



جامعة عباس لغرور خنشلة
ABBES LAGHROUR UNIVERSITY KHENCHELA

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عباس لغرور-خنشلة-

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية



جامعة عباس لغرور خنشلة
ABBES LAGHROUR UNIVERSITY KHENCHELA

القسم: العلوم الاجتماعية والانسانية.

شعبة: علوم الإعلام والاتصال.

تخصص: سمعي بصري.

الرقم التسلسلي:.....

العمل البيئي التطوعي من خلال صفحة الفايسبوك (الجزائر الخضراء)

-دراسة تحليلية لعينة من منشورات الصفحة-

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر الأكاديمي في شعبة علوم الإعلام والاتصال

تخصص سمعي بصري

إشراف الأستاذة:

د/غالية غضبان

إعداد الطالبتين:

• رفيقة صياد

• آمال عقوني

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة	الصفة
بريك براهيم	أستاذ مساعد(أ)	رئيسا
غالية غضبان	أستاذ محاضرا (أ)	مشرفا ومقررا
جمال فواس	أستاذ محاضر(أ)	مناقشا

الموسم الجامعي:

2025/2024

شكراً لله



”وأخر دعوانهم أن الحمد لله رب العالمين“

الحمد لله الذي ما تم جهد ولا ختم سعي الا بفضلته

وما تخطى العبد من عقبات وصعوبات الا بتوفيقه ومعونته

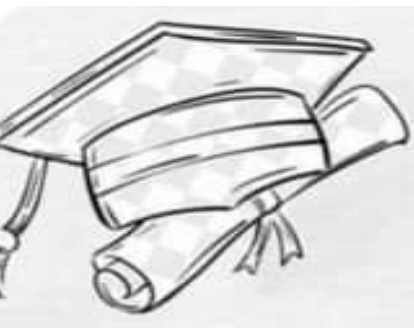
لا يسعنا في هذا المقام إلا أن نتقدم بالشكر الجزيل والعرفان والتقدير للأستاذة الدكتورة

”غالية غضبان“ على توجيهاتها الدقيقة وإرشاداتها القيمة، ونتمنى لها دوام العافية.

ونتقدم بجزيل الشكر لكل أساتذة التخصص السمعي البصري على مجهوداتهم المبذولة طيلة الخمس سنوات الماضية .

ونتقدم بجزيل الشكر الخاص لكل من قدم لنا يد المساعدة لإتمام هذا العمل المتواضع من قريب وعن

بعيد.



إهداء

إلى نفسي.....

التي قاومت، وصبرت، ومضت رغم كل شيء، إلى تلك التي أنهكتها التعب لكنها لم تهزم ...
أهديك هذا العمل امتنانا لجهدك وإيمانك بأنك تستحقين الوصول.

إلى أبي وأمي:

نبض قلبي الأول، وسندي الأصدق، لكم أهداني الله، ولكم أهدي هذا الإنجاز... فبصركما
دفع التعب، وبحبكما اشتد العزم.

إلى أخي وأختي:

أنتم المساحة التي لا تضيق، الوطن الذي لا يخذل، والظل الذي لا يزول ... بينكم ولد

حلمي ونما (نورالهدى ويونس) إلى روح جدتي الغاليتين،

اللّتين رحلتا عن الدنيا، لكنّ حضورهما لا يزال يسكن قلبي وذاكرتي.

إلى من غرستا فيّ القيم، وبدرتا في طريقي الحب والدعاء.

أهدي هذا العمل المتواضع لروحكما الطاهرتين،

راجية من الله أن يجعل هذا الجهد في ميزان حسناتكما،

وأن يجمعني بكما في مستقر رحمته.

إلى رفيقات روحي:

كنتن ضوء في عتمة أيامي، وعونا حين تعبت الخطى ... وجودكن فرق، وأثركن لا يكتب بل

يحس لكم من قلبي نبض شكر، أنتم بهجة الرحلة ورفاق الروح الذين لا يعوضون.

(صبرينة وخلود) الى عائلتي:

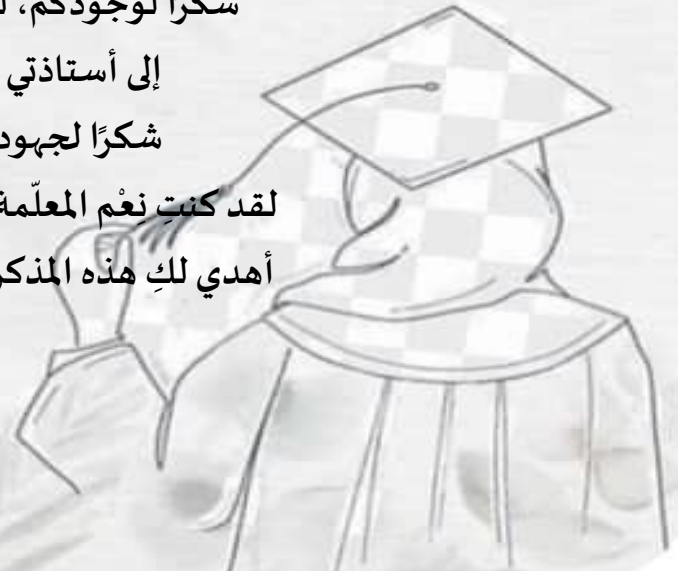
شكراً لوجودكم، لدعمكم، ولكل لحظة كنتم فيها سنداً لي.

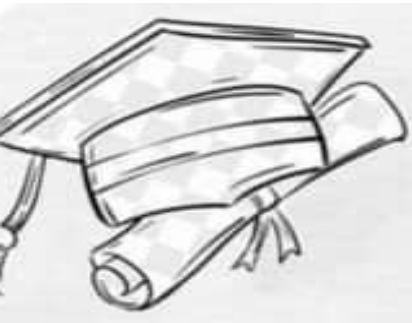
إلى أستاذتي الفاضلة الدكتورة غالية غضبان:

شكراً لجهودك، لصبرك، ولعطائك اللامحدود.

لقد كنتِ نعم المعلمة والداعمة، فلك مني كل التقدير والامتنان.

أهدي لك هذه المذكرة تقديراً واحتراماً لدورك الكبير في مسيرتي.





إهداء

"وأخر دعواهم أن الحمد لله رب العالمين"

من قال أنا لها نالها

لقد كانت طريقا طويلة مليئة بالإخفاقات والنجاحات فخورين بكفاحنا لتحقيق أحلامنا

لحظة لطالما انتظرتها وحلمت بها في حكاية اكتملت فصولها

إلى من علمني العطاء دون إنتظار إلى من أحمل اسمه بكل إفتخار إلى من كلله الله بالهيبة والوقار والدي

العزیز

إلى روح أمي... من رحلت عن عالمنا، وإن غبت فأنت أجمل الحاضرين لست أمام عيني لكن أنت كل ما أرى

إلى ضلعي الثابت الذي لا يميل إلا من رزقت بها سندا وملاذي الأول والأخير إلى من أزالته عن طريقي

أشواك الفشل إلى أختي الحبيبة

إلى أخواتي وإخوتي والسند في الحياة وكل أصدقائي دون استثناء

وإلى دكتورتنا الصديقة والحبيبة التي قدمت لنا يد العون والمساعدة ستظلين صاحبة الفضل الكثير في

كل نجاح نجحته

وأتقدم أيضا بجزيل الشكر إلى أساتذة تخصص السمي البصري على المجهودات المبذولة طيلة خمس

سنوات

إلى كل هؤلاء أهدي هذا العمل وفقني الله وإياكم إلى الخير.

صياد رفيقة



ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة لتسليط الضوء على دور منصات التواصل الاجتماعي، كأحدى منصات الإعلام الجديد بصفة عامة، والفيديسبوك بصفة خاصة في تعزيز الوعي البيئي من خلال صفحة الجزائر الخضراء ولمعالجة هذا الموضوع قمنا بدراسة تحليلية لصفحة من صفحات الفايديسبوك التي تعني بالعمل البيئي التطوعي من خلال صفحة الجزائر الخضراء واعتمدت الدراسة في بنائها النظري على نظرية التأطر الإعلامي وبما أن هذه الدراسة تصنف ضمن الدراسات الوصفية التحليلية فقد اعتمدنا على المنهج المسحي باستخدام أداة تحليل المحتوى كأداة أساسية لجمع البيانات والذي تم تطبيقها على عينة قوامها 108 منشور .

وقد أسفرت الدراسة عن جملة من النتائج نذكر منها :

_ أن الصفحة اعتمدت على اللهجة العامية بشكل كبير في مختلف منشوراتها.

-إن أهم المواضيع التي تطرحها الصفحة هو التطوع لغرس الأشجار.

_ أن الصفحة استخدمت دمج الوسائط المتعددة في منشوراتها .

_ يكمن هدف صفحة الجزائر الخضراء من خلال منشوراتها إلى نشر الوعي البيئي.

_ توصلنا أيضا أن الصفحة لها تفاعل كبير من طرف متابعيها ويبرز ذلك من خلال الاعجابات والتعليقات والمشاركة .

الكلمات المفتاحية: العمل التطوعي، البيئة، الفيسبوك، صفحة الجزائر الخضراء.

Study summary

This study aims to shed light on the role of social media platforms—as one of the new media channels in general, and Facebook in particular—in promoting environmental awareness through the "Green Algeria" page.

To address this topic, we conducted an analytical study of one of the Facebook pages dedicated to voluntary environmental work, namely the "Green Algeria" page. The theoretical framework of the study is based on the framing theory. Since this research falls under the category of descriptive and analytical studies, we adopted the survey methodology using content analysis as the primary data collection tool. The analysis was applied to a sample of 108 posts.

The study yielded several key findings, including:

_The page relied heavily on the use of the Algerian dialect in its posts.

-The most important topic on the page is volunteering to plant trees.

_The page incorporated multimedia elements into its content.

_The main goal of the "Green Algeria" page, as reflected in its posts, is to spread environmental awareness.

_The page enjoys a high level of engagement from its followers, as evidenced by the number of likes, comments, and shares.

Keywords: Voluntary work, environment, Facebook, Green Algeria page.

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

الشكر والعرفان

الإهداء

الملخص

مقدمة: أ

الفصل الأول

الإطار المنهجي لدراسة

1/ إشكالية الدراسة : 4

1-1 تحديد مشكلة الدراسة وتساؤلاتها : 4

1-2 أسباب اختيار الدراسة:..... 5

1-3 أهداف الدراسة : 6

1-4 أهمية الموضوع..... 6

1-5 تحديد مفاهيم الدراسة : 6

1-6 الدراسات السابقة : 10

1-7 جوانب الاستفادة من الدراسات السابقة : 15

2/ الاجراءات المنهجية للدراسة : 15

1-2 تحديد نوع الدراسة ومنهجها: 15

2-2- تحديد مجتمع البحث والعينة: 16

2_3 مجالات الدراسة: 21

2-4 أدوات جمع البيانات: 23

فهرس المحتويات

- 3-المقاربة النظرية للدراسة-نظرية التأطير الإعلامي : 25.....25
- 3-1 نشأة نظرية التأطير الإعلامي: 25.....25
- 3-2 تعريف التأطير الإعلامي: 26.....26
- 3-3 فروض نظرية تحليل التأطير الإعلامي : 26.....26
- 3-4 انتقادات نظرية التأطير الاعلامي : 27.....27
- 3-5 أهداف نظرية التأطير الإعلامي : 27.....27
- 3-6 وظائف نظرية التأطير الإعلامي: 28.....28
- 3-7توظيف نظرية التأطير الإعلامي : 28.....28

الفصل الثاني

العمل البيئي التطوعي من خلال منصة الفايسبوك

- 1/البيئة: 30.....30
- 1-1 مفهوم البيئة : 30.....30
- 1-2 مكونات البيئة : 30.....30
- 1-3 جوانب الوعي البيئي وأبعاده: 31.....31
- 1-4 خصائص الوعي البيئي : 32.....32
- 1-5 أهداف التربية البيئية : 32.....32
- 1-6: خصائص وسمات التربية البيئية: 33.....33
- 1-7أهمية الإعلام وأساليبه في تشكيل الوعي البيئي: 33.....33
- 1-8 خصائص الإعلام البيئي : 34.....34
- 1-9أهداف الإعلام البيئي: 35.....35

فهرس المحتويات

35.....	1-10 آليات تعزيز الإعلام البيئي :
36.....	2/ العمل التطوعي :
36.....	1-2 مفهوم العمل التطوعي :
36.....	2-2 أهمية العمل التطوعي :
39.....	2-3 أهداف العمل التطوعي :
39.....	2-4 فوائد العمل التطوعي :
40.....	2-5 مجالات العمل التطوعي :
42.....	2-6 العمل التطوعي وأثره في خدمة الفرد والمجتمع :
45.....	2-7 العلاقة بين العمل التطوعي وقيم المواطنة:
46.....	2-8 دور وسائل الاعلام في تنمية مفهوم العمل التطوعي:
48.....	01/ عرض وتحليل فئات الشكل: (كيف قيل؟)
55.....	2/ عرض وتحليل فئات المضمون: (ماذا قيل؟)
63.....	03/ مناقشة نتائج الدراسة:
69.....	خاتمة:
71.....	قائمة المصادر والمراجع:
76.....	الملاحق

المقدمة

تعد شبكة الأنترنت من أهم التطورات التكنولوجية في العصر الحديث، حيث غيرت طريقة تواصل الناس وفتحت آفاقاً جديدة في حياتهم اليومية، فقد أصبح من السهل الوصول إلى المعلومات والتواصل مع الآخرين في أي وقت ومن أي مكان .

ومن أبرز ما جاءت به الأنترنت هو ظهور تطبيقات التواصل الاجتماعي كالتويتر، والإنستغرام، وغيرها من التطبيقات التي أصبحت جزءاً مهماً من حياتنا اليومية، ومن بينها تطبيق الفيسبوك نظراً لنجاحه الكبير حيث أصبح فضاءً للناشطين من خلال التعبير عن مواقفهم وآرائهم، كما عمل على تفعيل وترجمة الآراء عن طريق مختلف التفاعلات (الاعجابات، والتعليقات، والمشاركات)، بل ويشاركون في النقاشات حول قضايا المجتمع مما يساعد على تقوية التواصل وزيادة الوعي بين الناس . تعتبر قضايا البيئة من القضايا التي أسيل عليها الحبر في الدراسات والبحوث التي تهتم أغلبية الناس اليوم على اختلافها إذ تتميز بتفاقم كبير بالرغم من المحاولات المستمرة للإيجاد الحلول المقترحة للحد من المشكلات البيئية، فيأتي دور المتطوعين المؤطرين في حماية البيئة كجزء من المسؤولية المجتمعية، حيث يساهمون في نشر الوعي البيئي، ولهذا نجد صفحة "الجزائر خضراء" على الفيسبوك من أبرز المبادرات الانتقائية التطوعية التي تُسهم في تعزيز الوعي البيئي والمشاركة المجتمعية في الجزائر من خلال صور وفيديوهات مكررة التي اعتمدها صاحب الصفحة بهدف نشر وترسيخ ثقافة التشجير وجعلها أكثر قابلية للتذكر من قبل المتابعين، فبفضل تفاعلهم، تمكنت المبادرة من الوصول إلى مختلف ولايات الوطن، مما ساهم في زيادة عدد المشاركين والمتطوعين في الأنشطة البيئية .

ما يميز العمل البيئي التطوعي هو طابعه التشاركي والتوعوي المؤطر، إذ لا يقتصر دوره على تحسين المحيط الطبيعي فقط، بل يمتد إلى تعزيز ثقافة المسؤولية البيئية، وبناء الحس الجماعي، وتحفيز سلوكيات بيئية إيجابية داخل المجتمع. كما يُعد فرصة لتكوين جيل واعٍ بالقضايا البيئية، ومؤمن بأهمية دوره الفردي في تحقيق التنمية المستدامة .

