

ملخص:

تهدف الدراسة إلى تحديد تطبيقات الإعلام الجديد والمتمثلة في الفايسبوك التي بإمكانها خلق الوعي البيئي وبناء الخلفيات الثقافية لقضايا البيئة وإشكاليتها ما يعرف ب الإعلام البيئي انطلاقاً من أدوات ووسائل جديدة أفرزتها التطورات التكنولوجية المتلاحقة، كمعرفة الدور الذي يؤديه موقع الفايسبوك لخدمة أغراض الإرشاد البيئي، والاهتمام بالمشكلات البيئية والمنافع التي يمكن للطلبة الحصول عليها من خلال استخدام موقع الفايسبوك في نشر الوعي البيئي. وكان التساؤل الرئيسي هو ما هو الدور الذي يؤديه موقع الفايسبوك في نشر الوعي والثقافة البيئية ؟

الكلمات المفتاحية : الفايسبوك ، نشر الوعي البيئي.

Abstract:

The study aims to identify new media applications represented by Facebook that can create environmental awareness and build cultural backgrounds for environmental issues and the problems of what is known as environmental media from new tools and means produced by successive technological developments, such as knowledge of the role played by Facebook to serve the purposes of environmental guidance, and attention to environmental problems And the benefits that students can obtain by using Facebook to spread environmental awareness. The main question was what role does Facebook play in spreading environmental awareness and culture?

Key words: Facebook, spreading environmental awareness

دور الفايسبوك في نشر الوعي**البيئي****دراسة ميدانية****أ. لحبيب بن عربية****- مخبر التطبيقات النفسية في****الوسط العقابي -****جامعة تلمسان**

Benarbia1967@gmail.com

أ. صلاح الدين صوالحي**جامعة باقنة 1**

Salahautisme@gmail.com

مقدمة.

يتمثل الإعلام الجديد في حالة الانتقال السريع الذي نشهده من مرحلة الكلام المسموع والمكتوب والمطبوع إلى مرحلة الصورة المشاهدة والملموسة، حيث تعبر مرحلة الإعلام الجديد هذه عن انتقال أدوات الاتصال وتطبيقاته المختلفة من قبضة المؤسسات إلى يد الجمهور أو حتى قبل ذلك كما يرى البعض بظهور أنماط جديدة من الأشكال الإعلامية في التلفزيون والإذاعة مثل برامج الحوار الحي في الراديو والتلفزيون، وفي ظهور نمط الأخبار الحية أو ربما يتمثل الإعلام الجديد في انطلاقة تكنولوجيايات الاتصال. المباشرة وظهور قناتي CNN و MTV الجديدة والتلفزيون الفضائي وخروج تكنولوجيايات الاتصال الجديدة من قبضة الاستخدام العسكري إلى المدني وإحلال نظام إعلامي غير مسبوق، لتنتشر أطباق التلفزيون المنزلي وشبكات الكمبيوتر وتنطلق شبكة الانترنت، وتتحول وسائل المعالجة والبت والالتقاط إلى التكنولوجيا الرقمية وتنوع أجهزة الاتصال المحمولة وتحدث تغييرات سريعة الخطى وتحل حالة جديدة للنظام الاتصالي بوسائله ومفاهيمه وتطبيقاته وطرق تدريسه محل نظام اتصالي وسماه البعض بالتقليدي الإعلام الجديد هو شيء يختلف عن كل ما تجيب عليه هذه التساؤلات المطروحة في الأفق الإعلامي، وانه التحول من الحالة الفيزيائية للمادة الإعلامية إلى تلك البيانات الرقمية التي يفهمها الكمبيوتر ومما سبق نطرح الإشكالية التالية: ما هو الدور الذي يؤديه موقع الفايسبوك في نشر الوعي والثقافة البيئية ؟

وهي إشكالية تطرح تساؤلات فرعية وهي كالتالي

1. ماهي عادات استخدام موقع الفايسبوك؟
2. ما هو دور موقع الفايسبوك في نشر الثقافة البيئية والوعي البيئي؟
3. كيف تفاعل الطلبة من خلال موقع الفايسبوك إزاء القضايا البيئية؟.

أهداف الدراسة:

يمكن تلخيص أهداف الدراسة فيما يلي:

- 1- معرفة الدور الذي يؤديه موقع الفايسبوك لخدمة أغراض الإرشاد البيئي.
- 2- تقييم وتحليل دور وفعالية مواقع التواصل الاجتماعي ولاسيما موقع الفايسبوك في إبلاغ رسالته الإعلامية إلى المجتمع لتنمية وعي البيئي وإدراكه بخطورة مشكلات البيئة التي تتعرض لها في الجزائر.
- 3- معرفة حجم اهتمام موقع الفايسبوك بقضايا البيئة ومشكلاتها وتحديد نوعية هذه الإشكالات والقضايا المطروحة على صفحاتها.
- 4- الكشف عن المنافع التي يمكن أن يحصل عليها الطلبة من خلال استخدام موقع الفايسبوك في نشر الوعي البيئي.

