز" و "زوجته" والكتكوتين "أمين" و "وليد"، إلى أخي الغالي "بلقاسم" و أتمنى له الشفاء العاجل، إلى أخي جمال و زوجته و الامورة ليليا إلى أسدي البيت: أمراجه و عبيد.

إلى من تقاسمت معهن صغري وأتمنى لهن كل السعادة و الفرح أخواتي: "العلجة"، "نسيمة" و "سارة".

إلى من ملأت البيت بهجة و سرورا إلى البرعمة والكتكوتة "إلين" وأتمنى من الله أن يحفظها.

إلى كل من ساهم في انجاز هذه المذكرة من قريب أو من بعيد.

خطة الدراسة

مقدمة

I- شبكات التواصل الاجتماعي وشبكة الفايسبوك

تمهيد

I-1- ماهية شبكات التواصل الاجتماعي.

I-1-1- نشأة شبكات التواصل الاجتماعي.

I-1-2- تعريف شبكات التواصل الاجتماعي.

I-1-3- خصائص شبكات التواصل الاجتماعي.

I-1-4- أنواع و أبرز مواقع التواصل الاجتماعي.

I-1-5- مجالات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

I-1-6- انعكاسات شبكات التواصل الاجتماعي.

I-2- شبكة الفايسبوك.

I-2-1- تعريف الفايسبوك.

I-2-2- نشأة الفايسبوك.

I-2-3- سمات الفايسبوك.

I-2-4- إيجابيات وسلبيات الفايسبوك.

II - إعلام البيئي والتوعية البيئية

تمهيد

II-1- نشأة و تطور الإعلام البيئي.

II-1-1 - مفهوم الإعلام البيئي.

II-1-2 عوامل ظهور الإعلام البيئي.

II-1-3 وظائف الإعلام البيئي وأهدافه.

II-2- ماهية التوعية البيئية.

II-2-1 - علاقة الإنسان بالبيئة.

II-2-2 - أساليب التوعية البيئية.

II-2-3 - أقسام و مكونات التوعية البيئية.

II-2-4 - أسباب المشكلات البيئية وأنواعها.

II-2-5 - أهمية التوعية البيئية.

III - الجانب التطبيقي

III-1 - ماهية الجمعية العلمية للايكولوجية والصحة:

III-1-1 - تأسيس الجمعية العلمية للايكولوجية والصحة.

III-1-2 - تعريف الجمعية العلمية للايكولوجية والصحة.

III-1-3 - شعار الجمعية العلمية للايكولوجية والصحة.

III-1-4 - مروج الجمعية العلمية للايكولوجية والصحة.

III-1-5- أساليب تأسيس الجمعية العلمية للايكولوجية والصحة.

III-1-6- نشاطات الجمعية العلمية للايكولوجية و الصحة

III-1-7- أهداف الجمعية العلمية للايكولوجية والصحة.

III-1-8- الصعوبات التي تواجه الجمعية العلمية للايكولوجية والصحة.

- عرض وتحليل نتائج الإستمارة.

- عرض ومناقشة نتائج الدراسة.

خاتمة

ملخص

تهدف هذه الدراسة الى الكشف عن دور الفايسبوك في نشر التوعية البيئية ، و ذلك من خلال دراسة عينة من ناشطي الفايسبوك ، وقد اتخذنا الجمعية العلمية للايكولوجيا و الصحة كنموذج ، و قد تم الاعتماد علي أداة الاستبيان و المقابلة .

تمثل البيئة موضوع الساعة ما جعل الجمعيات البيئية الناشطة تهتم بالعمل البيئي و تحديد الاعلام البيئي من خلال الحملات التوعوية على مستوى الشبكات الاجتماعية كونها اقرب الى المواطن في عصرنا الحالي .

بناءا على ذلك حاولنا في هذه الدراسة الغوص اكثر في مجال التوعية البيئية باعتمادنا على الجمعية العلمية لايكولوجيا و الصحة باعتبارها حققت نجاحا في هذا السياق بفضل مجهوداتها المجسدة عى ارض الواقع ، وفي الاخير استخلصنا جملة من النصائح و التوصيات التي من شأنها ان تساهم في الحفاظ على البيئة و الانسان معا. الكلمات المفتاحية :شبكات التواصل الاجتماعي ،البيئة ،الفايسبوك .

Abstract:

This study aims to reveal the role of facebook in spreading environmental awareness, and though a sample of the facebook activists, so we took the scientific for ecology and health of Bordj Bou Arreridj stat as a model, and has been relying on the tool questionnaire and interview .

The environment is a topic of time making active enronmental associations interested in environmental work and specifically the environmental media throuh awareness campaigns on the level of social networking being closer to the citizen in the present era .

Based on that we tried in this study to dive over in the area of environmental awareness by adopting ecological Assembly as successful in this ontext, thanks to its efforts embodied on the ground, and in the last saved us for a number of findinsgs and recommendatins that will contribute to the preservation of the environment and human together .

Key words :social networks, facebook, environement

مقدمة

تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي الأداة التي يلجأ إليها الفرد في عصرنا الحالي ويتخذها وسيلة للتواصل والاتصال والمشاركة الاجتماعية، وهذا تأتّى من تسارع حركة التطور التكنولوجي التي أحدثت تغييرات واضحة المعالم فميلاد الرقمية ووسيلة الانترنت قد أتاح للمستخدمين العديد من الخيارات، وسهولة الدخول عليها، وبذلك تكون قد همّشت الزمكان ، وفسحت المجال لتفاعلية أكثر في عصر تحكمه المعلومة فضلاً عن ذلك، فقد أصبحنا نعيش حقيقة تسودها ديمقراطية التكنولوجيا، ويتجلّى ذلك بشكل ملحوظ في مواقع التواصل الاجتماعي التي سهّلت الاتصال والتواصل والتفاعل بين الأفراد، من خلال الاهتمامات المشتركة بينهم، ويعد موقع الفايسبوك أهم هذه المواقع انتشاراً من حيث الاستخدام في مجتمع تحكمه كثافة المعلومة والسرعة والدقّة والمرونة.

هذه الموصفات استعملها المستخدمون في عدة مجالات من ضمنها المجال البيئي، الذي حظي في السنوات القليلة الماضية باهتمام بالغ على مستوى الفرد، والقادة والحكام، وصنّاع القرار، وحضور لافت في المؤتمرات والملتقيات، والندوات العالمية الإقليمية والحلية، إلى جانب المعالجة الواسعة لوسائل الإعلام للقضايا البيئية ممّا أكسبها طابع العالمية.

إن الحديث عن حماية البيئة والحفاظ على مكوّناتها، وصون مواردها لم يعد دعوات هامشية تطلقها جهات معيّنة بل صار محل اهتمام صنّاع القرار، ورجال الأعمال، نظراً للأهمية البالغة التي يطلع إليها الفرد والمجتمع لحماية الكائنات الحيّة بكل أنواعها.

تختلف استخدامات الشبكات الاجتماعية باختلاف الأعمار والمستويات ولعلّ فئة الشباب هي الأكثر استخداماً لهذه المواقع الاجتماعية التي لعبت دوراً هاماً في تنمية مشاركة هؤلاء في قضايا المجتمع، وذلك من خلال قيام المجموعات المختلفة بأنشطة متنوعة ومختلفة على هذه المواقع، والتي تعالج مختلف قضايا المجتمع وتحاول إيجاد حلول لها، ومن بين المجموعات النشطة في المجال البيئي نذكر الجمعية العلمية للإيكولوجية

والصحة بـرج بوعـريـرج. والـتي تأسـست لأجل التـوعية بأهمـية البـيئة ومـدى حـاجة المـجتمع إـلى البـيئة سـليمة ونظـيفة والمـهدف مـنها هو تـحسيس الفـرد بأهمـية المـحيط والحـفاظ عـليه.

الـجمعيـة العـلميـة للإيـكولوجـية والصـحة هـي فـريق وـاحـد ذـو هـدف مـشـترك تـسـعي لـتحقيق مُبـتغـى نبـيل وـهو حـمايـة البـيئة والمـحافظـة عـليها وذلـك مـن خـلال قـيامها بـعدـة نـشاطات كـالشـعارات والـلافتات والتـوجيهات وكـذلـك حـمـلات التـنظيـف والغـرس...الخ. هـذه الـجمعيـة كـونت لأجل الـارتقـاء بالغـصن الأخضر، ومـن خـلال هـذه المـعطيـات الأوـلية ، نـحاول طـرح الإشـكاليـة التـاليـة: ما هو دور الـجمعيـة العـلميـة للإيـكولوجـية و الصـحة في نـشر التـوعيـة البـيئيـة ؟ وكـيف تـساهـم في ذلـك عـبر الفـايـسبـوك؟

ولـدراسة هـذه الإشـكاليـة تم تـفكيـكها إـلى التـساؤـلات التـاليـة:

- * ما هي عادات و أنماط استخدام الفيسبوك ؟
 - * هل يهتم ناشطي الفيسبوك بنشر التوعية البيئية ؟
 - * ما هو دور الجمعية العلمية للإيكولوجية و الصحة في نشر التوعية البيئية؟
 - * ما هي النشاطات التي تقدمها الجمعية العلمية للإيكولوجية والصحة في مجال البيئة؟
- ومن ضمن الأسباب التي أثارت اهتمامنا لإنجاز هذه الدراسة نذكر ما يلي:

1. أسباب ذاتية:

- * الاهتمام الشخصي بالموضوع.
- * الإيمان الشخصي بأن حماية البيئة ونشر التوعية البيئية هي مهمة ومسؤولية كل فرد.
- * الرغبة في إثراء البحوث العلمية، إذ تعدُّ دراسـتي في هـذا المـوضـوع مـن المـواضـيع الجـديـدة بالنـظر إـلى حـدائـة ظـهور شـبكات التـواصـل الـاجتمـاعي وخصـاصـة مـوقـع الفـايـسبـوك.

* رغبت في تسليط الضوء على مشاكل البيئة ومحاولة إثراء ثقافتى البيئية.

2. أسباب موضوعية:

* جدة وحداثة الموضوع باعتباره محط نقاش وجدل.

* الدور الإيجابي الذي حققه موقع الفايسبوك في تنمية التواصل الاجتماعي والمشاركة القياسية

على الصعيد العالمي وكذا استعماله في التوعية البيئية.

* تزايد أهمية قضايا البيئة والتوعية البيئية، إذ أصبحت من أهم النقاشات المطروحة على

المستويات الوطنية والإقليمية وحتى الدولية.

واستنادا إلى ما ذكرناه سابقا فإن دراستنا تكتسي أهمية خاصة ذلك لأنها تقوم على العلاقة التي تربط

موضوعين اكتسبا أهمية بالغة وهو دور الفايسبوك والتوعية البيئية واتخاذ الجمعية العلمية للإيكولوجية والصحة

كنموذج، وبالتالي فإن الفايسبوك له تأثير بالغ على شرائح المجتمع، إذ أصبح طرفا أساسيا في عملية الاتصال

والتواصل بين الأفراد، كذلك نبحت عن أهمية وفاعلية علاقة الفايسبوك بالبيئة من خلال الجمعية العلمية

للإيكولوجية والصحة ببرج بوعريريج ويعني هذا الخوض بعمق في تجليات شبكات التواصل الاجتماعي

وتوظيف الفايسبوك في التوعية البيئية التي تعد معهد الحضارة.

وقد اعتمدنا في دراستنا هذه المنهج الوصفي التحليلي نظرا لملاءمته مع طبيعة الدراسة وسهولة

استعماله ميدانيا وكذلك في دراسة مجموعة أعضاء الجمعية العلمية للإيكولوجيا والصحة ببرج بوعريريج

ووصف السمات الاجتماعية والفردية لهؤلاء المجموعة ويعرف على أنه:

«الطريقة المنظمة للدراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بظاهرة أو موقف أو أفراد أو أوضاع بهدف اكتشاف

الحقائق والتأكد من صحتها وآثارها والعلاقات التي تصل بها وتغيرها وللكشف عن الجوانب التي تحكمها.¹

¹ - رشيد، زرواتي، مدخل لمنهجية البحث العلمي، (ط3، 2008)، ص 182.

وبناءً على المنهج المستخدم تتحدّد الأداة، ومن ضمن الأدوات المستعملة في دراستنا نجد أداة الاستبيان لما توفره من سهولة جمع البيانات الميدانية على الظاهرة موضوع الدراسة وللحصول على آراء حول دور الفيسبوك وعلى كم معرفي من خلال توزيع أسئلة الاستمارة ، للتعرف على دور الفيسبوك في التوعية البيئية ومدى استجابة الفرد وتعرضه لهذا الموقع ومشاركته في الجمعية العلمية للإيكولوجيا والصحة في أنشط الأعمال التي تقدمها.

ويعرف الاستبيان تحت أسماء عديدة مثل: الاستقصاء، الاستفتاء، الاستنبار ، وكلها كلمات تفيد ترجمة الواحدة لكلمة "Questionnaire" أو "Sondage" في اللغة الفرنسية¹

تعتمد هذه الدراسة في قياس وجمع المعلومات بنسبة كبيرة على أداة الاستبيان، والاستبيان حسب محمد عبد الحميد: « هو أسلوب جمع البيانات الذي يستهدف استثارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة لتقديم حقائق وآراء وأفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدّراسة وأهدافها، دون تدخل الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات»².

إن طرح الأسئلة هو محور لاستطلاعات الرأي العام، والحقيقة أنه استطلاع هو ببساطة طرح الأسئلة معينة على مجموعة مختارة من الناس، باستخدام أسس علمية سواء في اختيار الناس أو في كتابة الأسئلة.

وعليه فإن دراستنا تحاول الالتزام بتلك الشروط والطرق بداية بما يُريده من الاستمارة والإشكالية.³

¹ - أحمد، بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، (ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون الجزائر، 2005)، ص 220.

² - محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، (ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1997)، ص 183.

³ - تسيلدور ارجاوايزروجي ايقانزويت، تر، هشام عبد الله كمان ،دليل الصحفي إلى استطلاعات الرأي العام ، (الدار الأهلية للنشر والتوزيع، 1997)، ص 37.

وقد تم تحكيم الاستمارة من طرف الأستاذة المشرفة جورديخ مليكه و الأستاذة تيميزار فطيمة من قسم علوم الإعلام و الاتصال.

إلى جانب الاستمارة تتضمن كذلك دراستنا أداة المقابلة باعتبارها أداة من أدوات البحث العلمي والتي تساعدنا في جمع المعلومات حول نشاطات الجمعية العلمية للإيكولوجية و الصحة وتعرف علي أنها: «اللقاء المباشر الذي يجري بين الباحث و المبحوث»، وحسب الباحث "Maurice Angers": «فإن المقابلة هي أداة مباشرة تستخدم في مساءلة الأشخاص المبحوثين فرديا أو جماعيا»¹، و هذا قصد الحصول علي معلومات حول الجمعية المراد دراستها من خلال البطاقة الفنية للجمعية و التي سنتناول فيها التأسيس و التعريف بالإضافة إلى شعارها و أسباب تأسيسها وصولا إلى أهم النشاطات التي تمارسها لنستخلص في الأخير الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها و أهم الصعوبات التي تواجهها .

وقد اخترنا في دراستنا هذه عينة قصديه متمثلة في مجموعة أشخاص متفاعلين وناشطين في الجمعية العلمية للإيكولوجية والصحة بـ برج بوعريريج بما المنخرطين بأعمال الجمعية وقيامهم بعدة نشاطات لأجل حماية الغصن الأخضر وفق شعارهم الذي هو: «مجتمع واع ، بيئة محمية ،جسم محصن» .

بمعنى أنهم مجموعة أفراد لهم دور في عملية اتصالية تربطهم اهتمامات معينة ومشتركة ويستخدمون الفيسبوك في البيئة وتتحكم في تعرضهم فرق فردية واجتماعية وتختلف نظرتهم حول البيئة وأهميتها وقضاياها. وتعرف العينة القصدية «تحت أسماء متعددة مثل العينة الغرضية، أو العينة العمدية، أو العينة النمطية، وهي أسماء تشير كلها إلى العينة، التي يقوم هو شخصيا باقتناء المفردات المتمثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنها

¹ - أحمد، بن مرسل، مرجع سبق ذكره، ص 197-198.

من معلومات و بيانات، و هذا لإدراكه المسبق و معرفته الجيدة لمجتمع البحث و لعناصره الهامة، التي تمثله تمثيلاً صحيحاً و بالتالي لا يجد صعوبة في سحب مفرداتها بطريقة مباشرة»¹.

حيث قسمت موضوعي هذا إلى ثلاثة أبواب و حاولت من خلاله أن أكون نسقاً متكاملًا و كل باب يخدم الباب الذي يليه، و لقد استلهمت موضوعي هذا بمقدمة عامة تحتوي بدورها على إشكالية الموضوع و تساؤلات الدراسة و كذلك أسباب اختيار الموضوع و أهميته.

في الباب الأول قسمته إلى محورين المحور الأول تناولت فيه مواقع التواصل الاجتماعي الناشئة و التعريف و كذا خصائص و أنواع شبكات التواصل الاجتماعي و في المحور الثاني عالجت فيه شبكة الفيسبوك و فيه الناشئة و التعريف إل جانب سمات و أغراض الفيسبوك.

أما في الباب الثاني فيدور حول الإعلام البيئي و التوعية البيئية و كذلك جزأته إلى محورين حيث عالجت في المحور الأول الإعلام البيئي الناشئة و المفهوم و كذلك عوامل مهام الإعلام البيئي و في المحور الثاني تطرقت إلى التوعية البيئية التعريف و الناشئة إلى جانب أساليب و مشكلات البيئة.

وفي الباب الثالث خصصته للبطاقة الفنية حول الجمعية العلمية للإيكولوجيا و الصحة بـ برج بوعريـيج و كذلك مناقشة بيانات الاستمارة و معطياتها و التعليق عليها.

¹ - أحمد، بن مرسل، مرجع سبق ذكره، ص 213-214.

I- شبكات التواصل الاجتماعي وشبكة الفايسبوك:

- تمهيد

I-1- ماهية شبكات التواصل الاجتماعي.

I-1-1- نشأة شبكات التواصل الاجتماعي.

I-1-2- تعريف شبكات التواصل الاجتماعي.

I-1-3- أنواع و أبرز مواقع التواصل الاجتماعي.

I-1-4- خصائص شبكات التواصل الاجتماعي.

I-1-5- مجالات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

I-1-6- انعكاسات شبكات التواصل الاجتماعي.

I-2- شبكة الفايسبوك.

I-2-1- تعريف الفايسبوك.

I-2-2- نشأة الفايسبوك.

I-2-3- سمات الفايسبوك.

I-2-4- إيجابيات وسلبيات الفايسبوك.

I - شبكات التواصل الاجتماعي

تمهيد:

أصبح الإعلام في عصرنا الحالي قوة رئيسية في حسم الكثير من القضايا في السلم والحرب وفي بناء الدول وترسيخ أركانها والحفاظ على هيبتها ومكانتها وخاصة في عصر المعلومات وثورة الاتصالات والتطور التكنولوجي أين ظهر ما يسمى بالإعلام الجديد في مضمونه وشكله لم يتميز به من قوة فائقة في الشكل والظهور على الساحة الإعلامية، ومحاولة اللحاق بالعصر الذي نعيشه ومتابعة التطورات السريعة والمتلاحقة التي يمرُّ بها العالم. بمعنى أن محتوى هذا الإعلام استطاع بفضل وسائله من اختراق وإسقاط كافة الحواجز وتجاوز الزمكاني حيث استطاعت هذه الوسائل أن تصل إلى المتابع على مدار الساعة وأن تُبقي على إطلاع على الواقع أولاً بأول ذلك أن الإعلام الجديد هو إعلام عصر المعلومات الذي له آثار على حياتنا العامة، بالإضافة إلى دور الشبكات الاجتماعية التي حققت وبالفعل التواصل والاتصال بين الأفراد والجماعات وأصبحنا نعيش في أحقاب عصر الوقت الذي يسمّى في الوقت الراهن بالوقت الشبكي، وسنتطرق في هذا الفصل إلى شبكات التواصل الاجتماعي وخصائصه وأنواعه بصفة عامة وإلى الفايسبوك بصفة خاصة باعتباره شبكة اجتماعية.

1.I – ماهية شبكات التواصل الاجتماعي:

يجتاز العالم اليوم بداية عمر يطلق عليه عصر المعلومات، حيث تحولت المجتمعات الحديثة من مجرد اهتمام بإنتاج السلع والخدمات إلى توجيه اهتمام متزايد إلى قطاع المعلومات وظهرت صناعة جديدة تسمى صناعة المعلومات: Information، وقد صاحب ثورة المعلومات ثورة أخرى وهي ثورة الاتصالات.

أ. التواصل: عملية تبادل المعلومات والآراء والأفكار والمشاعر والمواقف والاتجاهات بين الأفراد والمجموعات سواء داخل المجتمع الواحد أو خارجه.¹

ب. الاجتماعي: الاجتماع عبارة عن نسيج مكون من صلات اجتماعية، تلك الصلات التي يحددها الإدراك المتبادل بين الجانبين، أو هو مجموعة من الأفراد يربط بينهم رابط مشترك، يجعلها تعيش عيشة مشتركة تنظم حياتها في علاقات منتظمة معترف بها فيما بينهم.²

لغة: حسب قاموس أكسفورد: وهو موقع مخصص أو التطبيقات الأخرى التي تمكن المستخدمين من التواصل مع بعضهم البعض عن طريق نشر المعلومات والتعليقات والرسائل والصور....الخ.

اصطلاحاً: هي منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسح لمشارك فيها بإنشاء حساب خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهويات أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية.³

¹ - رباب رأفت، محمد جمال، (أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي، كلية الإتصال والإعلام، جامعة الملك عبد العزيز، 2013)، ص 1.

² - Arab British Academy for Higher Education : <http://www.arabe.Co.uk>

³ - ياس، خضير البياني، الإعلام الجديد والدولة الافتراضية الجديدة، (ط1، دار البلدية، المملكة الأردنية، كلية الإعلام، جامعة بغداد، 2014)، ص 40، 45، 93.

اجرائيا: هو موقع مخصص لتواصل وتفاعل الأفراد الناشطين تربطهم روابط وصلة مشتركة فيما بينهم.

I. 1. 1- نشأة شبكات التواصل الاجتماعي:

يبدو أن تاريخ نشوء الشبكات الاجتماعية يعود إلى سنة 1960م، أين صدرت العديد من المواقع الاجتماعية من بينها الفيسبوك و تويتر والمدونات....

فالشبكات الاجتماعية كانت متواجدة على الانترنت منذ التسعينات، فخلال هذه الفترة راجت صناعة مواقع في الانترنت وعدد كبير يُعدُّ بالملايين من متصفحات الانترنت لإرسال واستقبال البيانات في نفس الوقت.¹

وقيل أن شبكات التواصل عام 1995، حيث ظهرت شبكة class matesn.com، والتي أسسها راوي كونرادز وبلغ عدد مستخدميها خمسون مليوناً في الوم.أ وكندا ينتمون إلى 200 ألف مؤسسة تعليمية تمثل جميع مراحل التعليم من الحضنة وحتى الجامعة.

وحصلت نقلة كبيرة جدا في شبكات التواصل عام 2005 حيث ظهر موقع ماي سبيس الأمريكي، وفي نفس العام ظهر "الفيس بوك" والذي تفوق على المواقع الأخرى، حيث بلغ عدد مستخدميهِ 400 مليون شخصا في العالم.

وقد هدف مارك جرك زوكر بيرج "صاحب فكرة الفيس بوك" من تصميم هذا الموقع أن يكون ملتقى يجمع كافة زملائه في جامعة هارفارد الأمريكية، بحيث يستطيعون من خلاله تبادل الآراء والأفكار والصور.

¹ - محمد محمد، فراح عبد السميع، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعريف مصر كقصد سياحي دولي، (دراسة مخبر كلية السياحة والفنادق، جامعة الفيوم، 2012)، ص 45.

وبعد الرواج الذي لقيه هذا الموقع وتم تطوير استخدامه بحيث يسمح لكل من يريد استخدامه أياً كان موقعه. مما مكن ملايين البشر في كافة البلدان من استخدام هذا الموقع.