من أجل الوصول إلى فهم أعمق للموضوع قمنا بتقسيم الدراسة إلى مجموعة من الفصول، خصصنا لكل فصل منها لجوانب معينة على الشكل التالي :

- خصصنا الفصل الأول لموضوع الدراسة والمدخل النظري وإجراءاته المنهجية، تناولنا في شقه الأول بناء موضوع الدراسة من خلال تحديد مشكلة وتساؤلاتها وتحديد أهدافها وأهميتها وذكر أسباب اختيار

الموضوع وضبط المفاهيم وعرض الدراسات السابقة ومن ثم جوانب الاستفادة منها أما الشق الثاني من هذا الفصل فخصصناه للمدخل النظري للدراسة من خلال الخلفية التاريخية للنظرية، تعريفها فروضها، الانتقادات الموجهة لها، توظيفها في الدراسة أما الشق الثالث من هذا الفصل تناولنا فيه نوع الدراسة ومنهجها تحديد مجتمع الدراسة وعينته، تحديد أدوات جمع البيانات إلى غايات مجالات الدراسة .
-الفصل الثاني: حيث تناولنا فيه المادة العلمية المتمثلة في العمل البيئي التطوعي من خلال صفحة الفيسبوك وقد احتوى على العمل التطوعي، البيئة .

-الفصل الثالث والأخير: فقد ارتبط بالجانب التطبيقي والمتمثل في الدراسة التحليلية حيث تضمن عرض وتحليل بيانات الدراسة ثم عرض النتائج العامة على ضوء المقاربة النظرية وعلى ضوء الدراسات السابقة وأخيراً خاتمة.

الفصل الأول

الإطار المنهجي لدراسة

1/ إشكالية الدراسة:

1-1 مشكلة الدراسة وتساؤلاتها.

2-1 أسباب اختيار الموضوع .

3-1 أهداف الدراسة .

4-1 أهمية الدراسة.

5-1 تحديد مفاهيم الدراسة .

6-1 الدراسات السابقة .

2/ الاجراءات المنهجية للدراسة :

1-2 تحديد نوع الدراسة ومنهجها .

2-2 تحديد مجتمع الدراسة وعينته.

3-2 تحديد أدوات جمع البيانات .

4-2 تحديد مجالات الدراسة .

3/ المقاربة النظرية للدراسة (نظرية التأطير الإعلامي):

1-3 نشأة نظرية التأطير الإعلامي .

2-3 مفهوم نظرية التأطير الإعلامي.

3-3 فروض نظرية التأطير الإعلامي .

4-3 انتقادات نظرية التأطير الإعلامي.

5-3 أهداف نظرية التأطير الإعلامي.

6-3 وظائف نظرية التأطير الإعلامي.

7-3 وظيف نظرية التأطير الإعلامي .

يعرف الإطار المنهجي بأنه الجزء الأساسي في البحوث العلمية الذي يحدد الإجراءات والأسس المنهجية المهمة، وتتناول في هذا الفصل الخاص بالإطار المنهجي لدراسة الإشكالية، المنهجية لدراسة، ومنظور الدراسة.

1/ إشكالية الدراسة :

1-1 تحديد مشكلة الدراسة وتساؤلاتها :

تعد منصة الفيسبوك واحد من أهم منصات التواصل الاجتماعي في العالم، ومن أحدث المنصات الاتصالية، وأكثرها شعبية وانتشاراً، كما أوضح التقرير الرقمي ذلك، حيث بلغ عدد مستخدمي منصة الفيسبوك في جوان 2024 م، أزيد من 32,62 مليون مستخدم، بنسبة 70.2% من إجمالي السكان. (napoleoncat، 2024)

وإن كان هذا الفضاء قد ظهر كوسيلة للتواصل الاجتماعي، بين فئة ضيقة من المجتمع، إلا أنه فيما بعد ساد وصار جزء لا يتجزأ من حياة الكثيرين، وبذلك تعددت أغراض استخدامه في العديد من المجالات، الاجتماعية، الثقافية، التوعوية الاقتصادية...

تتمثل القضايا والمشكلات البيئية، واحدة من المواضيع المطروحة عبر منصات التواصل الاجتماعي، وبصفة أساسية منصة الفيسبوك، الذي أتاح لمستخدميه إنشاء حسابات، أو صفحات، أو مجموعات، بطرح موضوعات تهمهم، أو تهم الرأي العام، وأصبح العديد من المستخدمين ينشطون من خلال منصة الفيسبوك، من أجل نشر الوعي البيئي، والإحاطة بالمعلومات، والأخبار البيئية، بإدراج الصور، والفيديوهات، والتعليقات من أجل جذب انتباه الجمهور، وبلورة الوعي البيئي، والدعوة إلى المساهمة في الأعمال التطوعية الخيرية، ومثال على ذلك صفحة الجزائر الخضراء، التي لاقت إقبالاً من الجمهور، والتي تعتبر صفحة خيرية تطوعية، بالدرجة الأولى لما تقوم به، ونخص بالذكر أن موضوع العمل التطوعي موضوع الساعة، خاصة في ظل التغيرات الجذرية التي تحدث في العالم، والتي نتج عنها العديد من الأزمات المختلفة، وأهمها الأزمات البيئية، إلا أن هذا المفهوم قد تطور ليعكس أهميته، في نشر الوعي البيئي من أجل الحفاظ على البيئة والمحيط.

كما أن الاهتمام بالعمل التطوعي أصبح حاجة إنسانية ملحة، فهو سلوك إنساني حضاري، وأحد ركائز المجتمع المدني الحديث، حيث يقوم على المشاركة الإيجابية، فهو يعتبر مسلكاً اجتماعياً مستمد من

قيم وثقافة المجتمع، ومن خلال ذلك تسعى صفحة « الجزائر الخضراء » إلى نشر الوعي بأهمية البيئة والطبيعة في الجزائر، والدعوة إلى تعزيز الوعي البيئي بين المواطنين.

ومنه نطرح التساؤل التالي:

كيف ساهمت صفحة الفايسبوك- الجزائر الخضراء- في تعزيز العمل البيئي التطوعي؟

ويندرج تحت التساؤل الرئيسي الأسئلة الفرعية الآتية :

- ماهي أهم المواضيع المطروحة التي تناولتها الصفحة محل الدراسة؟
- ماهي طبيعة اللغة المستخدمة في الصفحة محل الدراسة ؟
- ماهي طبيعة المادة المستخدمة التي احتوتها صفحة الجزائر الخضراء ؟
- من هو الجمهور المستهدف من مضامين الصفحة محل الدراسة ؟
- ماهي القيم المتضمنة من خلال صفحة الجزائر الخضراء ؟
- ماهي الاهداف التي تضمنتها صفحة الجزائر الخضراء؟
- من هم الفاعلين في صفحة الجزائر الخضراء ؟
- ماهي الأساليب الإقناعية التي اعتمدها صفحة الجزائر الخضراء؟
- ماهي نسبة التفاعل في صفحة الجزائر الخضراء؟

2-1 أسباب اختيار الدراسة:

ترجع أسباب اختيار الموضوع إلى طبيعته، ومن المعروف أن البحث العلمي ينطلق من مشكلة تثير اهتمام الباحث، والتي تعتبر خطوة حاسمة، والتي تحتاج الى تفسير، فهي إما تكون ذاتية من خلال رغبات وقدرات الباحث إم موضوعية، ومن أهم الاسباب التي دفعتنا الى اختيار هذا الموضوع نجد :

- الميل الشخصي للموضوعات التي تتناول العمل البيئي التطوعي عبر منصات التواصل الاجتماعي.
- الرغبة في دراسة الموضوع .
- قابلية الموضوع للدراسة وتماشى الموضوع مع تخصصنا العلمي المدروس .
- الاهتمام بالعمل البيئي التطوعي لصفحة الجزائر الخضراء .
- الاهتمام بدراسة تحليل المحتوى وأهم المضامين التي تتضمنها صفحة الجزائر الخضراء .

3-1 أهداف الدراسة :

تهدف دراستنا الى :

- التعرف على المواضيع التي تضمنتها صفحة الجزائر الخضراء.
- معرفة اللغة المستخدمة في مواضيع العمل البيئي التطوعي لصفحة الجزائر الخضراء .
- التعرف على المادة المستخدمة في صفحة الجزائر الخضراء .
- معرفة الجمهور المستهدف من مضامين صفحة الجزائر الخضراء .
- معرفة القيم المتضمنة من خلال الصفحة محل الدراسة.
- الوصول الى الاهداف التي تبنتها صفحة الجزائر الخضراء.
- الكشف عن الفاعلين في صفحة الجزائر الخضراء .
- الكشف عن الأساليب الإقناعية التي اعتمدها الصفحة محل الدراسة .
- الوصول الى نسبة التفاعل في الصفحة محل الدراسة .

4-1 أهمية الموضوع

تستمد هذه الدراسة أهميتها في كونها تتناول موضوعًا حيويًا وراهنًا، ألا وهو العمل البيئي التطوعي، الذي لم يعد مجرد نشاط تقليدي، بل تحول إلى ظاهرة اجتماعية ذات بُعد إعلامي، خصوصًا بعدما أصبح محل اهتمام كبير على المنصات الرقمية. فقد أصبحت منصات التواصل الاجتماعي، لا سيما فيسبوك، أداة مركزية في دعم العمل التطوعي البيئي، من خلال نشر الوعي، وتحفيز التفاعل المجتمعي.

ومن خلال دراسة صفحة "الجزائر خضراء" كنموذج تطبيقي، تتجلى أهمية هذا الموضوع في إبراز الدور المتزايد للناشطين البيئيين، والمتطوعين الذين يسعون لتعزيز أعمالهم، بالإضافة إلى استفادة الباحثون والطلبة المهتمون بمجال البيئة والعمل التطوعي، وكذا وزارة البيئة للاستفادة من التجارب الناجحة وتعميمها على نطاق واسع.

5-1 تحديد مفاهيم الدراسة :

تعتبر خطوة تحديد المفاهيم من الخطوات الأساسية في البحوث العلمية، ومنه سيتم التطرق للمفاهيم التي لها صلة مباشرة بموضوع الدراسة:

التطوع :

التطوع لغة :

تطوع تطوعا : تقدم لعمل ما مختارا (تطوع الموظف بالعمل).

_الشيء /للشيء /بالشيء : تبرع به ، سمح به

_الرجل : حمل نفسه على الطاعة : تنقل أي قام بالعبادة طائعا مختارا دون أن يكون فرضا عليه، وفي

القرآن (فمن تطوع خيرا فهو خير له) البقرة 184 . (رضا، 2006، صفحة 364)

العمل التطوعي :

اصطلاحا:

هو عبارة عن عمل إنساني خيري يقوم به الفرد أو الجماعة دون مقابل مادي ،قد يكون التطوع بمبلغ مالي

جيد أو عضلي أو بجزء من الوقت ،يهدف إلى مساعدة الفئات الضعيفة في المجتمع ،من خلال تلبية

احتياجاتهم ومد يد المساعدة لهم والرقى بمستوى حياتهم نحو الأفضل . (كوندة، صفحة 399)

إجرائيا:

هو ذلك الجهد الذي بذله المتطوع صاحب صفحة الجزائر الخضراء، من أجل مجتمعه بلا مقابل مادي،

وفيه يتحمل مسؤوليات العمل من خلال القيام بالانشطات البيئية التطوعية، في مختلف ولايات الوطن .

البيئة:

البيئة لغة:

منزل القوم، الوسط الذي يعيش فيه الإنسان .

الظواهر والعوامل والقوى الخارجية المؤثرة في الإنسان، من استعمالاتها : بيئة اجتماعية، بيئة ثقافية،

علمية، طبيعية ... إلخ (الدين، 2005، صفحة 317)

البيئة اصطلاحا :

هي المجال الذي تحدث فيه الاثارة والتفاعل، لكل وحدة حية، وهي كل ما يحيط بالإنسان من طبيعة،

ومجتمعات بشرية، ونظم اجتماعية، وعلاقات شخصية، وهي المؤثر الذي يدفع الكائن إلى الحركة،

والنشاط والسعي، فالتعامل متواصل بين البيئة والفرد، والأخذ والعطاء مستمر ومتلاحق. (الجوهري

محمد،فاطمة القليبي، نجوى عبد الحميد ،هنا الجوهري ،حاتم احمد، 2010، صفحة 253)

البيئة إجرائيا :

هو ذلك المحيط الذي يعيش فيه الانسان ويمارس مختلف نشاطات حياته وهي ضرورية ،لاستمرار الحياة على الارض إذ لها تأثير كبير عليه.

التربية البيئية:

التربية البيئية اصطلاحا:

هي منهج تربوي يهدف الى تكوين الوعي البيئي من خلال تزويد الفرد بالمعارف والمهارات والقيم والاتجاهات التي تنظم سلوكه وتمكنه من التفاعل مع بيئته الاجتماعية والطبيعية . (الجبور، 2011، صفحة 18)

الثقافة البيئية :

الثقافة البيئية اصطلاحا :

هي نشر الوعي البيئي في المجتمع وذلك بنشر المفاهيم والمعلومات والقضايا البيئية، وتوضيح العلاقات البيئية القائمة في الكون من حيث تحديد منصة الإنسان ودوره في هذه العلاقات، ومن خلال تقديم نماذج إيجابية للسلوكيات البيئية المتميزة التي تكون معيارا أخلاقيا يحدد علاقة الناس بالبيئة والطبيعة والمشيدة المحيطة بهم . (الجبور، 2011، صفحة 109)

التسويق الاجتماعي :

التسويق الاجتماعي اصطلاحا:

يرى كتلر وزالتمان (1970) بأن التسويق الاجتماعي هو ببساطة محاولة جادة لتطبيق المفاهيم الأساسية للتسويق على قضايا اجتماعية اقتصادية وسياسية محددة . (عبيدات م.، 2004، صفحة 32)

الريادة :

الريادة اصطلاحا :

عرفها روبرت هيزرتش ،بأنها عملية إنشاء شيء مختلف في قيمته من خلال تكريس الوقت، والجهد الكافيين، وتحمل الأعباء، والأخطار المالية، والنفسية، والاجتماعية المصاحبة لذلك، والحصول على المكافآت المالية، والقناعة الناتجة عن نجاح المشروع . (سيف، 2018، صفحة 14).

التعزيز:

التعزيز لغة :

مصدر عزز، تأديب دون الحد، تقوية، تدعيم . (رضا، 2006، صفحة 369)

التعزيز اصطلاحا :

هو نشاط يقوم على تقوية الاستجابة، وزيادتها أو جعلها أكثر احتمالية للحدوث، ويرتكز على مثيرات بيئية، تأتي بعد السلوك، وتزيد من احتمالية تكراره . (مي، 2012، صفحة 104)

التعزيز إجرائيا :

هو سلوك ايجابي تبنته صفحة الجزائر الخضراء في منشوراتها من خلال تشجيع الأفراد على المشاركة في الأعمال البيئية التطوعية من خلال تدعيم وتقوية الوعي البيئي لديهم .

الإعلام البيئي :

الاعلام البيئي اصطلاحا :

عملية إنشاء ونشر الحقائق العلمية المتعلقة بالبيئة من خلال وسائل الإعلام بهدف إيجاد درجة من الوعي البيئي وصولا للتنمية المستدامة . (كافي، 2016، صفحة 82)

الفيسبوك :

الفيسبوك اصطلاحا:

الفيسبوك يعني وجه الكتاب أو كتاب الوجود ويرجع هذا الاسم إلى اسم الدليل الذي تسلمه بعض الجامعات الأمريكية لطلابها المستجدين وفيه أسماء وصور زملائهم وأصدقائهم ومعلومات مختصرة عنهم ، فهو موقع يساعد على تكوين علاقات بين المستخدمين وتمكينهم من تبادل المعلومات والملفات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو...إلخ

- الفيسبوك هو شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجارب كبير من الناس خصوصا الشباب في جميع أنحاء العالم (الزهراء و الحاج سالم، 2020، صفحة 732)

الفيسبوك اجرائيا:

هو منصة تواصل اجتماعي، يتيح لمستخدميه امكانية انشاء ملفات شخصية، ومشاركة الفيديوهات والصور، والتفاعل مع منشورات الأصدقاء، وهو المنصة التي تم اختيارها في دراستنا وبالتحديد اخترنا صفحة الجزائر الخضراء.

6-1 الدراسات السابقة :

الدراسة الأولى:

العنوان :

البيئة ومشكلاتها في الإعلام العلمي المتخصص .