الجانب النظري

1: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي و تطورها:

المرحلة الأولى :بدأت مجموعة من المواقع الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات مثل (كلاس ميتس) عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة، و موقع سكس (دجريس) عام 1997 حيث ركز الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص، و كانت تقوم فكرته أساسا على فكرة بسيطة يطلق عليها -الدرجات الست للانفصال- ، وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين و خدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء، و ظهر أيضا عدة مواقع أخرى مثل "لايف جورنال" و موقع "كايورلد" الذي أنشئ في كوريا سنة 1999، و كان ابرز ما ركزت عليه مواقع التواصل الاجتماعي في بدايتها خدمة الرسائل القصيرة و الخاصة بالأصدقاء(عادل وهبة خليفة،2009-31).

و تشهد المرحلة الثانية من تطور الشبكات الاجتماعية على الإقبال المتزايد من قبل المستخدمين لمواقع الشبكات العالمية، ويتناسب ذلك مع تزايد مستخدمي الانترنت على مستوى العالم.

في العالم - وذلك بغرض التواصل بين الطلبة في هذه الجامعة، و من ثم انتشار استخدامه بين طلبة الجامعات الأخرى في أمريكا و بريطانيا و كندا ، و ليتطور الموقع وخصائصه من مجرد موقع لإبراز الذات والصور الشخصية إلى موقع متخصص بالتواصل ترعاه شركة فيسبوك التي أصبحت تقدر بالمليارات عام 2007 نتيجة لاستدراك 21 مليون مشترك في هذا الموقع ذلك العام ليتحدى أي موقع للتواصل الاجتماعي و يصبح الأول على صعيد العالم، و بلغ عددهم حسب إحصائيات 2011 -800 مليون مشترك.

و قد تحول الموقع من مجرد مكان لعرض الصور الشخصية و التواصل مع الأصدقاء و العائلة إلى قناة تواصل بين المجتمعات الالكترونية و منبر لعرض الأفكار السياسية و تكوين تجمعات سياسية الكترونية عجزت عنها أعتى الأحزاب الفعلية على الأرض، و كذلك لتصبح قناة تواصل تسويقية أساسية تعتمد عليها الآلاف من الشركات الكبيرة والصغيرة للتواصل مع جمهورها، كذلك الصحف التي اعتمدت على المجتمعات الالكترونية لنقل أخبارها و الترويج لكتابها و غيرها من وسائل الإعلام، ليتعدى موقع الفاييسوك وظيفته الاجتماعية إلى موقع تواصل متعدد الأغراض، و يتوقع أن يصل عدد مشتركيه في 2013 إلى قرابة نصف مليار مشترك، و ليصبح مستقبلا اكبر تجمع الكتروني بشري على وجه الأرض(مهلب نصر،2010-8).

2.2. أهم مميزات الفاييسوك:

الملف الشخصي : فعندما تشترك بالموقع عليك أن تنشئ ملفا شخصيا يحتوي على معلوماتك الشخصية، صورك، أمور مفصلة لك، وكلها معلومات مفيدة من اجل التواصل مع الآخرين، كذلك يوفر معلومات للشركات التي تريد أن نعلن لك سلعتها بالتحديد .

إضافة صديق: و بها يستطيع المستخدم إضافة أي صديق و أن يبحث عن أي فرد موجود على شبكة الفاييسوك بواسطة بريده الالكتروني.

حيث ظهرت بعد المحاولات الأخرى إلا أن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان مع بداية عام 2002، حيث ظهر موقع "friendster" الذي حقق نجاحا دفع "غوغل" إلى محاولة شرائه سنة 2003، لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ، و في النصف الثاني من نفس العام ظهر في فرنسا موقع "سكا يروك" تحقيق « skyrock » كمنصة للتدوين ثم تحول بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية سنة 2007، و قد استطاع موقع "سكا يروك" تحقيق انتشار واسع ليصل في يناير 2008 إلى المركز السابع في ترتيب المواقع الاجتماعية وفقا لعدد المشتركين.

و مع بداية 2005 ظهر موقع "ماي سبايس" الأمريكي الشهير الذي تفوق على "غوغل" في عدد مشاهدات صفحاته، و يعتبر موقع "ماي سبايس" من أوائل الشبكات الاجتماعية و أكبرها على مستوى العالم و معه منافسه الشهير "فيسبوك facebook" و الذي كان قد بدأ في الانتشار المتوازي مع "ماي سبايس"، حتى قام "فيسبوك" في 2007 بإتاحة تكوين تطبيقات للمطورين، وهذا أدى إلى زيادة إعداد مستخدمي "فيسبوك" بشكل كبير، وعلى مستوى العالم، و نجح بالتفوق على منافسه اللدود "ماي سبايس" عام 2008، أيضا ظهرت عدة مواقع أخرى "twitter" "youtube"، لتستمر ظاهرة مواقع الشبكات الاجتماعية في التنوع و التطور(زاهر رامي،2003-23).