والشبكات الاجتماعية مواقع انتشرت في السنوات الأخيرة بشكل كبير جداً، ولازال انتشارها مستمراً، وهي تقدم خدمة التواصل بين الأعضاء المنتسبين لها حتى سمي المستخدمون لها بالمجتمع الافتراضي الذي يجمع بين كافة مستخدمي هذه المواقع رغم اختلاف الجنس والدين واللغة والثقافة.¹

وبذلك نؤكد أن الويب Web ليست تقنية في حد ذاتها ومما يدل على ذلك أن المدونات بدأ الحديث عنها في 1997 وظهر بالفعل عام 1999، وانتشرت في عام 2003.

بينما مصطلح Web ظهر في سنة 2004، فالمبدأ الذي يوفره الجيل من الويب 20 هو مشاركة المستخدمين في محتويات المواقع، حيث يقومون بابتكار محتويات أو تعديلها، وهذا ما أنتج أكثر المواقع شعبية على الانترنت.

وازدادت تلك الأهمية مع ظهور وانتشار شبكات التواصل الاجتماعي والتي استطاعت أن تغير شكل كبير في طريقة تواصل الناس.

1.I. 2- تعريف شبكات التواصل الاجتماعي :

التواصل ظاهرة اجتماعية تقوم على علاقات تفاعلية وتحديدًا بين أعضاء الثقافة الواحدة، كما يشعر فيها المشارك أنه فاعل ومتفاعل اجتماعيا وليس هامشيا كما كان مقيد من قبل أي لا دور له، ذلك حققت مواقع التواصل الاجتماعي الالكترونية من تأثير على ملايين المتفاعلين ليحصلوا على أهدافهم المستطرة.

¹ - علي خليل، شقرة، الإعلام الجديد لشبكات التواصل الاجتماعي، (ط2، دار اسامة لنشر ، الاردن عمان، 2014)، ص 58-61.

إذ يعرفه Richter Koch: "بأنها التطبيقات والمنابر و وسائل الإعلام عبر شبكة الانترنت التي تهدف إلى تسهيل التواصل والتفاعل والتعاون وتبادل المعلومات".

أما التواصل الاجتماعي كعملية فيعرفه: "بأنه مشاركة اتصالية عبر الاتصالات إذ يتم تداول الصور، الفيديوها والأخبار والمقالات والمدونات الصوتية للجمهور عبر مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة".¹

إذن تعرف شبكات التواصل الاجتماعي على أنها: « منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشاركة فيها بإنشاء حساب خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمام والهويات أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية». ²

ووفقا لعدد من الباحثين في تعريفاتهم للشبكات الاجتماعية والتي تعني باللغة الأجنبية Social Network Online ومن بين هذه التعريفات:

* « هي تلك المواقع التي تمكن الأفراد من إنشاء شبكات اتصال بأفراد آخرين لأسباب شخصية مهنية »

* « هي أماكن للمجتمع على الخط المباشر تشجيع أعضائها على بناء شبكات من أصدقائهم ومعارضهم وإقامة علاقات جديدة والتعرف على أشخاص جدد ».

* وتعرفها هبة محمد خليفة بأنها: « شبكة مواقع فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال بعضهم البعض، وبعد سنوات طوال،

¹ - علي خليل، شقرة، مرجع سبق ذكره، ص 93.

² - سميرة، تيجاني، الإعلام الحديث في عصر المعلومات، (مجلة جامعة دمشق، المجلد 26 العدد الأول والثاني، 2010)، ص 468-477.

وتمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطد العلاقة الاجتماعية بينهم»¹.

* الشبكات الاجتماعية: هي عبارة عن أنظمة مرتبطة بنوع أو أكثر من أنواع الترابط التي تشمل القيم والرؤى، الأفكار المشتركة والاتصال الاجتماعي.²

* وقد ظهرت هذه الشبكات في الو.م.أ على مستوى التواصل بين زملاء الدراسة، و أول شبكة اجتماعية بمعناها العام من إعادة علاقات التواصل بين زملاء المدرسة الواحدة Classmates.com وبدأت هذه الشبكة في عام 1995.³

* في حين نستخدم مصطلح "موقع الشبكة الاجتماعية" لوصف هذه الظاهرة، فإن مصطلح مواقع الشبكات الاجتماعية يظهر أيضا في الخطاب العام، وغالبا ما نستخدم المصطلحين بالتبادل ولقد اخترنا عدم استخدام مصطلح "الربط الشبكي" لسببين: التركيز والنطاق "الشبكات" ويؤكد بدء العلاقة، في كثير من الأحيان بين الغرباء، بينما التواصل هو ممكن على هذه المواقع، فإنه ليس من الممارسة بشكل أساسي على كثير منهم، وهو ما يميزها عن غيرها من أشكال الاتصالات الحاسوبية (CMC).⁴

* وكما تعرف أيضا على أنها منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشاركة فيها بإنشاء حساب خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمام والهوايات أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية.⁵

¹ - علي خليل، شقرة، مرجع سبق ذكره، ص 59.

² - حسن قطيم، طماح المطيري، الاستخدامات السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي "تويتر" من قبل الشباب الكويتي، (شهادة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، إبريل، 2013)، ص 25.

³ - أماني، جمال مجاهد، (استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة)، (قسم المكتبات والمعلومات، جامعة المنوفية)، ص 07.

⁴ - DanahM.Boyd/Nicole B. Ellson, (Social Network Sites, Définition, history, and scholarchys, Michigan state university, 2007, p 01 .

⁵ - وائل، مبارك خضر فيضل الله، مدونة شمس النهضة، دراسة بحثية، (ط1، السودان-الخرطوم، نوفمبر 2014)، ص 42.

* وقد عرفها ألسون وبويد Ellson, Boued على أنها «مواقع تتشكل من خلالها الانترنت تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة، وإتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين، والتعبير عن وجهة نظر الأفراد والمجموعات من خلال عملية الاتصال تختلف طبيعة التواصل من موقع لآخر.

I. 1. 3- خصائص شبكات التواصل الاجتماعي:

لقد أضافت بيئة الويب 20 خصائص جديدة مميزة للشبكات الاجتماعية جعلتها أكثر تفاعلية وخلقت وسائل جديدة للتفاعل الاجتماعي بين الأعضاء وأصبح بالإمكان مشاركة الأصدقاء في الصور، الفيديو، الأحداث والمناسبات الخاصة ومن بين هذه الخصائص نذكر:

* يتم تشكيل محتوى هذه الشبكات من زوارها والأعضاء فيها، وليس هناك فريقا متخصصا للكتابة والنشر فيها، فرّواد هذه الشبكات بما يثبونه من أفكار وثراء وبما يتبادلونه من وجهات نظر، هم من يشكل محتوى هذه الشبكات، وبالتالي ففضاء الحرية واسع جدا يستطيع زائر الشبكة الاستفادة منه في مواضيع كثيرة كتابة ونقداً مما يتعذر القيام به عبر وسائل الإعلام التقليدية.¹

* سهولة الاستخدام من بين الأمور التي تساعد بشكل كبير في انتشار الشبكات الاجتماعية هي بساطتها، إذ يمكن لأي شخص يملك مهارات أساسية في الانترنت خلق وتسيير موقع شبكة اجتماعية فالشبكات الاجتماعية مجانية ومتاحة للجميع.

* التفاعلية: إن الهدف الرئيسي لهذه الشبكات هو خلق التفاعلية بين أعضائها لضمان الاستمرارية، بحيث يكون المشاركون في عملية الاتصال مؤثرين في أدوار الآخرين وباستطاعتهم تبادلها إذ يمكن للمستخدم "أ" أن يأخذ مكان موقع المستخدم "ب" ويقوم بأفعاله الاتصالية، فالمرسل يستقبل ويرسل في الوقت ذاته وكذلك المستقبل.

¹ - وائل، مبارك خضر فيضل الله، أثر الفايبيوك على المجتمع، (المكتبة الوطنية، السودان، 2012)، ص 7-8.

✓ **التعريف بالذات:** الخطوة الأولى للدخول إلى شبكات الاجتماعية هي إنشاء صفحة معلومات شخصية وهي الصفحة التي يضعها المستخدم ويطورها، ويقوم من خلالها بالتعريف عن نفسه من خلال: النص، الصور، الموسيقى، الفيديوهات.

* استطاعة المستخدم التحكم في المحتوى المعروض عن طريق حريره في اختيار الأصدقاء الذين يريد التواصل معهم سواء كانوا أشخاص طبيعيين أو معنويين.

I.4.1 - أنواع و أبرز مواقع الشبكات التواصل الاجتماعي:

* **نوع أساسي:** وهو الأكثر شهرة: الشخصي، هذا النوع يتكون من ملفات شخصية للمستخدمين وخدمات عامة، والمراسلات الشخصية ومشاركة الصور، الملفات الشخصية والمرئية، الروابط، والمعلومات ومن بين هذه المواقع فيس بوك، ما سبيس، هاي فايق.

* **نوع مرتبط بالعمل:** وهو عام من أهم الشبكات الاجتماعية تربط بين أصدقاء وزملاء العمل المهنة الواحدة وأصحاب الأعمال والشركات، إذ يتضمن ملفات شخصية للمستخدمين يتضمن سيرتهم الذاتية وما قاموا به في سنوات دراستهم وعملهم ومن قاموا بالعمل معهم وعلى هذه الصفحات.¹

* **نوع المميزات الإضافية:** هناك بعض الشبكات الاجتماعية توفر مميزات أخرى كالتدوين المصغر كموقع تويتر و بلارك والشبكات الجغرافية كموقع برايت كاي.

وهذه بعض الأمثلة عن الشبكات الاجتماعية عربية:

* **شبكة فرنداوي:** تعد نفسها بمثابة فايسبوك العرب، شعارها فرنداوي دليل الأصدقاء العرب، تقدم خدمات متعددة منها إمكانية إنشاء مميزات للأعضاء، إنشاء مجموعات، الدردشة، الصور...

¹ - ياسمين بن محوسن، استخدام منتسي الفيسبوك للصورة الثابتة، (رسالة مكملة لنيل شهادة الماستر في الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة مسيلة، 2015)، ص 34.

* شبكة أرابز: شبكة اجتماعية تتيح التواصل مع الأصدقاء والتعرف على الآخرين من مختلف أنحاء العالم.¹

❖ أبرز مواقع التواصل الاجتماعي:

* المدونات الالكترونية: تعددت تعريف المدونات الالكترونية فهناك من يعرفها بأنها تطبيق من تطبيقات الانترنت، تظهر عليه ملاحظات مدونات مؤرخة ومرتبة ترتيباً زمنياً تصاعدياً ينشر منها عدد غير محدد يتحكم فيه مدير أو ناشر المدونة كما يتضمن نظاماً كلياً لأرشفة المدخلات القديمة ويكون لكل مدخله منها مسار دائم لا يتغير منذ لحظة نشرها، بحيث يستطيع القارئ الرجوع إلى تدوينه معينة في وقت لاحق عندما لا تصبح متاحة في الصفحة الأولى للمدونة.²

وتعرف المدونة على أنها صفحة انترنت ديناميكية تتغير زمنياً حسب المواضيع المطروحة فيها، حيث تعرض المواضيع في بداية المدونة حسب تاريخ نشرها (حديث النشر أولاً التي تليها وهكذا).

والموضوعات التي يتناولها الناشرون في مدونات تتراوح ما بين اليوميات، والخواطر، والتعبير المسترسل عن الأفكار، والإنتاج الأدبي، والموضوعات المتخصصة في هذا المجال التقني.³

يمكن تصنيف المدونات حسب محتواها إلى خمسة أنواع: مدونات كتابية، مدونات صورية (photo blog)، مدونات فيديو (vlog)، مدونات صوتية (audio bloggind)، مدونات باستخدام الهاتف الجوال (molog).⁴

¹ -Romina , cachia, Social com-ponling study on the use and impact of online, social networking JRscientifie and technical reports, usa, 2008, p 20.

² - يasmine، بن محبوس، مرجع سبق ذكره، ص 34.

³ - أحمد، عصام، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على خصوصية الفرد الجزائري "دراسة وصفية تحليلية حول الخصوصية والقيمة للأفراد"، (مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة مسيلة)، ص 27.

⁴ - هند، بنت سلامة الخليفة، وسلطانة، بنت مساعد للفهد، المدونات العربية السعودية، (دراسة تحليلية المملكة العربية السعودية الرياض، دون ذكر السنة)، ص 106.

كما تعتبر المدونات وسيلة فعالة للتعبير عما يريده المدون من يوميات وخواطر وإنتاج أدبي أو نشر الأخبار، إضافة إلى الموضوعات المتخصصة في فروع العلم المختلفة، كالمدونات الطبية والهندسية والجغرافية.... وبالتالي فالمدونة وسيلة للنشر أدت إلى زيادة دور الشبكة العالمية كوسيلة للتعبير والتواصل، إضافة إلى كونها وسيلة للنشر والدعاية والترويج للمشروعات والحملات المختلفة

*** مراحل تطور المدونات الالكترونية:** لقد مرت المدونات الالكترونية أثناء مرحلة تطورها على مراحل ثلاثة وهي:

✓ **المرحلة الأولى:** منذ منتصف التسعينيات إلى غاية 2000 كانت البداية للمدونات، حيث كانت تطبيقا حرفيا لمصطلح سجلات الشبكة فهي في مجملها لا تخرج عن كونها يكتب فيه المدونون مذكراتهم اليومية ذات الطابع الشخصي.

✓ **المرحلة الثانية:** وتعتبر هذه المرحلة الميلاد الحقيقي للمدونات منذ عام 2001 باكتسابها القدرة على التأثير وذلك بدخول الصحفيين الميدان فكانت الحرب على العراق هي نقطة التحول في هذه المرحلة.

✓ **المرحلة الثالثة:** وهي مرحلة النضج في تاريخ المدونات وكان سنة 2004 التحول ظاهرة التدوين إلى ظاهرة عالمية بانضمام العديد من مستخدمي الانترنت إلى صفوف المدونين وقراءة المدونات.

❖ التويتر:

تويتر **twitter**: هو موقع شبكات التواصل اجتماعية يقدم خدمة تدوين مصغر يسمح لمستخدميها بإرسال تحديثات عن حالتهم بحد أقصى 140 حرف في الرسالة الواحدة، مباشرة عن طريق موقع تويتر أو عن طريق إرسال رسالة نصية قصيرة.¹

¹ - علي محمد، بن فتح محمد، مواقع التواصل الاجتماعي وآثارها الأخلاقية والقيمية، (مذكرة لنيل شهادة الماجستير، قسم الدعوى والثقافة الإسلامية، 2015/12/02)، ص 79.

ويعرف كذلك على أنه: « أحد شبكات التواصل الاجتماعي التي انتشرت في السنوات الأخيرة، ولعبت دوراً كبيراً في الأحداث السياسية في العديد من البلدان وخاصة في الشرق الأوسط، وأخذ تويتر من مصطلح تويت والذي يعني التغريد واتخذ من العصفورة رمزاً له».¹

* ويرجع أول ظهور لموقع تويتر في مارس 2006 على يد جاك دوزي jakdorsey ، بيرستون birstorne وإيفان ويليامز evan williams وأتيح للجمهور في جويلية 2006، وهو عبارة عن شبكة اجتماعية وخدمة للتدوين المصغر micro_blogging تسمح لمستخدميها بإرسال تحديثات وتدوينات مصغرة لا تتجاوز 1470 حرف.²

* ويبقى تويتر إلى يومنا هذا من أهم الشبكات الاجتماعية التي تتمتع بجمهورية عالية والتي تميل الشخصيات المهمة إلى استخدامها حتى تكون أقرب إلى الجماهير والتعرف على مدى اهتمامهم بنشاطاتهم وذلك من خلال كسب عدد أكبر من المتابعين وذلك لاكتشاف «what's happening now» فهو موقع تدوين مصغر برز في نشر وتنظيم حول الأحداث الكبرى مثل حرائق كاليفورنيا 2008.³

❖ مجالات استخدام تويتر:

- * الحديث عن الحياة الخاصة.
- * استخدامه كملف للمدونات.
- * المتابعة المباشرة للملتقيات والأحداث.
- * إرسال رسائل قصيرة SMS مجانية متاحة لبعض الدول.

¹ - أحمد يونس، حمودة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، (دراسة مقدمة لنيل شهادة الماجستير من قسم البحوث والدراسات الإعلامية، جامعة الدول العربية-القاهرة، ديسمبر 2013)، ص 79.

² - مرزوقي، حسام الدين، الويب 2.0 للشبكات الاجتماعية والإعلام، (مذكرة لنيل شهادة الليسانس في علوم الإعلام، جامعة عنابة، دفعة جوان 2009)، ص 47.

³ - مريم نريمان، نورمان، تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية، (مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة باتنة، 2001)، ص 44.

* التواصل مع الآخرين باستخدامه لإرسال رسائل قصيرة بين الأعضاء.

* التجوال شبكة الأصدقاء ومناقشتهم، عرض أسئلة والحصول على إجابة بطريقة آنية.

❖ خصائص تويتر:

إن لتويتر مميزات ينفرد بها عن غيره:

* أن هذا الموقع بمساحة وعدد محدود من المداخلات والتي كما أشرنا لا تتجاوز 140 حرفاً.

* السرعة في نشر الخبر على الانترنت، فبمجرد كتابة أي شيء على حسابك بإمكان ملايين المشتركين

في الانترنت حتى لو لم يكن مشترك في موقع تويتر قراءة ما كتب والاستفادة منه.

* إمكانية التواصل بين مستخدميه عن طريق رسائل SMS حيث يمكن استقبال آخر أخبار أصدقائك

أينما كنت وفي أي وقت.

* متابعة آخر المدونات والصحف الالكترونية.¹

❖ سلبيات موقع تويتر:

* عدم سماحه للتحديثات إلا مساحة محدودة لا يمكن أن يكون مجالاً لبناء علاقات اجتماعية وإنشاء

علاقات صداقة.

* قد تتسبب سرعة وسهولة نشر الخبر عن طريق تويتر بالإدمان عليه لمتابعة أخبار الأصدقاء، حتى

الشخصية منها، والتي قد لا تفيد التابع لها أو تعنيه.²

¹ - يasmine، بن محبوس، مرجع سابق ذكره، ص 36.

² - علي خليل، شقرة، مرجع سبق ذكره، ص 75-77.

❖ اليوتوب: you tub:

هو أحد أشهر المواقع الالكترونية على شبكة الانترنت، وعنوانه: www.youtube.com وتقوم فكرة الموقع على إمكانية إرفاق أي ملفات تتكون من مقاطع الفيديو على شبكة الانترنت دون أي تكلفة مالية، بدأ موقع يوتوب في الظهور على شبكة الانترنت، وهو أشهر المواقع الالكترونية التي تقدم المواد المصورة المنتجة بواسطة المستخدمين في 15 فبراير (فيفري) عام 2005 بواسطة ثلاثة موظفين من شركة باي بال pay pal

وقد انتشر استخدام هذا الموقع You tub انتشاراً مذهلاً في شتى بقاع العالم بسبب ميزة قصر مدة الفيديو على الموقع مقابل المادة التلفزيونية الطويلة نسبياً.¹

❖ مزايا اليوتوب :

- * يتيح اليوتوب إمكانية إعادة المشاهدة لمرات عديدة وحسب الطلب.
- * إضافة إمكانية مشاهدة الفيديوهات الخاصة.
- * توفر إمكانية ترجمة ما ينشر على اليوتوب.
- * سهولة الاستعمال والمشاهدة اليوتوب عام ومجاني.

❖ سلبيات اليوتوب:

- * إمكانية اختراقه.
- * قيام بعض الدول بحجب الموقع.²

¹ - أمين رضا، عبد الواحد، استخدامات الشباب الجامعي لموقع "يوتيوب" على شبكة الانترنت، (ورقة بحثية قدمت إلى المؤتمر الأول، الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة... العالم الجديد، منشورات جامعة البحرين، 7-9 إبريل 2009)، ص 520.

² - ياسمين، بن محبوس، مرجع سبق ذكره، ص 94-96.

❖ ماي سبيس: My Space

وهو موقع يقدم خدمات الشبكات الاجتماعية، ويتيح التفاعل بين الأصدقاء إضافة إلى تقديم خدمات تفاعلية أخرى كالمدونات ونشر الصور والموسيقى وأفلام الفيديو.¹

ويعتبر ماي سبيس سادس أكبر موقع على الويب الإنجليزية شعبية في العالم وثالث موقع شعبية في ال.م.أ. وهو عبارة عن منظمة التي تقدم مجانا لأعضاء التسجيل وأخذ ساحة شخصية على الموقع والسماح لهم يجعل بلوك (blog) وإرسال الصور الخاصة، الفيديو... الخ، أيضا نظام الرسائل التي تتيح التواصل بين الأعضاء وبناء شبكة من الأصدقاء.²

I.1.5 - مجالات استخدام الشبكات الاجتماعية:

و يمكن إنجازها بالنقاط التالية:

* **التعارف والصدقة:** وهو أهم أوجه استخدامات الشبكات الاجتماعية و هي بداية كل مستخدمي إقامة علاقات اجتماعية من خلال الشبكة.

* **إنشاء شبكات للجهات والمؤسسات المختلفة:** من أهم مميزات الشبكات الاجتماعية في بيئة الويب 2,0 هي إمكانية إنشاء شبكات داخلها تجمع الأفراد تحت مظلتها، فيمكن لأي جهة إنشاء شبكة لها و يترك فيها كل العاملين في تلك الجهة.

* **إنشاء مجموعات اهتمام:** وهي متاحة على الإنترنت منذ وقت بعيد و كذلك مواقع شهيرة تقدم تلك الخدمة مجانا اذ يمكن إنشاء مجموعات اهتمام ودعوة جميع الأصدقاء للإشراك في تلك المجموعة.

¹-علي خليل، شقرة، مرجع سبق ذكره، ص 80.

²-philippe ,tooloting ,mémoire de enjeux et perspectives les réseaux sociaux , (institut supérieur de commerce du paris, marking, promotion 2006), p 19.

* إنشاء صفحات خاصة بالأفراد والجهات: يمكن إنشاء صفحة للمشاهير والشخصيات المتميزة ويقوم صاحب الصفحة بالاشتراك فيها للتعرف على أخباره وأنشطته.

* استخدامات ترفيهية: تضم الشبكات الاجتماعية العديد من الألعاب الترفيهية المسلية

* الدعاية والإعلان : يمكن استخدام الشبكات الاجتماعية لأغراض الدعاية التجارية مثلا هناك العديد من المؤسسات تؤسس لها مجموعات كنوع من أنواع الترويج، كما يمكن عمل إعلان مدفوعة الأجر عبر الشبكة¹.

I.1.6- انعكاسات شبكات التواصل الاجتماعي:

* البعد الاجتماعي والنفسي: لم تعد شبكة التواصل الاجتماعي مجرد شبكة اتصال فقط بل ظاهرة حقيقية تعادل العناصر الرئيسية في النسيج الاجتماعي، والتفاعل مع الإنترنت يسعى إلى تقريب الروابط الاجتماعية.

* البعد الديني والأخلاقي: أدى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي إلى التخفيف من القيود والحدود التي كانت تقوم بعملية ضبط السلوك المعلوماتي و أصبح من الممكن تجاوز القيم والمعايير والضوابط الاجتماعية، فهناك مواقع إباحية تعمل على تدمير القيم والأخلاق وتنمى الرذيلة وبعيد الرذيلة وتبعد الأمان عن دينه و أخلاقه.

* البعد السياسي: تسعى الانترنت إلى تحقيق إطار سياسي مناسب مرتبط بالسلطة لأنه يسعى إلى تمويلها.

* البعد الاقتصادي: في الوقت الذي ساعدت فيه شبكة التواصل الاجتماعي في تغيير طرق الأداء الاقتصادي بانخفاض الأسعار و الأجور هذا فضلا عن من يمكن الناس من أداء عملهم في منازلهم².

¹ - ياسمينه، بن محبوس، مرجع سبق ذكره، ص 38-39.

² - السيد، عبد المولى أبو خطوة، أحمد، نصحي، أنيس، الشربيني ، (شبكة التواصل الاجتماعي و آثارها على الأمن الفكري لدى طلبة التعليم الجامعي مملكة البحرين ، (المجلد السابع، العدد 15، 2015)، ص 197.