من إعداد :

عمارة عبد الحليم، دراسة تحليلية وصفية في مجلة البيئة والتنمية اللبنانية في الفترة ممتدة ما بين 2012/2009 . أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال.

تدور إشكالية الدراسة حول :

كيف تناول الإعلام العلمي المتخصص مواضيع البيئة ومشكلاتها من خلال نموذج مجلة البيئة والتنمية؟

التساؤلات الفرعية كانت كالتالي :

وقد تفرعت عن هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات على النحو التالي:

-ما أكثر المشكلات البيئة ظهورا في صفحات المجلة محل دراسة؟

-ما المساحة التي شغلتها كل قضية بيئية في صفحات المجلة محل دراسة؟

-ما أكثر الفنون الصحفية المستخدمة في عرض مشكلات البيئة على صفحات المجلة محل الدراسة؟

-ما المجال الجغرافي لمشكلات البيئة في المجلة محل الدراسة؟

-ما المصدر المادة الصحفية البيئية في المجلة محل الدراسة؟

-ما هي القيم المتضمنة التي استخدمتها مجلة لعرض قضايا ومشكلات البيئية؟

-ما هي الأهداف التي تضمنتها مواضيع البيئة ومشكلاتها من خلال مجلة محل الدراسة؟

- ما وسائل الإبراز مستخدمة لعرض المشكلات البيئية في الاعلام العلمي المتخصص من خلال مجلة محل الدراسة؟

- ماهي الأطراف الفاعلة في مواضيع البيئة ومشكلاتها من خلال مجلة محل الدراسة؟

- ما اتجاه المادة الصحفية البيئية في الاعلام العلمي المتخصص محل الدراسة؟

أهداف الدراسة :

- تحديد الأبعاد والسمات الرئيسية لتشكيل الوعي البيئي في المجلة محل الدراسة وفق ما يرسمه الاعلام العلمي المتخصص في العالم.

- التعرف على المواضيع والمضامين الصحفية البيئية المتناولة من طرف المجلة محل الدراسة.

- الوقوف على حدود التطابق والتباين في الصورة التوعوية المرسومة للبيئة على وفق الدور الذي يقوم به الاعلام العلمي المتخصص في العالم في رسم الصورة واضحة لقضايا ومشكلات البيئة.

- تشخيص ميادين وقضايا الشأن العام للبيئة الذي يركز عليها الاعلام العلمي المتخصص من خلال مجلة محل الدراسة في القوالب الصحفية المستخدمة لمشكلات وقضايا البيئة وملاحق وأبعاد توعوية لكل قضية منها.

- معرفة حجم اهتمام المجلة محل الدراسة بقضايا البيئة ومشكلاتها.

نظرية الدراسة:

تمثلت في نظرية حارس البوابة.

المنهج المعتمد:

اعتمدت الدراسة على منهج التحليل المحتوى ويتم تصميم الاستمارة لتحليل المحتوى البيئي في الاعلام العلمي المتخصص.

مجتمع البحث والعينة:

اعتمد الباحث في هذه الدراسة التي تقوم على تحليل المضمون في تحديد مجتمع الدراسة على أسلوب العينة ، التي يتم سحبها من المجتمع الكلي للدراسة ، وذلك وفقا للقاعدة الأساسية التي يعتمد عليها هذا النوع من الدراسات ، والتي تقول كلما كان مجتمع الدراسة متجانسا وكانت اختيار العينة دقيق ومجتمع الدراسة كبير بحيث يصعب دراسة مفرداته بالدقة والسرعة في حدود الوقت والإمكانات المتاحة، وبالتالي

كانت الحاجة ضرورية للاعتماد على أسلوب العينة وحجمها، شريطة أن يتوفر فيها الدقة وتتساوى فرص الاختيار بالإضافة إلى جميع شروط اختيار العينة في مثل هذا النوع من الدراسات.

و يرى محجوب أن الباحث عند دراسته لمجتمعات البحث لا يستطيع أن يشمل كافة الأفراد أو المجتمع بأسره، لأن هذا يتطلب جهداً ووقتاً وتكاليف مادية كبيرة جداً، لهذا يختار الباحث عينة محددة من هذا المجتمع لدراسته .

اعتمد الباحث في دراسته هذه على استخدام الطريقة العشوائية المنتظمة، في اختيار العدد المطلوب من المجلة كعينة للدراسة ، فجاءت على مستويات وأبعاد ثابتة على اعتبار أن هذه الطريقة تناسب مع مجتمع الدراسة الذي يسوده تجانس بالإضافة إلى مراعاة البعد الزمني بين كل عدد وآخر ، تبعاً لنسبة التمثيل إلى المجتمع الأصلي للدراسة .

وكانت نتائج الدراسة كالتالي :

-اعتمدت المجلة في فئة أمراض التلوث، العناصر الطبيعية، على القيم التحذيرية بالدرجة الأولى.

-اعتمدت المجلة محل الدراسة بدرجة الأولى في استخدام أهدافها في هذه الفئة على نشر الوعي البيئي.

-اعتمدت المجلة محل الدراسة وبدرجة أولى على وسيلة التخويف .

-اعتمدت المجلة محل الدراسة في استخدام الأطراف الفاعلة على المنظمات الحكومية بالدرجة الأولى.

الدراسة الثانية :

العنوان:

التوعية البيئية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في ظل الحركات الاحتجاجية بالجزائر ،دراسة تحليلية لصفحة جمعية green bike على الفيسبوك.

من إعداد :

إيمان بوبصلة ونصر الدين غراف .

إشكالية الدراسة:

وفي ظل ما تعيشه الجزائر اليوم من تطور على الساحة السياسية ،التي تطالب بالتغيير على مختلف الأصعدة، فقد صاحب هذه الحركات مطالب لحماية البيئة، وحملات تحسيسية تدعو إلى النظافة تدعو إلى النظافة والمحافظة على هذه البيئة. وذلك من خلال طرح مجموعة من التحديات من قبل أفراد

وهيئات غير حكومية (جمعيات) على مواقع التواصل الاجتماعي، وبالتحديد على موقع الفيسبوك، تهدف هذه التحديات إلى تفعيل التوعية على سلوك فعلي من خلال القيام بالنظافة والتخلص من النفايات.

أهداف الدراسة :

- التعرف على أهم مواضيع التي يتم تداولها من قبل صفحة green bike على موقع الفيسبوك، والتي من شأنها توعية الأفراد وترشيدهم إلى اتباع أسلوب رشيد في التعامل مع البيئة في فترة الحركات الاحتجاجية.
- الوقوف على أهم الاستعمالات المستخدمة في مضامين صفحة الجمعية، لنشر التوعية البيئية في ظل الحركات الاحتجاجية لدى المستخدمين.

- تحديد الجمهور الأكثر استهدافا من مضامين التوعية البيئية عبر صفحة جمعية green bike، والتعرف على مدى استجابته وتأثره بهذه المضامين، من خلال مختلف أشكال التفاعلات (الإعجاب، المشاركة، التعليق... إلخ).

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في أنها تبحث في موضوع يحتل مكانة كبيرة، نظرا لخطورته وتداعياته على المجتمع؛ وعلى التنمية المستدامة للدول، تعد الجزائر في مقدمتها نظرا للحالة البيئية التي آلت إليها، خاصة الأماكن العمرانية والطبيعية بصفة عامة. وهذا يعود بالدرجة الأولى لغياب الوعي البيئي للأفراد، وهو ما انعكس على سلوكياتهم الفعلية تجاه البيئة. كما أنه يسلب الضوء على التعرف على كيفية استغلال وتوظيف مواقع التواصل الاجتماعي في ظل الحركات الاحتجاجية في ترشيد السلوكات البيئية من قبل مؤسسات المجتمع المدني (جمعية Green Bike).

تساؤلات الدراسة:

للإحاطة أكثر بموضوع الدراسة؛ سنقوم بطرح التساؤل الرئيس الآتي:

- كيف تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في نشر التوعية البيئية في ظل الحركات الاحتجاجية بالجزائر؟
وقد تفرع عنه مجموعة من الأسئلة الفرعية؛ تمثلت في:

- ما هي مواضيع التوعية البيئية التي تنشرها جمعية Green Bike على الفيسبوك في فترة الحركات الاحتجاجية؟

- كيف تم طرح مواضيع التوعية البيئية عبر صفحة جمعية Green Bike من حيث الشكل؟

- ما هي الاستعمالات المستخدمة في مضامين صفحة الجمعية لنشر التوعية البيئية في ظل الحركات الاحتجاجية؟

- ما هو الجمهور الأكثر استهدافا من مضامين التوعية البيئية عبر صفحة جمعية Green Bike

- ما مدى استجابة المستخدمين لمضامين التوعية البيئية التي تنشرها جمعية Green Bike من خلال أشكال التفاعل معها؟

منهج الدراسة:

المنهج الوصفي التحليلي.

النتائج يمكن إيجاز أهمها فيما يلي:

_ يعد موقع الفيسبوك من بين أهم وأشهر مواقع التواصل الاجتماعي التي يمكن الاعتماد عليها ، وتوظيفها في نشر التوعية البيئية، نظرا لكثرة مستخدميه. وهذا ما تؤكدته الباحثة كحل فتيحة في دراستها الإعلام الجديد وتشكيل الوعي البيئي بأن موقع الفيسبوك يحتل الرتبة الأولى من حيث الاستخدام لدى المبحوثين، يليه موقع اليوتيوب في الرتبة الثانية ، ثم موقع تويتر، وأخيرا ؛ كل من ماي سبايس وفليكر، وحسب 74.19% من المبحوثين أكدوا بأن موقع الفيسبوك يساهم في نشر الوعي البيئي.

_ تعد مواضيع حملات التوعية والنظافة من أهم المواضيع التي تنشرها جمعية Green Bike على صفحتها على موقع الفيسبوك، وذلك في شكل تحديات. كما تُركز الجمعية أيضا على تقديم أمثلة حية عن أفكار مجسدة لحملات عالمية ودولية ، وكذلك حملات محلية متزامنة مع فترة الحركة الاحتجاجية.

_ يوظف القائمون على صفحة جمعية Green Bike على موقع الفيسبوك خاصية دمج الوسائط المتعددة، حيث تم طرح مواضيع التوعية البيئية في شكل صور وكتابة وفيديوهات (بث مباشر).

_ يستخدم القائمون على صفحة جمعية Green Bike على الفيسبوك كل من الاستعمالات العقلية والعاطفية في تقديم المضامين لنشر التوعية البيئية؛ في ظل الأحداث التي تعيشها البلاد في الفترة الأخيرة (الحركة الاحتجاجية).

_ يستهدف القائمون على صفحة جمعية Green Bike على الفيسبوك من خلال منشوراتهم كافة أفراد المجتمع بمختلف فئاته، كما تستهدف منشورات الجمعية أيضًا جماهير معينة كالنساء والأطفال والطلبة، وأعضاء الجمعية. إضافة إلى بعض الشخصيات ذات التأثير الاجتماعي (رياضيين وفنانين تشكيليين).

تتنوع أشكال تفاعل مستخدمي صفحة جمعية Green Bike مع مواضيع التوعية البيئية، بين ردود أفعال وتعليقات تتراوح بين السلب والإيجاب، بناءً على ما يتم نشره من مشاكل بيئية وسلوكيات إيجابية؛ مصاحبة للاحتجاجات (حملات التنظيف والتوعية، القيام بالتنظيف بعد التظاهر)، إضافة إلى مشاركة المنشورات.

7-1 جوانب الاستفادة من الدراسات السابقة :

نظرا لعدم توفر دراسات تعالج نفس الموضوع قمنا بالاستعانة بدراسات مشابهة لموضوعنا واستفدنا منها فيما يلي :

- تحديد مشكلة الدراسة وصياغة التساؤلات.
- تحديد أهمية الدراسة وأهدافها .
- الاستفادة من طريقة التحليل وتحديد الفئات.
- الاستفادة من النظرية المستخدمة .
- الاستفادة من عينة الدراسة .

2/الاجراءات المنهجية للدراسة :

1-2 تحديد نوع الدراسة ومنهجها:

نوع الدراسة :

بما أن دراستنا تتمحور حول العمل البيئي التطوعي من خلال صفحة الجزائر الخضراء، فهي تندرج ضمن الدراسات الوصفية التحليلية، كونها تقوم بتحليل المحتوى الصفحة محل الدراسة .

المنهج المستخدم:

يعتبر المنهج ضروريا في أي بحث علمي لأنه الطريق الذي يستعين به الباحث ويتبعه في كل مراحل دراسته بهدف الوصول الى نتائج علمية ولذلك فقد اعتمدنا في دراستنا على منهج المسحي .

المنهج المسحي :

وهو المنهج الأكثر استخداما في البحوث العلمية الكمية في نختلف المعارف والموضوعات، وهو عبارة عن منهج وصفي، يعتمد عليه الباحثون في الحصول على بيانات ومعلومات وافية ودقيقة، تصور الواقع الاجتماعي والحياتي، والذي يؤثر في كافة الأنشطة الإدارية، والاقتصادية، والتربوية والثقافية،

والسياسية، والعلمية . وتسهم تلك البيانات والمعلومات في تحليل الظواهر . (آخرون، 2009، صفحة 187)

2-2- تحديد مجتمع البحث والعينة:

مجتمع البحث :

لا يمكن للباحث في دراسته قبل التعرف بصورة جيدة، على مجتمع بحثه وتعتبر مرحلة تحديد مجتمع الدراسة مرحلة مهمة، حيث تسمح بتحديد نوع العينة، وجمع المعطيات والمعلومات من أفرادها، وذلك عن طريق استخدام الأدوات البحثية المناسبة .

ان المقصود بمجتمع البحث هو جميع الوحدات المستهدفة من البحث مباشرة او من خلال تعميم او توسيع النتائج، أي هو كل الوحدات البشرية او غير البشرية الفردية. (دليو، 2024، صفحة 178)

المجتمع الكلي: الصفحات الفايبيوكية التي تهتم بموضوع العمل البيئي التطوعي.

المجتمع المتاح: صفحة الجزائر الخضراء.

العينة وأسلوب اختيارها:

يتم اختيار العينة عادة وفق اسس واساليب علمية متعارف عليها، حيث تعرف العينة على انها عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة، يتم اختيارها بطريقة معينة واجراء الدراسة عليها، ومن ثم استخدام تلك النتائج، وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الاصيلي. (عبيدات، محمد، و عقلة، 1999، صفحة 98)

وفي دراستنا هذه ارتأينا استخدام العينة العشوائية المنتظمة:

وهي شكل من أشكال العينة العشوائية، يتم اختيارها في حالة تجانس المجتمع الاصيلي، فهذه العينة تسمى منتظمة لأننا اخترنا مسافة ثابتة منتظمة، بين كل رقم والرقم الذي يليه . (ذوقان عبيدات ، 2015، صفحة 101)

أما عن اختيارنا للعينة العشوائية المنتظمة، جاء نتيجة لعدة اعتبارات كونها ملائمة لدراستنا، كما انها ساعدتنا في ضبط الأعداد التي سيتم استخدام تحليل المحتوى في تحليل مضامينها، الى غاية وصولنا الى ضبط العينة، وهذه أهم الخطوات التي قمنا بها.

أولا الفترة المتاحة كانت من 1 ديسمبر 2023 الى غاية 31 ديسمبر 2024 فكان مجموع المنشورات هو 1551 منشور.

بعدها تم اختيار نسبة العينة، وهي 7%، وبتطبيق قاعدة حجم العينة كانت النتيجة 108 منشور، وهي العينة المعنية بالدراسة.

قمنا بحساب المدى بقسمة حجم العينة فكانت النتيجة هي 14 والجدول يوضح ما قمنا به:

حجم العينة	حجم العينة X نسبة العينة	$108 = \frac{10,857}{100} = \frac{7 \times 1551}{100}$
طول المدى	حجم المجتمع حجم العينة	$14 = \frac{1551}{108}$

الجدول رقم (01) يمثل اختيار العينة.