2 الفيسبوك:

هو موقع الكتروني للتواصل الاجتماعي، أي أنه يتيح عبره للأشخاص العاديين و الاعتباريين (الشركات) أن يبرز نفسه وأن يعزز مكانته عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل مع مواقع تواصل أخرى ، و إنشاء روابط تواصل مع الآخرين(مهلب نصر،2010-10).

1.2. النشأة و التطور:

أسس هذا الموقع "مارك زاكربيرج" عام 2004 و هو احد طلبة هارفارد - الذي أصبح فيما بعد يعد اصغر ملياردير

التعليقات» : و هي سمة متعلقة بالتدوين، تسمح بإضافة العلامات و الصور التي يمكن تضمينها، و تمكن المستخدمين من جلب المدونات من المواقع الأخرى التي تقدم خدمات التدوين(محمد المنصور، 2012-44).

3.2. خصائص مواقع التواصل الاجتماعي :

تشترك المواقع الاجتماعية في خصائص أساسية أبرزها:

1.3.2. الملفات الشخصية أو الصفحات

الشخصية:

و من خلال الملفات الشخصية يمكن التعرف على اسم الشخص، ومعرفة المعلومات الأساسية عنه كالجنس، و تاريخ الميلاد، و الاهتمامات و الصور الشخصية... بالإضافة إلى غيرها من المعلومات، ويعد الملف الشخصي بوابة الدخول لعالم الشخص، فمن خلال الصفحة الرئيسية للملف الشخصي يمكن مشاهدة نشاط الشخص مؤخرًا، و معرفة من هم أصدقاؤه و ما هي الصور الجديدة التي وضعها... إلى غير ذلك من النشاطات(ليلي أحمد جرار، 2012-41).

2.3.2. المشاركة:

وسائل المواقع الاجتماعية تشجع المساهمات و ردود الفعل من الأشخاص المهتمين، حيث أنها تطمس الخط الفاصل بين وسائل الإعلام و الجمهور.

3.3.2. الانفتاح:

معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل و المشاركة، أو الإنشاء و التعديل على الصفحات حيث أنها تشجع التصويت و التعليقات و تبادل المعلومات، بل نادرا ما توجد أية حواجز أمام الوصول والاستفادة من المحتوى.

4.3.2. المحادثة:

حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي و وسائل الإعلام الاجتماعي عن التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة في اتجاهين، أي المشاركة و التفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروضة

(خالد يوسف المقدادي، 2013-26-27).

إنشاء مجموعة: تستطيع من خلال خاصية إنشاء مجموعة الكترونية على الانترنت أن تنشئ مجتمعا الكترونيا يجتمع حول قضية معينة، سياسية كانت أم اجتماعية...، و تستطيع جعل الاشتراك بهذه المجموعة حصريا بالعائلة أو الأصدقاء، أو عامة يشترك بها من هو مهتم بموضوعها.

لوحة الحائط :

بصفحة الملف الشخصي لأي مستخدم، بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم.

النكزة:

منها يتاح للمستخدمين إرسال نكزة افتراضية لإثارة انتباه بعضهم إلى بعض و هي عبارة عن إشعار يخطر للمستخدم بأن احد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.

الصور:

و هي الخاصية التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات و الصور من الأجهزة الشخصية إلى الموقع و عرضها.

الحالة :

التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم و ما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.

التغذية الإخبارية:

التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين حيث تقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي، وكذلك الأحداث المرتقبة و أعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم.

الهدايا:

ميزة تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية.

السوق:

و هو المكان أو الفسحة الافتراضية الذي يتيح للمستخدمين نشر إعلانات مبوبة مجانية.

إنشاء صفحة خاصة على موقع :

و يتيح لك أن تروج لفكرتك أو حزبك أو جريدتك، و يتيح الموقع أدوات لإدارة و تصميم الصفحة، و لكنها ليست أدوات متخصصة كما في المدونات و كذلك يتيح أدوات لترويج الصفحة مع «facebookadds»، والتي تدفع مقابل كل مستخدم يرى هذا الإعلان الموصل على صفحتك في الفايسبوك.

5.3.3. الأصدقاء/ العلاقات :

و هم بمثابة الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين، حيث تطلق المواقع الاجتماعية مسمى "صديق" على الشخص المضاف لقائمة الأصدقاء بينما تطلق بعض المواقع الاجتماعية الخاصة بالمحترفين مسمى "اتصال" أو "علاقة" « contacte » على الشخص المضاف للقائمة.