I.2- شبكة الفايس بوك:

ما أن مواقع التواصل الاجتماعي هي منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء مواقع خاصة به ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية ومثال ذلك مواقع الفيس بوك.¹

- * يعد الفايس بوك أحد مكونات شبكة المعلومات الدولية إضافة أنه شكل قطاع متميز له طبيعته الخاصة في المجتمع الافتراضي، إضافة إلى أنه المؤثر على تفاعلات المجتمع الواقعي الذي نعيش فيه.²
- * ويعتبر من أكبر المواقع الاجتماعية من ناحية سرعة الانتشار والتوسع وقيمتها النوعية العالية وتتنافس في تصميمه كبرى الشركات. نقطة القوة الأساسية فيه هي التطبيقات التي أتاحت الشبكة فيها للمبرمجين من مختلف أنحاء العالم ببرمجة تطبيقاتهم المختلفة للموقع.³

I.2.1- تعريف الفايس بوك:

الفايس بوك بالإنجليزية Face book موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن للدخول إليه مجاناً و تديره شركة " فيس بوك " محدود المسؤولية كملكية خاصة لها.⁴

إذ يعرف بأنه: « دفتر ورقي يحمل صوراً ومعلومات لأفراد في جامعة معينة أو مجموعة ومن هنا جاءت تسمية الموقع، وتعد هذه الطريقة شائعة للتعريف بالأشخاص خصوصاً في الجامعات الأجنبية ببعضهم البعض حيث يتصفح المنتسبون في جامعة هذه الدفاتر لمعرفة المزيد عن الطلبة المتواجدين في الكلية نفسها ».

¹ - فيصل، مضفر عبد الله القصري، رأي الصحفيين الأردنيين بمواقع التواصل الاجتماعي، (رسالة مكملة لمتطلبات الحصول على درجة ماجستير في الإعلام لكلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، أيار 2011)، ص 25.

² - مأمون، مطر، دليل الإعلام الجديد والشبكات الاجتماعية، (مراكز الإعلام)، ص 119.

³ - علي، ليله، تأثير الفايس بوك على الثقافة السياسية والاجتماعية للشباب، قضايا إستراتيجية، (المركز العربي للأبحاث والفضاء الإلكتروني، يوليو 2009)، ص 5.

⁴ - ياس، خضر البياتي، مرجع سبق ذكره، ص 334.

هو عبارة : « عن شبكة اجتماعية تهتم كلية و المجتمعات المدرسية الثانوية وهو من بين الشبكات الاجتماعية على الانترنت، برز الفايسبوك لثلاث أسباب :نجاحه بين الحشد كلية وكمية ونوعية المعلومات الشخصية للمستخدمين الشباب، تحديد تلك المعلومات شخصيا وفقا لذلك، الفايسبوك هو من مصلحة الباحثين في ناحيتي "كظاهرة اجتماعية الشامل في حد ذاته "باعتبارها نافذة فريدة من المراقبة على مواقف الخصوصية و أنماط المعلومات بين الأفراد و الشباب»¹.

I. 2.2- نشأة شبكة الفايسبوك:

عندما جلس مارك زوكر بيرج (23 عاما) أمام شبكة الكمبيوتر في حجرته بمساكن الطلبة في جامعة هارفارد الأمريكية العريقة، وبدأ يصمم موقعا جديدا على شبكة الانترنت، كان هدفه واضح، و هو تصميم موقع يجمع زملائه في الجامعة و يمكنهم من تبادل أخبارهم و صورهم و آرائهم، لم يفكر زوكر بيرج، الذي كان مشهورا بين طلبة الجامعة على أساس أن مثل هذا التواصل، إذا تم بنجاح، سيكون له شعبية جارفة، وأطلق زوكر بيرج موقعه "فايسبوك" في عام 2004، و حقق نجاحا سريعا في وقت قصير، فسرعان ما لقي الموقع رواجاً بين طلبة جامعة هارفارد الأمريكية، واكتسب شعبية واسعة بينهم، الأمر الذي شجعه على توسيع قاعدة من يحق لهم الدخول إلى الموقع لتشمل طلبة جامعات أخرى أو طلبة مدارس ثانوية يسعون إلى التعرف على الحياة الجامعية، واستمر موقع الفايسبوك قاصرا على طلبة الجامعات والمدارس الثانوية حتى عام 2006.

ثم قرر زوكر بيكر أن يفتح أبواب موقعه أمام كل من يرغب في استخدامه، وكانت النتيجة طفرة في عدد مستخدمي الموقع، إذا ارتفع من 12 مليون مستخدم في شهر ديسمبر/كانون الأول من العام الماضي إلى أكثر من 40 مليون مستخدم حاليا و يأمل أن يبلغ العدد 50 مليون مستخدم بنهاية عام 2007، وفي نفس

¹ - مريم نريمان، نورمان، مرجع سبق ذكره، ص 64.

الوقت قرر أيضا أن يفتح أبواب الموقع أمام المبرمجين ليقدّموا خدمات جديدة لزواره، أن يدخل في تعاقدات مع معلّنين يسعون إلى استغلال قاعدته الجماهيرية الواسعة.

I.3.2- سمات الفاييبوك:

عادة ما تقوم وسائل الإعلام بعقد المقارنات بين موقعي فاييبوك وماي سبيس ولكن يبدو أن أشهر الفروق بين الموقعين هو مستوى التخصيص فموقع "ماي سبايس" يتيح للمستخدمين تزيين ملفاتهم الشخصية باستخدام لغة (CSS) Cascading Style Sheets HTML، بينما يوفر موقع الفاييبوك إمكانية استخدام النص العادي فقط مستخدم بحيث يتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المخلفة إلى هذا المستخدم، وسمّة Pokes أو النكزة التي تتيح للمستخدمين إرسال "نكزة" افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض (وهي عبارة عن أشعار يخطر المستخدم بان أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به) وسمّة Photos أو الصور التي تمكن المستخدم من تحميل البومات وصور من أجهزتهم إلى الموقع، وكذلك سمّة Status أو الحالة التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم و ما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي، جدير بالذكر انه يمكن مشاهدة لوحة الحائط الخاصة بالمستخدم لأي شخص يمكنه مشاهدة الملف الشخصي لهذا المستخدم وفقا لإعدادات الخصوصية. في يوليو من عام 2007، أتاح الفاييبوك إمكانية إرسال رسائل مرفقة تتضمن أي شيء إلى لوحة الحائط، الذي كان مقتصرًا من قبل على المحتويات النصية فقط.¹

وبمرور الوقت، بدأ الفاييبوك في إضافة العديد من السمات الجديدة إلى الموقع، ففي السادس من سبتمبر من عام 2006، تم الإعلان عن سمّة News Feed أو التغذية الإخبارية التي تظهر على الصفحة

¹ - عبد الرزاق، محمد الدليمي الإعلام الجديد الصحافة الإلكترونية، (ط1، دار للنشر والتوزيع، جامعة الشرق الأوسط الأردن، 2011)،

الرئيسية لجميع المستخدمين، حيث تقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغيرات التي تحدث في الملف الشخصي، وكذلك الأحداث المرتقة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم، في بداية الأمر، أثارت هذه السمة حالة من الاستياء بين مستخدمي الفيسبوك، حيث شكوا البعض من سوء التنظيم وكثرة البيانات غير المرغوب فيها، بينما عبر البعض الآخر عن مخاوفهم من أن يؤدي ذلك إلى سهولة تعب الآخرين لأنشطتهم الشخصية (مثل التغيرات التي تطرأ على علاقاتهم والأحداث المختلفة والمبادرات التي يتبادلونها مع الآخرين، (ورداً على تلك الحالة من الاستياء قدم زوكربيرج اعتذاراً عن إخفاق هذا الموقع في تقديم سمات مناسبة يمكن تخصيصها على النحو يحفظ خصوصية الأفراد، ومنذ ذلك الحين، صارت لدى المستخدمين القدرة على التحكم في نوع البيانات التي يمكن تبادلها مع الأصدقاء بصورة تلقائية، فظلاً عن ذلك، فإنه يمكن للمستخدمين منع أصدقائهم من مشاهدة التحديثات التي تطرأ على أنواع محددة من الأنشطة التي يقومون بها مثل التغير في الملف الشخصي أو الرسائل المكتوبة على لوحات الحائط الخاص بهم و لأصدقاء الذين تمت إضافتهم مؤخراً يمكن للمستخدمين تحميلها على الموقع من أشهر التطبيقات على الفيسبوك تطبيق Photos، حيث يمكن المستخدمين من تحميل البومات و الصور إلى الموقع، يوفر الفيسبوك لمستخدميه إمكانية تحميل كم هائل من الصور إلى الموقع مقارنة بالمواقع الأخرى التي تقدم خدمات استضافة الصور مثل موقعي "فوتوباكيت" و"فليكر" الذين يضعان حداً لعدد الصور التي يسمح للمستخدم بتحميلها في الماضي كان عدد الصور التي يمكن للمستخدمين تحميلها على الموقع يختصر على 60 صورة للألبوم الواحد، وعلى الرغم من ذلك، فقد ذكر بعض المستخدمين أنه يمكنهم إنشاء البومات بحد جديد للصور قد يصل إلى 200 صورة، وحتى في الوقت الراهن، لم يتمكن أحد من تحديد السبب وراء إمكانية تحميل بعض الأعضاء لعدد يصل إلى 200 صورة للألبوم، في حين لا يمكن للآخرين القيام بذلك. يمكن ضبط إعدادات الخصوصية للألبومات الفردية، وبالتالي الحد من مجموعات المستخدمين الذي يمكنهم مشاهدة البوم معين، فعلى سبيل المثال، يمكن ضبط إعدادات الخصوصية في البوم آخر على نحو يتيح لجميع مستخدمي الفيسبوك مشاهدة الألبوم، بينما يمكن ضبط إعدادات الخصوصية في

البوم آخر على نحو يتيح لجميع مستخدمي الفايسبوك مشاهدة هذا الألبوم، من السمات الأخرى الخاصة بتطبيقات Photos القدرة على تسمية المستخدمين في صورة ما .فعلى سبيل المثال، إذا كانت إحدى الصور تشتمل على أحد أصدقاء المستخدم، فانه يمكن للمستخدم تسمية الصديق الموجود في هذه الصورة أو إضافة تعليق ما، وسوف يؤدي ذلك إلى إرسال تنبيه لهذا الصديق بأنه قد تم تسميته، مع تزويده برابط مشاهدة هذه الصور تم تقديم سمة Facebook Notes أو تعليقات الفايسبوك في 22 من شهر أغسطس لعام 2006 ، وهي سمة متعلقة بالتدوين تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها، وقد تمكن المستخدمون في الوقت اللاحق من جلب المدونات من مواقع "زانجا" و "لايف جورنال" و "بلوجر" وغيرها من المواقع الأخرى التي تقدم خدمات التدوين، ومن خلال الأسبوع الذي وافق 7 ابريل 2008 ، اصدر الفايسبوك تطبيق إرسال رسائل فورية الى شبكات الاتصال باستخدام برنامج Comet وأطلق عليه اسم Chat ويوفر هذا التطبيق للمستخدمين إمكانية التواصل مع أصدقائهم، وهو يشبه في أداء وظيفته برامج إرسال الرسائل الفورية الموجودة على سطح المكتب.¹

في 8 فبراير 2007، اطلق الفايسبوك سمة Gifts أو الهدايا ، التي تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية الى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية، تتكلف الهدايا 100 دولار لكل هدية، ويمكن إرفاق رسالة شخصية بها، ففي 14 مايو من عام 2007 ،اطلق الفايسبوك سمة Market place أو السوق الذي يتيح للمستخدمين نشر اعلانات مبوبة مجانية، وقد قامت شركة "سي نت" بمقارنة هذا التطبيق مع موقع " كريجز" ليست، حيث أشارت إلى أن الفارق الرئيسي بينهما يتمثل في أن

¹–<https://gr//wikipédia-org/wiki%D9%81%D8%A%D9%88%D9%83-Cite-not->

القوائم التي ينشرها المستخدم باستخدام Market place تتم مشاهدتها من قبل المستخدمين من الشبكة نفسها، أما القوائم المنشورة في كريجز ليست فيمكن لأي احد مشاهدتها.

في 20 يوليو من عام 2008 ، قدم الفاييسوك إمكانية Facebook Beta نسخة تجريبية من الفاييسوك عبارة عن إعادة تصميم مبتكرة لواجهات الاستخدام الخاصة بمستخدميه على شبكات محددة، كما تم دمج سمي Wall و Mini-Feed ، وتم فصل الملفات الشخصية إلى أجزاء ذات علامات تبويب، كما تم بذل جهد بالغ من اجل التوصل إلى شكل أكثر تنظيماً، وبعد أن كانت الحرية الانتقال إلى إصدار الجديد متاحة للمستخدمين في بادئ الأمر، فان الفاييسوك بدأ في حالة المستخدمين إلى هذه النسخة الجديدة اعتباراً من سبتمبر 2008، في 11 من شهر ديسمبر لعام 2008 ، تم الإعلان عن اختبار الفاييسوك لطريقة جديدة في تسجيل الدخول.

I.2.4 - إيجابيات وسلبيات شبكة الفاييسوك:

يؤدي هذا الموقع خدمات إلى مستخدميه تسهل عليهم الكثير من أعمالهم وتواصلهم من هذه الخدمات:

- * إتاحة الفرصة للصدقة و التواصل بين الأعضاء المشتركين في هذا الموقع و ذلك عن طريق :
- ✓ إتاحة فرصة الفرصة لمن يشاء من الأصدقاء للتواصل.
- ✓ إرشاد صديقين إلى بعضهما في الواقع.
- ✓ إمكانية التواصل و التفاعل مع الأصدقاء عن طريق الدردشة.
- ✓ إتاحة المجال لحذف اسم أي صديق من لائحة الأصدقاء إذا كنت لا ترغب في الاستمرار في صداقته.
- * يتيح الفاييسوك كذلك فرصة تحميل البومات وصور: حيث يتم تحميل أكثر من مليار صورة شهرياً.
- * خدمة الشركات وأصحاب الأعمال: من خلال الإعلان عن الوظائف و اختيار الموظفين.

* التواصل مع المجتمعات الافتراضية: المتخصصة في مواضيع شتى في التدريب و التعليم.

* متابعة أخبار الشخصيات المشهورة في كافة المجالات، كالشخصيات السياسية والاقتصادية والفنية العاملين في المجالات الاجتماعية والدينية.

* إمكانية تثبيت أي موقع أو خبر أو صور و مقاطع فيديو، حيث يمكن للفايسبوك ان يلعب دور المفضلة في تخزين المعلومات المرغوبة.

❖ سليات التعامل مع الفايسبوك

* إضعاف العلاقات والمهارات الاجتماعية، وتشمل هذه الظاهرة العلاقات الأسرية، حيث تسبب في تدمير هذه العلاقات و تشتيت الأسر بالطلاق أو الخيانات الزوجية.

* انتهاك خصوصية المشتركين، حيث إن المعلومات التي ينشرها المشتركون من خلال نبذهم الشخصية أو الصور أو مقاطع الفيديو تفقد صفة الخصوصية مجرد نشرها ،حتى لو اتخذ المشترك كل الإجراءات اللازمة للأمان فمن الممكن ان تصل هذه إلى دائرة أوسع كثيرا من الدائرة المقصودة أصلا بطرق عدة ويصبح بعد ذلك مستهلا لاستغلال هذا الموقع من قبل جهات كثيرة قد تكون معادية: يمكن لجهات كثيرة إن تستغل الفايسبوك لخدمة أغراضها وتنفيذ أهدافها، وذلك بالاستفادة مما ينشر على هذا الموقع من معلومات وصور ومشاركات قد تجعل من أصحابها عملاء لجهات معادية دون قصد ودون ان يعرفوا ذلك.

* فقد أكد تقرير نشرته صحيفة "الحقيقة الدولية" في عددها رقم (111) الصادر يوم 2008/4/9 تحت عنوان "العدو الخفي" إن الثورة المعلوماتية جعلت من عالمنا قرية صغيرة، وإن هذه الثورة اضافة إلى الثروات الأخرى جعلت تلك القرية محكومة من قوة غير مركزية تتخذ من هذا التطور و خاصة الانترنت التفاعلي قوة لتغيير العالم¹.

¹ - علي خليل، شقرة، سبق ذكره، ص 67 - 69.

- نفسه، ص 71-72.

❖ أغراض استخدام الفايسبوك

- ✓ للحصول على الأخبار، المعلومات، نصائح خاصة بقضية معينة.
- ✓ للتواصل مع العائلة، الأصدقاء، وذوي الاهتمامات المشتركة
- ✓ للهو و الترفيه
- ✓ للمشاركة بالآراء المختلفة في قضايا معينة
- ✓ للمساهمة في الأنشطة السياسية المحمية المختلفة للأغراض المهنية والوظائف.¹

¹ - محمد منصور، شعبان، واقع استخدام المنظمات الأهلية في قطاع غزة لشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز علاقاتها بالجمهور، (رسالة مكملة لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال، مايو 2013)، ص 20.

II-الإعلام البيئي والتوعية البيئية:

- تمهيد

II-1- نشأة و تطور الإعلام البيئي.

II-1-1- مفهوم الإعلام البيئي.

II-1-2- عوامل ظهور الإعلام البيئي.

II-1-3- وظائف الإعلام البيئي وأهدافه.

II-2- ماهية التوعية البيئية.

II-2-1- علاقة الإنسان بالبيئة.

II-2-2- أساليب التوعية البيئية.

II-2-3- أقسام و مكونات التوعية البيئية.

II-2-4- أنواع المشكلات البيئية.

II-2-5- أهمية التوعية البيئية.

تمهيد:

تعد قضايا البيئة و التلوث البيئي من المواضيع التي أثارت اهتمام وسائل الإعلام فقد شهد العقدين الآخرين اهتماما متزايدا في عديد من دول العالم، نتيجة التقدم التكنولوجي الحاصل و علي أساس أن الإنسان هو محور تشكيل هذه الأخيرة والمحافظة عليها وخاصة أن موضوع البيئة هو موضوع الساعة و كل ساعة، لان الخطر يحيط بالإنسان من كل الاتجاهات، و تزداد الخطورة في كيفية تعاملنا تجاه هذا الغصن الأخضر فالبيئة عندما خلقها الله سبحانه و تعالى، خلق الانسان ليتفاعل معها تفاعلا رشيدا يحفظ عليها توازنها واستقرارها، ولكن مع تزايد أعداد البشر و مع السلوكيات الخاطئة نحو البيئة وجدت المشكلات للبيئة و الإنسان معا .

ومن هنا أصبحت البيئة مهددة بالدمار، و أصبحت حياة الإنسان أيضا مهددة بالدمار، فكل سهم يطلقه الإنسان نحو البيئة يعود عليه ذاته، و في هذا الفصل سنتناول الإعلام البيئي نشأته وأهدافه كما سنتطرق إلى التوعية البيئية وأقسامها أهم المشاكل التي تعاني منها لنستخلص في الأخير مدى أهمية التوعية البيئية لدي الأفراد و المجتمع.

II- الإعلام البيئي و التوعية البيئية:

الإعلام البيئي هو أحد أنواع الإعلام المتخصص، وأوسطها عمراً من حيث النشأة والانتشار، وقد أخذ الاهتمام به يزداد مع ازدياد اهتمام العالم بالبيئة ومشكلاتها، ومع انتشار الدعوات الرسمية والأهلية للحفاظ عليها.

II. 1- نشأة وتطور الإعلام البيئي

❖ نشأة الإعلام البيئي

* على المستوى الداخلي

لا- حتى الآن - لم هناك تاريخ دقيق لظهور أول وسيلة إعلامية متخصصة بقضايا البيئة ومشكلاتها، ولا فترة محددة لظهور الاهتمامات الأولى بهذا المجال وإن كانت الصحف هي الوسيلة الإعلامية الأولى التي شهدت التركيز على تلك القضايا والمشكلات.

ولعل بدايات الاهتمام بالإعلام البيئي تعود إلى أوائل القرن العشرين، حتى اهتمت الصحافة الأمريكية بالبيئة في عهد الرئيس الأمريكي تيودور وزفيت (حكم بين عامي 1901 و1909) " لأنه كان يولي اهتماما كبيراً بقضية المحافظة على الموارد الطبيعية وحمايتها، ولم يكن يخشى مهاجمة الذين يتمتعون بثروات طائلة من وراء ذلك. وهذا ما دفع الكاتب الأمريكي آبتون سنكلير ليهاجم صناع اللحوم في أمريكا من خلال روايتها الغابة)... وكانت أخبار البيئة تتم تغطيتها، ولم يكن هناك قلق معين حول حالة الأرض والغلاف الجوي، حتى في فترة الحرب العالمية الثانية (1935-1945).

و مرة أخرى كان كتاب (الربيع الصامت) لمؤلفته راشيل كارسن، في الستينات هو الذي لفت الأنظار إلى تأثير المبيدات، وخصوصاً الـ(دي دي تي) الحيوانات والطيور البرية، ونتيجة للجدل الذي ثار بعد

هذا الكتاب على المستوى القومي، أصبح هناك تيار شعبي ضاغط مهتم بحماية البيئة، مما دفع الكونغرس الأمريكي لإصدار قانون السياسة الوطني للبيئة عام 1969، وبدأت تظهر صحف ومجلات تهتم بالبيئة وحمايتها، وكان التركيز الاعلامي في الفترة 1960 إلى 1965 على المنظفات الصناعية، ثم المبيدات في الفترة من 1972 إلى 1975.

في 1977 احتل التلوث بالفلزات الثقيلة الصدارة، وكان من نتيجة ذلك حدوث طفرة في مجال المعلومات العلمية العامة والكتب التي تتناول موضوعات البيئة، وزيادة اهتمام الجامعات الأمريكية بها، وصدور المجلات البيئية".

وكانت قضايا البيئة ومشكلاتها تشهد ظهوراً لافتاً في وسائل الإعلام وتغطية مكثفة لها كلما حدثت كارثة بيئية كبيرة في منطقة ما (في الستينيات والسبعينيات)، أو وقع صدام كبير بين الناشطين البيئيين، ولاسيما جمعية السلام الأخضر، والحكومات حول هذه القضايا، كما حدث في بداية السبعينيات في عدد من مناطق العالم.

* على المستوى الدولي

كان الظهور الرسمي للاهتمام بالإعلام البيئي مع المؤتمرات والندوات الدولية المختصة بالبيئة التي عقدتها الأمم المتحدة، وكان بدايتها في مؤتمر الأمم المتحدة للبيئة البشرية الذي عقد في عام 1972 في مدينة استكهولم بالسويد، واعترف فيه المجتمعون بدور التربية البيئية باعتبارها ركناً من أركان المحافظة على البيئة، وهذه التربية تحمل في مضمونها ضرورة الاهتمام بالوعي البيئي الذي يعد الإعلام البيئي أحد أضلاعه الرئيسية.

وجاءت المؤتمرات والندوات التالية للأمم المتحدة لتعزيز ذلك الاهتمام كالندوة العلمية في بلغراد عام 1975 والتي خرجت بميثاق بلغراد، ومؤتمر تبليسي عام 1977 الذي مثل قفزة نوعية في التعامل الإعلامي مع

قضايا البيئة، ومؤتمر موسكو عام 1987 الذي وضع إستراتيجية دولية للتربية البيئية تناولت جملة من العناصر تتعلق بتعزيز النظام الدولي للإعلام وتبادل خبرات التربية البيئية والاهتمام بالتربية النظامية (التي تقدمها مؤسسات العلم والتعليم) والتربية البيئية غير النظامية (التي تقدمها وسائل الإعلام ومؤسسات المجتمع الأخرى)، وتعزيز الثقافة العمة والإعلام عن شؤون البيئة من خلال وسائل الاتصال كافة.

و بعد تلك المؤتمرات شهد الإعلام البيئي اهتماماً كبيراً، وأخذت تظهر وسائل الإعلام المتخصصة في هذا المجال في معظم أنحاء العالم ولاسيما في الدول المتقدمة.¹

II.1.1 - مفهوم الإعلام البيئي

يعد الإعلام البيئي أحد أنواع الإعلام المتخصص، وشهد اهتماماً بالغاً نظراً لارتباطه بقضايا البيئة التي أضحت قضايا جوهرية تم العالم بأسره، و تحظى بعناية شديدة من جميع الدول والمنظمات الدولية إضافة إلى المنظمات والهيئات غير الحكومية المعنية بشؤون البيئة.

والمتابع لما تعالجه وسائل الإعلام وتركز عليه في موادها وبرامجها المختلفة، يجد أن قضايا البيئة ومشكلاتها أصبحت "في منتصف حلقة الاهتمام، أي في ذروة الاهتمام، فبفضل تناول ومعالجة وسائل الإعلام في معظم دول العالم لهذه المشكلات أصبح الجمهور على علم تام بمدى خطورة مشكلات البيئة، وكذلك بالجهود والتكاليف اللازمة من أجل التغلب عليها".