أما الجدول رقم (02) يبين عدد المنشورات التي ظهر بها موضوع العمل البيئي التطوعي من صفحة الجزائر الخضراء على منصة الفايسبوك، كما يبرز تاريخ وسنة صدور المنشورات والتي كانت محور عينتنا في هذه الدراسة:

المنشور	التاريخ
.1	31 ديسمبر 2024
.2	24 ديسمبر 2024
.3	19 ديسمبر 2024
.4	15 ديسمبر 2024
.5	10 ديسمبر 2024
.6	05 ديسمبر 2024
.7	01 ديسمبر 2024
.8	26 نوفمبر 2024
.9	22 نوفمبر 2024
.10	18 نوفمبر 2024

13 نوفمبر 2024	.11
10 نوفمبر 2024	.12
06 نوفمبر 2024	.13
02 نوفمبر 2024	.14
29 أكتوبر 2024	.15
25 أكتوبر 2024	.16
20 أكتوبر 2024	.17
16 أكتوبر 2024	.18
12 أكتوبر 2024	.19
09 أكتوبر 2024	.20
05 أكتوبر 2024	.21
30 سبتمبر 2024	.22
26 سبتمبر 2025	.23
21 سبتمبر 2024	.24
17 سبتمبر 2024	.25
13 سبتمبر 2024	.26
09 سبتمبر 2024	.27
04 سبتمبر 2024	.28
31 أوت 2024	.29
25 أوت 2024	.30
19 أوت 2024	.31
15 أوت 2024	.32
08 أوت 2024	.33
04 أوت 2024	.34
29 جويلية 2024	.35
25 جويلية 2024	.36

21 جويلية 2024	.37
16 جويلية 2024	.38
12 جويلية 2024	.39
07 جويلية 2024	.40
02 جويلية 2024	.41
27 جوان 2024	.42
24 جوان 2024	.43
20 جوان 2024	.44
15 جوان 2024	.45
11 جوان 2024	.46
06 جوان 2024	.47
02 جوان 2024	.48
30 ماي 2024	.49
25 ماي 2024	.50
22 ماي 2024	.51
18 ماي 2024	.52
14 ماي 2024	.53
10 ماي 2024	.54
05 ماي 2024	.55
02 ماي 2024	.56
29 أفريل 2024	.57
25 أفريل 2024	.58
22 أفريل 2024	.59
18 أفريل 2024	.60
15 أفريل 2024	.61
10 أفريل 2024	.62

06 أبريل 2024	.63
02 أبريل 2024	.64
30 مارس 2024	.65
26 مارس 2024	.66
17 مارس 2024	.67
12 مارس 2024	.68
13 مارس 2024	.69
10 مارس 2024	.70
07 مارس 2024	.71
04 مارس 2024	.72
01 مارس 2024	.73
27 فيفري 2024	.74
25 فيفري 2024	.75
22 فيفري 2024	.76
19 فيفري 2024	.77
17 فيفري 2024	.78
15 فيفري 2024	.79
12 فيفري 2024	.80
10 فيفري 2024	.81
07 فيفري 2024	.82
05 فيفري 2024	.83
02 فيفري 2024	.84
30 جانفي 2024	.85
28 جانفي 2024	.86
25 جانفي 2024	.87
22 جانفي 2024	.88

20 جانفي 2024	.89
18 جانفي 2024	.90
16 جانفي 2024	.91
13 جانفي 2024	.92
10 جانفي 2024	.93
08 جانفي 2024	.94
07 جانفي 2024	.95
05 جانفي 2024	.96
03 جانفي 2024	.97
01 جانفي 2024	.98
29 ديسمبر 2023	.99
27 ديسمبر 2023	.100
25 ديسمبر 2023	.101
23 ديسمبر 2023	.102
20 ديسمبر 2023	.103
18 ديسمبر 2023	.104
16 ديسمبر 2023	.105
14 ديسمبر 2023	.106
12 ديسمبر 2023	.107
10 ديسمبر 2023	.108

3_2 مجالات الدراسة:

- المجال المكاني : المقصود منه المكان الذي أجرينا عليه الدراسة، ويتمثل المجال المكاني لهذه الدراسة في منصة فيسبوك، باعتبارها الوسيلة الأساسية التي تم اعتمادها لتحليل منشورات صفحة "الجزائر خضراء"، والتي تمثل إحدى أبرز الأعمال الخيرية في مجال العمل البيئي التطوعي بالجزائر. وقد تم

التركيز على منشورات هذه الصفحة تحديداً، لكونها من أبرز الفضاءات الافتراضية التي تروج لقيم التشجير والعمل البيئي، ما يجعلها ميداناً مناسباً لفحص التناول الإعلامي لهذا النوع من المبادرات التطوعية عبر منصات التواصل الاجتماعي.

- **المجال الزمني :** والمقصود به تحديد الفترة الزمنية من بداية الدراسة الى نهايتها، تم إنجاز هذه الدراسة التحليلية في الفترة الممتدة من أكتوبر 2024 إلى ماي 2025، حيث خصص هذا الإطار الزمني لجمع البيانات من الصفحة محل الدراسة، وتحليل منشوراتها وفق خطوات منهجية دقيقة، لتسليط الضوء على طبيعة دراسة المحتوى لقضية التطوع البيئي على شبكات التواصل الاجتماعي، وبالأخص منصة فيسبوك..
- **التعريف بصفحة الجزائر الخضراء:**

هي صفحة غير رسمية تم إنشائها في 1 أوت 2022 م، متاحة على جميع منصات التواصل الاجتماعي، وخاصة منصة الفايسبوك، ولها 2,3 مليون متابع وهي مشروع وطني لمبادرة أمام كل بيت شجرة، هدفها التشجيع على التشجير، وتوعية الشباب بثقافة غرس الأشجار، وتضم منشوراتها العديد من الصور، والفيديوهات عن التشجير، وغرس الأشجار، وأهم المناطق التي تمت فيها عمليات غرس الأشجار.

صورة الصفحة	رابط الصفحة	التعريف بالصفحة	المتفاعلون مع الصفحة	مدة التحليل
	https://www.facebook.com/Greenest.Algeria?mibextid=wwXlfr&mibextid=wwXlfr	التعريف بالعمل البيئي وتعزيز الوعي البيئي لدى الصفحة وتبيان أهمية غرس الأشجار.	يبلغ عدد متابعي الصفحة 2.5 مليون متابع	كانت مدة التحليل من 31 ديسمبر 2024 إلى غاية 01 ديسمبر 2023

جدول يوضح بيانات تعريفية بالصفحة محل الدراسة

4-2 أدوات جمع البيانات:

لأدوات البحث دور هام في جمع المعلومات والبيانات، بحيث تقاس القيمة العلمية لأي بحث بالنتائج التي توصل إليها، وفق خطوات المنهج العلمي المستخدم في البحث، وأيضا بالوسائل والأدوات التي تم استخدامها في جمع البيانات، واعتمدنا في دراستنا على أداة تحليل المحتوى ويعرفها هولستي على أنها أسلوب بحثي يرمى للخروج باستدلالات عن طريق تشخيص صفات محددة للرسائل تشخيصا موضوعيا منظما. (طعيمة، 2004، صفحة 70)

ويعرف أيضا على أنه " طريقة تقدم وصفا موضوعيا منهجيا وكميا للمحتوى الظاهر لوسائل الاتصال" . (داود، صفحة 22)

فئات التحليل :

فئات الشكل (كيف قيل ؟): تلك الفئات التي تصف المحتوى الشكلي محل الدراسة ويتوقف شكل تحديد المادة الإعلامية على تساؤل الدراسة وأهدافها وتم الاعتماد على الفئات التالية :

فئة المادة المستخدمة :

و يقصد بها نوع المنشورات التي تصاغ وفقها مضامين صفحة الجزائر الخضراء

وكذا الكشف عن الوسائل المتعددة المرفقة لهذه المضامين فيما إذا كانت نص ، صور ، فيديوهات ... إلخ (غضبان، صفحة 591)

-فئة اللغة المستخدمة :

و يقصد بها تلك الفئة التي تعبر عن اللغة المستخدمة في مضامين صفحة الجزائر الخضراء، وتهدف إلى التعرف على النمط اللغوي (العربية الفصحى، العامية، الأجنبية، المزيج بين العربية والفصحى).

فئة الاساليب الإقناعية :

ويقصد بها الأساليب اعتمدها صاحب صفحة الجزائر الخضراء للوصول الى متابعيه واقناعهم وتشمل الحجج والبراهين أو أرقام واحصاءات ... إلخ ..

فئة التفاعل :

والمقصود بها مدى نسبة التفاعل، في الصفحة محل الدراسة، إما بالإعجاب، أو التعليق، أو المشاركة .

فئات المضمون (ماذا قيل ؟): وهي الفئة المتعلقة بمعرفة وتحليل المحتوى الإعلامي من حيث المضمون

واعتمدنا في دراستنا على الفئات التالية :

فئة الجمهور المستهدف :

وتهدف هذه الفئة إلى معرفة طبيعة الجمهور الذي يريد القائم بالاتصال الوصول إليه في صفحة الجزائر الخضراء (تمار، 2007، صفحة 75)

فئة القيم المستخدمة :

تهدف للتعرف على القيم السائدة في صفحة الجزائر الخضراء والتي يسعى صاحب الصفحة إلى تحقيقها . (جلولي، صفحة 35)

فئة الأهداف المستخدمة :

تهدف هذه الفئة للبحث عن مختلف الأهداف التي يريد صاحب الصفحة إبلاغها أو الوصول إليها . (تمار، 2007، صفحة 70)

فئة الفاعلين :

ونقصد بها مختلف الفاعلين والمحركين المتعاونين الأساسيين في منشورات الصفحة .

فئة المواضيع:

وهي الفئة التي تسمح بمعرفة نوع المواضيع التي تهدف صفحة الجزائر الخضراء لتعزيزها .

صدق وثبات الإستمارة

يقصد بصدق التحليل وثباتها مدى صلاحية إستمارة تحليل المحتوى ودليلها لدراسة المضمون المراد تحليله (تمار، 2007، صفحة 96) وعليه إعتدنا عرض دليل الإستمارة على محكمين متخصصين في علوم الإعلام والإتصال، حيث طلبنا منهم تقييم مدى مناسبة الفئات المختارة وشموليتها ودقتها في تمثيل أهداف الدراسة في منشورات صفحة الجزائر الخضراء من خلال منصة الفيسبوك وقد تم أخذ ملاحظاتهم بعين الإعتبار وإجراء التعديلات اللازمة على بعض الفئات و الأخذ بأغلب ماأبدوه من ملاحظات حولها ووضعها في شكلها النهائي(أنظرالملحق) ، مما يمنح الأداة صدقها.

الدكتورة سهيلة دهماني أستاذة محاضرة أ (جامعة خنشلة)

الدكتور جمال قواس أستاذ محاضر أ (جامعة خنشلة)

وحدات التحليل:

اعتمدنا في دراستنا على وحدتين للتحليل هما :

- الكلمة: تعد الكلمة من أصغر مقاطع النصوص، وقد تخص كل كلمات المحتوى بحسابها وتصنيفها حسب طبيعتها أو وظيفتها في النص. (تمار، تحليل المحتوى للباحثين و الطلبة الجامعيين، 2007، صفحة 84)
- الفكرة (الموضوع): هي عبارة عن جملة أو عبارة تتضمن الفكرة التي يدور حولها موضوع التحليل. (تمار، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين ، 2007، صفحة 86)

3-المقاربة النظرية للدراسة-نظرية التأطير الإعلامي :

3-1 نشأة نظرية التأطير الإعلامي:

تبلورت نظرية الأطر الإعلامية على يد عالم الاجتماع (Erving Goffman) عام 1974م، الذي طور مفهوم البناء الاجتماعي والتفاعل الرمزي، من خلال مناقشته قدرة الأفراد على تكوين مخزون من الخبرات، ويُحرك مدركاتهم ويحثهم على حسن استخدام خبراتهم الشخصية، وذلك عن طريق أطر إعلامية مناسبة، تضيف على المضمون معنى ومغزى. وحدد بدقة مصطلح الأطر والإجراءات المتبعة في هذا النوع من التحليل، وذلك في كتابه تحليل الأطر "Framing Analysis"، وأشار (Goffman) في هذا الكتاب إلى أن الإطار هو "العمليات التي يقوم بها الإنسان في تصنيف وتنظيم وتفسير الواقع، والتي تسهل عملية فهم المعلومات ووضع الأحداث في سياقها، ومثلت فترة الثمانينيات من القرن العشرين بداية التشكيل الحقيقي لملامح هذا المدخل النظري الجديد، الذي له علاقة قوية بمفاهيم التفاعل الرمزي والواقع الاجتماعي، فقد أفادت دراسات وإسهامات (Entman) باحثي الأطر الإعلامية، تحديد دراستين أولاهما عام 1993م، والتي أظهرت دور الأيديولوجيات وأثرها في عملية التأطير، وذلك عندما قارن بين أطر حادثي سقوط طائرتي ركاب كوريا الجنوبية وإيران، وثانيهما عام 2003م، حيث تناول فيها أثر أحداث 11 سبتمبر 2001م، في النظرة للحرب على الإرهاب وقدم نموذج المعروف باسم الشلال، كما تعد جهود (Scheufele) إضافة لتطور نظرية الأطر الإعلامية، خاصة دراسته عام 1999م التي أبرزت جوانب عملية التأطير كعملية موازية لعملية وضع الأجندة، خاصة جانبي وضع الإطار وبنائه. وتفترض البحوث الخاصة بالأطر الإعلامية فرضاً علمياً، وهو أن تركيز وسائل الإعلام في رسائلها على جوانب بعينها في القضية دون غيرها من الجوانب، أي تحديدها لأطر خبرية بعينها، يؤدي ذلك بدوره إلى وجود معايير مختلفة يستخدمها

أفراد الجمهور عندما يفكرون في هذه القضية ويشكلون آرائهم بشأنها، وفي هذا الإطار فإن تأثير الأطر الإعلامية على الاتجاهات السياسية للجمهور يتم من خلال مستويين :

- **المستوى الأول :** ويهتم بقياس المحتوى غير الظاهر لوسائل الإعلام، أو ما يعرف بالمحتوى الضمني، ويعتبر هذا الأسلوب أن التأطير يقدم وصفاً للعملية التي يدرك من خلالها الفرد المعلومات المقدمة، وينظمها وفقاً لإطاره المرجعي ورؤيته للعالم المحيط.
- **المستوى الثاني :** ويهتم بقياس أطر وسائل الإعلام، وهو المستوى المؤثر في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو القضية موضع الدراسة، حيث إن وسائل الإعلام من خلال تركيزها على جوانب معينة تحدد لنفسها أطراً إعلامية تستطيع في النهاية أن تؤثر على تشكيل معايير الجمهور بشأن القضايا، الأمر الذي ينعكس على تحديد آراء واتجاهات الجماهير نحو القضايا. (حسونة، 2015، الصفحات 24,25)

2-3 تعريف التأطير الإعلامي:

الإطار الإعلامي لقضية ما، يعني انتقاء معتمد لبعض جوانب الحدث أو القضية، وجعلها أكثر بروزاً في النص الإعلامي، ويشير Robert Entman إلى إمكانية تناول الأطر الإعلامية، وفق مستويين أساسيين: يتعلق المستوى الأول بتحديد مرجعية، تساعد في عملية تمثيل المعلومات واسترجاعها من الذاكرة، مثل استخدام إطار الحرب الباردة في المجتمع الأمريكي للتمييز بين الأصدقاء والأعداء في الشؤون الخارجية، ويتعلق المستوى الثاني: بوصف السمات التي تمثل محور الاهتمام في النص الإعلامي، من خلال التكرار والتدعيم يتم إبراز بعينة، ينطوي على تفسيرات محددة، تصبح بدورها أكثر قابلية للإدراك، والتذكر من جانب الجمهور الذي يتعرض باستمرار لتلك الوسيلة الإعلامية. (شهير، 2021، صفحة 28)

3-3 فروض نظرية تحليل التأطير الإعلامي :

أظهرت الإسهامات النظرية والتطبيقية لهذه النظرية العديد من إيجابياتها التي تتمثل أهمها فيما يلي :

- تقدم نظرية الأطر تفسيراً منتظماً لدور وسائل الإعلام، في تقديم الأطر المرجعية التي تساعد الجمهور في تقويمه وتفسيره للمحتوى الإعلامي، من خلال التأثيرات المختلفة في اتجاهات ومعارف مفرداته.