6.3.2. إرسال الرسائل:

تتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسائل مباشرة للشخص سواء كان في قائمة الأصدقاء أم لم يكن.

7.3.2. ألبومات الصور :

تتيح الشبكات الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات و رفع مئات الصور عليها، و إتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء للاضطلاع و التعليق عليها (ليلى أحمد جرار، 2012-42).

8.3.2. المجتمع:

وسائل الإعلام الاجتماعية تسمح للمجتمعات المحلية لتشكيل مواقعها الخاصة بسرعة و التواصل بشكل فعال، و من ثم ترتبط تلك المجتمعات في العالم أجمع حول مصالح أو اهتمامات مشتركة مثل حب التصوير الفوتوغرافي، أو قضية سياسية أو برنامج تلفزيوني مفضل، و يصبح العالم بالفعل قرية صغيرة تحوي مجتمعا الكترونيا متقاربا(خالد يوسف المقدادي، 2013-27).

9.3.2. المجموعات:

تتيح الكثير من المواقع الاجتماعية خاصية إنشاء مجموعة اهتمام، حيث يمكن إنشاء مجموعة بمسمى معين و أهداف محددة، و يوفر الموقع الاجتماعي لمالك المجموعة و المنضمين إليها من ساحة أشبه ما تكون بمنتهى حوار مصغر و اليوم صور مصغر، كما تتيح خاصية تنسيق الاجتماعات عن طريق ما يعرف « events »، أو الأحداث و دعوة أعضاء تلك المجموعة له و تحديد عدد الحاضرين و الغائبين (ليلى أحمد جرار، 2012-42).

10.3.2. الترابط:

تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة بعضها مع بعض، و ذلك عبر الوصلات و الروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع و التي تربطك بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي أيضا مثل خبر ما على مدونة فيعجبك فترسلك إلى معارفك على فيسبوك، وهكذا مما يسهل و يسرع من عملية انتقال المعلومات (خالد يوسف المقدادي، 2013-27).

11.3.2. الصفحات:

ابتدع هذه الفكرة موقع (الفايسبوك)، و استخدمها تجاريا بطريقة فعالة، حيث يعمل حاليا على إنشاء حملات إعلامية موجهة، تتيح لأصحاب المنتجات التجارية أو الفعاليات توجيه صفحاتهم و إظهارها لفئة يحددها من المستخدمين، و يقوم (الفايسبوك) باستقطاع مبلغ عن كل نقرة يتم الوصول لها من قبل أي مستخدم قام بالنقر على الإعلان، إذ تقوم فكرة الصفحات على إنشاء صفحة يتم فيها وضع معلومات عن المنتج أو الشخصية أو الحدث، و يقوم المستخدمون بعد ذلك بتصفح تلك الصفحات عن طريق تقسيمات محددة، ثم إن وجدوا اهتماما بتلك الصفحة يقومون بإضافتها إلى ملفهم الشخصي (ليلى أحمد جرار، 2012-42).

الخلاصة:

من خلال استعراضنا لما جاء في الطفرة الرقمية التي تجسدها مواقع التواصل الاجتماعي والفايسبوك خصوصا أصبحت الميزة الطاغية على جميع ميادين الحياة، حيث ساهمت بعض الخصائص التي توفرها هذه المواقع على نجاحها و توسع انتشارها كشبكة الفاييسبوك، كما أن العلاقات الاجتماعية الحقيقية الواقعية للشخص المدمن على الإنترنت تتأثر سلباً و تتراجع لكن العلاقات الاجتماعية الوهمية الافتراضية تنمو و تزدهر.

2: الوعي البيئي:

تمهيد:

نتيجة لتفاقم الأزمة البيئية والمخاطر الناتجة عن الاستخدام غير الرشيد للتكنولوجيا ومانعاني منه اليوم من مخاطر

وهل كان لنا أن نتطوّر من دونه؟ وهل يمكن أن يكون الوعي وهماً؟ وما الوعي على أي حال؟

لا يعني ذلك أن الغموض قد اختفى تمامًا، فالواقع أنه لا يزال متغلغلًا في هذا الأمر كما كان دائمًا، الفرق الآن أننا نعرف عن الدماغ ما يكفينا للاستعداد لمواجهة المشكلة على نحو مباشر. كيف يمكن لإطلاق النبضات الكهربائية من ملايين الخلايا الدماغية أن يُنتج تجربة واعية ذاتية شخصية؟ (سوزان بلاك مور، 2016 ص8).

3.2. تنمية الوعي البيئي:

أما إذا ركزنا على الدور الذي يلعبه الفرد في البيئة نجد أن الوعي البيئي هو مدى إدراك الفرد لدوره في إعطاء الحلول للمشكلات البيئية مع ضرورة حسن استغلال الموارد الطبيعية.