وعند الحديث على مراحل الاهتمام بالقضايا البيئية وتوجيه اهتمام الجمهور نحوها، فإن دور وسائل الإعلام يكون حاضراً تماماً، لأنها تؤدي دوراً مهماً في نشر الوعي البيئي بين الجمهور، وفي تقديم النصح

¹ - منى، الحديدي، الراديو والتلفزيون والتوعية بقضايا البيئة، في كتاب الإعلام والقضايا البيئية، (بدون ذكر الطبعة، دار الخلدونية، تونس، 2008)، ص 95.

والإرشاد للجمهور فيما يتعلق بكيفية التعامل مع البيئة، وفي نفس الوقت تمكنت وسائل الإعلام من إرغام بعض المسؤولين عن مشكلات البيئة والتلوث البيئي على عمل بعض الشيء من أجل إنقاذ ما يمكن إنقاذه".

* وثمة تعريفات عدة للإعلام البيئي سعت إلى توضيح مفهومه وتحديد معناه، منها:

✓ هو "رسالة ما تتخذ أشكالاً ووسائل مختلفة، تتناسب وموضوع الرسالة والشريحة المستهدفة، بهدف إحداث تأثير إيجابي محدد معروف مسبقاً لدى المرسل، في المستقبل المستهدف تجاه المشكلات والقضايا البيئية في إطار أهداف ووظائف معينة تتمثل في الإخبار والتثقيف والتوعية والتحفيز على المشاركة الإيجابية، لتوفير الحماية للبيئة ومواردها وتقويم السلوك لتحقيق التنمية المتواصلة".

✓ هو "توظيف وسائل الإعلام توظيفاً منهجياً من قبل أشخاص مؤهلين بيئياً وإعلامياً للتوعية بقضايا البيئة، وخلق رأي عام متفاعل إيجابياً مع تلك القضايا".

✓ هو "تلك العمليات التعليمية والتوعوية لغرس الإحساس بالمسؤولية لدى الفرد والمجتمع تجاه البيئة عن طريق وسائل الاتصال".

✓ كما يعرف الإعلام البيئي بأنه "نوع من الإعلام المتخصص يرمي إلى نشر المعلومات والبيانات الصحيحة عن البيئة والآراء والاتجاهات المتصلة بها بهدف تبصير الجمهور بكل ما يرتبط بالبيئة المحيطة بهم، وإحداث وعي مناسب حيالهم".

✓ الإعلام البيئي هو "الجهاز الذي يمكنه أن يغرس حب البيئة لدى أفراد المجتمع وي طرح القضايا التي تهمهم في هذا الشأن، كما أنه يقوم بإيصال صوتهم الى المسؤول لتكون حياتهم أكثر صفاء ونقاء، خاصة عندما يكون صدى الصوت مؤثراً وبنغمة متفاوتة وذات تأثير إيجابي، لذلك فإنه يجب علينا أن نهتم بهذا النوع من الإعلام ونشجعه ونعمل على تحفيزه كي يستمر في العطاء".

✓ الإعلام البيئي "وهو أن يتناول الكاتب المواضيع التي تخص البيئة وما يتعلق بها من اعتبارات خاصة بالمقال من مواضيع مختصة جديدة تتطلب متابعة للمعلومات الصحيحة ومعرفة للمصادر والأحداث والتعبير

والإطلاع على تركيب وعمل المنظمات والبرامج البيئية عالمياً وإقليمياً ومحلياً والإطلاع على البيئية ومتابعة تطوراتها ومتابعة تقارير البيئة لتحليل التطورات ومقارنة آراء الناس والجمعيات الأهلية والمؤسسات الرسمية والهيئات الدولية "

✓ الإعلام البيئي هو "عملية إنشاء ونشر الحقائق العلمية المتعلقة بالبيئة من خلال وسائل الإعلام بهدف إيجاد درجة من الوعي وصولاً للتنمية المستدامة".

✓ الإعلام البيئي هو "إعلام يسلط الضوء على كل المشاكل البيئية من بدايتها وليس بعد وقوعها، وينقل للجمهور المعرفة والاهتمام والقلق على بيئته".

رغم اختلاف التعاريف السابقة في تحديد تعريف موحد للإعلام البيئي، إلا أنها اتفقت على أن الإعلام البيئي هو إعلام يهتم بالقضايا البيئية، فيتناولها بالتحليل والتفسير والشرح بهدف نشر الوعي والتوعية البيئية بين أفراد المجتمع.¹

ظهر مصطلح الإعلام البيئي و أخذ هذا المصطلح في التطور والاستخدام منذ 90 من القرن الماضي فبعدما كان الأمر قاصراً على نقل الخبر البيئي والإثارة الصحفية لتحقيق المزيد من المبيعات، أصبح له سياسات وخطط ووظائف لتحقيق أهداف مختلفة.

✓ و في مبادرة للبنك الدولي حاول مجموعة من خبراء الاتصال الدولي وضع تعريف للإعلام البيئي مفاده أن الإعلام البيئي هو " الاستخدام الاستراتيجي لوسائل الإعلام لتعزيز السياسات والمشاريع البيئية، و لتحقيق الفعالية في تنفيذ هذه السياسات من خلال تأسيس علاقات قوية مع جميع الأطراف المعنية بقايا البيئة كما يشير احد تعريفات الإعلام البيئي إلى أنه " يسعى إلى تحقيق أغراض حماية البيئة من

¹ - محمد، سعيد الصاربيني والحديد رشيد، الإنسان والبيئة، (بدون ذكر الطبعة، دار الفجر، القاهرة ، 1999)، ص 112، 215.

خلال خطة إعلامية على أسس سليمة تخاطب فيها الوسائل الإعلامية مجموعة بعينها أو عدة مجموعات مستهدفه، و يتم اثناءها وبعدها تقييم الأداء بهذه الوسائل وقياس مدى تحقيقها للأهداف البيئية وتشير دراسة الشائع إلى أن الإعلام البيئي أيضا هو عبارة عن "أداة تعمل على توضيح المفاهيم البيئية من خلال إحاطة الجمهور المتلقي والمستهدف بالرسالة الإعلامية البيئية بكافة الحقائق، والمعلومات الموضوعية بما يسهم في تأهيل تنمية البيئة.

ومن هذا المنطلق يمكن تعريف الإعلام البيئي بأنه "تسليط الضوء على كافة المشكلات البيئية من بدايتها و ليس بعد وقوعها، ومن خلال إنشاء ونشر الحقائق العلمية المتعلقة بالبيئة من خلال وسائل الإعلام بهدف إيجاد درجة من الوعي البيئي وصولا إلى الهدف الاسمي المتمثل في حماية البيئة حيث يذهب بعض خبراء البيئة إلى أن دور الإعلام في حماية البيئة يقوم على ثلاثة محاور رئيسية تتمثل في الآتي.

✓ المحور الأول: يركز على بناء رأي عام قوي و مؤثر على صناع القرار والمشتغلين في البيئة، وهو تأثير طويل الأجل.

✓ المحور الثاني: يتجه للتأثير على الجمهور العام نفسه للقيام بالسلوك المرغوب نحو حماية البيئة في مجالات الزراعة والمحور الثالث: يتجه إلى توعية المواطنين إلى طرق حماية أنفسهم من الأضرار البيئية الناتجة عن مشاكل طويلة الأجل والتي يتطلب التخلص منها وقتا ومجهودا وفير لصناعة.

✓ المحور الثالث: يتجه إلى توعية المواطنين إلى طرق حماية أنفسهم من الأضرار البيئية الناتجة عن مشاكل طويلة الأجل والتي يتطلب التخلص منها وقتا ومجهودا وفير أمثل الرصاص الناتج عن عوادم المياه والأملاح والمعادن المترسبة في مياه الشرب و غير ذلك.¹

¹ - عامر، بن صقر مصري الدوسري، دور الإعلام في حماية البيئة في المملكة العربية السورية، (رسالة مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في العلوم الشرطية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، كلية الدراسات العليا، الرياض، 2013)، ص 35-36.

II.2 . 2- عوامل ساهمت في تأسيس الاعلام البيئي:

✓ تأثير المناخ الصناعي أو الظروف الفيزيكية في صحة العمال النفسية و العقلية و الجسمية.

✓ دراسة تأثير الألوان في الحالة المزاجية للفرد.

✓ نشر المعلومات المتعلقة بالبيئة بين الأطفال.

✓ دراسة تأثير الكوارث بأنواعها.

✓ دراسة الآثار التي تتركها كوارث الطيران و السفن الغارقة و خاصة ناقلا البترول.

لكن مجال الصحافة البيئية لم يبدأ بالتشكل إلا في الأربعينيات والستينيات، و في أوائل التسعينيات من القرن الماضي كانت نقطة التحول جوهريّة في الصحافة البيئية، فقد ازداد عدد المراسلين المختصين بشؤون البيئة، وأسس مجمع الصحفيين البيئيين لتأمين الدعم للصحفيين، حيث بلغ الاهتمام بالبيئة حد الذروة وارتفعت الدعوات المنادية بوضع قوانين حماية البيئة، وعرفت الصحافة البيئية حينئذ بأنها الصحافة التي يركز اهتمامها ضمن مجال الاتصال البيئي، وجذورها يمكن أن تمتد للكتابة عن الطبيعة، ثم نمت الصحافة البيئية كمهنة تقريبا علي نحو مواز لنشاط جمعيات حماية البيئة إذ أصبحت هناك حركة ثقافية سائدة فظهرت المنظمات البيئية علي المشهد السياسي في الستينيات والسبعينيات ورفع الوعي العام لما إعتقده الكثيرون بأنه أزمة بيئية واستطاعوا أن يأتثروا علي القرارات السياسية البيئية، مما مكن من ظهور مجتمع الصحافة البيئية في عام 1990م، وكانت مهمته تنوير الجمهور العام وتثقيفه بالقضايا البيئية و تطوير النوعية، والدقة، والشفافية.¹

¹ _ محمد، خليل الرفاعي، الإعلام البيئي الشؤون البيئية في الصحافة السورية -الدراسة التحليلية الصحف (الشعب - تشرين)، مجلة جامعة دمشق، مجلد 27 - العدد 3 و4، 2011، ص716.

II. 2.3- وظائف الإعلام البيئي و أهدافه

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

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

✓ الدعوة إلي ضرورة تحسين مستوى المعيشة وحفظ التنوع وحفظ استنزاف 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 بيئتها.

✓ العمل على كسب أصدقاء للبيئة والتنمية وتبسيط الضوء على إيجابيات والجهود المبذولة لحماية البيئة إن الإعلام البيئي ليس مجرد أخبار تنشرها الصحف والمجلات ولا صور ثبتها محطات التلفزيون ولا رسائل تنبأها الحملات الإعلامية ومحاضرات توعوية تلقى أمام شرائح المجتمع.¹

❖ وظائف الإعلام البيئي:

* من المسلم به أن وظائف الإعلام البيئي لا تخرج عن نطاق الوظائف العامة للإعلام، وقد تطرقنا من خلال ما سبق إلى الوظائف العامة المنوطة بوسائل الإعلام، والإعلام البيئي يتميز بكونه يؤدي ذات الوظائف لكن من خلال معالجة الموضوعات وطرح القضايا والمشكلات البيئية ومكوناتها، ومن الوظائف لكن من خلال

¹ كحيل، فتيحة، الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي دراسة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي، (مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، فرع الإعلام و تكنولوجيا الاتصال الحديثة، 2011- 2012)، ص 113.

معالجة الموضوعات وطرح القضايا والمشكلات البيئية ومكوناتها، ومن الضروري التمييز بين أهداف الإعلام البيئي ووظائفه، تعتبر وظيفة الإعلام من أهم وظائف الإعلام البيئي، إذ يصعب القيام بالوظائف الأخرى في غيابها كما أنها محور الارتكاز ونقطة الانطلاق للوظائف الأخرى، والإعلام يعني تزويد الجمهور بالأخبار والمعلومات البيئية للوقوف على كل ما يدور حولهم محليا إقليميا وكذا عالميا، ف قضية البيئة ذات أبعاد مختلفة حيث أن عددا من مشكلاتها يمس العالم بأسره.

* التفسير والتحليل:

وتعد هذه الوظيفة مكمل للوظيفة الأولى، فالأخبار والمعلومات والبيانات التي تبثها وسائل الإعلام عن شؤون البيئة وقضاياها تحتاج إلى تفسير أسبابها وآثارها، وتوضيح أبعادها وتداعياتها وتبيان تفاصيلها ونتائجها، والإعلام العصري صار إعلام معلومات وتحليل، وليس إعلام مواعظ وافتراسات عبثية وفي موضوع البيئة تحديدا تم تجاوز مرحلة إقناع الناس بأهمية الحفاظ على البيئة إلى مرحلة تحديد الأساليب الناجعة لتحقيق هذا الهدف الذي بات مقبولا، وهذا يعني معالجة موضوع البيئة إعلاميا كقضية وليس كمجرد أخبار.

* إحداث الدوافع وتعزيزها:

وتعني حث الاختيارات الشخصية والتطلعات، ودعم الأنشطة الخاصة بالأفراد والجماعات بهدف التركيز الكلي على تحقيق الأهداف المرجوة، وهذا الأمر مهم جدا أثناء تناول القضايا البيئية، إذ يسهم في تعزيز الوعي المجتمعي العام بهذا المجال الحيوي الذي أصبح شأنا عالميا.

* التثقيف والتعليم:

يؤدي الإعلام البيئي دورا مهما في التعليم غير النظامي والتثقيف المستمر، إذ يعلم جميع الفئات حتى التي انتهت علاقاتها بالتعليم النظامي ويكون بمثابة مورد دائم لكل ما هو جديد في المجال البيئي ويدفعهم للبحث والإطلاع لزيادة حصيلتهم العلمية والمعرفية.

✓ يؤدي الإعلام البيئي دوراً مهماً في التعليم غير النظامي والتثقيف المستمر، إذ يعلم جميع الفئات حتى التي انتهت علاقاتها بالتعليم النظامي، ويكون بمثابة مورد دائم لكل ما هو جديد في المجال البيئي ويدفعهم للبحث و الإطلاع لزيادة حصيلتهم العلمية والمعرفية، و اكتساب المزيد من المهارات الحياتية اللازمة ، كما يعزز الإعلام البيئي المعاني والمفاهيم والأحكام والمعتقدات والتصورات الفكرية لدى الفرد عن البيئة ومشكلاتها.

* التنشئة الاجتماعية:

وتعني هذه الوظيفة توفير رصيد مشترك من المعارف والمهارات المرتبطة بالبيئة بما يمكن الناس من العمل بفعالية في المجتمعات التي يعيشون فيها، وهذا يضمن مشاركتهم في الحياة العامة إلى جانب تنسيق الجهود على المستويات المحلية والإقليمية والعالمية.¹

❖ أهداف الإعلام البيئي

من أهم الأهداف التي يسعى الإعلام البيئي لتحقيقها ما يلي:

- * تشكيل الوعي البيئي بصورة إيجابية بهدف المساهمة في دفع المواطنين إلى تغيير سلوكياتهم الضارة بالبيئة، والمشاركة بفعالية في حل المشكلات البيئية، وطرح البدائل الملائمة بهذا الصدد.
- * نقل الأخبار والمواضيع البيئية للجمهور، وتزويدهم بالمعلومات ذات الصلة بالبيئة، وإعلامهم بكل جديد محلياً وعالمياً.
- * طرح القضايا البيئية و تقديمها بصورة مبسطة وشاملة للجمهور، بهدف زيادة وعيهم بأبعاد ومخاطر هذه القضايا ، وآثارها عليهم كأفراد.
- * متابعة مظاهر الإضرار بالبيئة، والإسهام في الجهود التي تبذل للضغط من أجل وقف هذه المظاهر.

¹ - فتحة، كحيل، مرجع سبق ذكره، ص116-117.

- * متابعة كل الإجراءات والقرارات التي تتخذها جهات ما في القطاعين العام أو الخاص ويكون من العمل على تعزيز الاتجاهات البيئية الإيجابية شأنها الإضرار بالبيئة.
- * مراعاة البعد البيئي في تغطية كل وسائل الاتصال الجماهيري لجميع الأنشطة المجتمعية.
- * تبني وانتهاج أساليب إعلامية جديدة لتغطية القضايا البيئية.
- * تلاقي أوجه القصور والتصورات الناقصة في معالجة قضايا البيئة.
- * إبراز الفوائد الكبيرة على المجتمع الناتجة من الحد من تدهور البيئة وإتلاف مكوناتها.
- * لتوعية بقوانين حماية البيئة الصادرة عن الجهات المسؤولة عن البيئة محلياً وإقليمياً وعالمياً، مع التركيز على العقوبات التي تستهدف احترام قيمة البيئة كما وردت في تلك القوانين.
- * تعميق النظرة الدولية لمشكلات البيئة باعتبارها مشكلة عالمية تهدد المجتمع الدولي بأسره.
- * تبني وضع وتطوير برامج تعليمية وتربوية لحماية البيئة، وتسلط الضوء على الجهود المبذولة في هذا الجانب على المستويات المحلية والإقليمية والدولية.
- * تبني رؤية تستند إلى الإحساس بالمسؤولية المشتركة بين الجمهور والسلطات الرسمية، انطلاقاً من أن البيئة تراث طبيعي واجتماعي وثقافي مشترك ولا بد من العمل على تحقيق التوازن بين البيئة والإنسان ومراعاة الحقوق البيئية للأجيال القادمة.¹

¹ - سامي، طابع، دور الإعلام في نشر الوعي البيئي، (بدون ذكر الطبعة، دار الفجر، القاهرة، 2001)، ص 226.

II.2 - ماهية البيئة

لغة: يعود الأصل اللغوي لكلمة البيئة في اللغة العربية إلى الجذر (بؤأ) الذي أخذ منه الفعل الماضي (باء) قال ابن منظور في معجمه لسان العرب: باء إلى الشيء أي رجع إليه، وذكر المرجع نفسه معنيين قرييين من بعضهما البعض لكلمة (تبؤأ)، المكان.¹

الأول: صلاح المكان وقيمته للمبيت فيه.

الثاني: النزول والإقامة.

وبناء على ذلك يتضح أن البيئة هي: الحلول والنزول في المكان، ويمكن أن تطلق مجازاً على المكان الذي يتخذه الإنسان مستقراً لحلوله ونزوله.

يعود لفظ البيئة في اللغة العربية إلى بؤأ الذي أخذ منه الفعل الماضي بؤأ و بؤأ في لسان العرب بؤأ إلى الشيء يُبؤأ أي رجع و نزل.

اصطلاحاً: هي كل العناصر الفيزيائية والبيولوجيا من هواء وفضاء وتربة... بما فيها الإنسان.

إجرائي: هي الوسط الذي يعيش فيه بؤأ البشر ويؤثر ويتأثر فيه. طبيعياً ومناخياً، مادياً، معنوياً، وتزخر بثروات طبيعية يستغلها الإنسان لمنفعته.

التوعية: هي عملية إثارة الوعي وتنميته اتجاه قضايا معينة بهدف تغيير الأنماط السلوكية أو تغيير وتعديل اتجاهات الرأي العام تجاه هذه القضايا، من اتجاهات سلبية إلى اتجاهات إيجابية.

¹ - عدنان، أبو مصلح، معجم علم الاجتماع، (ط1، دار أمامة، الأردن، 2006)، ص 117.

التوعية البيئية هي: « عملية نقل الفرد إلى حالة الوعي البيئي من خلال توضيح المفاهيم والحقائق والقضايا والمشكلات البيئية وآثارها على حياة الإنسان بهدف تحفيزه وتحقيق الدافعية لديه وصولاً للسلوكيات والأفعال البيئية الإيجابية ».

وعليه فالتوعية البيئية: هي عملية إثارة وتنمية وعي الأفراد اتجاه قضايا البيئة بهدف جعل الفرد يغير من السلوكيات التي يقوم بها والتي تكون ضارة بالبيئة، واستبدالها بسلوكيات أخرى مفيدة للبيئة.¹

II.2.1 - علاقة الإنسان بالبيئة:

منذ بدأت الحياة على سطح الأرض والإنسان يحاول أن يحمي نفسه من العوامل البيئية المحيطة به، والتي تتمثل فيما يواجهه من حيوانات مفترسة، وميكروبات ضارة قد تسبب له المرض وتؤدي إلى هلاكه، بالإضافة إلى الظروف الطبيعية القاسية، مثل ارتفاع درجات الحرارة والسيول والبراكين والزلازل... وغيرها، ومع مرور السنين تطورت العلاقة بين الإنسان والبيئة حيث أصبح أكثر سيطرة عليها من ذي قبل، وأصبح شغله الشاغل هو كيف يأخذ منها ما يوفر له سبل الراحة والرفاهية، ولكنه لم يفكر في صيانة هذه البيئة والحفاظ عليها بعد تقدمه ورقيه في سلم الحضارة.

فقد بدأ الإنسان حياته بما يسمى مرحلة الجمع، أي جمع طعامه من ثمار النباتات وأوراقها وسوقها وجذورها، كذلك مع ما قد يحتاجه في مأواه من خشب الشجر أو ألياف الأعشاب، ومن الملاحظ أن أثر الإنسان على البيئة في هذه المرحلة لم يكن ضاراً أو مدمراً، حيث أن الآلات التي اخترعها وكان يستعملها في ذلك الوقت لم يكن لها أثراً بيئياً ضاراً.

¹ - حسين، بن محمد القحطاني، الإعلام البيئي... من المفهوم إلى التدريب، (بدون ذكر الطبعة، جدة السعودية، 2003)، ص33.

وبعد ذلك تطور الإنسان إلى مرحلة الصيد والقتل، وأصبح أثره البيئي يجاوز آثار آكلات العشب إلى آثار آكلات اللحوم، وقد تعلم الإنسان في هذه المرحلة أساليب التخطيط للقتل ثم تدرج الإنسان إلى مرحلة استئناس الحيوان والرعي، وهنا تحول إطار العلاقات البيئية للإنسان تحولاً بالغاً، ذلك أن الإنسان حول أنواعاً من الحيوان من الحياة البرية إلى حياة الاعتماد على الإنسان ومن الملاحظ أن في هذه المرحلة الإنسان بدأ يستقر ويستوطن مناطق معينة على سطح الأرض، وقد صاحب ذلك اكتشاف الكثير من المعارف عن الزراعة والمناخ...

وقد كانت هذه المرحلة بمثابة حجر أساس في ظهور المناطق المزدحمة سكانياً، والتي كانت غالباً ما توجد حول مصادر المياه العذبة كالأنهار والآبار.¹

II.2.2 - أساليب التوعية البيئية:

إن قيام وسائل الإعلام بالتوعية البيئية ليس بالأمر السهل أو الهين، كما أنها لا يمكن أن تعمل وحددها على توعية مختلف الناس بيئياً بنجاح تام، بل لابد من تعاون مختلف المؤسسات المجتمعية الأخرى، حتى تكون التوعية شاملة لكافة فئات المجتمع.

وفي هذا الصدد يقول "علاء كامل علوان" وهو ناشط وإعلامي بيئي له رؤية شاملة عن دور الأم في حماية البيئة: « إن حماية البيئة لا تتحقق ولا يمكن الارتقاء بها دون الدعم الكامل والتعاون من جميع المؤسسات بالدولة ودون وعي أفراد المجتمع بأهمية هذا الاتجاه، لذا يجب توفير الموارد المائية والبشرية للقيام بحملات منتظمة ودورية لتوعية أفراد المجتمع بالقضايا البيئية... وتعميق أهداف التوعية البيئية وزرعها في سلوك عامة الناس للارتقاء بالمستوى البيئي المنشود لأن ذلك يتطلب وضع إستراتيجية مبنية على أسس قوية من أجل تغيير

¹ - عصام، توفيق، الأنشطة المدرسية والوعي البيئي، (بدون ذكر الطبعة، دار السحاب للنشر والتوزيع 2005)، ص 128.

نمط السلوك الفردي وتطبيع عاداته تجاه البيئة والمجتمع ولتحقيق أهداف التوعية البيئية من خلال وسائل الإعلام»، على هذه الوسائل الإعلامية مراعاة ما يلي:

✓ ضرورة توجيه الإعلاميين للاهتمام بشؤون البيئة وذلك عن طريق عقد دورات تدريبية، وتقديم برامج تثقيفية تهتم بشؤون البيئة.