- أنها تركز الانتباه على مكانة ودور الأفراد في عملية الاتصال.

- أنها بالرغم من كونها نظرية تصلح للمستوى الجزئي، إلا أنه من الممكن تطبيقها بسهولة على قضايا وتأثيرات كلية.
- اتصافها بالمرونة.

• اتساقها مع النتائج الراهنة لعلم النفس المعرفي . (حسونة، 2015، صفحة 39)

4-3 انتقادات نظرية التأطير الاعلامي :

بالرغم من الايجابيات السابقة فإن نظرية تحليل الإطار الإعلامي بعض السلبيات الموجهة إليها، وهي:

- ينتقد كل من (severin & tankard) نظرية الأطر، وجوهر نقدهما أن أطر وسائل الإعلام تؤدي لتأثيرات معرفية ووجدانية متحيزة، نظرا لافتقار التغطية الإعلامية لأهم معايير الموضوعية، بعدم تقديمها جميع الأطر المعنية بالمحتوى الإعلامي الذي تقدمه هذه الوسائل .
- فيما يبدي كل من (baran & davis) بعض الانتقادات الموجهة لنظرية الأطر، وتمثل في :
-افتقار القدرة على تحديد ظهور أو غياب التأثيرات بشكل حاسم .

-عدم الاستطاعة في تقديم تفسيرات سببية لتأثيرات الأطر نظرا لاعتمادها على أساليب بحثية كيفية.
-تفترض أن الجمهور يرتكب أخطاء متكررة خلال عملية التأطير تحد من قدراتهم .

- كما حدد كل من (roefs & carragee) بعض الانتقادات لتلك النظرية وتمثلت في :

-تركيز الدراسات التي تناولت الأطر على المتغيرات الخاصة بمفرداته، وتجاهل دور متغيرات أخرى كالقوى السياسية والاجتماعية التي تحكم هذه التأثيرات.

-قلة دراسات الأطر التي أجريت داخل سياقات اجتماعية أعم.

-قلة الدراسات التي عنيت بتأثير وسائل الإعلام بالدراسات التحليلية . (حسونة، 2015، صفحة 40)

5-3 أهداف نظرية التأطير الاعلامي :

إن بحوث الأطر الخبرية ترتبط بمجموعة من الأهداف الاساسية التي تدور حول المفهوم الرئيسي لهذه النظرية، والمتمثل في الاطار "Frame" بالإضافة إلى مفهوم تأثير الإطار "Framing Effect" وتتحدد هذه الأهداف فيما يلي :

- استخلاص ووصف المضمون الخطابي لوحدة نصية معينة ويوصف هذا الاستخلاص بالإطار.
- شرح وتفسير أولويات ترتيب أو تنظيم المعلومات والسياقات السياسية التي يتم تركيب الأطر الإعلامية النصية على ضوءها.
- تحديد الطريقة التي تتفاعل بها الأطر الإعلامية مع المعلومات الأولية أو البناء المعرفي للأفراد بصورة تدفعهم إلى تفسير واستدعاء المعلومات من الذاكرة بالشكل الذي يتناغم مع الإطار.
- تحديد الكمية التي تؤثر بها الأطر الإعلامية في العمليات على المستوى الاجتماعي أو ما يرتبط بالرأي العام أو المناظرات حول القضايا السياسية. (بوشيبان، 2019، صفحة 47)

6-3 وظائف نظرية التأطير الإعلامي:

وضع "انتمان Entmen" عام 1993 أربعة وظائف أساسية للأطر الإعلامية تتمثل فيما يلي:

- تعريف المشكلات ومعرفة الأسباب الكامنة وراءها وحجم المكاسب والخسائر وتقاس من خلال القيم الثقافية العامة.
- تقوم الأطر بتشخيص الأسباب وتحديد القوى الفاعلة التي تسبب المشكلة.
- تشير الأطر إلى التقييمات الأخلاقية لتلك العوامل وتأثيراتها.
- تقترح الأطر الإعلامية حلولاً للقضايا ومحاولة علاجها. (بوشيبان، 2019، صفحة 48)

7-3 توظيف نظرية التأطير الإعلامي :

تعتبر النظرية ركيزة أساسية في البحث العلمي، إذ أنه من الواجب أن يكون هناك قدر من الملائمة بين النظرية المتبناة في البحث العلمي وموضوع الدراسة، حيث يسترشد بها الباحث كونها إطاراً محدداً، يتم ضمنه صياغة إشكالية البحث وتساؤلاتها إلخ.

وعلى هذا الأساس تم اختيار نظرية التأطير الإعلامي، والتي تعد من الأدوات الفعالة في تعزيز العمل البيئي التطوعي، حيث تسهم في تشكيل كيفية إدراك الجمهور للقضايا البيئية، وأهمية المشاركة فيها، وتلعب نظرية التأطير دوراً محورياً، في تدعيم العمل البيئي التطوعي، الذي برز في صفحة الجزائر الخضراء، من خلال زيادة الوعي، وتغيير السلوك، بالإضافة إلى استراتيجيات التأطير المدروسة، كما أن التأطير الفعال يساعد في إبراز الفوائد الشخصية، والاجتماعية للعمل التطوعي، مما يخلق شعوراً بالمسؤولية المشتركة تجاه البيئة .

الفصل الثاني

العمل البيئي التطوعي من خلال منصة الفايسبوك

1/البيئة:

- 1-1 مفهوم البيئة
- 2-1 مكونات وأقسام البيئة
- 3-1 جوانب الوعي البيئي وأبعاده
- 4-1 خصائص الوعي البيئي
- 5-1 أهداف التربية البيئية
- 6-1 خصائص وسمات التربية البيئية
- 7-1 أهمية الإعلام وأساليبه في تشكيل الوعي البيئي
- 8-1 خصائص الإعلام البيئي
- 9-1 أهداف الإعلام البيئي
- 10-1 آليات تعزيز الإعلام البيئي

2/العمل التطوعي:

- 1-2 مفهوم العمل التطوعي
- 2-2 أهمية العمل التطوعي
- 3-2 أهداف العمل التطوعي
- 4-2 فوائد العمل التطوعي
- 5-2 مجالات العمل التطوعي
- 6-2 العمل التطوعي وأثره في خدمة المجتمع والوطن
- 7-2 العلاقة بين العمل التطوعي وقيم المواطنة
- 8-2 دور وسائل الاعلام في تنمية مفهوم العمل التطوعي.

1/البيئة:

1-1 مفهوم البيئة :

يعنى بها اصطلاحا بوجه عام، الوسط أو المجال ذي أبعاد مختلفة، الذي يعيش فيه الإنسان مؤثرا فيه ومتأثرا به ، ويعنى بمصطلح البيئة لدى مجلس الدولة الفرنسي: مجموعة في وقت معين، من العناصر الفيزيائية، والكيميائية، والبيولوجية، وكذا العوامل الاجتماعية، التي يمكن أن يكون لها أثر مباشر أو غير مباشر، أي على مدى معين، على الكائنات الحية والأنشطة الإنسانية. (بودور، 2022، صفحة 541)

2-1 مكونات البيئة :

حسب تأكيد مؤتمر ستوكهولم عام 1972م، الذي يؤكد على أن البيئة هي كل شيء يحيط بالإنسان، فيمكن تقسيم البيئة من خلال مفهومها الشامل، ومن حيث أن الإنسان يعيش فيها مؤثرا ومتأثرا إلى قسمين متميزين هما:

● البيئة الطبيعية :

ويقصد بها كل ما يحيط بالإنسان من ظواهر حية وغير حية، وليس للإنسان أي أثر في وجودها، وتتمثل هذه الظواهر أو المعطيات البيئية في البنية التحتية، والتضاريس، والمناخ، والتربة، والنباتات، والحيوانات، ولا شك أن البيئة الطبيعية هذه تختلف من منطقة إلى أخرى، تبعا لنوعية المعطيات المكونة لها.

● البيئة البشرية :

ويقصد بها الإنسان وإنجازاته التي أوجدها داخل بيئته الطبيعية، بحيث أصبحت هذه المعطيات البشرية المتباينة مجالاً لتقسيم البشرية إلى أنماط وأنواع مختلفة. (سمر، 2010، صفحة 16)

مكونات أو أقسام أخرى حسب تقسيم rau weoten قسم البيئة إلى أربعة أقسام :

● البيئة الطبيعية:

الأرض، الظروف المناخية، النبات والحيوان موارد الطاقة المجاري المائية، بالإضافة إلى مستويات التلوث الطبيعية ومصادرها المختلفة وعلاقتها بالحياة.

• البيئة الاجتماعية:

وتشمل الخصائص الاجتماعية للمجتمع وحجمه وتوزيعه، علاوة على الخدمات الاجتماعية (النقل - الثقافة - السياسة - الصحة). وكذا التوقعات الاجتماعية وأنماط التنظيم الاجتماعي وجميع مظاهر المجتمع الأخرى، وبوجه عام، تتضمن البيئة الاجتماعية أنماط العلاقات الاجتماعية القائمة بين الأفراد والجماعات التي ينقسم إليها المجتمع، تلك الأنماط التي تؤلف النظم الاجتماعية والجماعات في المجتمعات المختلفة.

• البيئة الاقتصادية:

وتشتمل على الأنشطة الاقتصادية المختلفة، عناصر الإنتاج المختلفة مثل: رأس المال والتكنولوجيا والعمالة والأرض، وما يترتب على ذلك من دخول قومية وفردية تؤثر على الرفاهية الاقتصادية.

• البيئة الثقافية:

ويعني بها الوسط الذي خلقه الإنسان لنفسه بما فيه من منتجات مادية وغير مادية من أجل السيطرة على بيئته الطبيعية، وخلق الظروف الملائمة لوجوده. وعليه فإن البيئة الثقافية تتضمن الأنماط الظاهرة والباطنة للسلوك المكتسب عن طريق الرموز، الذي يتكون في مجتمع معين من علوم ومعتقدات وفنون وقوانين وعادات وغير ذلك. (شاهد و عبد النعيم، 2016، صفحة 56)

3-1 جوانب الوعي البيئي وأبعاده:

لوعي البيئي ثلاث جوانب، وهي:

- التعليم البيئي: يقصد به إعداد مجموعة من الكوادر المؤهلة للتعامل مع المشكلات والقضايا البيئية المختلفة، من خلال إتباع الأساليب العلمية المتطورة.
- الثقافة البيئية: يقصد بها تبني وعي أو رأي عام حيث يكون الفرد على دراية كاملة بقضايا البيئة على المستويين المحلي والعالمي، ويمكن نشر الثقافة البيئية عن طريق الندوات والمؤتمرات، والمعارض، ومن خلال الكتيبات والنشرات التوعوية، وإنشاء الجمعيات البيئية، وجماعات أصدقاء البيئة في المدارس.
- الإعلام البيئي: حيث تلعب وسائل الإعلام بكافة أشكالها وصورها وأساليبها دورا مهما في توعية الأفراد بالقضايا والمشكلات البيئية الملحة، ويتم ذلك من خلال تنوع أسلوب طرح تلك القضايا

والمشكلات البيئية ليتناسب مع كافة المستويات، وفي توجيه اهتمامه لقضايا معينة، حيث أن أي قضية لا تتعرض لها وسائل الإعلام لا يمكن أن تجد صدى لها بين الأفراد. (العاظمي، الصفحات 366,365)

للعلمي البيئي أبعاد وهي :

- تيسير المعرفة البيئية وكشف الحقائق المتصلة بالمشاكل البيئية وخطورتها .
 - تكوين اتجاهات إيجابية نحو البيئية ،ويمكن تعريف الاتجاه البيئي بأنه الموقف الذي يتخذه الفرد إزاء بيئته ،من حيث استشعاره لمشكلاتها واستعداده للمساهمة في حل هذه المشكلات .
 - المشاركة الإيجابية بتبني سلوكيات تؤدي إلى الإقلال من الأخطار التي تتعرض لها البيئة.
- (الجبور، الإعلام البيئي ، 2011، صفحة 119)

4-1 خصائص الوعي البيئي :

ويتسم الوعي البيئي بخصائص معينة يمكن تلخيصها في النقاط الآتية:

- إن تكوين الوعي البيئي وتنميته لا يتطلب بالضرورة تربية بيئية نظامية، لأن البيئة المحيطة بالفرد لها أثرها الفعال في ذلك .
- الوعي البيئي يتضمن تلازم جانبيين الجانب المعرفي والجانب الوجداني، فبالرغم من أن الوعي البيئي يتصل بالجانب الوجداني، إلا أنه مشبع بالنواحي المعرفية المختلفة.
- الوعي البيئي لا يتضمن سلوكا إيجابيا نحو البيئة في كل الظروف، إذ أن هناك الكثير من الأفراد على وعي تام بالأخطار والمشكلات البيئية، إلا أنهم لا يتخذون إزائها سلوكيات إيجابية.
- الوعي البيئي هو الخطوة الأولى في تكوين الاتجاهات البيئية التي تتحكم في سلوك الفرد .
- الوعي البيئي وظيفة تنبؤية لما يمكن أن يصدر عن سلوك الفرد تجاه البيئة مستقبلا. (وهابي، صفحة 7)

5-1 أهداف التربية البيئية :

ويمكن تلخيص أهداف التربية البيئية في النقاط التالية:

_الوعي: مساعدة الأفراد في اكتساب الحساسية والوعي للبيئة الكلية ومشكلاتها .

_المعرفة: مساعدة الأفراد للحصول على تجارب متنوعة في البيئة واكتساب تفهم أساسي للبيئة ومشكلاتها.

_الاتجاهات: مساعدة الأفراد والمجموعات الاجتماعية لاكتساب المعرفة الضرورية لصنع القرار وحل المشكلات، مما يسمح لهم المساهمة بوصفهم مواطنين مسؤولين في تخطيط وإدارة مجتمع ديمقراطي. (سعيد و حياة، 2021، صفحة 35)

6-1: خصائص وسمات التربية البيئية:

يرى الدكتور حسان محمد مازن أن خصائص التربية البيئية تبرز في النقاط التالية:

_التربية البيئية تتجه عادة لحل مشكلات محددة للبيئة البشرية عن طريق مساعدة الناس.

_التربية البيئية تسعى لتوضيح المشكلات البيئية المعقدة وتؤمن تضافر المعرفة لتفسيرها.

_التربية البيئية تأخذ بمنهج جامع لعدة فروع علمية في تناول مشكلات البيئية.