بناء على ما ذكرناه نجد أن تنمية الحس البيئي أو التوعية البيئية هي "عملية بناء ، وتنمية اتجاهات ، ومفاهيم وقيم وسلوكيات بيئية لدى الافراد بما ينعكس ايجابيا على حماية البيئة والمحافظة عليها وتحقيق نوع من العلاقات المتوازنة التي تحقق الامان البيئي" (مرفت حسن، ص567).

ويمكن تنمية الوعي البيئي عند أفراد المجتمع في العديد من مؤسسات التنشئة الاجتماعية ومنها:

أ- الأسرة:

إن التوعية البيئية في المراحل المبكرة من الطفولة ترسم هدفا يسعى الى تنمية اتجاهات ومفاهيم وقيم وسلوكيات لها تأثير ايجابي على الاطفال تجاه بيئتهم ، مما يعكس تلك النظرة التي يرى بها الأطفال البيئة المحيطة بهم ابتداء من البيئة المنزلية الى الحدائق العامة. وللأسرة دور كبير في تشكيل ثقافة تمكن الفرد من اكتساب التأمل المرغوب فيه تجاه البيئة المحيطة به، وذلك بما تحمله من قيم و مبادئ ومعايير سلوكية تحدد اتجاهات الفرد نحو بيئته، وترتبط هذه الثقافة الى حد بعيد بما يحمله الوالدين من مستوى تعليمي ومكانة اجتماعية .

وفي هذا الشأن فإن تكامل وسائط التنشئة الاجتماعية تساعد على غرس الثقافة البيئية في نفوس النشء (مرفت حسن برعي، ص572).

التلوث البيئي بكافة انواعه والاستهلاك المتزايد للموارد الطبيعية وإخلال الإنسان بالتوازن البيئي كانت الحاجة ضرورية وماسة إلى إعداد الإنسان المتفهم لبيئته والواعي بما يواجهه من مخاطر بيئية تهدد مصيره والقادر على المساهمة الايجابية في التغلب عليها والحد منها ، وازدادت الحاجة إلى إكساب الأفراد والجماعات الخبرة والدراية الكافيتان بعناصر ومكونات وقضايا وإشكاليات البيئة، وفهم العلاقة التأثيرية المتبادلة بين الإنسان وبيئته، وتقدير قيمة المكونات البيئية الأساسية المحيطة، والتدريب على حلها ومنع حدوثها، وتجنب الوقوع في الكوارث البيئية أو ذات الصلة قبل وقوعها وما يترتب عليها من أزمات اجتماعية، أو اقتصادية، أو سياسية في بعض الأحيان.

1.2. تعريف الوعي البيئي:

عبارة عن إدراك الفرد لمتطلبات البيئة عن طريق معرفته بمكوناتها، وكذلك المشاكل البيئية وكيفية التعامل معها. والوعي البيئي هو كيفية إدراك الفرد لدوره في مواجهة البيئة (William Itelson, Harold Proshonsky, 1974, 24).

كما يعرفه (رشاد أحمد عبد اللطيف، 2007، 101) بأنه عملية منظمة يقوم بها الإنسان لمواجهة المشكلات البيئية مستخدماً في ذلك جهازه العصبي والحسي.

2.2. الوعي البيئي:

الوعي هو أكثر الأشياء التي يمكننا بحثها وضوحاً، وأكثرها غموضاً في الوقت نفسه. يبدو أنه يلزمنا إما استخدام الوعي لدراسته هو نفسه! وهي فكرة غريبة نوعاً ما، وإما أن نحزّر أنفسنا من الوعي الذي نوّد دراسته. ولا عجب أن الفلاسفة والعلماء قد بذلوا جهوداً مضنية على مدى قرنين من الزمان من أجل الوصول إلى مفهوم الوعي، ولا عجب أيضاً أن العلماء رفضوا الفكرة برمتها لفترات طويلة، بل رفضوا أيضاً دراستها؛ النقطة الإيجابية أن الدراسات الخاصة بالوعي، أخذت في الازدهار بدءاً من القرن الحادي والعشرين حيث وصل علم النفس وعلم الأحياء وعلم الأعصاب إلى نقطة يمكن عندها مواجهة بعض الأسئلة المحيرة على غرار: ما الذي يفعله الوعي؟

فالمسجد كنسق اجتماعي له دور كبير في نشر الثقافة البيئية في المجتمع، فوظيفته ما هي الا امتداد لوظائف الانساق الاجتماعية الاخرى.

ويمكن القول ان تنمية الوعي البيئي في المسجد تنحصر في جملة من التدابير نجدها في النقاط التالية:

- تخصيص بعض الخطب والدروس والمواعظ في المساجد لمناقشة قضايا البيئة والمحافظة عليها والتذكير بأهمية ذلك دينيا ودنيويا والاسهام في نشر الوعي البيئي من منظور ديني.