✓ إعداد برامج علمية تحت على حماية البيئة والمحافظة عليها، وتخطب فئات المجتمع المختلف، وخاصة لبيئة المجتمع وهم الأطفال على ألا يهمل دور المرأة في ذلك الذي يعد أمراً ضرورياً لتحقيق التوعية البيئية من خلال وسائل الإعلام.

✓ إحياء المناسبات البيئية والتي يمكن الاستفادة منها في تنمية الوعي البيئي، وذلك يجعل المواطنين يعيشون المشاكل البيئية ويشعرون بوجودها ويحسون بأضرارها وتأثيرها في بيئتهم.

✓ التأكيد على دور البرامج الدينية في هذا المجال نظراً للعلاقة الوثيقة بين أخلاقيات البيئة وتعاليم الأديان.

✓ إعداد النشرات الإعلامية عن الأحداث البيئية والأفلام الوثائقية التي تتناول تلوث البيئة بشكل عام مثل: تلوث التربة، تلوث الماء، تلوث الهواء... إضافة إلى التلوث بالضوضاء والتلوث الإلكتروني والبصري والإشعاعي.

✓ ضرورة طرح بعض المشاكل البيئية ومصادرها وطرق التصدي لها عن طريق إقامة الندوات والمحاضرات التي تحفز وتفتح الجمهور وتنجح في لفت الانتباه إلى ما يحيط به.

✓ تنظيم المسابقات الخاصة بالبيئة، سواء عن طريق الصور الفوتوغرافية أو الرسوم أو المقالات والبحوث العلمية لإبراز بعض المشكلات البيئية وإدخال دور المواقع الإلكترونية في صلب المسابقات.

مما سبق يظهر بأن القيام بالتوعية البيئية تتطلب من وسائل الإعلام المختلفة القيام بمجهودات كبيرة من خلال إعطائها للقضايا والمواضيع البيئية الأهمية اللازمة بها، والتعامل معها كبقية المواضيع السياسية أو

الاجتماعية أو الاقتصادية أو الرياضية... إلخ وغيرها من المواضيع التي تغطي بمعالجة إعلامية واسعة ومعقدة في مختلف وسائل الإعلام، وذلك حتى تتمكن من الارتقاء بالوعي البيئي لدى أفراد المجتمع حتى يكون لدينا أفراد متشبعون بحب البيئة وجمالها والعناية بها والحفاظ على نظافتها وحماية مقوماتها.¹

II. 2. 3- أقسام و مكونات البيئة:

❖ البيئة هي المجال المحيط بالإنسان، والذي يسمح له بممارسة مختلف النشاطات في قطاعه وقد اختلف العلماء والباحثون حول تقسيم البيئة، حيث نجد البعض منهم قسمها إلى قسمين رئيسيين هما: البيئة الطبيعية والبيئة المشيدة.

* **البيئة الطبيعية:** عبارة عن المظاهر المشيدة التي لا دخل للإنسان في وجودها أو استخدامها، ومن مظاهرها الصحراء، البحار، المناخ، التضاريس، الماء السطحي والجوفي، والحياة النباتية والحيوانية.

* **البيئة المشيدة:** من البني الأساسية المادية التي شيدها الإنسان وكذا النظم الاجتماعية والمؤسسات التي أقامها ومن ثم يمكن النظر إلى البيئة المشيدة من خلال الطريقة التي نظمت بها المجتمعات حياتها، والتي غيرت البيئة الطبيعية لخدمة الحاجات البشرية.

وتشمل البيئة المشيدة: المناطق السكنية، المناطق الصناعية، مراكز تجارية، مدارس والمعاهد، الطرق... إلخ.

ويقسم البعض الآخر من المفكرين البيئة إلى ثلاثة عناصر أساسية، وهذا اعتمادا على توصيات مؤتمر ستوكهولم، وتمثل هذه العناصر في البيئة الطبيعية، البيئة البيولوجية، البيئة الاجتماعية.

✓ **البيئة الطبيعية:** وتتكون من ثلاثة نظم مترابطة هي: الغلاف الجوي، الغلاف المائي، اليابسة، بما تشمله هذه الأنظمة من ماء وهواء وتربة ومعدن ومصادر للطاقة بالإضافة إلى النباتات والحيوانات، وتتفاعل تلك

¹ - معنى، الحديدي، مرجع سبق ذكره ، ص 95.

الأنظمة مع بعضها تتشكل الظروف والعوامل البيولوجية اللازمة لحياته، وكذلك الحفاظ على استمرارية أنشطته الإنتاجية المتعددة.

✓ **البيئة البيولوجية:** تعد البيئة البيولوجية جزء من البيئة الطبيعية، وهي تشمل كل الكائنات الحية بدءاً بالإنسان وأسرته ومجتمعه وصولاً إلى مختلف الكائنات الأخرى داخل المحيط الحيوي.

✓ **البيئة الاجتماعية:** ويقصد بها إطار من العلاقات التي يحدد ماهية علاقة حياة الإنسان مع غيره، ذلك الإطار من العلاقات الذي هو الأساس في تنظيم أي جماعة من الجماعات سواء بين أفرادها بعضهم ببعض في بيئة ما، أو بين جماعات متباينة أو متشابهة معا وحضارة في بيئات متباعدة، وتؤلف أنماط تلك العلاقات ما يعرف بالنظم الاجتماعية وقد استحدث الإنسان خلال رحلته الطويلة بيئة حضارية لكي تساعد في حياته فعمر الأرض واخترق الأجواء لغزو الفضاء.¹

❖ مكونات التوعية البيئية:

* تعريف التربية البيئية:

هناك تعاريف متعددة للتربية البيئية منها: إن التربية البيئية تعني إعداد الفرد للتفاعل الناجح مع بيئته الطبيعية ويتطلب هذا الإعداد العمل على تنمية جوانب معينة في حياته ، منها توضيح المفاهيم التي تربط ما بين الإنسان وثقافته من جهة وبين المحيط البيوفيزيائي من جهة أخرى، كما يتطلب هذا الإعداد أيضا تنمية المهارات التي تمكن الفرد من المساهمة في حل ما قد تتعرض له بيئته من مشاكل وما قد يهددها من أخطار ومن هنا يمكن أن نفهم التربية البيئية على أنها عملية تهدف إلى توعية الإنسان ببيئته وإلى تفاعل عناصرها البيولوجية والجماعية والثقافية ، إضافة إلى تزويده بالمعارف والقيم والكفاءات التي تيسر له سبل التعامل مع المشكل عملية تكوين القيم و الإتجاهات والمهارات: « كما تعرف التربية البيئية على أنها والمدرجات اللازمة ، لفهم وتقدير العلاقات المعقدة التي تربط الإنسان وحضارته بالبيئة ولاتخاذ القرارات المناسبة المتصلة بنوعية البيئة،

¹ - حسن، أحمد شحاتة، التلوث الضوضائي وإعاقة التنمية، (بدون ذكر الطبعة، الدار العربية للكتاب، مصر، 2000)، ص 63.

وحل المشكلات القائمة ، والعمل على منع ظهور مشكلات بيئية جديدة التربية البيئية هي تعلم كيفية استخدام التقنيات الحديثة وزيادة إنتاجيتها وتجنب المخاطر البيئية و إزالة العطب البيئي القائم و اتخاذ القرارات البيئية العقلانية الإطار الذي يتضمن عملية تكوين : « ويعرفها رشيد الحمد وسعيد صاباريني على أنها: القيم والإتجاهات والمهارات اللازمة لفهم العلاقات بين الفرد وبيئته والتي تعنى بتوضيح مدى التكامل بين عناصر البيئة الطبيعية من جهة، وارتباطها ودرجة تفاعلها مع العوامل الاجتماعية والثقافية والإقتصادية من جهة أخرى كأبعاد مكملة للبيئة التي ينتمي إليها عملية إعداد الإنسان للتفاعل » أما صبري الدمرداش فيعرف التربية البيئية بأنها وتتطلب هذه العملية العمل على « الناجح مع بيئته الطبيعية، بما تشمله من موارد مختلفة تنمية جوانب معينة لدى المعلم منها توضيح المفاهيم وتعميق المبادئ اللازمة لفهم العلاقات المتبادلة بين الإنسان وثقافته من جهة، وبينه وبين المحيط البيوفيزيقي من حوله من جهة أخرى يعد مفهوم التربية البيئية مفهوما جديدا ولم يتبلور، إلا بعد سلسلة من المؤتمرات والندوات، ذات الطابع الدولي العالمي على غرار مؤتمر ستوكهولم المنعقد في السويد عام 1972 ومؤتمر بلغراد وتبليسي.

❖ التعليم البيئي:

التعليم البيئي هو ذلك النظام الذي يهدف إلى تطوير القدرات والمهارات البيئية للأفراد المهتمين بالبيئة وقضاياها، والذي من خلاله يحصلون على المعرفة العلمية البيئية والتوجيهات الصحيحة و اكتساب المهارات اللازمة للعمل بشكل فردي أو جماعي في حل المشكلات البيئية القائمة والعمل أيضا قدر الإمكان للحيلولة دون حدوث مشكلات بيئية جديدة 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 الرشيد للبيئة فمن خلال التعليم البيئي يمكن إقرار سلوك بيئي لدى الفرد عن طريق تزويده بالمعلومات اللازمة و إكسابه القيم والمهارات المؤدية إليه ، و أكد المختصون في التعليم البيئي في مؤتمر بلغراد

المنعقد العام 1975 وذلك بالتعاون مع البرنامج الدولي على دور و أهمية التعليم البيئي كحلقة أساسية وعنصر مكمل للتربية البيئية وقد تضمن ميثاق بلغراد ثلاث نقاط رئيسية تشجع الدراسات والبحوث العلمية حول البيئة الاهتمام بالتربية البيئية بواسطة وسائل الإعلام المتعددة تدريب وتكوين الكفاءات والخبرات في مجال البيئة.¹

II.2. 4- أسباب المشكلات البيئية و انواعها:

❖ أي التعامل غير المتزن للإنسان مع البيئة إلحاق أضرار جسيمة بها، وتسبب لها في العديد من المشكلات التي تؤثر بصورة مباشرة وسلبية على المناخ ورغم أن هناك بعض المشاكل الأزلية للبيئة وهي تلك التي تحدث بفعل الطبيعة ولا يكون للإنسان أي دخل فيها إلا أن المشكلات التي تسبب فيها الإنسان أكثر خطورة كونها ذات تأثيرات طويلة المدى في حين أخطار التوارث الطبيعية تكون وقتية.

وترجع أسباب المشكلات البيئية الحالية حسب بعض العلماء إلى:

- * الانفجار السكاني وما يترتب عليه من اتساع نمو المدن، وما يترتب عليه من مشكلات الخدمات، وتوفير الضرورات للسكان، وإجهاد التربة الزراعية لتوفير الغذاء، وهو يهدد البيئة ويؤدي غلى احتلال توازنها.
- * نقص المعرفة عن البيئة وهو الأمر الذي يترتب عليه عدم فهم المشكلات البيئية التي تزداد اتساعا يوم بعد يوم، ويصبح من الصعب إيجاد حلول لهذه المشكلة نظرا لعدم وضوح العلاقة المتبادلة بين الإنسان والبيئة.
- * الاستغلال الغير الرشيد للتكنولوجيا في البيئة، والذي يترتب عليه الإخلال بتوازن البيئة عن طريق استنزاف مزيد من الموارد الطبيعية في الصناعة وما يرتبط بها من تلوث الهواء والماء والتربة والغذاء والضوضاء.

¹ - فتيحة ، كحيل ، مرجع سبق ذكره، ص23.

* اختلال القيم والاتجاهات التي تعتبر لبُ المشاكل البيئية، حيث أن اختلال القيم واتجاهات انعكاس المشكل على القيم والاتجاهات تكتسب الصفة الاجتماعية من سلوك الناس تجاه بيئتهم، ويحكم هذه القيم بالسلب والإيجاب من نتائج علاقة الإنسان بالبيئة.

* اختلال البيئة الاجتماعية وهي الخاصة بممارسات الإنسان المتعلق بالتنمية الاقتصادية دون مراعاة الإمكانيات البيئية والتي تتمكن على السلوك الاجتماعي والاقتصادي والسياسي تجاهها.¹

❖ أنواع المشكلات البيئية:

هناك نوعان من المشكلات البيئية، مشكلات طبيعية وتحدث نتيجة لتفاعلات بين عناصر الطبيعة ولا دخل للإنسان في حدوثها مثل الزلازل والبراكين والعواصف... الخ، ومشكلات تحدث بفعل الإنسان والتي أخذت أشكال عديدة، كونهما مست جميع عناصر البيئة.

* المشكلات الطبيعية:

✓ البراكين: تعدُّ لبراكين أحد ملوثات البيئة فالرماد البركاني الناتج عن البراكين يصحبه أيضا أبخرة وغازات مختلفة وثاني أكسيد الكربون وثاني أكسيد الكبريت وكلوريد الألمنيوم وغيرها من الغازات الضارة بالبيئة والتي تسبب تغييرا في درجة حرارة الأرض بجانب تغطيتها بغازات ، وتطلق البراكين كم هائلا من الحمم يكون عاملا أساسيا في تدمير التربة بشكل يجعلها غير صالحة للزراعة وذلك لأن هذه الحمم تتحول عندما تبرد إلى صخور صلبة جرداء لا حياة فيها على الإطلاق ولا تصلح حتى لنمو الحشائش والأعشاب.

✓ الزلازل: وهي اهتزازات مفاجئة في القشرة الأرضية حيث تنتج الزلازل عن تحرك الصخور على سطح صدع تتزحج الصخور بعيدا عن صخور أخرى... وتعد الزلازل أشد الكوارث الطبيعية البيئية تدميرا

¹ - محمد سامي، عبد الحميد، قانون المنظمات الدولية، (بدون ذكر الطبعة، منشأة المعارف بالإسكندرية، 2000)، ص 74.

وتخريباً للمنشآت البشرية ومن مخاطر الزلازل والتي تعمل على إفساد التربة والأرض الزراعية وتقليل إنتاجها:

- انهيار المنشآت الهامة مثل السدود والخزانات والمنشآت الصناعية.
- انهيار الصخور التي تؤدي إلى انسداد مجاري الأودية وردم الآبار ومحطات المياه ودفق التربة الزراعية.
- انخفاض مستوى المياه الجوفية بشكل يجعل من العسر الحصول عليه أو ارتفاعها إلى الأعماق السطحية من الأرض فتؤثر سلباً على صفاتها الكيميائية والفيزيائية مثل درجة التشبع وكمية الأكسجين والعناصر الغذائية، وهي ما ينعكس سلباً على النبات بصفة خاصة.

✓ **العواصف والرياح:** فالرياح عبارة عن هواء متحرك من أماكن ذات ضغط جوي مرتفع إلى أماكن أخرى ذات ضغط جوي منخفض وتختلف آثارها باختلاف سرعتها ومن آثارها في الغالب التكسير، اقتلاع الأشجار والنباتات وتخطيمها، وتعتبر الأعاصير والعواصف الرعدية أخطرهما وأشدّها تدميراً حيث تصل سرعتها على ما يقارب 300 عقدة في الساعة كلم/ساعة.¹

II.5.2- أهمية التوعية البيئية:

تهدف التوعية البيئية في مفهومها العام إلى جعل الإنسان أكثر تفهماً للكون الذي يعيش فيه من قوانين، ومعرفة الأضرار التي تنشأ عن تدخله الغير المحسوب في هذه القوانين، وقد أثبتت وسائل الإعلام قدرتها على تشكيل رأي وأحاسيس الفرد تجاه العديد من القضايا التي تم الفرد والمجتمع، و نظراً لأهمية القضايا البيئية فقد أخذت وسائل الإعلام على عاتقها مهمة القيام بالتوعية البيئية لمختلف شرائح المجتمع.

وفي هذا الصدد قام برنامج الأمم المتحدة للبيئة بإعداد برنامج لزيادة الوعي البيئي بالأحداث البيئية وذلك في يوليو 1986، بهدف تزويد وسائل الإعلام بتعليقات على الأحداث البيئية وتقييم الاتجاهات عند تغطية القضايا البيئية، كما أعد برنامجين للإحاطة الصحفي ببرنامج الأمم المتحدة للبيئة الأول في نيروبي عام

¹ - مفيد، محمود شهاب، المنظمات الدولية، (بدون ذكر الطبعة، دار النهضة العربية، مصر، 2001)، ص 44.

1986 حضر 14 صحفيا قاموا بزيارة ميدانية لمشاريع مكافحة التصحر في أثيوبيا تولد عنها تقريبا 30 مقالة للصحف والمجلات وكذا إجراء ندوة صحفية ع البيئة أما البرنامج الثاني في أكتوبر 1986، ونظم في نيروبي بالتعاون اتحاد الصحفيين الأفارقة نتج عنه زيارة كبار الصحفيين إلى برنامج الأمم المتحدة للبيئة وتهدف هذه البرامج غلى غرس التفهم لأهمية الغدارة البيئية السليمة ومن اجل التنمية المستدامة والتأكيد على أهمية وسائل الاتصال في تحقيق التنمية البيئية.

وتأكيدا على أهمية التوعية البيئية دعا المؤتمر الوزاري العربي بتونس 1986، كما دعا البيان المشترك الصادر عن البيئة والتنمية الذي عقد في القاهرة (1991)، والمؤتمر الدولي للسلام في عقول البشر الذي عقد في ساحل العاج يونيو 1989 إلى ضرورة تعزيز وسائل الإعلام في برامج حماية البيئة على منحها ما تستحق من اهتمام في صنع القرارات المتعلقة بهذا الشأن.¹

¹ - أكرم، العفسي، ندوة التوعية البيئية للعاملين في مجال الصحافة الوطنية، (جدة، 2000)، ص 33.

III – الجانب التطبيقي

III-1- ماهية الجمعية العلمية للايكولوجية والصحة:

III-1-1- تأسيس الجمعية العلمية للايكولوجية والصحة.

III-1-2- تعريف الجمعية العلمية للايكولوجية والصحة.

III-1-3- شعار الجمعية العلمية للايكولوجية والصحة.

III-1-4- فروع الجمعية العلمية للايكولوجية والصحة.

III-1-5- أسباب الجمعية العلمية للايكولوجية والصحة.

III-1-6- نشاطات الجمعية العلمية للايكولوجية و الصحة

III-1-7- أهداف الجمعية العلمية للايكولوجية والصحة.

III-1-8- صعوبات التي تواجه الجمعية العلمية للايكولوجية والصحة.

- التحليل الكمي.

- التحليل الكيفي.

- نتائج الدراسة.

1.III- ماهية الجمعية العلمية للإيكولوجيا و الصحة :

1.1.III- تأسيس الجمعية:

نشأت الجمعية العلمية للإيكولوجية والصحة بعد اجتماع مجموعة من الشباب للنظر في الوضعية المزرية للبيئة بولاية برج بوعريريج فجاءت فكرة تأسيس جمعية ولائية تسعى للحفاظ على الفكر والصحة والبيئة، و كان ذلك يوم 28 جانفي 1997 وهي أول جمعية بيئية على مستوى ولاية برج بوعريريج وقد كان الاجتماع بدار الشباب خليف الطاهر بجلي عبد المؤمن بالولاية، واتفق هؤلاء الشباب على هذه الفكرة، وكانت بداية انطلاق الفكرة من طرف أربعة (4) أشخاص ثم التحق بها أعضاء آخرون لتصبح 25، ويعود السبب الرئيسي لانطلاق الفكرة هو محاولة القضاء على مادة الأميوت المسبب للسرطان وانتشاره لدى سكان برج بوعريريج.

1.III.2- التعريف بالجمعية العلمية للإيكولوجية والصحة:

تبعاً لتسميتها هي جمعية تعنى بالجانب البيئي والصحي والفكري بولاية برج بوعريريج وانطلاقاً من التعريف فإن البيئة هي الوسط الذي نعيش فيه نأثر ونتأثر بها فالبيئة من منظور الجمعية هي الإنسان والمكان والثقافة وهذا يعني أن هذه الأخيرة تعني كذلك الأخلاق والتربية، فإذا حافظنا على الإيكولوجية حافظنا على صحتنا البدنية والفكرية وانطلاقاً من هذه الصفات تشاور الأعضاء فيما بينهم وتم إطلاق اسم الجمعية.

III.1.3- شعار الجمعية:

لكل جمعية أو نشاط شعار ينطلق به ويسعى إلى تطبيقه على أرض الواقع، فشعار الجمعية العلمية للإيكولوجية والصحة هو: مجتمع واع، بيئة محمية، جسم محصن.



صورة رقم 1 تمثل شعار الجمعية



صورة رقم 1 تمثل شعار الجمعية

ويحمل هذا الشعار دلالات عدة أهمها الحفاظ على الفكر والصحة والبيئة وهي عناصر، ومبادئ تلم العناصر المتواجدة في المحيط البيئي وذلك لإنتاج مجتمع بيئي، مثقف، وواع، نظيف، وسليم.

III.1.4 - فروع الجمعية:

تحتوي الجمعية على ستة (06) فروع مختلفة ومتنوعة وهي كالتالي:

1. فرع في بلدية برج بوعريريج أي في مقر الولاية.

2. فرع بلدية بليمور.

3. فرع في يشير.

4. فرع ببرج الغدير¹.

¹ - بوروخ، بوبكر، عضو في الجمعية، مقابلة أجريت يوم الأحد ، بتاريخ 8-5-2016 على الساعة 16: 30 مساء في مكتبه.

5. فرع بقصور.

6. فرع في مجانة.

✓ تتعامل فروع الجمعية بأسلوب لا مركزي أي أن لكل فرع الاستقلالية في اختيار نشاطاته وتصوراتهِ في تنمية الفكر والبيئة والصحة نظراً لقربه من المكان المتواجد فيه، إلا في المناسبات الكبرى.

5 - III.1. أسباب تأسيس الجمعية:

تأسست الجمعية لعدة أسباب:

- ✓ انعدام الجمعيات البيئية على مستوى ولاية برج بوعريّيج.
- ✓ انعدام النظافة والمرافق الخاصة بالبيئة منها: أماكن الترفيه، المساحات الخضراء... الخ.
- ✓ تنمية الثقافة البيئية لدى الفرد بولاية برج بوعريّيج وهذا يأتي من الواجب أن تسعى إلى إقامة مساحات خضراء.
- ✓ غرس ثقافة بيئية، متينة، ورزينة ومستدامة في الأطفال و الشباب و المواطن عموماً .
- ✓ الحفاظ على صحة المواطن ببرج بوعريّيج من التلوث والأمراض المتنقلة عن طريق الحشرات والحيوانات المتشردة والمبيدات وأكياس بلاستيكية ومشاكل الصرف الصحي وتلوث المياه الصالحة للشرب.
- ✓ انتشار مادة الأميوت المنتشرة بواسطة الرياح الجنوبية والتي تسببت في انتشار مرض السرطان.

III. 6.1 - نشاطات الجمعية:

- ❖ لا أحد ينكر دورة الجمعية للإيكولوجية والصحة في توقيف العمل لمادة الأميوت المسببة للسرطان وذلك بجمع التوقيعات على مستوى الصيدليات بولاية برج بوعريّيج، وإرسال رسالة عبر وسائل الإعلام المكتوبة لرئيس الجمهورية عبد العزيز بوتفليقة تتضمن شكوى عن قدوم رياح جنوبية وانتشارها بواسطة ألياف الأميوت وتعدى الانتشار 40 كلم²، وهذا ما سبب السرطان، لقيت الرسالة استجابة من رئيس الجمهورية

في حينها، فبعث لجنة الخبراء للكشف والتأكد من المجمع وأضراره فقررت بذلك وقف معاناة أفراد برج بوعريريج وتوقيف العمل لمادة الأميوت.

* تقوم بجمع النفايات الورقية داخل المؤسسات التربوية في نهاية كل سنة دراسية، لإعادة رسكلتها.

* المساهمة في إقامة مخيمات صيفية وشتوية على مستوى ولاية الجزائر.

* إقامة معارض بيئية وصحية، إحياء للمناسبات البيئية والصحية مثل: 21 مارس اليوم العالمي للشجرة، 22

مارس اليوم العالمي للمياه، 23 مارس اليوم العالمي للأرصاد الجوية، 31 ماي اليوم العالمي بدون تدخين، 5

جويلية اليوم العالمي للبيئة.



صورة رقم 3 تمثل تجسيد نشاطات بولاية البرج



صورة رقم 2 تمثل نشاطات الجمعية بمنطقة الحمادية

* خلق سلوكيات بيئية جديدة.