_تسعى بحكم طبيعتها ووظيفتها لتوجيه شتى قطاعات المجتمع ببذل جهودها بما تملك من وسائل لفهم البيئة وترشيد إدارتها وتحسينها. (سعيد و حياة، 2021، صفحة 36)

7-1 أهمية الإعلام وأساليبه في تشكيل الوعي البيئي:

لم يعد الحديث عن البيئة ترفاً اجتماعياً ومجالاً في مؤخرة سلسلة اهتمامات المواطن أو السلطة، فتأثير الإنسان على البيئة سلبياً وظهور المشكلات البيئية، أثر وسيؤثر على الأجيال القادمة إذا لم يتم وضع خطط استراتيجية لحلها ومجابهتها. بل إن بعض المشاكل البيئية مثل الاحتباس الحراري أضحت انشغالات عالمية استدعت عقد مؤتمرات دولية لإيجاد حل لها. وهنا يساهم الإعلام البيئي بشكل كبير في الحفاظ على البيئة من خلال التعريف بهذه القضايا والدفع باتخاذ إجراءات وقرارات تلزم المواطنين وأصحاب الشركات والمعامل بالحفاظ على البيئة فقد أكدت الدراسات التي أجريت في الدول المتقدمة والنامية للتعرف على مستوى الوعي البيئي السائد في هذه الدول. إن وسائل الإعلام تلعب دوراً فاعلاً في تشكيل الوعي البيئي لدى الجمهور سواء في تزويده بالمعلومات البيئية أو في تشكيل اتجاهاته نحو القضايا البيئية فالعلاقة بين الإعلام والتربية والوعي البيئي علاقة ذات طابع خاص فلا يمكن المحافظة على البيئة

والمساهمة في حل مشكلاتها إلا عن طريق التربية البيئية السليمة وغرس الوعي البيئي في عقول الأفراد وهذا ما يتأتى إلا عن طريق وسائل الإعلام، فالإعلام هو الترجمة الموضوعية والصادقة للأخبار والحقائق وتزويد الناس بها بشكل يساعد على تكوين رأي صائب في مضمون الوقائع وأما البيئة فهي المحيط الذي يعيش فيه مع الإنسان أرضا وماء وهواء وتأثير الموجودات التي تؤثر على حياته. ويعتبر الإعلام أحد المقومات الأساسية في الحفاظ على البيئة، حيث يتوقف إيجاد الوعي البيئي واكتساب المعرفة ونقلها على استعداد الجمهور نفسه للتفاعل معها في التوعية لنشر القيم الجديدة الخاصة بحماية البيئة أو الدعوة للتخلي عن سلوكيات ضارة بها. وتجدر الإشارة هنا أنه لا بد على الأجهزة القائمة على أمور التوعية والتربية أن تصمم برامجها بأساليب ومضامين وطرق مختلفة في التخاطب والاتصال حول المشكلات البيئية بحيث تجعل كل الشرائح الاجتماعية فاعلة وإيجابية في المحافظة على البيئة بذلك يكون الجمهور فاعلا إما بمسلك فردي عبر الاتصالات الشخصية لكل فرد بترويج الأفكار الجديدة ضمن البيئة أو المحيط الاجتماعي الذي يعمل فيه الفرد، أو أن يكون مسلكا اجتماعيا بالانخراط في جمعيات غير حكومية منظمة تضع برامج عمل محددة في الشأن البيئي في مناطق وجودها. إن الإعلام البيئي يهتم كل فئات المجتمع والتأثيرات والأضرار الناتجة عن الكوارث أو التلوث لا تميز بين فئة وأخرى، لذلك فإن على هذا الإعلام أن يتوجه إلى الجماهير ، واتسم التناول الإعلامي لقضايا البيئة بخاصتين أساسيتين الأولى هي التركيز على الرسالة الإعلامية المتخصصة محددة الانتشار والتي تخاطب فئة العلماء المتخصصين والمعنيين بدراسة المواضيع البيئية بصورة متخصصة. والخاصية الثانية هي اهتمام وسائل الإعلام واسعة الانتشار بالتغطية الإعلامية الإخبارية في الأساس بالمؤتمرات والبحوث المعنية بقضايا البيئة، إضافة إلى نشر الحوادث المهمة التي قد تقع هنا أو هناك والتي ينتج عنها إضرار بالبيئة. (مربيعي و نسيمه ، الصفحات (772,773

8-1 خصائص الإعلام البيئي :

يتميز الإعلام البيئي بعدة خصائص ومن ذلك :

- جودة المعلومات البيئية : تتركز حول الدقة المعلوماتية وكذلك التوازن والموضوعية في معالجة أو الاستقلال عن أي جهة باستثناء المعايير الموضوعية للعمل الصحفي.
- حجم الإعلام البيئي : هنا قد يكون الطلب على المعلومات من جانب الجهات المختلفة أعلى من المعروف منها، أو تكون المعلومات المتاحة على الرغم من وفرتها غير قادرة على المساهمة في حل مشكلة معينة.

- التفاعل والتعددية : أي التفاعل المشترك وتعدد الأصوات الصحفية من خلال إتاحة الفرصة أمام كل الأطراف المعنية للمساهمة في تقديم المادة الإعلامية والتعليق عليها.
 - من استهلاك المعلومات إلى استخدامها : معنى ذلك أن المعلومات المتعلقة بالبيئة يجب أن تتحول إلى معرفة بيئية قبل أن تصبح قابلة للاستخدام، أي قبل توظيفها سلوكيا وتحويلها الى فعل.
- (سمير حمياز، 2022، الصفحات 43,44)

9-1 أهداف الإعلام البيئي:

للإعلام البيئي والتوعية البيئية غايات وأهداف متعددة مثل :

- تمكين الفرد من تحديد مشكلات بيئته .
- اقتراح الحلول المناسبة لها .
- تنمية الوعي الناقد لدى أفراد المجتمع لتمييز نوعية البيئة .
- ترسيخ القيم البيئية لدى فئات المجتمع كافة . (الجبور، الإعلام البيئي ، 2011، صفحة 21)

وله أهداف أخرى هي :

- المعرفة (البعد الإدراكي)
- تكوين المواقف والقيم (البعد المهاري)
- التحفيز والمشاركة (البعد الانفعالي) (أمانة، صفحة 944)

10-1 آليات تعزيز الإعلام البيئي :

إن قضية الحفاظ على البيئة يجب أن تلامس وتخاطب كل الناس الذين من الممكن أن يتنامى لديهم الوعي البيئي من خلال عدة وسائل وأساليب أهمها :

- ضرورة إيجاد إعلام بيئي متخصص يستند إلى العلم والمعرفة والمعلومات ويتطلب إيجاد المحرر الإعلامي المتخصص تخصصا دقيقا بالبيئة ووجود مناهج دراسية للإعلام البيئي، سواء في الجامعات أم في دورات وورش عمل ترعاها ووزارة البيئة أو مجلس النواب أو منظمات المجتمع المدني .
- الاسهام الاعلامي في ايجاد وعي وطني بيئي يحدد السلوك ويتعامل مع البيئة في مختلف القطاعات.

- أهمية تعاون جميع الوزارات والمؤسسات والهيئات في معالجة المشكلات البيئية وبالإمكان الاستفادة من التجارب العالمية في هذا المجال وضرورة المشاركة في المنتديات والمؤتمرات الدولية في مجال البيئة والاستفادة من النقاشات والتوصيات التي تنتج عنها .
- ضرورة وجود لجنة عليا للإعلام البيئي لرسم السياسات والخطط والبرامج وتنظيم حملات إعلامية بيئية للمواضيع الهامة الطارئة أو ذات الأولوية بالتعاون مع الجهات المعنية . (راضي و خنفر، 2016، صفحة 137 . 138)

وهناك آليات عملية أخرى لتعزيز دور الإعلام البيئي وهي :

- لابد من منح الفرصة لكل فرد من فئات المجتمع في تحمل مسؤوليته في طرح رأيه البيئي عبر مختلف القنوات الإعلامية بحيث تكون وسائل تفاعلية لنشر الوعي والثقافة البيئية .
- لابد من توفير قاعدة معلومات بيئية مركزية تكون تحت تصرف الأجهزة والمؤسسات الإعلامية والبيئية تقوم بتزويدهم بالمعطيات والمعلومات المطلوبة .
- لابد من التخطيط المسبق للأهداف المرجوة من الطرح الإعلامي البيئي لما يخدم القضايا البيئية .
- لابد من توعية الإعلاميين البيئيين بأهمية الدور الذي يقومون به للحفاظ على البيئة . (قزادري، صفحة 249)

2/ العمل التطوعي :

1-2 مفهوم العمل التطوعي :

الجهود التي يبذلها الإنسان دون الحصول على فوائد مادية بدافع إنساني يتحمل مسؤولياته، ويشترك في أعماله حيث يستغرق وقتا، جهدا، أو تضحيات شخصية، ويبذل المتطوع كل ذلك عن رغبته باختياره وحباً لتأديته. (كوندة، 2018، صفحة 170)

2-2 أهمية العمل التطوعي :

تكمن أهمية العمل التطوعي كون الخدمات التي يقدمها تستطيع القيام بثلاث مهام أساسية في نطاق دفع المجتمع على طريق التطور، وتمثل أولى هذه المهام في كونها تشكل إطارا ينظم من خلال البشر، من أجل المشاركة الفعالة داخل المجتمع، وتمثل المهمة الثانية في أن الخدمات التطوعية تعمل على ترقية أوضاع

البشر، مما يجعلهم قادرين على المشاركة الفعالة الواعية، فهي تستشير الحافز لديهم للمشاركة أو لتأهيل أنفسهم، بل والعمل على تأهيل الآخرين، وتتمثل المهمة الثالثة في أن الخدمات التطوعية تتم وفقاً لمجالات عديدة، من ضمنها النواحي التربوية، والاجتماعية، والثقافية والأمنية، وفي إطار ذلك تتحقق نجاحات لا تقل أهميتها عن الخدمات التي تقدم من قبل الجهات الحكومية، ويجب أن لا ينظر إلى العمل التطوعي على أنه مجرد إسهام في تحميل نصيب من أعباء وتكاليف مشروعات التنمية الاقتصادية والاجتماعية التي تخطط لها الدولة فحسب بل أن ينظر إليه أنه مجموعة من التجارب الوطنية التي تصنع التقدم وتدعمه. (مونية و جمال ، صفحة 5)

إن أهمية العمل التطوعي الخيري تكمن في عدة نقاط هي :

1- تحديد أولويات التنمية:

تعمل الجمعيات والهيئات والمؤسسات الخيرية بالتعاون والتفاعل مع المؤسسات الحكومية لكي تؤدي دوراً هاماً وأساسياً في تحديد الأولويات، والتحديات في المشاريع التنموية، لما تتمتع به هذه المؤسسات من خصوصية تتمثل في علاقتها بالفئات المستهدفة وقرىها، بل واندماجها في بعض الأحيان مع تلك الفئات، وتتيح تلك العلاقة بين المؤسسات الخيرية ومختلف فئات المجتمع رؤية أوضح وأعمق لاحتياجاته الملحة وللمشاكل والمعوقات التي يمكن أن تصادف المشاريع التنموية، ويمكنها نقل صورة أكثر وضوحاً ومصداقية إلى الجهات المعنية بصنع القرار.

2- تخفيض كلفة الإنتاج، وتخفيض النفقات الحكومية :

يسهم العمل الخيري من جهة أخرى في الاقتصاد والنتاج القومي للدولة، حيث تعمل المؤسسات الخيرية من خلال برامجها وأنشطتها في مجالات خدمة المجتمع على المساهمة في تخفيض تكاليف إنتاج السلع والخدمات، فإذا ما تم الاعتماد في تنفيذ عدد من البرامج وخاصة الخدمية منها في بعض القضايا، كالتنظيم أو الإدارة أو القوى العاملة أو حتى رأس المال على العمل الخيري، فإن ذلك بلا شك سيؤدي إلى خفض التكاليف، ويحقق فوائد لأفراد المجتمع بتحقيق انخفاض في الأسعار، يحقق ذلك تقليصاً للإنفاق الحكومي، مما سيساعد الحكومات على توسيع الخدمات التي تقدمها لأفراد المجتمع خاصة في ظل اتجاهات الدول إلى خصخصة الخدمات .

3- المساهمة في زيادة الناتج القومي:

من خلال إسهامات المؤسسات الخيرية في تأهيل الأسر والأفراد ونقلهم إلى دائرة الإنتاج والمقدرة على العطاء، تعمل على إتاحة الفرصة لهم بالدخول إلى دورة الاقتصاد القومي، لتتمكن من المساهمة في اقتصاد الدولة والمجتمع بشراء وبيع واستخدام السلع والخدمات، مما يساهم في تنشيط الاقتصاد الوطني.

4- إن نشاط الجمعيات الخيرية يغطي احتياجات فئة كبيرة من المهمشين مجتمعياً غابت رعاية الدولة عنهم وباتت المساعدات التي تقدم لهم من الجمعيات هي كل ما يقدمه المجتمع لهم.

5- إن الأنشطة التطوعية من أهم معالم التنمية الاجتماعية:

لأن نمو حركتها واتساع قاعدتها، واشتراك أعداد كبيرة من الأفراد فيها يعتبر دلالة أكيدة على أن المجتمع استطاع أن يبني طاقة ذاتية قادرة على النهوض به وصنع التقدم فوق أرضه، وقادرة على دفع المخاطر التي قد يتعرض لها.

6- الأهمية الكبرى للتطوع تكمن في تنمية الإحساس لدى المتطوع:

من يستفيد من خدماته بالانتماء وتقوية الترابط الاجتماعي بين فئات المجتمع والتي تأثرت سلباً ظاهراً بعوامل التغيير الاجتماعي والحضاري، كما أن الأعمال التطوعية تكون لونهاً من ألوان المشاركة الإيجابية، ليس في تقديم الخدمة فحسب، بل في توجيه ورسم السياسات التي تقوم عليها تلك المؤسسات الاجتماعية، ومتابعة تنفيذ برامجها وتقويمها بما يعود على المجتمع ككل بالنعمة العام، وكلما كثر عدد المتطوعين كلما دل على وعي الأفراد وحسن تجاوبهم مع هيئات ومنظمات المجتمع التطوعية تكون لونهاً من ألوان المشاركة الإيجابية، ليس في تقديم الخدمة فحسب، بل في توجيه ورسم السياسات التي تقوم عليها تلك المؤسسات الاجتماعية، ومتابعة تنفيذ برامجها وتقويمها بما يعود على المجتمع ككل بالنعمة العام، وكلما كثر عدد المتطوعين كلما دل على وعي الأفراد وحسن تجاوبهم مع هيئات ومنظمات المجتمع.

7- أن بعض رجال الأعمال والتجار وجدوا في الجمعيات الخيرية ضالهم المنشودة من أجل إنفاق و صرف زكاة أموالهم وتبرعاتهم:

نظراً لعدم ثقتهم فيمن يذهبون إليهم طلباً للسؤال، وضمناً لوصولها لمستحقيها، وقد ضمت تلك الجمعيات مجموعات من الشباب الواعد من الجنسين محبين لوطنهم هدفهم إسعاد الآخرين ورسم

السعادة على شفاه المحتاجين، فهم ليسوا ممن يسعون وراء خطوط الموضة وأحدث التقاليع، ولا هم من غلاة التشدد في الدين الذين اهتموا بدراسة ما سطره السلف وانشغلوا به واستعذبوا الاختلاف في الرأي وانقادوا وراء الزعامات الدينية التي تخفي مأرب أخرى تحت ستار الدين وتركوا تحصيل العمل المناسب لهذا العصر، وهو التقدم التقني والعلمي والتكنولوجي. (رشدي، 2013، الصفحات 145,146)،

3-2 أهداف العمل التطوعي :

إن تزايد الاهتمام الدولي بالعمل التطوعي، وتزايد أعداد المتطوعين غالباً ما يمثل مؤشراً على الفوائد الكبيرة التي يحققها التطوع بالنسبة للمفرد والمجتمع، ويسعى العمل التطوعي إلى تحقيق العديد من الأهداف سواء كانت أهداف عامة أو أهداف خاصة، فمثلاً الأهداف العامة تحدد :

- تقليل وتخفيف المشكلات التي تواجه المجتمع
- التطوع يكتمل به العجز عن المهنيين
- تنمية روح المشاركة في المجتمع ومواجهة السلبية
- الإسراع في التنمية.

وتحدد الأهداف الخاصة للعمل التطوعي في:

- إشباع المتطوع الإحساس بالنجاح في القيام بعمل يقدره الآخرون
- الحصول على مكانة أفضل في المجتمع
- الحاجة إلى الانتماء، وتكوين علاقات اجتماعية. (معتوق، صفحة 7)

4-2 فوائد العمل التطوعي :

بالنسبة للمجتمع:

- التعرف على الفجوات الموجودة في نظام الخدمات في كل المجتمع.
- تجريب طرق جديدة لمقابلة احتياجات المجتمع.
- تكميل العمل الحكومي وتدعيمه لصالح المجتمع، عن طريق رفع مستوى الخدمات، وتوسيع نطاقها.
- إبراز الصورة الإنسانية للمجتمع، وتدعيم التكافل بين الناس.

- توفير خدمات قد يصعب على الإدارة الحكومية تقديمها، لما تتسم به الأجهزة التطوعية من مرونة وقدرة على الحركة السريعة.
- إتاحة الفرصة للمواطنين للتدريب على المساهمة في الأعمال والاشتراك في اتخاذ القرارات التي تمس حياتهم وحياة مجتمعهم بطريقة ديمقراطية.