- الاستشهاد بالآيات القرآنية والاحاديث النبوية الشريفة ومواقف السلف الصالح في قضايا رعاية البيئة.

- ربط التوجيهات والارشادات البيئية بالتعاليم الدينية مع التركيز على تبيان ما يترتب على ذلك من ثواب (ليندة شنافي، 2012، ص166).

وعليه فالاهتمام بالمدخل الديني كوسيلة لبث سلوك بيئي يبدو منطقيا ، فالمسجد وحدة لا تكفي لوضع سلوك بيئي صحيح ، بل لا بد من مشاركة كافة مؤسسات التوجيه في صنع هذا السلوك البيئي النابع من التعاليم الدينية (ابراهيم مطاوع، 1995، ص139).

ج- المدرسة:

تستطيع المدرسة بما لها من امكانات معنوية ومادية أن تقوم بدور فعال في النهوض بالمجتمع وأن تثير وعيه بالمشاكل التي تعيق تقدمه، فالمدرسة كنظام اجتماعي تحمل عدة دلالات مع المجتمع فهي من المؤسسات التي يعهد اليها المجتمع بمهمة رعاية ابنائه وتنشئتهم واكسابهم القيم والاتجاهات وانماط السلوك فضلا عن المعارف والمهارات، فالمدرسة بما تحمله من اهداف تربوية واجتماعية تعمل على كذلك على حماية البيئة (عبلة غربي، 2009، ص71).

ولا ننسى ان تنمية الوعي البيئي في الوسط المدرسي لا يتأتى الا بوضع مجموعة من التدابير هي كالتالي:

- تصحيح المفاهيم الخاطئة ذات العلاقة بسلامة البيئة من خلال التركيز على الصياغة الملائمة في مناهج التدريس والانشطة المدرسية.

إذا تأملنا أكثر نجد أن الام وسط الاسرة تحمل عدة دلالات بالنسبة للطفل ، وهذا ما دفع بالباحث محمد الجوهري (2010) بابداء رايه في هذا الشأن بتحقيق ثقافة بيئية للنشء، وذلك عن طريق وضع برامج مبتكرة وغير تقليدية في مجال الاعلام حيث تتركز هذه البرامج على ترسيخ العادات والاداب والسلوك البيئي الصحيح، وذلك على النحو التالي:

- تدريب الام على السلوك البيئي الصحيح داخل المنزل حتى تكون قدوة امام اطفالها، ويتمثل هذا لا التدريب في الحفاظ على النظافة داخل المنزل وخارجه بوضع القمامة في اكياس وفي الاماكن المخصصة لها حتى يتم التخلص منها بطريقة لا تحدث أي ضرر للآخرين.

- ضرورة توعية الام بأهمية الموارد الطبيعية خاصة الماء وذلك بالمحافظة عليه وعدم الاسراف والتبذير بالحرص التام في غلق حنفيات الماء والاسراع في اصلاحها في حالة التلف.

- تلقين الام العادات الخاصة بالصحة البيئية داخل المنزل وذلك بمراعاة التهوية بصورة يومية وزراعة بعض النباتات التي من شأنها تجديد الهواء والاقلاع عن عادة التدخين بالنسبة للأب داخل المنزل وخارجه تفاديا لتلويث هواء البيت وتقليل من استعمال المبيدات الحشرية حرصا على عدم تلويث الهواء والادوات المنزلية.

- تلقين الام ضرورة المحافظة على النظافة الشخصية ووجوب مراعاة غسل الابدني عند الطهي والمداومة على الاهتمام بالنظافة (محمد الجوهري، 2010، ص356).

ب- المسجد:

يعتبر المسجد اهم مؤسسة اعلامية في المجتمع الاسلامي حيث اعتمدها الاسلام ليعتد من خلاله الرسائل والتوجيهات لكافة الناس ، وما زاد من اهمية المسجد هو المنبر الذي يعتبر من اهم وسائل الاعلام الاسلامي ، كما يمكننا القول ان المنبر يعد من اهم عوامل النجاح العمل التوعوي والاعلامي ، فعمله لا يقتصر على خطبة الجمعة والمناسبات الدينية بل يتعدى ذلك ليشغل بكل قضية تم حياة الناس في دينهم ودنياهم (ذيب فضيل، 2008، ص89).

هو أحد أهم أجنحة التوعية البيئية وهو أداة إذا أحسن استثمارها كان لها مردود إيجابي للوعي البيئي، ونشر الإدراك السليم للقضايا البيئية.

الجانب الميداني

1. المنهج المستخدم:

تندرج دراستنا ضمن الدراسات الوصفية التي تهدف إلى معرفة طرق استخدام عادات وأنماط استخدام وسيلة ما مثل الفايسبوك الذي اخترناه محل الدراسة وتأثيره على نشر الوعي البيئي.