* القيام بعمليات تنظيف على مستوى ولاية برج بوعريريج.

III. 1. 7-أهداف الجمعية العلمية للإيكولوجية والصحة:

❖ تهدف الجمعية إلى تحقيق عدة أهداف:

* المساهمة في حل المشاكل البيئية.

* تكوين خلايا ثقافية وعلمية نشأت من أجل مجتمع واع ومثقف.

* تجسيد فكرة "العقل السليم في الجسم السليم".

* المساهمة في ترفيه ورفع معنويات أفراد برج بوعريرج.

* زيادة التوعية البيئية.



■ وبناء على هذا فالجمعية العلمية للإيكولوجية والصحة هي جمعية بيئية اجتماعية، ثقافية، علمية، صحية ورياضية.

III. 8.1 - الصعوبات التي تواجه الجمعية العلمية للإيكولوجية والصحة:

❖ تواجه الجمعية العلمية للإيكولوجية والصحة عدة صعوبات وعراقيل تعيق سير نشاطاتها على سبيل

المثال:

* صعوبة وجود مقرات للفروع.

* ضعف الموارد المالية.

* في بداية انطلاقة الجمعية وجدت رفض وتصدي وعدم قبول سكان برج بوعريرج وجود جمعية تنادي

بالحفاظ على البيئة وبالتالي فرسالة الجمعية في بداية الأمر كانت صعبة التبليغ والوصول.

* عدم تقديم يد المساعدة والمساندة والدعم إلا بعد تعثرات عديدة.

* التركيبة الاجتماعية لدى سكان برج بوعريرج.

* في بداية انطلاقه كانت الجمعية تعاني من صعوبة الاتصال والتواصل ولكن مواقع التواصل الاجتماعي أكسبها طابع أكثر نوعية وانتشار.

بعد نضال الجمعية العلمية للإيكولوجية والصحة في المجال البيئي استطاعت وأخيرا تحقيق مجمل أهدافها، ولا ننكرا لفيسبوك ي توسيع الجمعية وتبليغ الرسالة.¹

¹ - بوروخ ، بوبكر، منخرط في الجمعية، مقابلة أجريت يوم الاثنين، بتاريخ، 09، 2016، 05، على الساعة 00: 9 صباحا في مكتبه.

عرض وتحليل النتائج

أ/ محور البيانات الشخصية للمبحوثين:

الجدول رقم (01) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرارات	النسبة المئوية
ذكر	38	78%
أنثى	11	22%
الإجمالي	49	100%

يبين الجدول أعلاه (1) أن الغالبية الساحقة من عينة الدراسة كانت من نسبة الذكور حيث بلغت

68% في حين لا تتجاوز نسبة الإناث 22% و هي نسب تعكس التركيبة الجنسية لموضوع الدراسة

الجدول رقم (02) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن

السن	التكرارات	النسبة المئوية
من 18 - 20 سنة	16	33%
من 20 - 24 سنة	13	26%
من 24 - 26 سنة	13	26%
أكثر من 26 سنة	7	15%
الإجمالي	49	100%

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً 49 فرداً، نلاحظ أن 16

فرداً يمثلون الأفراد الذين تراوحت أعمارهم ما بين (18 إلى 20 سنة) بنسبة بلغت 33%، أما الذين تتراوح

أعمارهم ما بين (20 إلى 24 سنة) فقد بلغ عددهم 13 فرداً بنسبة قدرت بـ 26%، أما الذين تبلغ أعمارهم ما

بين (24 إلى 26 سنة) فقد بلغ عددهم 13 فردا بنسبة قدرت ب 26%، في حين أن البقية والذين فاقت أعمارهم 26 سنة والبالغ عددهم 26 فردا فقد بلغت نسبتهم 15%.

و من هنا نستنتج إن أغلبية المبحوثين المنخرطين في الفايسبوك في نشر التوعية البيئية هم من الفئات الشابة وهي خاصية جيدة و مناسبة تتلاءم مع دراستنا لان هذه الفئة تحمل في طياتها القوة و الإبداع و الابتكار كم أنه يعد مؤشر جيدا لكونه يحمل عناصر قادرة علي العمل و العطاء .

الجدول رقم (03) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى العلمي

النسبة المئوية	التكرارات	المؤهل
12%	6	متوسط
33%	16	ثانوي
55%	27	جامعي
100%	49	الإجمالي

يتبين من خلال الجدول أعلاه أن أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 49 فرداً، نلاحظ أن

06 أفراد مستواهم متوسط بنسبة بلغت 12%، أما الذين لديهم تعليم ثانوي فقد بلغ عددهم 16 فرداً بنسبة قدرت ب 33%، في حين أن الذين لهم تعليم جامعي فقد بلغ عددهم 27 فرداً بنسبة 55%.

نستنتج ان الفئة المثقفة هي الغالبة و هذا يعد مؤشر جيد لأن هذه الفئة لديها تطلعات وثقافة بيئية متزنة تساعد عي تحقيق و تشجيع الثقافة البيئية بشكل منطقي و هادف اي بإمكانها توصيل و تبليغ الرسالة البيئية .

الجدول رقم (04) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	التكرارات	النسبة المئوية
أعزب	36	73%
متزوج	13	27%
الإجمالي	49	100%

يتضمن الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 49 فرداً،

أن 36 فرداً يمثلون العزاب بنسبة بلغت 73%، أما حجم المتزوجين فقد بلغ 13 فرداً بنسبة قدرت بـ 27%.

نلاحظ أن نسبة الغير المتزوجين هم الغالبية الساحقة و هذا يعد مؤشر جيد في نشر التوعية البيئية عبر

الفايسبوك و خاصة أنهم لا تربطهم أولويات أخرى تلهيهم من نشاطاتهم البيئية .

ب/ تحليل أسئلة الاستبيان

نتائج المحور الأول من الاستبيان

الجدول رقم (05) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (01): الذي يخص استخدام الانترنت.

العبارات	التكرار المشاهد	النسبة المئوية
نعم	48	98%
لا	01	02%
الاجمالي	49	100%

يتبين من خلال الجدول رقم (05) أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (49) فرداً قد

انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال "نعم" وقد بلغ

عددهم (48) فرداً بنسبة مئوية بلغت 98%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا

السؤال بـ "لا" والبالغ عددهم (01) بنسبة مئوية قدرت بـ 02%.

نستنتج من خلال النتائج أن معظم أفراد عينة الدراسة يستخدمون الأنترنت بنسبة كبيرة جدا و هذا ما يدل على أنها من ضروريات العصر و خاصة على أننا نعيش في عصر المعلوماتية . إذ لم نقل العصر الشبكي .

الجدول رقم (06) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (02): والذي يتمثل في

حالات استخدام الانترنت

النسبة المئوية	التكرار المشاهد	العبارات
20%	10	انتظام
27%	13	أحيانا
39%	19	غالبا
14%	7	نادرا
100%	49	الإجمالي

حسب بيانات الجدول رقم (06) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (49)

فردا قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم

(02) "انتظام" وقد بلغ عددهم (10) أفراد بنسبة مئوية بلغت 20%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين

كانت إجاباتهم على هذا السؤال "أحيانا" والبالغ عددهم (13) بنسبة مئوية قدرت بـ 27%، أما المجموعة

الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال "غالبا" والبالغ عددهم (19) بنسبة مئوية قدرت بـ

39%، في حين نلاحظ أن نسبة 14% تمثل المجموعة الرابعة التي تحتوي على الأفراد الذين أجابوا على هذا

السؤال "نادرا" والبالغ عددهم (07).

من خلال النتائج المتحصل عليها نستنتج أن حالات استخدام الأنترنت كانت بالإيجابية غالبا بنسبة

39% و هذا يعني أن أفراد عينة الدراسة يستخدمون الأنترنت كلما سمحت لهم الفرصة لذلك .

الجدول رقم (07) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (03): والذي يخص مدة

استخدام الانترنت

النسبة المئوية	التكرار المشاهد	العبارات
16%	08	منذ فترة قصيرة
59%	29	منذ فترة متوسطة
25%	12	منذ فترة طويلة
100%	49	الإجمالي

من معطيات الجدول رقم (07) يتضح أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (49) فردا

قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم

(03) ب "منذ فترة قصيرة" وقد بلغ عددهم (08) فردا بنسبة مئوية بلغت 16%، أما المجموعة الثانية فتمثل

الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال ب "منذ فترة متوسطة" والبالغ عددهم (29) بنسبة مئوية قدرت ب

59%، في حين نلاحظ أن نسبة 25% تمثل المجموعة الثالثة التي تحتوي على الأفراد الذين أجابوا على هذا

السؤال ب "منذ فترة طويلة" والبالغ عددهم (12).

نستنتج من خلال النتائج المتحصل عليها أن فترات استخدام الأنترنت كانت منذ فترة متوسطة و هذا

راجع إلى أن أفراد عينة الدراسة دخلوا عصر تكنولوجيا الإتصال منذ فترة ليست ببعيدة نظرا لمؤهلاتهم الفكرية و

العلمية .

الجدول رقم (8) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (04): والذي يخص المواقع

الأكثر استخداماً.

النسبة المئوية	التكرار المشاهد	العبارات
12%	6	مدونات
84%	41	مواقع التواصل الاجتماعي
4%	2	منتديات
0%	0	مواقع الدردشة
100%	49	الإجمالي

يتبين حسب نتائج الجدول أعلاه رقم (08) أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (49)

فرداً قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم

(04) "مدونات" وقد بلغ عددهم (06) أفراد بنسبة مئوية بلغت 20%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد

الذين كانت إجاباتهم على السؤال "مواقع التواصل الاجتماعي" والبالغ عددهم (41) بنسبة مئوية قدرت بـ

27%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على السؤال "منتديات" والبالغ عددهم (2)

بنسبة مئوية قدرت بـ 39%، في حين نلاحظ أنه لا يوجد أحد من الأفراد الذين أجابوا على السؤال

"مواقع الدردشة".

من خلال النتائج المتحصلة عليها نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة يفضلون استخدام موقع التواصل

الاجتماعي بنسبة 84% ثم يليها مدونات و منتديات ،وهذا يعني أن هناك اقبال كبير من طرف أفراد عينة الدراسة

لاستعمالهم كوسيلة اتصال و تواصل ومشاركة و تفاعل خاصة ونحن نعيش في الوقت الشبكي .

الجدول رقم (09) يوضح ترتيب أفراد عينة الدراسة لمواقع التواصل في السؤال (05): والذي يخص

ترتيب استخدام المواقع

العبارات	التكرارات	النسبة المئوية
Facebook	39	34%
Youtube	35	30%
Twiter	21	18%
MySpace	21	18%

أثناء استقراءنا للجدول رقم (09) وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 49

فرداً، نلاحظ أن 39 فرداً يمثلون الأفراد الذين يستخدمون (Facebook) بالدرجة الأولى بنسبة بلغت

34%، أما الذين يستخدمون (Youtube) بالدرجة الثانية بلغ عددهم (35) فرداً بنسبة بلغت 30%، أما

الذين يستخدمون (Twiter) و (MySpace) بالدرجة الثالثة بلغ عددهم بنسبة بلغت 30%.

حسب إجابات أفراد عينة الدراسة فإن أغليبتهم يستخدمون الفايسبوك بالدرجة الأولى أي أن هناك اهتمام

من طرفهم لأنهم يعتبرون الفايسبوك واقعهم فيتخذونه كوسيلة للتشارك و التفاعل و الفضفضة وباعتبار أن

الفايسبوك من أكثر المواقع نوعية وإقبالاً نظراً لانتشارها الواسع .

الجدول رقم (10) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (07): والذي يخص

استخدامات موقع الفيس بوك.

العبارات	التكرار المشاهد	النسبة المئوية
دائماً	14	28%

أحيانا	16	33%
غالبا	16	33%
نادرا	3	6%
الإجمالي	49	100%

نلاحظ من خلال الجدول رقم (10) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا

(49) فردا قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على

السؤال رقم (06) ب "دائما" وقد بلغ عددهم (14) أفراد بنسبة مئوية بلغت 28%، أما المجموعة الثانية

فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على السؤال ب "أحيانا" والبالغ عددهم (16) بنسبة مئوية قدرت ب 33%،

أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على السؤال ب "غالبا" والبالغ عددهم (16) بنسبة مئوية

قدرت ب 33%، في حين نلاحظ أن نسبة 6% تمثل المجموعة الرابعة التي تحتوي على الأفراد الذين أجابوا على

السؤال ب "نادرا" والبالغ عددهم (03).

نستنتج أن استعمال الفايسبوك يكون غالبا أي في أغلب الأوقات أي كلما سمحت لهم الفرصة و لم

تحكمهم استثناءات أخرى . و هذا يدل على أن استخدام أفراد عينة الدراسة لموقع الفايسبوك يكون وفقا

لجداولهم اليومية .

الجدول رقم (11) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (08): والذي يحتوي على

أوقات استخدام موقع الفيس بوك

العبارات	التكرار المشاهد	النسبة المئوية
أقل من ساعة	2	4%
من ساعة إلى ساعتين	30	61%

أكثر من ساعتين	17	35%
الإجمالي	49	100%

من خلال الجدول أعلاه رقم (11) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (49)

فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم

(07) "أقل من ساعة" وقد بلغ عددهم (2) أفراد بنسبة مئوية بلغت 4%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين

كانت إجاباتهم على السؤال "من ساعة إلى ساعتين" والبالغ عددهم (30) بنسبة مئوية قدرت بـ 61%، أما

المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على السؤال "أكثر من ساعتين" والبالغ عددهم (17) بنسبة

مئوية قدرت بـ 35%.

من خلال الإجابات المتحصل عليها سجلنا أن فترات استخدام الفايسبوك كان من ساعة إلى ساعتين

بنسبة بلغت 61% و هذا يعني أن هناك إقبال و لكن بشكل متوسط لكي لا يحدث الفرد لنفسه إدماناً و هذا

ما يتطلب أن يكون الاستعمال بشكل منظم . يكون لديه هدف قد يكون بغرض الاطلاع على الموقع أو رد

رسائل أو نشر معلومات .

الجدول رقم (12) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (9): والذي يتضمن أوقات

تصفح موقع الفيس بوك

العبارات	التكرار المشاهد	النسبة المئوية
صباحاً	7	14%
مساءً	19	39%
ليلاً	23	47%

الإجمالي	49	%100
----------	----	------

أثناء استقراءنا لجدول رقم (12) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (49) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (08) بـ "صباحاً" وقد بلغ عددهم (7) أفراد بنسبة مئوية بلغت 14%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على السؤال "مساءً" والبالغ عددهم (19) بنسبة مئوية قدرت بـ 39%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على السؤال "ليلاً" والبالغ عددهم (23) بنسبة مئوية قدرت بـ 47%.

نستنتج من خلال النتائج الدراسة أن معظم أفراد عينة الدراسة يستخدمون الفيسبوك في الفترات الليلية و ذلك لكونهم في فترات الراحة و الاسترخاء .

الجدول رقم (13) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (10): والذي تضمن

أسباب تفضيل موقع الفيس بوك

العبارات	التكرار المشاهد	النسبة المئوية
سهولة الاستخدام	10	20%
خصوصية هذا الموقع	28	57%
إنتشاره الواسع	11	23%

الإجمالي	49	%100
----------	----	------

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم (13) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً

(49) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على

السؤال رقم (09) بـ "سهولة الاستخدام" وقد بلغ عددهم (10) أفراد بنسبة مئوية بلغت 20%، أما المجموعة

الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على السؤال بـ "خصوصية هذا الموقع" والبالغ عددهم (28) بنسبة مئوية

قدرت بـ 57%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على السؤال بـ "إنتشارها الواسع" والبالغ

عددهم (11) بنسبة مئوية قدرت بـ 23%.

نستنتج أن أفراد عينة الدراسة يستخدمون الموقع الفايبروك بسبب خصوصية هذا الموقع لاعتقادهم

بوجود الحرية في نشر وكتابة ما يريدون مع احترام الخصوصية لذلك إن أمكن .

الجدول رقم (14) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (11): والذي يتضمن

الخدمات المفضلة التي يحتويها الموقع.

العبارات	التكرار المشاهد	النسبة المئوية
الدردشة مع الاصدقاء	23	47%
متابعة الاخبار	10	20%
نشر وبث المعلومات عبر	16	33%

الموقع		
الإجمالي	49	100%

من معطيات الجدول رقم (14) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (49) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (10) "الدردشة مع الأصدقاء" وقد بلغ عددهم (23) أفراد بنسبة مئوية بلغت 47%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على السؤال "متابعة الأخبار" والبالغ عددهم (10) بنسبة مئوية قدرت بـ 20%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على السؤال "نشر وثائق المعلومات عبر الموقع" والبالغ عددهم (16) بنسبة مئوية قدرت بـ 33% .

فيما يخص الخدمات المفضلة التي يتيحها موقع الفيسبوك الدردشة مع الأصدقاء ثم يليها متابعة الأخبار و نشر المعلومات نستنتج من هذا أن أفراد عينة الدراسة يفضلون الدردشة لوجود أشخاص تحكمهم نفس الاهتمامات و الاشتراكات و تبادل مختلف أنواع الرأي و المعلومات .

نتائج المحور الثاني من الاستبيان:

الجدول رقم (15) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (12): والذي يتضمن

الإطلاع على المواضيع التي تتناول البيئة عبر الفيسبوك

العبارات	التكرار المشاهد	النسبة المئوية
نعم	48	98%

لا	1	2%
الإجمالي	49	100%

تشير نتائج الجدول أعلاه رقم (15) أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (49) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (11) بـ "نعم" وقد بلغ عددهم (48) فرداً بنسبة مئوية بلغت 98%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على السؤال بـ "لا" والبالغ عددهم (1) بنسبة مئوية قدرت بـ 2%.

و من خلال النتائج المتحصل عليها نستنتج أن أفراد عينة الدراسة يطلعون على المواضيع التي تتناول مواضيع البيئة عبر موقعهم الفيسبوك و هذا يدل على أن هناك تشاركية في موضوع البيئة عبر موقع الفيسبوك، و الذي حظي بإقبال كبير من طرف أفراد عينة الدراسة .

الجدول رقم (16) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال (13): والتي يتضمن أوقات

الاطلاع على صفحة الفيس بوك التي تتناول البيئة.

العبارات	التكرار المشاهد	النسبة المئوية
دائماً	8	17%
أحياناً	11	23%
غالباً	22	46%

نادرا	7	14%
الإجمالي	48	100%

حسب بيانات الجدول رقم (16) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (48)

فردا قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال "دائما" وقد بلغ عددهم (08) أفراد بنسبة مئوية بلغت 17%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على السؤال "أحيانا" والبالغ عددهم (11) بنسبة مئوية قدرت بـ 23%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على السؤال بـ "غالبا" والبالغ عددهم (22) بنسبة مئوية قدرت بـ 46%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 14% فقط تمثل المجموعة الرابعة التي تحتوي على الأفراد الذين أجابوا على السؤال "نادرا" والبالغ عددهم (07).

كشفت لنا الدراسة أن معظم أفراد عينة الدراسة يطلعون على المواقع التي تخص البيئة كلما سمحت لهم الفرصة لذلك أيلاتريطهم حاجات اخري.

الجدول رقم (17) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (14): والتي يتضمن

مساهمة موقع الفيس بوك في نشر التوعية البيئية لدى مواطني برج بوعريج.

العبارات	التكرار المشاهد	النسبة المئوية
نعم	45	92%
لا	04	08%
الإجمالي	49	100%

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (49) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (12) بـ "نعم" وقد بلغ عددهم (45) فرداً بنسبة مئوية بلغت 92%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على السؤال "لا" والبالغ عددهم (4) بنسبة مئوية قدرت بـ 8%.

نستنتج من خلال النتائج المتحصلة عليها أن موقع الفيسبوك يساهم في نشر التوعية البيئية لدى مواطني برج بوعريريج و يعني هذا أن لأفراد عينة الدراسة اهتمام و تشارك و تفاعل و تواصل ، تشارك بالمجال البيئي .

الجدول رقم (18) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال (15): والذي يتضمن تقييم مساهمة موقع الفيس بوك في نشر التوعية البيئية .

النسبة المئوية	التكرار المشاهد	العبارات
17%	12	جيدة
23%	13	متوسطة
46%	16	مقبولة
14%	04	ضعيفة
100%	45	الإجمالي

من خلال استقراءنا للجدول أعلاه رقم (18) يتضح أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (45) فرداً قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال "جيدة" وقد بلغ عددهم (08) أفراد بنسبة مئوية بلغت 17%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على السؤال ب "متوسطة" والبالغ عددهم (11) بنسبة مئوية قدرت ب 23%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على السؤال "مقبولة" والبالغ عددهم (22) بنسبة مئوية قدرت ب 46%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 14% فقط تمثل المجموعة الرابعة التي تحتوي على الأفراد الذين أجابوا على السؤال "ضعيفة" والبالغ عددهم (07).

نتوصل من خلال اجابات المبحوثين ان مساهمة موقع الفايسبوك في نشر التوعية البيئية بدرجة مقبولة، يعني هذا ان هناك مساهمة معتبرة لا يمكن تجاهلها.

الجدول رقم (19) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (16): والذي يتضمن

درجة تفاعل الأفراد مع الموقع في التوعية البيئية.

النسبة المئوية	التكرار المشاهد	العبارات
49%	23	طرح أفكار على الصفحة
32%	15	المساهمة في الأفعال
19%	09	محاولة التنشيط
100%	49	الإجمالي

تشير نتائج الجدول أعلاه أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم (49) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (13) ب "طرح أفكار على الصفحة" وقد بلغ عددهم (23) أفراد بنسبة مئوية بلغت 49%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على السؤال ب "المساهمة في الأفعال" والبالغ عددهم (15) بنسبة مئوية قدرت ب 32%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على السؤال ب "محاولة التنشيط" والبالغ عددهم (9) بنسبة مئوية قدرت ب 19%.

و هذا يعني أن معظم أفراد عينة الدراسة يتفاعلون مع موقع الفيسبوك بالمجال الترفيهي طريقة طرح الأفكار على الصفحة بنسبة بلغت 49% في حين تليها المساهمة في الأفعال بنسبة 32% أما محاولة التنشيط فقد كانت في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت 19% و نستنتج أن معظم أفراد عينة الدراسة يتفاعلون مع موقع الفيسبوك في التوعية البيئية من خلال طرح الأفكار على الصفحة. لأن عند رؤية شيء ما تلهمنا أفكار جديدة نريد الإبداع فيها أو النقد .

نتائج المحور الثالث من الاستبيان

الجدول رقم (20) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (17): والذي يتضمن مساهمة الأفراد في نشر مواضيع تخص البيئة عبر موقع الفيس بوك.

العبارات	التكرار المشاهد	النسبة المئوية
نعم	46	94%
لا	3	6%

الاجمالي	49	%100
----------	----	------

يبين الجدول رقم (20) أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (49) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (14) بـ "نعم" وقد بلغ عددهم (46) فرداً بنسبة مئوية بلغت 94%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على السؤال بـ "لا" والبالغ عددهم (3) بنسبة مئوية قدرت بـ 6%.

نستنتج من إجابات أفراد عينة الدراسة أنهم يساهمون في نشر مواضيع تخص البيئة عبر موقع الفايسبوك بنسبة بلغت 94% وهذا يعني أن هنالك مساهمة واهتمام في نشر مواضيع بيئية عبر موقع التواصل الاجتماعي من ضمنها الفايسبوك .

الجدول رقم (21) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال الفرعي (18): والذي يتضمن

أشكال مساهمة الافراد في نشر مواضيع تخص البيئة عبر الفيس بوك

العبارات	التكرار المشاهد	النسبة المئوية
صور	20	44%
تعليقات	18	39%
مقالات	7	15%

أخبار	1	%2
الإجمالي	46	%100

من خلال الجدول أعلاه رقم (21) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (46)

فرداً قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال

(14) ب "صور" وقد بلغ عددهم (20) أفراد بنسبة مئوية بلغت 44%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد

الذين كانت إجاباتهم على السؤال ب "تعليقات" والبالغ عددهم (18) بنسبة مئوية قدرت ب 39%، أما

المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على السؤال ب "مقالات" والبالغ عددهم (7) بنسبة مئوية

قدرت ب 15%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 2% فقط تمثل المجموعة الرابعة التي تحتوي على الأفراد الذين

أجابوا على السؤال ب "أخبار" والبالغ عددهم (1).