بالنسبة للمتطوع نفسه :

- تدريب الفرد على المشاركة المفيدة في العمل التطوعي.
- استثمار الطاقات والمواهب الكامنة داخله.
- اكتساب الثقة والشعور بالرضا عن النفس.
- إقامة علاقات اجتماعية مفيدة مع الأفراد والمؤسسات الأهلية.
- ترويض النفس البشرية على حب الآخرين، ونكران الذات.
- تعويد الفرد على العمل مع الآخرين كفريق عمل لرسم الخطط، واتخاذ القرار.
- المساعدة على استثمار أوقات الفراغ. (سعيد، 2011، الصفحات 15 ، 16)

5-2 مجالات العمل التطوعي :

تتعدد مجالات العمل التطوعي لتشمل المجالات التالية :

- المجال الاجتماعي : ويتضمن رعاية الطفولة ورعاية المرأة، إعادة التأهيل، رعاية الأحداث، مكافحة التدخين، رعاية المسنين، الإرشاد الأسري، مساعدة المشردين، رعاية الأيتام، مساعدة الأسر الفقيرة.
- المجال التربوي والتعليمي : ويتضمن محو الأمية، التعليم المستمر، تقديم التعليم المنزلي للمتأخرين دراسياً.
- المجال الصحي : ويتضمن الرعاية الصحية، خدمة المرضى، تقديم الإرشاد النفسي والصحي، تقديم العون لذوي الاحتياجات الخاصة.
- المجال البيئي : ويتضمن الإرشاد البيئي، العناية بالغابات ومكافحة التصحر، العناية بالشواطئ والمنزهات، مكافحة التلوث.

- المجال الدفاع المدني : ويتضمن المشاركة في أعمال الإغاثة، المساهمة مع رجال الإسعاف، المشاركة في أوقات الكوارث الطبيعية.
- المجال الاقتصادي : تقديم قروض ميسرة، إنشاء مشاريع خيرية، مكافحة البطالة، المساعدات المالية. (ساحلي، 2021، صفحة 31)

و في ما يأتي أمثلة على أعمال التطوع بجانبها المادي والمعنوي، مؤكداً على أن كل فرد أعلم بإمكاناته، ويستطيع التوصل لما يناسبه من مجالات، ومنها :

• مجال العبادة:

فالمسلم لا يقتصر في عبادته على الفرائض والواجبات، بل يزيد عليها من خلال التطوع بالنوافل والسنن والقربات، والأمر واسع ومتاح للتنافس والتسابق في شتى أنواع العبادات: كالصلاة والصيام والصدقات والحج وغيرها.

• المجالات العلمية :

-إنشاء المكتبات، والمدارس، والجامعات، وسائر المؤسسات العلمية، التي لا يكون هدفها الربح المالي، ثم القيام عليها ودعمها.

-توجيه البحث العلمي لخدمة أهداف العمل التطوعي، والمجموعات المستهدفة بصورة علمية.

• المجالات المالية:

إنفاق المال وتقديمه بسخاء، من أجل نفع الناس ومساعدتهم، وهذا المجال يدخل ويشارك في الكثير من المجالات، مثل تمليك أدوات الإنتاج لتدخل المجموعات المستهدفة في دورة الاقتصاد القومي، وتتمكن من شراء الخدمات حسب آليات السوق؛ حتى تضمن استدامة العمل التطوعي المنظم.

• المجالات الحرفية:

وذلك من خلال التطوع فيما يتقن من أنواع الحرف المفيدة النافعة.

• المجالات الإدارية:

-إدارة الأعمال، وتجويدها، وإتقانها، وتنمية المهارات القيادية؛ فالإداري الناجح في عمله إن تطوع أفاد وقدم الكثير.

-بناء كوادر بشرية مهنية وفنية في إدارة الأعمال، وإدارة العمل التطوعي، والمشاركة السياسية.

• المجالات الفكرية:

-من خلال توجيه الآراء الصائبة، والنصائح القيمة، وتقديم الخطط الرائدة.

-بناء تنظيمات المجموعات المستهدفة، لتخرج من دائرة الوصاية، وتعبّر بنفسها عن واقعها واحتياجاتها ومطالبها عبر مؤسساتها المستقلة.

-التصدي للتأثير على متخذي القرار في الدولة، ومنظمات المجتمع المدني، والقطاع الخاص؛ لتبني قرارات وتشريعات تمكن المجموعات المستهدفة من الدفاع عن حقوقها السياسية والمدنية، والاقتصادية، والاجتماعية، والثقافية.

• المجالات الاجتماعية:

-خدمة المسنين.

-خدمة البيئة وتبني قضايا البيئة عامة.

-خدمة ذوي الاحتياجات الخاصة.

-التطوع لأعمال الإغاثة والكوارث والحروب.

-التطوع المساعدة المحتاجين واللاجئين والأيتام والأرامل وغيرهم.

-التطوع لمحو الأمية. (سعيد، 2011، الصفحات 21,22,23,24)

6-2 العمل التطوعي وأثره في خدمة الفرد والمجتمع :

تعددت آثار العمل التطوعي وبرزت على مختلف الصعد والجهات وصار رابطاً قوياً بين أبناء الأمة الواحد والشعب الواحد والوطن الجامع. ويعتبر العمل التطوعي حاجة أساسية للمشاركة الاجتماعية،

حيث أن الشخص المتطوع يساهم في تحمل المسؤوليات في المجتمع خدمة له، كما أن العمل التطوعي يمكن تصنيفه على أساس أنه نوع من الممارسة الديمقراطية حيث يحقق للأفراد المسؤولية في إدارة شؤون مجتمعهم، إضافة إلى أنه يكسب الشخص العديد من القيم النبيلة مثل الولاء والانتماء والتضامن والمسؤولية الاجتماعية ومساعدة الآخرين. (روينة، صفحة 157)

ومن هنا نجد أن هناك العديد من الفوائد والآثار الإيجابية التي يحققها العمل التطوعي على الفرد والمجتمع، حيث على المستوى الفردي فإن العمل التطوعي يساهم في الآتي:

- اكتساب خبرات جديدة وتنمية مهارات التطوع.
- تكوين علاقات، وصدقات، ومجموعات من المواطنين، وخاصة الذين لهم نفس الاهتمامات.
- الإحساس بتقدير الذات، والثقة بالنفس.
- الولاء للمجتمع، وإدراك أهمية عملية التنمية.
- الاطلاع على ما يدور في المجتمع من فعاليات.
- يساعد الشباب على اكتساب مكانة اجتماعية في المجتمع.
- يساعد على استثمار وقت الفراغ في النواحي الإيجابية. (رفيدة، الصفحات 208,209)

وله آثار أخرى في عدة مجالات وهي :

• في المجال الديني:

- يفيد المجتمع من خلال التوعية الدينية، والتعرف على العبادات التي يتقربون بها إلى الله عز وجل
- يعمل على تنقية المجتمع، وتقليل الفساد والمنكر فيه من خلال الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر.
- يعلم أبناء المجتمع الآداب السامية، والأخلاق الفاضلة التي يستطيعون أن يعيشوا بها في مجتمع فاضل.

• المجال التعليمي والثقافي:

- يعمل التطوع في هذا المجال على إقبال أبناء المجتمع على التعليم، وحبهم له، حيث تزيد نسبة المتعلمين، مما يعمل على تنمية المجتمع في كل الجوانب.

-يزيد من ثقافة أبناء المجتمع، ويتعرفون على قضاياهم الاجتماعية ومشكلاتها، ويستطيعون التعامل معها بشكل سليم، وبحيادية ومنطقية.

• المجال العسكري:

يتنوع التطوع في المجال العسكري، فيستطيع الشخص أن يتطوع في حراسة المجتمع الداخلي، كما يستطيع أن يربط على ثغور المدن والقرى، وكذلك في البحث عن الجرائم، وملاحقة المفسدين، وكذا في الجانب الأمني؛ ليساعد في كشف عملاء العدو، ومخططاته، وغير ذلك من الأعمال التي تندرج تحت هذا المجال.

ومن آثار التطوع في المجال العسكري في خدمة المجتمع :

- + يحيي المجتمع من الفساد والمفسدين الذين يكيدون به ليل نهار.
- + ينشر معالم الأمن والأمان في المجتمع، فيعيش الناس مطمئنين.
- + يقوي ثقة المجتمع بأولياء أموره الذي يعملون من أجل راحتهم.
- + ينمي روابط المحبة والتعاون بين أبناء المجتمع للقضاء على المجرمين.
- + دور التطوع في المجال الاجتماعي في خدمة المجتمع.

• المجال الاجتماعي:

التطوع في المجال الاجتماعي من أوسع المجالات دوراً وأثراً؛ نظراً لسعته، وتنوعه، فيمكن التطوع فيه بمساعدة الآخرين وإغاثةهم في المأكل والمشرب، وإيجاد فرص عمل في جميع جوانب الحياة التي يستطيع أن يرقى بها المجتمع وينمو، سواء كان الإسهام في ذلك مادياً أو معنوياً وقد فصل في الموضوع مانع حامد في دراسته حول دور المؤسسات في الخدمة التطوعية بالقول: ان العمل التطوعي بصفته عملاً اجتماعياً هو مساهمة الأفراد في أعمال الرعاية والتنمية الاجتماعية سواء بالرأي أو بالعمل أو بالتمويل ومن آثاره على الفرد والمجتمع :

- + ينشر العمل التطوعي صفة المحبة في المجتمع حيث التعاون، والألفة والإخاء.
- + يزرع العمل التطوعي حب الخير في نفوس أبناء المجتمع، وخدمة الآخرين.

• المجال البيئي:

يمكن التطوع في المجال البيئي في جانب المحافظة على نظافة البيئة؛ كشاطئ البحر، والمستنقعات، وشوارع المدينة، وكذلك جانب الزراعة من حيث ترشيدها، وإعداد المواد اللازمة لإصلاحها، والبحث والتنقيب عن المعادن واكتشافها، والتعرف على مكامن المياه الجوفية وكيفية المحافظة عليها لضمان ديمومتها، وغيرها من الأمور المتعلقة بالبيئة ومن الآثار أيضا:

- يأمن المجتمع من نفاذ ثرواته التي يعيش من خلالها، حيث يجد من يعمل ويخطط للمحافظة على بقائها واستمرارها.

- ينعم المجتمع بالثروات الجديدة التي يتم اكتشافها، فيعم الرفاه الاقتصادي البلاد.

- تقل الكوارث البيئية التي تهدد المجتمع، وذلك من خلال التوعية المستمرة لأبناء المجتمع، والعمل الجاد للمحافظة على البيئة.

- تقل نسبة الأمراض الناتجة عن الإهمال في نظافة البيئة، حيث التوعية بكيفية التعامل مع المخلفات، واستثمارها إيجابياً.

- زيادة الانتاج الزراعي جراء التخطيط الجيد للمزروعات التي يحتاجها المجتمع، مما يخفف الأعباء والتكاليف على المزارعين، ومن ثم زيادة الاستهلاك مما يعمل على تنمية المجتمع. (روينة، العمل التطوعي و دوره في الإرتقاء بقيم المواطنة ، 2018، الصفحات 157,158,159,160)

7-2 العلاقة بين العمل التطوعي وقيم المواطنة:

من علامات حب الوطن والرغبة في تنميته وتطويره هو السعي لخدمته بكل قوة سواء من ناحية التنظير أو من ناحية العمل الميداني الواقعي دون انتظار جزاء أو ثواب أو مقابل مادي وهنا تبرز علاقة وطيدة بين حب الأوطان والسعي لتنميتها وتطويرها وخدمتها. إن تزايد الاهتمام الدولي بالتطوع، وتزايد أعداد المتطوعين عالمياً، مؤشر على الفوائد الكبيرة التي يحققها التطوع للفرد والمجتمع فعلى المستوى الاجتماعي تحقق الخدمات التي يقدمها التطوع دوراً مهماً في تكملة ما تعجز الدولة عن تقديمه من مشروعات خدمية وتنموية، كما تتميز أنشطة القطاع التطوعي بالسلاسة في الحركة، مما يساعد على تقديم الخدمات بصورة شرع وأيسر من الأجهزة الحكومية، ويتيح التطوع الفرصة للتعرف على احتياجات المجتمع وتحديد مشكلاته مما يساهم في تبني هذه المشكلات وحلها سواء عن طريق الحكومة أو عن طريق

المؤسسات الاجتماعية الأخرى. كما يساهم التطوع في تعبئة الموارد البشرية والمادية المحلية في سبيل النهوض بالمجتمع. ويعتبر العمل التطوعي من أبرز علامات المواطنة الصالحة والمسؤولية، فالمتطوع يبذل الجهد وينفق من ماله ووقته في سبيل تقديم خدمة عامة ليس له من ورائها أجر أو منفعة شخصية مما يدل على حبه لوطنه ومجتمعه، ومن شأن العمل المدني أو التطوعي كما يقول جعفر الشايب أنه يعزز من القيم المدنية المشتركة، ويقلص الانتماءات التقليدية التي قد تشكل عصبية تعيق تحقيق المواطنة، كما يمكن أن يشكل جسرا للتواصل بين مختلف أبناء الوطن ويفتح المجال أمام أعمال مشتركة في قضايا عامة وسامية، وينتج العمل التطوعي كذلك حالة من التفاعلية والمشاركة الشعبية العامة وبالتالي فإن الفاعلين فيه يكونون أكثر قدرة على تحمل المسؤولية في مختلف القضايا الوطنية. وأيضاً العمل المدني أو التطوعي يعزز من القيم المدنية المشتركة، ويقلص الانتماءات التقليدية التي قد تشكل عصبية تعيق تحقيق المواطنة، كما يمكن أن يشكل جسرا للتواصل بين مختلف أبناء الوطن ويفتح المجال أمام أعمال مشتركة في قضايا عامة وسامية، وينتج العمل التطوعي كذلك حالة من التفاعلية والمشاركة الشعبية العامة وبالتالي فإن الفاعلين فيه يكونون أكثر قدرة الوطنية على تحمل المسؤولية في مختلف القضايا إن المواطنة الصالحة تقضي أن يتعاون الجميع من أجل بناء الوطن في كل مقوماته على أسس سليمة في كل الميادين والمجالات، والعمل أيضاً من أجل تنمية الوطن والحفاظ عليه، والتوافق والتعاون بين المواطنين كي يعيشوا حياة كريمة أساسها الاحترام وتوافر الفرص المتكافئة أمام الجميع على قاعدة الحرية والعدالة (روينة، الصفحات 155 ، 156)

8-2 دور وسائل الاعلام في تنمية مفهوم العمل التطوعي:

إن الدور الأساسي لوسائل الإعلام في مجال العمل التطوعي هو أن تساعد الجهات المستقطبة لعدد من المتطوعين، منتمين لعناصر صالحة داخل هذه الجهات، ويمكن لوسائل الإعلام العامة أن تقوم بهذه المهمة، في حين أن مسؤولية الحفاظ على المتطوعين من مسؤوليات الأجهزة الإعلامية الداخلية لهذه الجهات المعنية، وعلى هذه المسؤوليات، يمكن لوسائل الإعلام أن تساهم بذلك في إبراز الدور الاجتماعي لكل أفراد المجتمع، ودعوتهم للتطوع في المؤسسات الخيرية، بتوضيح ماهية العمل التطوعي ومدى حاجة المجتمع إليه، وبيان أهميته ودوره في بناء وتطوير المجتمعات، في حين أن جهات الإعلام الداخلية الخاصة بالجمعيات تكون جزءاً مكملًا لجهات الإعلام العامة، من خلال تزويدها بالإحصاءات والأنشطة التي يقوم بها المتطوعون، بالإضافة إلى تزويدهم بالإحصائيات والتقارير المختلفة التي تكون ناتجا لأعمال المتطوع.

(الفكاير، 2022، صفحة 437)

الفصل الثالث:

الإطار التطبيقي للدراسة

البيانات الأولية للاستمارة

عرض وتحليل لفئات الشكل

عرض وتحليل لفئات المضمون

مناقشة نتائج الدراسة:

_ مناقشة نتائج الدراسة على ضوء الدراسات
السابقة .