2. أدوات جمع البيانات:

1.1. الاستبيان

لقد اعتمدنا على الاستبيان كأداة أساسية في هذه الدراسة، إذ يعتبر من أكثر الأدوات استخداماً في العلوم الاجتماعية، نظراً لما يوفره من سهولة الحصول وجمع المعلومات والبيانات الميدانية حول موضوع الدراسة يحتوي على 25 فقرة.

2.2. عينة الدراسة:

يتكون مجتمع بحثنا من طلبة جامعة تلمسان وبالتحديد قسم علم النفس وعلوم التربية أولى ماستر وثالثة ليسانس، فقد عمدنا أن نختار عدد يسهل علينا دراسته والإلمام به ككل ليكون نوع العينة قصدي طبقي أين تم اختيار 100 طالبة وطالب.

3.2. مجالات الدراسة:

— المجال المكاني: ويتمثل في جامعة تلمسان كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

— المجال الزماني: السنة الجامعية 2016/2015.

مناقشة النتائج:

1. عادات استخدام موقع الفايسبوك من قبل الطلبة .

كان استخدام الطلبة لموقع الفايسبوك من ساعة إلى ساعتين بشكل كبير وهو من أحد أهم مواقع التواصل الاجتماعي الذي يفضلونه لخصوصيته وانتشاره الواسع ومعظمهم يتصفحونه أثناء تواجدهم بالجامعة.

— التركيز على القضايا والمشكلات البيئية مع إمكانية

تغيير الاتجاه السلبي نحوها.

— تزويد التلاميذ والطلاب بالمهارات والخبرات التعليمية

التي تجعل من الطلاب يتعاملون مع البيئة بالشكل المرغوب فيه.

— المشاركة الفعالة في المناسبات والايام الدراسية

المختلفة والتي تدرس أخطار التلوث البيئي على الفرد والمجتمع

والبيئة مع الاهتمام بنشر الوعي البيئي عن طريق المسابقات

واعداد البحوث.

— تفعيل دور الوقاية والطب المدرسي في غرس الثقافة

البيئية للمتمدرسين.

4.2. مكونات الوعي البيئي:

الوعي البيئي عبارة عن ادراك الفرد لمتطلبات البيئة عن

طريق إحساسه ومعرفته بمكوناتها، وما بينهما من العلاقات،

وكذلك القضايا البيئية وكيفية التعامل معها. والوعي البيئي لا

يمكن أن يتحقق فقط من خلال التعليم، إنما يتطلب خبرة

حياتية طبيعية. وهناك فرق أساسي بين التربية والوعي. فربما

يتعلم الفرد معلومات كثيرة عن نبات ما من النباتات النادرة،

ويعرف الكثير عن صفاته لكنه في نفس الوقت، يقتلعه ولا يهتم

به. إن الوعي البيئي في أصله يتكون من ثلاثة حلقات

وهي (محسن أمين 2009 ص 47):

1. التربية والتعليم البيئي:

وتبدأ بالتعليم في رياض الأطفال وتستمر خلال

مراحل التعليم المختلفة إلى التعليم الجامعي، بشكل أساسي وهو

وجود تكامل لأهداف البرامج التعليمية والتربوية.

2. الثقافة البيئية:

تبدأ من توفير مصادر المعلومات كالكتب ونشرات

وإشراك المثقفين البيئيين في الحوارات والنقاشات المذاعة

والمنشورات، والقضايا البيئية ذات الصلة المباشرة وغير مباشرة

للمجتمع، خاصة ذات المردود الإعلامي.

3. الإعلام البيئي:

2. دور موقع الفاييسوك في معالجة القضايا البيئية

ونشر الثقافة البيئية.

صرح المبحوثين أن للفيسبوك دور فعال في المساهمة في نشر الوعي البيئي إلى جانب أنه يؤدي دور ترفيهي وتوعوي.

3. تفاعل الطلبة مع المواضيع البيئية التي ينشرها موقع

الفايسبوك.

أكثر من 60% قيموا هذه المساهمة من متوسطة إلى كبيرة نوعاً ما ومنهم من هو منظم لمجموعات مفتوحة تنشط في الحفاظ على البيئة ومعالجة القضايا البيئية الشائكة بل ويكونون صداقات تهتم بالقضايا البيئية وتدعو للمساهمة بكل الوسائل والطرق للحفاظ على هذه الثروة الطبيعية وهي تعتبر رثة الكرة الأرضية من خلال نشر ثقافة وسلوكيات بيئية واعية وتربية بيئية.

وفي الأخير نستنتج أن نتائج الدراسة قد أكدت و أجابت على التساؤلات التي طرحناها سلفاً وعلى التساؤل الرئيسي حيث تبين أن موقع الفاييسبوك يمثل واحداً من أهم وسائل الإعلام الجديد من بين العديد من الوسائل الأخرى ودوره في نشر الثقافة البيئية وترويجها بين مختلف الشرائح في المجتمع وخاصة بين طلبة الجامعة الذين يستخدمون هاته التقنيات الجديدة للإعلام والاتصال بشكل كبير، وما يقدمه هذا الأخير من إسهامات في مجال التوعية البيئية.