نستنتج أن معظم أفراد عينة الدراسة كانت مساهمتهم في نشر مواضيع بيئية في شكل صور لوجود

الاريجية ولان الصورة ابلغ من الكلمة .

في حين يليها التعليقات حول المواضيع البيئية التي يجمعها تشارك و تواصل عبر الشبكة من خلال

الفايسبوك و لديهم موضوع هادف و هو نشر التوعية البيئية .

الجدول رقم (22) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال الذي يتضمن امتلاك أصدقاء

لديهم اهتمامات حول البيئة من خلال الفيس بوك

العبارات	التكرار المشاهد	النسبة المئوية
نعم	49	%100
لا	00	%00
الاجمالي	49	%100

أثناء ملاحظتنا لنتائج لجدول يتبين أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (49) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (14) بـ "نعم" وقد بلغ عددهم (49) فرداً بنسبة مئوية بلغت 100%، ولا يوجد أي فرد من أفراد عينة الدراسة أجاب على السؤال "لا".

إن معظم أفراد عينة الدراسة كانت اجابتهم أن هناك أصدقاء عبر موقع الفايسبوك تجمعهم اهتمامات بيئية و هذا يعني موقع الفايسبوك في المجال البيئي لديه هدف و مشترك و هم تكوين حلقة اتصال و تواصل و تشارك الافراد في نشر التوعية البيئية .

الجدول رقم (23) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال الذي يتضمن عضوية الافراد بالجمعية العلمية للايكولوجيا والصحة عبر الفيس بوك.

النسبة المئوية	التكرار المشاهد	العبارات
80%	39	نعم
20%	10	لا
100%	49	الاجمالي

يوضح الجدول رقم (23) أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (49) فرداً قد انقسمت إلى

مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (16) "نعم" وقد بلغ عددهم (39) فردا بنسبة مئوية بلغت 80%، أما المجموعة الثانية فتمثلا لأفراد الذين كانت إجاباتهم على السؤال بـ "لا" والبالغ عددهم (10) بنسبة مئوية قدرتها 20%.

نستنتج ان معظم اجابات المبحوثين هم منخرطون في الجمعية العلمية للايكولوجيا و الصحة الناشطة عبر الفيسبوك و التي تعني بالمجال البيئي بولاية البرج.

الجدول رقم (24) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال والذي يتضمن مدة الانضمام للجمعية.

العبارات	التكرار المشاهد	النسبة المئوية
قصيرة	13	26%
متوسطة	22	45%
طويلة	14	29%
الإجمالي	49	100%

من خلال استقراءنا لمعطيات الجدول أعلاه رقم (24) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (49) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (13) "قصيرة" وقد بلغ عددهم (13) أفراد بنسبة مئوية بلغت 26%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على السؤال "متوسطة" والبالغ عددهم (22) بنسبة مئوية قدرت بـ 45%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على السؤال "طويلة" والبالغ عددهم (14) بنسبة مئوية قدرت بـ 29%.

نستنتج أن انضمام أفراد عينة الدراسة إلى الجمعية العلمية للأيكولوجيا والصحة ، كان ذلك أثناء انضمامها إلى عالم شبكة التواصل الاجتماعي و بالأخص الفايسبوك و هذا ما أحدث توسيع دائرتها و انفتاحها على العالم الخارجي .

الجدول رقم (25) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال والذي يتضمن مساهمة الجمعية العلمية للأيكولوجيا والصحة في إكساب الأفراد معارف عن البيئة.

العبارات	التكرار المشاهد	النسبة المئوية
نعم	47	96%
لا	02	04%
الاجمالي	49	100%

نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (49) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (18) بـ "نعم" وقد بلغ عددهم (47) فرداً بنسبة مئوية بلغت 96%، أما المجموعة الثانية فتمثلت بالأفراد الذين كانت إجاباتهم على السؤال "لا" والبالغ عددهم (02) بنسبة مئوية قدرتها 04%.

نستنتج من خلال أفراد عينة الدراسة أن الجمعية لها دور مساهم في إكساب معارف عن البيئة و ذلك من خلال نشر صور و معلومات عن أهمية البيئة و الإشعار بخطورتها لوجود الارتباط الوثيق بين البيئة والصحة.

الجدول رقم (26) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال والذي يتضمن المعارف المكتسبة عن البيئة في هذه الجمعية

العبارات	التكرار المشاهد	النسبة المئوية
----------	-----------------	----------------

معالجة القضايا البيئية	24	49%
زيادة التوعية البيئية	17	35%
زيادة الرصيد المعرفي	8	16%
الإجمالي	49	100%

تشير نتائج الجدول أعلاه رقم (26) أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (49) فرداً قد

انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (19)

"معالجة القضايا البيئية" وقد بلغ عددهم (24) أفراد بنسبة مئوية بلغت 49%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد

الذين كانت إجاباتهم على السؤال "زيادة التوعية البيئية" والبالغ عددهم (17) بنسبة مئوية قدرت بـ 35%، أما

المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على السؤال "زيادة الرصيد المعرفي" والبالغ عددهم (8) بنسبة

مئوية قدرت بـ 16%.

نستنتج من خلال إجابات المبحوثين أن للجمعية مساهمة كبيرة و معتبرة في اكساب معارف حول البيئة و

خاصة معالجة القضايا البيئية كالأمية المسبب للسرطان فهو خير دليل لمساهمة الجمعية في القضاء عليه في مدينة

البرج .

الجدول رقم (27) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال والذي يتضمن الوثوق

بالمضامين البيئية والتي تقدمها هذه الجمعية

العبارات	التكرار المشاهد	النسبة المئوية
نعم	49	100%
لا	0	0%
الإجمالي	49	100%

حسب بيانات الجدول رقم (27) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (49) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (20) بـ "نعم" وقد بلغ عددهم (49) فرداً بنسبة مئوية بلغت 100%، ولا يوجد أي فرد من أفراد عينة الدراسة أجاب على السؤال بـ "لا".

نستخلص من خلال إجابات الباحثين أنهم يثقون بالمضامين البيئية التي تقدمها الجمعية العلمية للتكنولوجيا و الصحة لأن نشاطاتها مجسدة على أرض الواقع .

الجدول رقم (28) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال حول دور الجمعية في نشر التوعية البيئية

النسبة المئوية	التكرار المشاهد	العبارات
96%	47	نعم
4%	2	لا
100%	49	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (28) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (49) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (21) بـ "نعم" وقد بلغ عددهم (47) فرداً بنسبة مئوية بلغت 96%، أما المجموعة الثانية فتمثلت بالأفراد الذين كانت إجاباتهم على السؤال بـ "لا" والبالغ عددهم (2) بنسبة مئوية قدرتها 4%.

نستنتج أن للجمعية دور فعال و مساهم في نشر التوعية البيئية و هذا يدل على تميزها و انفرادها و على تحقيق هدف الجمعية و المتمثل في نشر التوعية البيئية لدى أفراد ولاية برج بوعرييج .

الجدول رقم (29) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال الذي يخص معرفة الأمور

التوعية التي يستجيب لها الأفراد الناشطين

النسبة المئوية	التكرار المشاهد	العبارات
45%	21	الحفاظ على النظافة البيئية
32%	15	الحفاظ على الحدائق العامة
23%	11	رمي النفايات في الأماكن المخصصة
100%	47	الإجمالي

يبين الجدول رقم (29) أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (47) فرداً قد انقسمت

إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال (21) "الحفاظ على النظافة البيئية" وقد بلغ عددهم (20) أفراد بنسبة مئوية بلغت 44%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على السؤال "الحفاظ على الحدائق العامة" والبالغ عددهم (21) بنسبة مئوية قدرت بـ 45%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على السؤال "رمي النفايات في الأماكن المخصصة" والبالغ عددهم (15) بنسبة مئوية قدرت بـ 32%.

من خلال النتائج المتحصل عليها نستنتج أن الأمور التوعوية التي يستجيب لها الأفراد هي الحفاظ على النظافة البيئية و بناءً على أهداف الجمعية هو محاولة الحفاظ على البيئة فهي تسعى لتحقيق ذلك و خاصة ربط المجال الصحي و الفكري بالبيئة فنظافة البيئة تعني المحافظة على صحة الإنسان .

الجدول رقم (30) يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال: ماذا كان ما تقدمه الجمعية يساهم في رفع مستوى التوعية البيئية.

النسبة المئوية	التكرار المشاهد	العبارات
96%	47	نعم
4%	2	لا

الاجمالي	49	%100
----------	----	------

يتضح من خلال الجدول رقم (30) أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (49) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (22) بـ "نعم" وقد بلغ عددهم (47) فرداً بنسبة مئوية بلغت 96%، أما المجموعة الثانية فتمثلت بالأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال "لا" والبالغ عددهم (02) بنسبة مئوية قدرتها 4%.

نستنتج من خلال إجابات الباحثين التي تؤكد أن ما تقدمه الجمعية العلمية للايكولوجيا و الصحة يساهم في رفع مستوى التوعية البيئية لدى أفراد عينة الدراسة، و ذلك من خلال نشر مضامين بيئية توعوية و محاولة الاشعار بالسلوك الخاطئ.

الجدول رقم (31) يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال : كيفية تجسيد هذا التساهم.

العبارات	التكرار المشاهد	النسبة المئوية
الحمولات التطوعية لنظافة المحيط	16	%34
تنظيم الرحلات	21	%45
وضع لافتات	10	%21
الإجمالي	47	%100

تشير نتائج الجدول أعلاه أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (47) فرداً قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال (22) بـ "الحمولات التطوعية لنظافة المحيط" وقد بلغ عددهم (16) أفراد بنسبة مئوية بلغت 34%، أما المجموعة الثانية فتمثل

الأفراد الذين كانت إجاباتهم على السؤال ب "تنظيم الرحلات" والبالغ عددهم (21) بنسبة مئوية قدرت ب 45%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على السؤال ب "وضعا لفتات" والبالغ عددهم (10) بنسبة مئوية قدرت ب 21%.

نستنتج من خلال النسب المتحصل عليها و التي كانت في المقدمة الحملات التطوعية لثقافة المحيط و التي تدل على مساهمة الجمعية العلمية للابكولوجية و الصحة في نشر التوعية البيئية و محاولة تجسيد الثقافة البيئية.

الجدول رقم (32) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال :دوافع اختيار الجمعية العلمية للابكولوجية و الصحة

النسبة المئوية	التكرار المشاهد	العبارات
21%	10	قدموجودها
61%	30	سهولة التواصل معها
18%	9	إعجابك بأنشطتها
100%	49	الإجمالي

يبين الجدول أعلاه رقم (32) أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (49) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (23) ب "قدموجودها" وقد بلغ عددهم (10) أفراد بنسبة مئوية بلغت 21%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على السؤال ب "سهولة التواصل معها" والبالغ عددهم (30) بنسبة مئوية قدرت ب 61%، أما

المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على السؤال ب "إعجابك بأنشطتها" والبالغ عددهم (9) بنسبة مئوية قدرت ب 18%.

إن دوافع اختيار الجمعية العلمية للايكولوجية و الصحة حسب اجابات المبحوثين يعود الى سهولة التواصل و الاتصال و التفاعل و المشاركة الموجود داخل الجمعية و الذى حقق النوعية و تبليغ الرسالة البيئية .

نتائج المحور الرابع من الاستبيان

الجدول رقم (33) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال: النشاطات التي تقدمها الجمعية العلمية للايكولوجية و الصحة

النسبة المئوية	التكرار المشاهد	العبارات
59%	29	حملاتالتنظيف
41%	20	خلقسلوكيات
100%	49	الإجمالي

عند استقراءنا للجدول أعلاه رقم (33) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً

(49) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم

(24) "حملاتالتنظيف" وقد بلغ عددهم (29) فرداً بنسبة مئوية بلغت

59%، أما المجموعة الثانية فتمثلاً لأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال "خلق سلوكيات" والبالغ عددهم (20)

بنسبة مئوية قدرتها 41%

نستنتج من خلال النتائج المتوصل إليها أنه من بين النشاطات التي تقوم بها الجمعية حملات التنظيف و هذا تلبية لحاجة المنطقة أو الولاية إلى هذا النوع من النشاطات ،فناشطى الفايسبوك في هذه الجمعية يقومون بالتواصل و التفاعل و التشارك و ذلك من خلال تبادل الأفكار وصولاً إلى الخروج بقرار لتحسينه على أرض الواقع في المجال البيئي .

الجدول رقم (34) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال: ماهي صور تفاعل الأفراد مع الجمعية العلمية للابكولوجية و الصحة

النسبة المئوية	التكرار المشاهد	العبارات
45%	22	صور
25%	12	تعليقات
18%	9	أخبار
12%	6	مقالات
100%	49	الإجمالي

تشير نتائج الجدول رقم (34) أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (49) فرداً قد

انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (25)

"صور" وقد بلغ عددهم (22) أفراد بنسبة مئوية بلغت 45%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت

إجاباتهم على السؤال "تعليقات" والبالغ عددهم (12) بنسبة مئوية قدرت بـ 25%، أما المجموعة الثالثة فتمثل

الأفراد الذين كانت إجاباتهم على السؤال "أخبار" والبالغ عددهم (9) بنسبة مئوية قدرت بـ 18%، في حين

نلاحظ أن نسبة 12% تمثل المجموعة الرابعة التي تحتوي على الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال "مقالات" والبالغ عددهم (6).

من خلال اجابات المبحوثين نستنتج أن صور تفاعل أفراد الجمعية العلمية للأيكولوجيا و الصحة كانت في شكل صور بدرجة كبيرة كون الصورة أصدق للتبليغ و ابلغ من الكلمة إذ تعبر عن حقيقة الواقع .

الجدول رقم (35) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال: الأهداف التي تحاول الجمعية

العلمية للابكولوجيا و الصحة تحقيقها

النسبة المئوية	التكرار المشاهد	العبارات
2%	01	توسيع مجال النشاط
82%	40	ترسيخ الثقافة البيئية
16%	08	منافسة الجمعيات
100%	49	الإجمالي

تبين نتائج الجدول رقم (35) أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (49) فرداً قد

انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (26)

"توسيع مجال النشاط" وقد بلغ عددهم (01) أفراد بنسبة مئوية بلغت 02%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد

الذين كانت إجاباتهم على السؤال "ترسيخ الثقافة البيئية" والبالغ عددهم (40) بنسبة مئوية قدرت بـ 82%، أما

المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على السؤال "منافسة لجمعيات " والبالغ عددهم (08) بنسبة مئوية قدرت بـ 16%.

توصلنا من خلال إجابات المبحوثين أن من بين الأهداف التي تسعى الجمعية العلمية للأيكولوجية و الصحة لتحقيقها هو ترسيخ ثقافة بيئية لدى عينة أفراد برج بوعرييج و خاصة أنهم يعانون من نقص في هذا المجال و لهذا فالجمعية تحاول ترسيخ هذه الثقافة .

الجدول رقم (36) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال حول مستقبل الأفراد داخل الجمعية.

النسبة المئوية	التكرار المشاهد	العبارات
51%	25	توسيع العضوية
35%	17	المساهمة بإضافة معلومات
14%	7	الانسحاب منها
100%	49	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (36) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (49)

فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال

رقم (27) "توسيع العضوية" وقد بلغ عددهم (25) أفراد بنسبة مئوية بلغت 51%، أما المجموعة الثانية فتمثل

الأفراد الذين كانت إجاباتهم على السؤال "المساهمة بإضافة معلومات" والبالغ عددهم (17) بنسبة مئوية قدرت بـ

35%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على السؤال "الانسحاب منها" والبالغ عددهم (7)

بنسبة مئوية قدرت بـ 14%.

فيما يخص مستقبل أفراد تجاه الجمعية العلمية للأيكولوجية و الصحة فإن أغلب إجابات الباحثين

تمحورت حول توسيع العضوية بنسبة بلغت 51% و هذا يعني أن للأفراد رؤية مستقبلية يسعون إلى توسيع

عضويتهم عن طريق إضافة أفكار و تشارك و تحقيق تفاعل و تواصل .

عرض و مناقشة نتائج الدراسة :

يهدف هذا المحور إلى الإجابة على السؤال : ما هي عادات و أنماط استخدام الفيسبوك ؟

و بغية الإجابة على هذا السؤال سنتعرف على عادات استخدام الفيسبوك و أنماطها إذ يعتبر هذا المحور

بمثابة الخطوة الأولى للتعرف على أفراد استخدام الفيسبوك الذي يثبت أغلب أفراد الدراسة أنهم يستخدمون

الإنترنت كلما أتاحت لهم الفرصة لذلك .

و قد تختلف فترات استخدام الإنترنت فهناك من بدأ إستخدامها منذ فترة قصيرة و هناك من بدأها فترة

متوسطة و هناك من اعتاد و أطال في استخدامها ، لكن أغلب أفراد الدراسة يستخدمون الإنترنت منذ فترة

متوسطة، فيما يخص المواقع الأكثر استخداما فإن أغلب أفراد عينة الدراسة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي،

كما أن ترتيب درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي جاءت كالتالي :

39 فرد يستخدمون الفيسبوك بالدرجة الأولى ، و 35 يستخدمون يوتوب بالدرجة الثانية و 21 شخص يستخدمون التويتر بالدرجة الثالثة أما بقية المواقع يستخدمونها بنسبة ضئيلة جدا .

إن أغلب أفراد عينة الدراسة يستخدمون الفيسبوك من ساعة إلى ساعتين و هذا يعني أن الفيسبوك من أكثر المواقع في النوعية العالية و التواصل والاتصال .

كشفت الدراسة أن معظم أفراد العينة الدراسة يستخدمون الفيسبوك ليلا و هذا إن د على شيء إنما يدل على فترات الليل تمنح لهم الوقت و يكونون في فترة الراحة و الاسترخاء .

أغلب أفراد عينة الدراسة يستخدمون الفيسبوك لسهولة و خصوصية هذا الموقع و هذا لاعتبارهم وجود الحرية في كتابة و ستر ما يريدونهم مع احترام الخصوصية إن أمكن ذلك .

أما فيما يخص الخدمات المفضلة التي يتيحها موقع الفيسبوك فمعظم أفراد عينة الدراسة يوازنون بين الدردشة مع الأصدقاء و متابعة الأخبار و نشر المعلومات .

نتائج المحور الثاني : إن أغلب منشطى الفيسبوك أثبتوا أن للفيسبوك دور فعال و مهم في نشر التوعية البيئية و هذا من خلال النتائج المتحصل عليها و هي :

1. أن أغلب عينة الدراسة يطلعون على المواضيع التي تشارك البيئة الفيسبوك و هذا يدل على اهتمامات بيئية.
2. أن أغلب المبحوثين يطلعون على المواضيع التي تتناول البيئة كما أتاحت لهم الفرصة .
3. أغلب أفراد عينة الدراسة أكدوا على مساهمة موقع الفيسبوك في نشر التوعية البيئية و هذا راجع لإيجابيات موقع الفيسبوك من خلال إمكانية التواصل و التفاعل مع الأفراد و كذلك إمكانية إتاحة الفرصة للصدقة والتشارك.

4. إن معظم المبحوثين أكدوا أن دور موقع الفيسبوك يمكن في الدرجة الأولى في طرح أفكار على الصفحة وهذا ما يؤكد أن للفيسبوك له دور فعال و مساهم في نشر التوعية البيئية لدى أفراد برج بوعريريج.

نتائج المحور الثالث :دور الجمعية العلمية للايكولوجية والصحة في نشر التوعية البيئية

وقد تبين من خلال النتائج المتوصل إليها ما يلي :

1. أغلب أفراد عينة الدراسة أكدوا على مساهمتهم في نشر مواضيع البيئة عبر موقع الفيسبوك.
2. إن أغليتهم كانت ساهمت بالصور نظرا لتأثير الصور على النفوس و لاعتبارها أصدق مفهوم لتعبير وأصدق من الكلمة يعني لأجل تأثيرهم على نفوس أفراد و تعليقات لأجل الإبداع و الابتكار و أكثر.
3. هناك اجتماع في أن أفراد عينة الدراسة لديهم أصدقاء عبر موقع الفيسبوك لديهم اهتمامات بيئية.
4. أغلب المبحوثين ينتمون أو هم أعضاء في هذه الجمعية ، بمعنى أغلب أفراد الدراسة هم منخرطون في الجمعية العلمية للايكولوجية و الصحة.
5. أكد معظم أفراد عينة الدراسة على مساهمة الجمعية العلمية للايكولوجية و الصحة باكتساب معارف عن البيئة، و هذا إن دل على شيء فإنما يدل على أن للجمعية دور فعال و قوي في تنشيط الأعمال البيئية.
6. أغلب عينة الدراسة أكدوا أن مساهمة الجمعية كانت في معالجة قضايا بيئية و طرحها بأسلوب منطقي وجذاب و مؤثر، أي أن دور الجمعية يتمثل بشكل قوي و فعال في التعريف بالقضايا البيئية.
7. لا يوجد اختلاف في الأمور التوعوية التي يستجيب لها الأفراد اتجاه الأمور التوعوية.
8. أغلب عينة الدراسة أكدوا على أن ما تقدمه هذه الجمعية يساهم في رفع مستوى التوعية البيئية و هذا دال على أن الجمعية تعتبر بمثابة قوة لأفراد برج بوعريريج.
9. أن معظم عينة الدراسة أكدوا أن سبب اختيارهم لهذه الجمعية بسبب سهولة التواصل معها ما أثبتته و هذا يدل أن هناك تواصل و مشاركة و مساهمة في الأنشطة البيئية عبر الفيسبوك.

المحور الرابع :

يهدف هذا المحور للإجابة على تساؤل :نشاطات الجمعية العلمية للأيكولوجية و الصحة

1. إن نشاطات الجمعية العلمية للإيكولوجية و الصحة مزجت بين القيام بحملات تطبيقية و خلق سلوكيات بيئية جديدة.

2. أغلب أفراد عينة الدراسة يتفاعلون مع الجمعية العلمية الأيكولوجية و الصحة عبر الصور و هذا من أجل محاولة نقل واقعهم المعاش و لتأثير عليهم و محاولة إيصال صوتهم .

3. إن أغلب أفراد العينة الدراسة أكدوا أن هدفهم يكمن في تحقيق نضالها لأجل البيئة ومحاولة ترسيخ ثقافة بيئية.

4. فيما يخص مستقبل أفراد عضوية الجمعية فإن أغلبهم يسعون إلى ترسيخ العضوية.

5. للفيسبوك دور ساهم في نشر التوعية البيئية من خلال جمعياته المختلفة باعتباره شبكة مفتوحة للانضمام فقد أتاحت الفرصة للأفراد لإنشاء جمعيات مختلفة.

6. مساهمة الأفراد بالتعبير عن اهتماماتهم البيئية في نشر الأفكار و الصور عبر موقع الفيسبوك.