التوصيات:

يقترح الباحث النقاط التالية:

1. يجب الاهتمام بالتربية البيئية في جميع مراحل التعليم، باعتبارها ركيزة من ركائز الأمن البيئي.
2. ضرورة إدراج التربية البيئية كمقياس من مقاييس التدريس في مختلف المراحل التعليمية.
3. تفعيل النشاطات البيئية داخل المؤسسات الجامعية، من خلال قيام الطلبة ببعض النشاطات التطوعية.
4. دعم البحوث والمشاريع البيئية المنجزة من طرف الطلبة وتخصيص جائزة مالية لأحسن بحث.
5. تخصيص جائزة مالية لأنظف مؤسسة جامعية من أجل ترسيخ مبادئ التربية البيئية.

6. برجة أسبوع جامعي للبيئة من السنة الجامعية، ويشارك

فيه مهتمين ومختصين بيئيين.

7. الإكثار من اللوحات التوجيهية داخل الوسط

الجامعي المتعلقة بحماية البيئة، والحفاظ عليها.

خاتمة:

إن مسألة تحقيق الوعي البيئي عند الإنسان ليست أمراً فطرياً في جميع الأحوال، ولكنها مسألة تُكتسب و تُثمي وتحتاج إلى بذل الكثير من الجهود المشتركة لمختلف المؤسسات الاجتماعية التي عليها أن تُعنى بهذا الشأن وأن توليه جانباً كبيراً من عنايتها، أفضاً هي مسؤولية يحملها الكبير والصغير. ولذلك يجب نشر الوعي البيئي بين الأبناء، لتوسيع آفاقهم ومداركهم حول حب العالم والكون بما فيه، ومن فيه، وكذلك نشر هذا الوعي بين الجارات والأقارب وتوجيه النصح والإرشاد لهم، والتعاون على مواجهة هذا الخطر، لما فيه صالح الفرد، والمجتمع، بل والعالم أجمع. إن الله قد خلق لنا الكون كله، وأبدع لنا الطبيعة من حولنا، وجعلها مسخرة لخدمتها، فهي أمانة بين أيدينا، واستغلالها يجب أن يقتزن بقدر تحقيق المنفعة الخاصة مع الحفاظ على المصلحة العامة للفرد والجماعة.

المراجع:

1. عباس مصطفى صادق (2008) الإعلام الجديد

المفاهيم و الوسائل و التطبيقات، دار الشروق للنشر

عمان، الأردن.

2. ليلي أحمد جرار (2012) الفاييسبوك والشباب

العربي، مكتبة الفلاح، عمان.

3. زاهر رامي (2003) استخدام مواقع التواصل

الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، ع 15،

جامعة عمان الأهلية، عمان.

4. باس مصطفى صادق (2011) الإعلام الجديد،

البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال.

5. محمد المنصور (2012) تأثير شبكات التواصل

الاجتماعي على جمهور المتلقين"، رسالة ماجستير في

الإعلام والاتصال مجلس كلية الآداب و التربية،
الأكاديمية العربية في الدنمارك.

6. عادل أمينة وهبة خليفة (2011) الشبكات
الاجتماعية و تأثيرها على الأخصائي و المكتبة،
دراسة شاملة للتواجد و الاستخدام لموقع
<http://.eleagyp.com>
/downloads/2009 / amina
heba.doc.2013/1/3.

7. مهاب نصر(2010) "الفايسبوك" صورة المثقف
وسيرته العصرية، وجوه المثقف على الفايسبوك هل
تعيد انتاج صورته أم تصنع افقا مقابرا؟ جريدة القيس
الكويتية اليومية ، العدد 13446 ، 3 نوفمبر.
8. رشاد أحمد عبد اللطيف، (2007)، البيئة
والإنسان، الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، ط1،
الإسكندرية.

9. محمد محمود الجوهري وزملائه، (2010) علم
اجتماع البيئة، دار المسيرة، ط 1 عمان.

10. سوزان بلاكمور، (2016)
الوعي، ط1، مؤسسة هنداي للتعليم والثقافة، القاهرة،
مصر

11. ذيب فضيل، (2008) دور المسجد في
نشر الوعي البيئي، مساجد عين عبيد نموذجا،
رسالة ماجستير غير منشورة في علم اجتماع البيئة،
جامعة قسنطينة، الجزائر.

12. ابراهيم عصمت مطاوع،(1998) التربية
البيئية في الوطن العربي، دار الفكر العربي، ط 1،
القاهرة.

عبلة غربي (2009) أبعاد المنهجية في
كتابة الرسائل الجامعة ، مطبعة سيراكوبي، قسنطينة