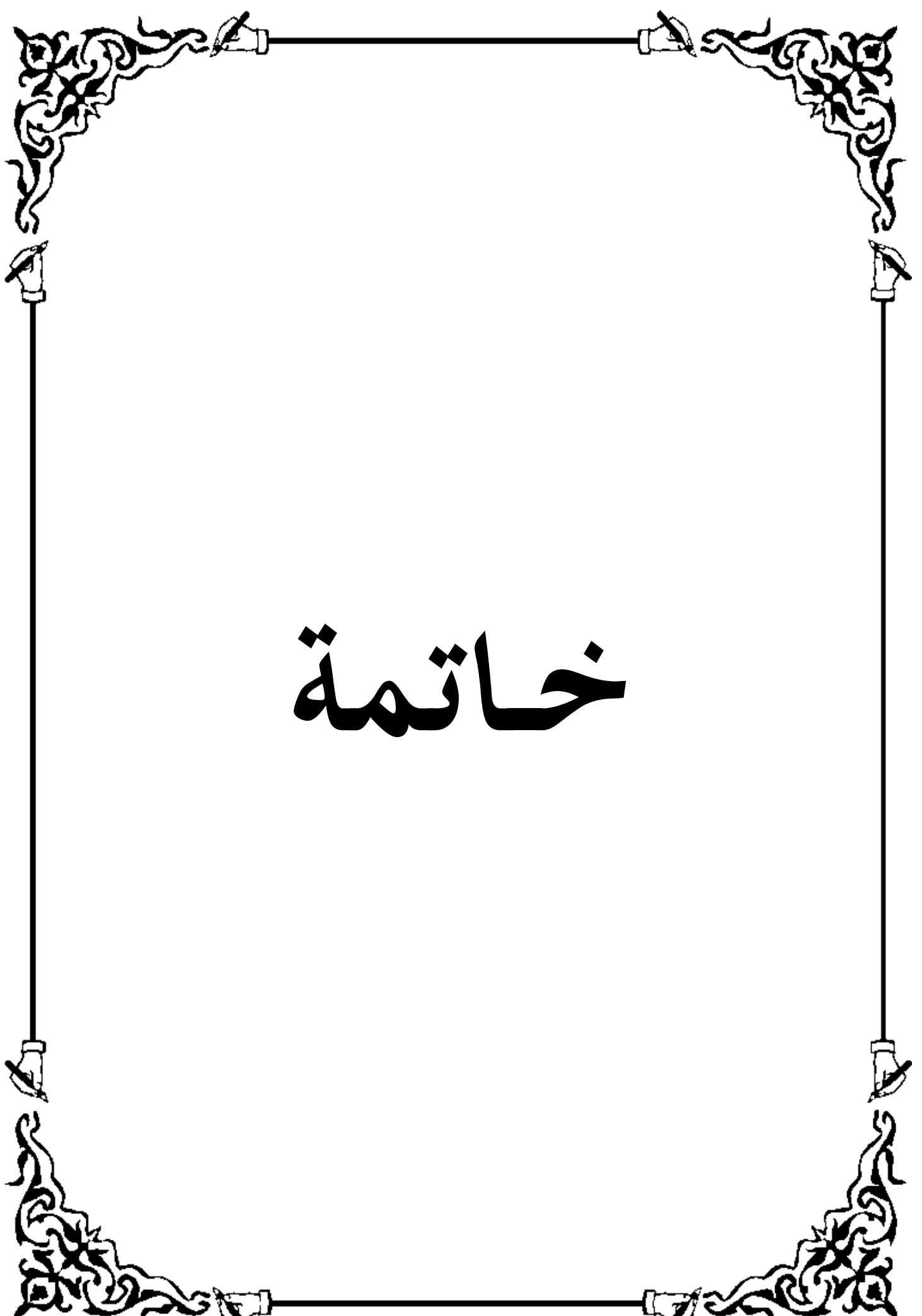
7. للجمعية دور فعال و مهم في توجيه أفراد برج بوعريريج.

8. للجمعية مساهمة في محاولة ترسيخ ثقافة بيئية .

نتائج عامة للدراسة هي:

- * علي العموم يوجد وعي بيئي لدى أفراد ولاية برج بوعريريج.
- * وجود علاقة وطيدة بين منشطي الفيسبوك والبيئة.
- * ضعف مساهمة كل من (الأسرة، المحيط، المجتمع ...الخ).
- * التوعية البيئية موجودة و لكن تحتاج إلى تدعيم أكثر و خاصة من طرف الطبقة المثقفة والمتعلمة.

* عدم وجود محاولة كافية لتدعيم الثقافة البيئية.



خاتمة

نستنتج من خلال دراستنا هذه، والتي تمحورت حول دور الفيسبوك في نشر التوعية البيئية ومدي حاجة البشرية جمعاء إلى هذه الأخيرة.

إذ تعتبر التوعية البيئية من أهم العناصر الفعالة في التعامل مع المشاكل البيئية المختلفة التي تواجه أغلب المجتمعات.

ويمكن القول إن شبكات التواصل الاجتماعي وبالأخص الفيسبوك أحد المقومات الأساسية في الحفاظ على البيئة، في نشر السلوك الجديد، أو الدعوة للتخلي عن السلوكيات الضارة بها.

لا تقتصر التوعية البيئية فقط على الإعلام البيئي، بل أيضا على التربية البيئية والتعليم البيئي اللذين يساهمان في تعزيز التوعية بكل المشاكل التي تحيط بمحيط الإنسان، وإتاحة الفرصة للإفراد لاكتساب المعرفة و المهارات نحو خلق سلوكيات وأنماط جديدة.

كم أن دور الجمعية العلمية للإيكولوجية والصحة قد ساعد بشكل نسبي إن لم نقل كلي في نشر التوعية البيئية، وهذا ما لاحظناه من خلال النتائج المتحصل عليها أن هناك علاقة وطيدة بين الفيسبوك والتوعية البيئية أي بين ناشطي الفيسبوك في المجال البيئي، ويعنى هذا أن هناك إجماع في أن أفراد الدراسة لديهم اهتمامات بيئية عبر موقع الفيسبوك.

ونستخلص أن كل من التوعية البيئية والإعلام البيئي والمجتمعات الناشطة عبر شبكات التواصل الاجتماعي تحتاج إلى دعم وتحفيز وتشجيع أكثر لحماية البيئة، وتنشيط ضعف المساهمة الموجودة من طرف الأسرة، المحيط، المجتمع .

في الأخير تبقي هذه الدراسة حلقة من حلقات البحث المتواصلة لاستكشاف مسار استعمال
مواقع التواصل الاجتماعي في المجال البيئي، والهدف من وراءها هو دفع الباحثين الآخرين لإجراء
دراسات متواصلة وإضافية.



قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر و المراجع

• القواميس و المعاجم

- 1- عدنان، ابو مصلح، معجم علم الاجتماع، ط1، دار أسامة،الأردن، 2006.

• الكتب بالعربية

- 2- أحمد شحاتة، حسن، الثلث الضوئائي وإعاقة التنمية، الدار العربية للكتاب، 2000.
- 3- بن محمد القحطاني، حسين، الإعلام البيئي، من المفهوم إلى التدريب، جدة، السعودية 2003.
- 4- بن مرسي، أحمد، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية بن عكنون، الجزائر، 2005.
- 5- توفيق، عصام، الأنشطة المدرسية والوعي البيئي، دار السحاب للنشر والتوزيع، 2005.
- 6- جمال، مجاهدة، أماني، استخدام الفيسبوك في تقديم خدمات مكتسبة متطورة، قسم المكتبات، منوفية.
- 7- الحديدي، منى الراديو والتلفزيون ،التوعية البيئية ،في كتاب الإعلام و قضايا البيئة، دار الخلدونية، تونس ، 2008.
- 8- خضير البياني، ياس، الإعلام الجديد والدولة الافتراضية، ط1، دار البلدية، المملكة الأردنية، 2014.
- 9- زرواتي، رشيد، مدخل لمنهجية البحث العلمي، ط3، 2008.
- 10- سامي، عبد الحميد محمد، قانون المنضمات الدولية، منشأة المعارف الإسكندرية، 2000.
- 11- سعيد الصبار يني محمد، ورشيد الحميد، الإنسان والبيئة، دار الفجر، القاهرة، 1999.
- 12- شقرة، علي خليل، الإعلام الجديد لشبكات التواصل الاجتماعي، ط2، دار أسامة للنشر الأردن، عمان، 2014.
- 13- طابع، سامي، دور الإعلام في نشر الوعي البيئي، دار الفجر القاهرة، 2001.
- 14- عبد الحميد، محمد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، ط3، عالم الكتب، القاهرة، 1997.

- 15- العفسي، أكرم، ندوة التوعية البيئية للعاملين في مجال الصحافة الوطنية، جدة، 2000.
- 16- ليلي علي، تأثير الفيسبوك على الثقافة الإسلامية والاجتماعية للشباب، قضايا إستراتيجية المركز العربي للأبحاث و الفضاء الإلكتروني، يوليو 2009.
- 17- مبارك خضر فضل الله، وائل، أثر الفايسبوك على المجتمع، المكتبة الوطنية، السودان، 2012.
- 18- محمد الدليمي، عبد الرزاق، الإعلام الجديد الصحافة الإلكترونية، ط1، دار وائل لنشر و التوزيع، الأردن، 2011.
- 19- محمود شهاب، مفيد، المنضّمات الدولية، دار النهضة، العربية، 2001.
- المذكرات
- 20- بن صقر مصري الدوسري، عامر، دور الإعلام في حماية البيئة في المملكة العربية السعودية، رسالة مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في العلوم الشرطية، جامعة نايف العربية، الرياض 2013.
- 21- بن فتح علي، محمد ، مواقع التواصل الاجتماعي وآثارها الأخلاقية والقيمية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، قسم الدعوى والثقافة الإسلامية، 2015/12/02 .
- 22- بن محبوس، ياسمينه، استخدام منتسي الفيسبوك للصورة الثابتة، رسالة مكمله لنيل شهادة الماستر في الإعلام و الاتصال، جامعة مسيلة، 2015.
- 23- حمودة احمد، يونس، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، دراسة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الدراسات الإعلامية، جامعة الدول العربية، القاهرة، ديسمبر، 2013.
- 24- رجب العبد سكر، ماجد، التواصل الاجتماعي، أنواعه، ضوابطه، آثاره، معيقاته ،دراسة قرآنية موضوعية، رسالة لنيل شهادة الماجستير في التفسير وعلوم القرآن، الجامعة الإسلامية، غزة، 2011.

- 25- شعبان، محمد منصور، واقع استخدام المنضقات الأهلية في قطاع غزة لشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز علاقاتها بالجمهور، رسالة مكملة متطلبات الحصول على درجة الحصول على درجة الماجستير إدارة أعمال، مايو، 2013.
- 26- عصام، احمد، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على خصوصية الفرد الجزائري، دراسة وصفية تحليلية حول الخصوصية والقيمة للأفراد مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة مسيلة، 2013.
- 27- قطيم طماح المطيري، حسن، الاستخدامات السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي، تويتير من قبل الشباب الكويتي، شهادة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، ابريل، 2013.
- 28- كحيل، فتيحة، الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام والاتصال، 2011-2012.
- 29- محمد، فراع عبد السميع محمد، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعريف مصر، كمقصد سياحي، دراسة مخبر لكلية السياحة والفنادق، جامعة القيوم، 2012.
- 30- مرزوقي، حسام الدين، الويب 2.0 للشبكات الاجتماعية الإعلام، مذكرة لنيل شهادة ليسانس في علوم الإعلام و الاتصال، جامعة عنابه، دفعة جوان، 2009.
- 31- مضفر عبد الله القيصري، فيصل، راي الصحفيين الأردنيين، مواقع التواصل الاجتماعي، رسالة مكملة لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام جامعة الشرق الأوسط، آبار، 2015.
- 32- نريمان نورمان، مريم، تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة باتنة، 2001.

● بالانجليزية:

- 33- Cachia romina (social com.ponling stady on the use and impact of online, social networking JR scientific and technical reports, use, 2008.
- 34- M .BodyDanah ,Belson Nicole ,Social Network sites Definition history ,and Scholarchys,Michigam state university ,2007.
- 35- Tooloting philipe ,mémoire de l'enjeux et perspectives les réseaux ,institut supérieur de commerce du Paris ,marking ,promotion, 2006.

● المجلات

- 36- ابو خطوة السيد، عبد المولى/ نصحي، احمد /الشربيني أنيس، شبكة التواصل الاجتماعي و آثارها على الأمن الفكري لدى طلبة التعليم الجامعي، مملكة البحرين المجلد السابع، العدد5، 2015.
- 37- خضر فضل الله، مبارك، مدونة شمس النهضة، ط1، السودان، الخرطوم، 2014.
- 38- خليل الرفاعي، محمد، الإعلام البيئي والشؤون البيئية في الصحافة الدولية الدراسة التحليلية للصحف (الشعب، الثورة تشرين)، مجلة جامعة دمشق، مجلد27، العدد3و4، 2011.
- 39- عبد الواحد، أمين رضا، استخدام شباب الجامعة لموقع يوتيوب على شبكة الانترنت رقة بحثية قدمت إلى المؤتمر الأول، الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة، العالم الجديد، 7-8 ابريل 2009، منشورات جامعة

البحرين

● الندوات :

- 40- مطر، مأمون، دليل الإعلام الجديد والشبكات الاجتماعية، مراكز الإعلام.

● مواقع الكترونية

- 41- Arab britich academy of higher education ,<http://www.arab.cu.ku>
- 42- Facebook/accor ,or accr 2011@ yahoo.com.

الفهرس

الفهرس

الصفحة	العنوان
	شكر و عرفان
	إهداء
	خطة الدراسة
	فهرس الجداول
	ملخص
15-9	مقدمة
15	الباب الأول: شبكات التواصل الاجتماعي وشبكة الفايبروك
16	تمميد
17	I-1- ماهية شبكات التواصل الاجتماعي.
18	I-1-1- نشأة شبكات التواصل الاجتماعي.
22-19	I-1-2- تعريف شبكات التواصل الاجتماعي.
22	I-1-3- خصائص شبكات التواصل الاجتماعي.
29-23	I-1-4- أنواع و أبرز مواقع التواصل الاجتماعي.
30-29	I-1-5- مجالات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.
30	I-1-6- انعكاسات شبكات التواصل الاجتماعي.
31	I-2- شبكة الفايبروك.
32-31	I-2-1- تعريف الفايبروك.
32	I-2-2- نشأة الفايبروك.
36-33	I-2-3- سمات الفايبروك.
38-37	I-2-4- إيجابيات وسلبيات الفايبروك.
39	الباب الثاني: الإعلام البيئي والتوعية البيئية
40	تمميد
42-41	II-1- نشأة و تطور الإعلام البيئي.
46-43	II-1-1- مفهوم الإعلام البيئي.

47	II-1-2 عوامل ظهور الإعلام البيئي.
51-48	II-1-3 وظائف الإعلام البيئي وأهدافه.
52	II-2- ماهية التوعية البيئية.
53	II-1-2- علاقة الإنسان بالبيئة.
56-54	II-2-2- أساليب التوعية البيئية.
59-56	II-2-3- أقسام و مكونات التوعية البيئية.
61-59	II-2-4- أسباب المشكلات البيئية وأنواعها.
62-61	II-2-5- أهمية التوعية البيئية.
63	الباب الثالث: الجانب التطبيقي
64	III-1- ماهية الجمعية العلمية للايكولوجية والصحة:
64	III-1-1- تأسيس الجمعية العلمية للايكولوجية والصحة.
64	III-1-2- تعريف الجمعية العلمية للايكولوجية والصحة.
65	III-1-3- شعار الجمعية العلمية للايكولوجية والصحة.
65	III-1-4- فروع الجمعية العلمية للايكولوجية والصحة.
66	III-1-5- أسباب تأسيس الجمعية العلمية للايكولوجية والصحة.
66	III-1-6- نشاطات الجمعية العلمية للايكولوجية و الصحة
67	III-1-7- أهداف الجمعية العلمية للايكولوجية والصحة.
69-68	III-1-8- الصعوبات التي تواجه الجمعية العلمية للايكولوجية والصحة.
101-70	- معرض وتحليل نتائج الإستمارة.
105-102	- معرض ومناقشة نتائج الدراسة.
108-107	خاتمة
113-110	قائمة المصادر و المراجع.
	الملاحق.

فهرس الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغيرات الجنس	70
02	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغيرات السن	70
03	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغيرات المستوى التعليمي	71
04	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغيرات الحالة الاجتماعية	72
05	يمثل إجابات أفراد العينة عن استخدام الإنترنت	72
06	يوضح إجابات أفراد العينة عن طريقة استعمال الإنترنت	73
07	يوضح إجابات أفراد العينة عن فترات استعمال الإنترنت	74
08	يوضح إجابات أفراد العينة عن المواقع الأكثر استخداما	75
09	يوضح ترتيب أفراد عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي	76
10	يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة عن حالات استخدام الفايسبوك	77
11	يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة عن الحجم الساعي في استخدام الفايسبوك	78
12	يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة عن أوقات تصفح الفايسبوك	79
13	يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة عن أسباب تفضيل موقع الفايسبوك	80
14	يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة عن الخدمات المفضلة التي يتيحها الفايسبوك	81
15	يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة عن الإطلاع عن المواضيع التي تتناول البيئة عبر الفيسبوك	82
16	يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة عن أوقات الإطلاع على المواضيع في الفيسبوك	83
17	يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة عن مساهمة موقع الفيسبوك في نشر التوعية البيئية لدى مواطني برج بوعريريج	84

18	يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة عن تقييم مساهمة الفيسبوك في نشر التوعية البيئية	85
19	ا يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة عن كيفية تفاعل الأفراد في نشر لتوعية البيئية	86
20	يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة عن مساهمة الأفراد في نشر مواضيع تخص البيئة عبر موقع الفيسبوك	87
21	يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة عن أشكال مساهمة الأفراد في نشر التوعية البيئية عبر موقع الفيسبوك	88
22	يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة عن أصدقاء موقع الفيسبوك لديهم اهتمامات بيئية	89
23	يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة عن العضوية في الجمعية العلمية للأيكولوجيا و الصحة الناشطة عبر الفيسبوك	90
24	يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة عن مدة الانضمام للجمعية	90
25	يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة عن مساهمة الجمعية العلمية للأيكولوجيا و الصحة في إكساب معارف عن البيئة	91
26	يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة عن العضوية في الجمعية العلمية للأيكولوجيا و الصحة المعارف المكتسبة عن البيئة في هذه الجمعية	92
27	يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة عن الوثوق بالمضامين البيئية التي تقدمها هذه الجمعية	93
28	يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة عن الدور الفعال للجمعية في نشر التوعية البيئية	93
29	يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة عن الأمور التوعوية التي يستجيب لها	94
30	يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة عن مساهمة الجمعية في رفع مستوى التوعية البيئية من خلال مضامينها	95
31	يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة عن تجسيد تساهم الجمعية	96

32	يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة عن دافع اختيار الجمعية العلمية للأيكولوجيا و الصحة	97
33	يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة عن النشاطات التي تقدمها الجمعية العلمية للأيكولوجيا و الصحة	98
34	يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة عن صور تفاعل الأفراد مع الجمعية	99
35	يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة عن الأهداف التي تحاول الجمعية تحقيقها	100
36	يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة عن مستقبل الأفراد تجاه الجمعية العلمية للأيكولوجية و الصحة	101

الملاحق

البيانات الشخصية

- 1- الجنس: ☐ ذكر - ☐ أنثى
- 2- السن: 18 _ 20 سنة ☐ 20 _ 24 سنة ☐ 24 _ 26 سنة ☐ 26 فأكثر ☐
- 3- المستوى التعليمي: متوسط ☐ ثانوي ☐ جامعي ☐
- 4- الحالة الاجتماعية: أعزب ☐ متزوج ☐

المحور الأول : عادات و أنماط استخدام الفايسبوك

5- هل تستخدم الانترنت ؟

☐ نعم ☐ لا

6- إذا كانت الإجابة بنعم، فهل تستخدمها بـ:

انتظام ☐ أحيانا ☐ غالبا ☐ نادرا ☐

7- منذ متى تستخدمها :

منذ فترة قصيرة ☐ منذ فترة متوسطة ☐ منذ فترة طويلة ☐

8- ماهي المواقع الأكثر استخداما من طرفك

المدونات ☐ مواقع التواصل الاجتماعي ☐ المنتديات ☐
مواقع الدردشة ☐

مواقع أخرى أذكرها

9- رتب هذه المواقع حسب درجة إستخدامك لها -

☐ My space ☐ Twitter ☐ Youtube ☐ facebook

10- هل تستخدم موقع الفايسبوك

دائما ☐ أحيانا ☐ غالبا ☐ نادرا ☐

11- كم من الوقت تمضي في استخدام موقع الفايسبوك

أقل من ساعة ☐ من 1 ساعة إلى 2 ساعة ☐ أكثر من 2 ساعة ☐

12- ماهي الأوقات التي تحب فيها تتصفح موقعك

صباحا ☐ مساء ☐ ليلا ☐

أخرى نذكر

13- ماهو سبب تفضيلك لموقع الفايسبوك

سهولة الإستخدام ☐ خصوصية هذا الموقع ☐ إنتشاره الواسع ☐

أخرى نذكر

14- ماهي الخدمات المفضلة لديك والتي يتيحها هذا الموقع ؟

الدردشة مع الأصدقاء ☐ متابعة الأخبار ☐

نشر وبث معلومات عبر الموقع ☐

أخرى نذكر

المحور الثاني : مدى اهتمام الفايسبوك بنشر التوعية البيئية

15- هل تتطلع علي المواضيع التي تتناول البيئة عبر الفايسبوك

نعم ☐ لا ☐

16- إذا كانت الإجابة بنعم فهل تتطلع عليها في صفحتك

دائما ☐ أحيانا ☐ غالبا ☐ نادرا ☐

17- حسب رأيك هل يساهم موقع الفايسبوك في نشر التوعية البيئية لدى مواطني برج

بوعريريج

نعم ☐ لا ☐

18- إذا كانت الإجابة بنعم فهل يمكن اعتبار هذه المساهمة

جيدة ☐ متوسطة ☐ مقبولة ☐ ضعيفة ☐

19- إذا كان للموقع دور في التوعية فما هي درجة تفاعلك معها

طرح أفكار على الصفحة ☐ مساهمة في الأفعال ☐ محاولة التنشيط ☐

المحور الثالث :دور الجمعية العلمية للإيكولوجية و الصحة في التوعية البيئية

20- هل تساهم في نشر مواضيع تخص البيئة عبر موقع الفايسبوك

نعم ☐ لا ☐

21- اذا كانت الإجابة بنعم فهل مساهمتك كانت في شكل

صور ☐ تعليقات ☐ مقالات ☐ أخبار ☐

22- هل لديك أصدقاء عبر موقع الفايسبوك لديهم اهتمامات بيئية

نعم ☐ لا ☐

23- هل أنت عضو في الجمعية العلمية للإيكولوجيا و الصحة الناشطة عبر الفايسبوك

نعم ☐ لا ☐

24- منذ متى كان انضمامك للجمعية

فترة قصيرة ☐ فترة متوسطة ☐ فترة طويلة ☐

25- هل تساهم الجمعية العلمية للإيكولوجية و الصحة في إكسابك معارف عن البيئة

نعم ☐ لا ☐

26- فيما تتمثل المعارف المكتسبة عن البيئة في هذه الجمعية

المساهمة في معالجة و طرح القضايا البيئية ☐

زيادة التوعية البيئية ☐

زيادة رصيدك المعرفي المتعلقة بالبيئة الثقافة البيئية ☐

27- هل تثق بالمضامين البيئية التي تقدمها هذه الجمعية ؟

نعم ☐ لا ☐

28- هل للجمعية دور فعال في نشر التوعية البيئية

نعم ☐ لا ☐

29- إذا كانت نعم ما هي الأمور التوعوية التي تستجيب لها

الحفاظ على نظافة البيئة ☐

الحفاظ على الحدائق العامة ☐

رمي النفايات في الأماكن المخصصة ☐

30- هل ترى ما تقدمه هذه الجمعية من مواضيع تساهم في رفع مستوى التوعية البيئية

نعم ☐ لا ☐

31- إذا كان نعم فيما يتجسد هذا التساهم

الحملات التطوعية لنظافة المحيط ☐

تنظيم الرحلات حول مناطق بيئية ☐

خروج و وضع لافتات بيئية ☐

32- ماهي دوافع اختيارك لهذه الجمعية

قدم وجودها ☐ سهولة التواصل معها ☐ إعجابك بأنشطتها ☐

المحور الرابع: نشاطات الجمعية العلمية لايكولوجيا و الصحة

33- ما هي النشاطات التي تقوم بها الجمعية العلمية لايكولوجية الصحية

القيام بحملات تنظيف ☐ خلق سلوكيات بيئية جديدة ☐

نشاطات أخرى اذكرها.....

34- ما هي صور تفاعل مع الجمعية العلمية للايكولوجية و الصحة

صور ☐ تعليقات ☐ أخبار ☐ مقالات ☐

35- في رأيك ما هي الأهداف التي تحاول هذه الجمعية تحقيقها

توسيع مجال نشاطها و إكسابها الشهرة و المعرفة ☐

نضالها لأجل البيئة و محاولة ترسيخ ثقافة بيئية ☐

منافسة الجمعيات الموجودة معها ☐

36- في رأيك هل تنوي مستقبلا

توسيع عضويتك في هذه الجمعية ☐

مساهمتك بإضافة معلومات قدر الإمكان ☐

الانسحاب عن هذه الجمعية ☐



- نشاطات الجمعية العلمية للايكولوجية و الصحة



- شعار الجمعية العلمية للايكولوجية والصحة.