_ مناقشة نتائج الدراسة على ضوء المقاربة
النظرية

_ خاتمة

_ قائمة المصادر و المراجع

_ الملاحق

يعد هذا الفصل بمثابة نقلة من الجانب النظري إلى الجانب التطبيقي للدراسة، حيث نقوم فيه بتحليل محتوى منشورات صفحة "الجزائر الخضراء" وفق منهجية علمية تعتمد على كل من التحليل الكمي والكيفي، وكذا تقسيم محتوى منشورات الصفحة إلى فئتين أساسيتين هما فئة الشكل وفئة المضمون، وذلك بهدف فهم طبيعة الرسالة البيئية الموجّه فيها ، ومدى فعاليته في نشر الوعي البيئي وتعزيز ثقافة العمل التطوعي. وفي هذا الفصل نسعى إلى تقديم قراءة تحليلية معمقة حول المنشورات وأهدافها، والفئة المستهدفة، وأساليب عرض المحتوى، بما يخدم أهداف الدراسة ويساهم في الوصول إلى نتائج دقيقة وموثوقة.

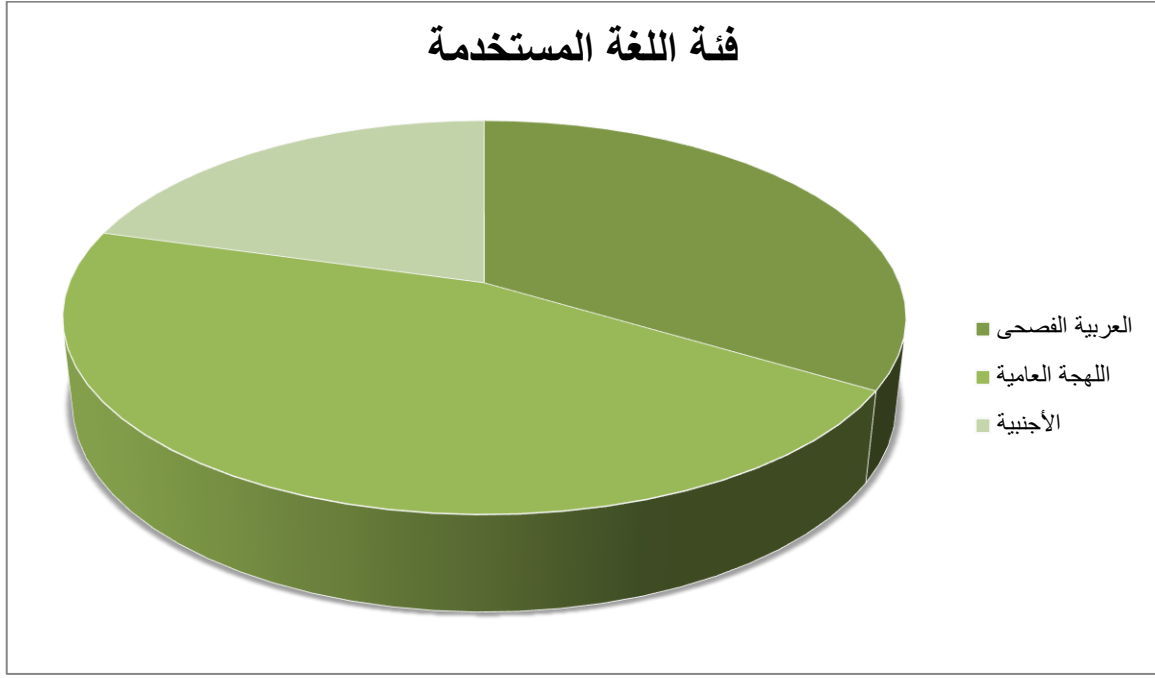
01/ عرض وتحليل فئات الشكل: (كيف قيل؟)

أ) فئات الشكل:

-فئة اللغة المستخدمة:

اللغة المستخدمة	التكرار	النسبة المئوية
العربية الفصحى	62	33.51%
اللهجة العامية	84	45.65%
الأجنبية	38	20.54%
المجموع	184	100%

الجدول رقم 01- يمثل فئة اللغة المستخدمة.



الشكل رقم 01- تمثيل بياني يمثل نتائج الجدول رقم 01

يظهر الجدول رقم(1) اللغة المستخدمة لعرض مواضيع العمل البيئي التطوعي على الصفحة محل الدراسة، حيث بينت نتائج الجدول أن الصفحة تعتمد بالدرجة الأولى على اللهجة العامية بنسبة 45,65% وهذا لتسهيل فهم منشوراته لكافة جمهور متابعيه وتزيد من تفاعلهم مما يعزز الشعور بالانتماء والمشاركة في العمل البيئي التطوعي خاصة أن مضامين هذه الصفحة موجهة لجمهور عام هذا ما أكدته نتائج الجدول رقم (8) نفس النتائج توصلت إليها دراسة إيمان بويصلة ونصر الدين غراف بعنوان التوعية البيئية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في ظل الحركات الاحتجاجية بالجزائر التي بينت فيها أن طبيعة اللغة المستخدمة التي يعتمدها الجمهور الموجه إليه هذه المنشورات (الجمهور الجزائري) هي اللهجة العامية.

تليها العربية الفصحى بنسبة 33,51% التي إستخدمها صاحب الصفحة للإيصال رسائل ومعلومات علمية دقيقة وتكرارها الذي يدعم إرتباط الأفكار مع بعضها البعض مما يزيد من قابلية التذكر من قبل الجمهور وهي أحد أليات وأدوات نظرية التأطير الإعلامي، وقد تميزت المنشورات أحيانا بذكر أحاديث نبوية شريفة أو آيات من القرآن الكريم مما يساهم في نقل الأفكار والمعارف بشكل مفهوم الذي يعزز من مصداقية الصفحة واهتمامها بالتواصل الفعال مع متابعيها.

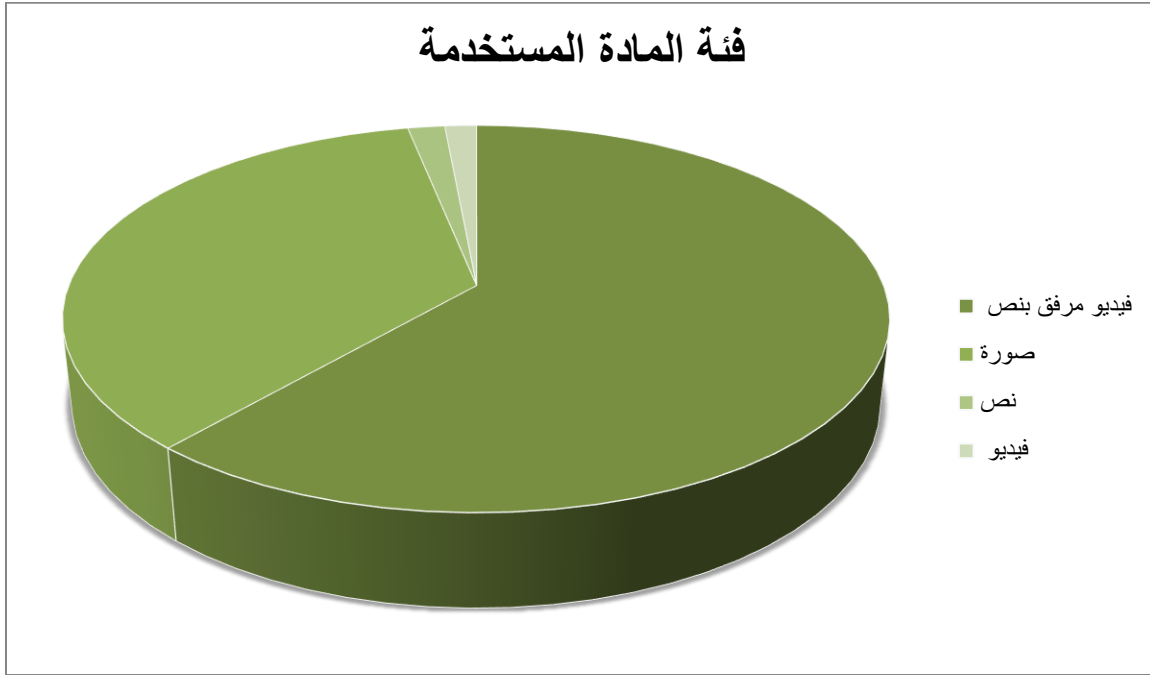
ووظفت اللغة الأجنبية بنسبة 20,54% في بعض منشورات الصفحة بنسبة قليلة ذلك راجع إلى أن مضامين الصفحة لا تحتاج لغة أجنبية حيث تم إستخدام اللغة الصينية عند زيارة صاحب الصفحة

للصين من أجل إكتساب معارف وخبرات مع منظمات بيئية دولية وكذا التواصل مع جمهور دولي مهتم بالقضايا البيئية.

-فئة المادة المستخدمة:

النسبة المئوية	التكرار	المادة المستخدمة
50,45%	55	فيديو مرفق بنص
29,09%	32	صورة
16,36%	18	نص
3,63%	04	فيديو
100%	109	المجموع

جدول رقم -02- يمثل فئة المادة المستخدمة .



الشكل رقم -02- تمثيل بياني يمثل نتائج الجدول رقم-02-

يشير الجدول أعلاه رقم(2) طبيعة المادة المستخدمة في منشورات صفحة الجزائر خضراء، حيث بينت النتائج المتوصل إليها أن الصفحة إعتمدت على فيديوهات مرفقة بنص بنسبة 50,54% ذلك راجع إلى أن هذه الأخيرة كثيرة الاستخدام في وقتنا الحالي إذ أن النص المرفق لها هو عنصر يجذب إنتباه المتابعين، بالإضافة أن صاحب الصفحة إستخدم خاصية دمج الوسائط المتعددة Multimedia التي تمتاز بها منصات التواصل الاجتماعي لجذب إنتباه المتابعين وزيادة التفاعل مع منشورات الصفحة كما أن الدمج بين النص والفيديو يسمح بتقديم المعلومات بطريقة متسلسلة ومنظمة، مما يسهم في توضيح المفاهيم العلمية البيئية بدقة وموضوعية.

تليها الصور بنسبة 29,09% التي تضمنتها منشورات صفحة الجزائر خضراء والتي من شأنها التعبير عن أفكار وتوجهات الصفحة المراد تحقيقها فالصور تعتبر جزء من هوية الصفحة وتعكس اهتماماتها وقيمها، تنوعت الصور لمختلف نشاطات المتطوعين أثناء العمل وكذلك حملات التوعية والنظافة التي يقوم بها القائمون على الصفحة(التشجير-نقي وماترميش- أمام كل بيت شجرة) يستخدم صاحب صفحة "الجزائر خضراء" الصور في منشوراته على منصة فيسبوك لما لها من تأثير كبير في جذب انتباه المتابعين بسرعة وفعالية. فالصور تلعب دورًا مهمًا في تبسيط المفاهيم البيئية المعقدة وجعلها أكثر وضوحًا وسهولة في الفهم. كما أن الصور تثير المشاعر وتحفز التفاعل، مما يعزز من وصول الرسائل البيئية إلى شريحة أكبر من الجمهور.

ونلاحظ النص بنسبة 16,36% والهدف من توظيفه في منشورات الصفحة محل الدراسة هو التعريف بالأنشطة والمبادرات البيئية وكذا توضيح خطة سير الصفحة أو مشاركة صاحب الصفحة في برنامج معين أو إعلانه عن موعد نشر منشورات جديدة أو إحصاءات وأرقام المتبرعين أو النتائج المتوصل إليها في عملية الغرس... إلخ يُعد استخدام النصوص في منشورات صفحة "الجزائر خضراء" وسيلة فعّالة لتعزيز التواصل البيئي مع الجمهور. من منظور علم الاتصال، تلعب الرسائل النصية دوراً مركزياً في تبسيط المفاهيم البيئية المعقدة وتحويلها إلى معلومات يمكن للجمهور العام استيعابها بسهولة. كما تسهم النصوص في توجيه الانتباه إلى النقاط الجوهرية للمحتوى، مما يزيد من احتمالية تفاعل المتابعين مع المنشورات ومشاركتها. إضافة إلى ذلك، تتيح النصوص لصاحب الصفحة إمكانية تضمين تعليمات مباشرة أو بيانات علمية دقيقة حول القضايا البيئية .

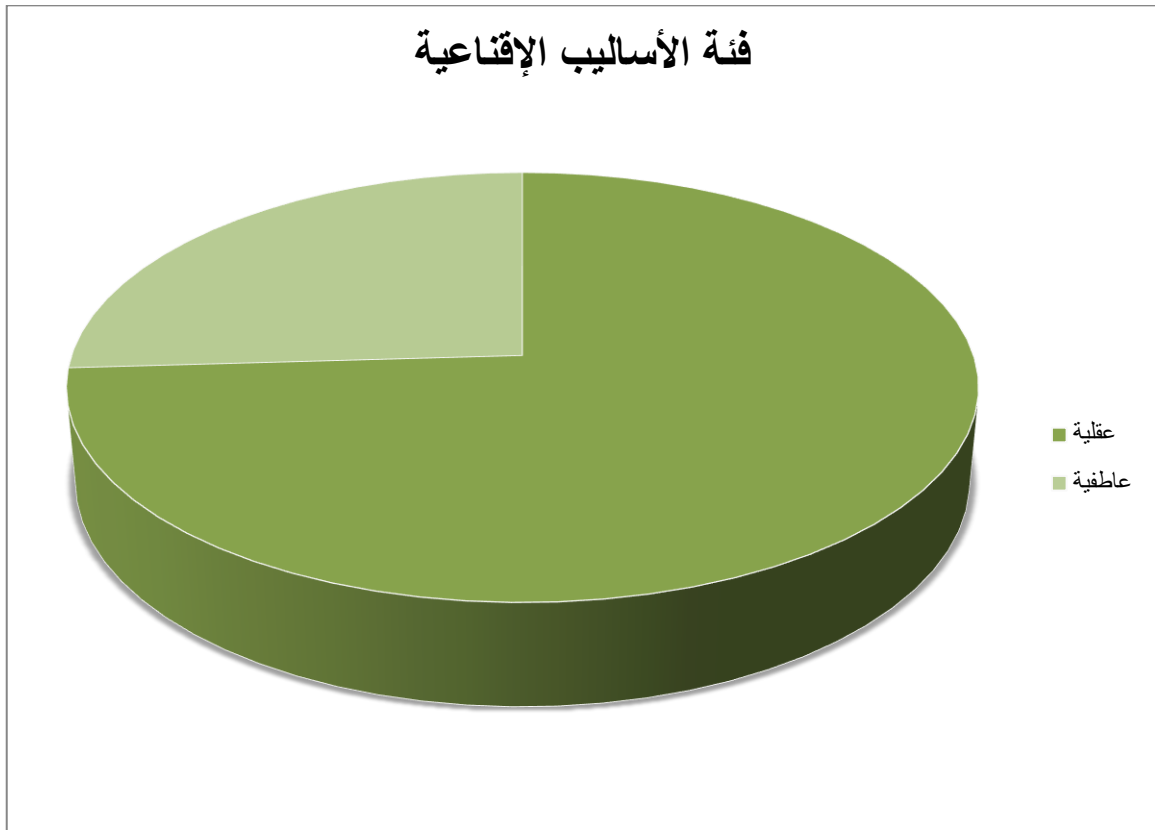
أما الفيديوهات ففي مجملها بث مباشر بنسبة 3,63% حيث أن صاحب الصفحة تجنبها لطول مدتها فمقاطع الفيديو القصيرة مثالية لجذب انتباه جمهور اليوم.تعتمد صفحة "الجزائر خضراء" على هذا النمط من المحتوى لتحقيق تفاعل أوسع مع جمهورها، خاصة فئة الشباب، نظراً لتفضيلهم للمحتوى

السريع والسهل للمشاركة. كما تتيح هذه الفيديوهات القصيرة تبسيط المفاهيم البيئية المعقدة، وتحفيز السلوكيات الإيجابية من خلال رسائل مرئية مؤثرة في وقت وجيز، مما يعزز من فاعلية المنشورات التوعوية البيئية على صفحته.

-فئة الأساليب الإقناعية :

النسبة المئوية	التكرار	الأساليب الإقناعية
74,07%	100	عقلية
25,92%	35	عاطفية
100%	135	المجموع

جدول رقم 03- تمثل فئة الأساليب الإقناعية



الشكل رقم 03- تمثيل بياني يمثل نتائج الجدول رقم 03

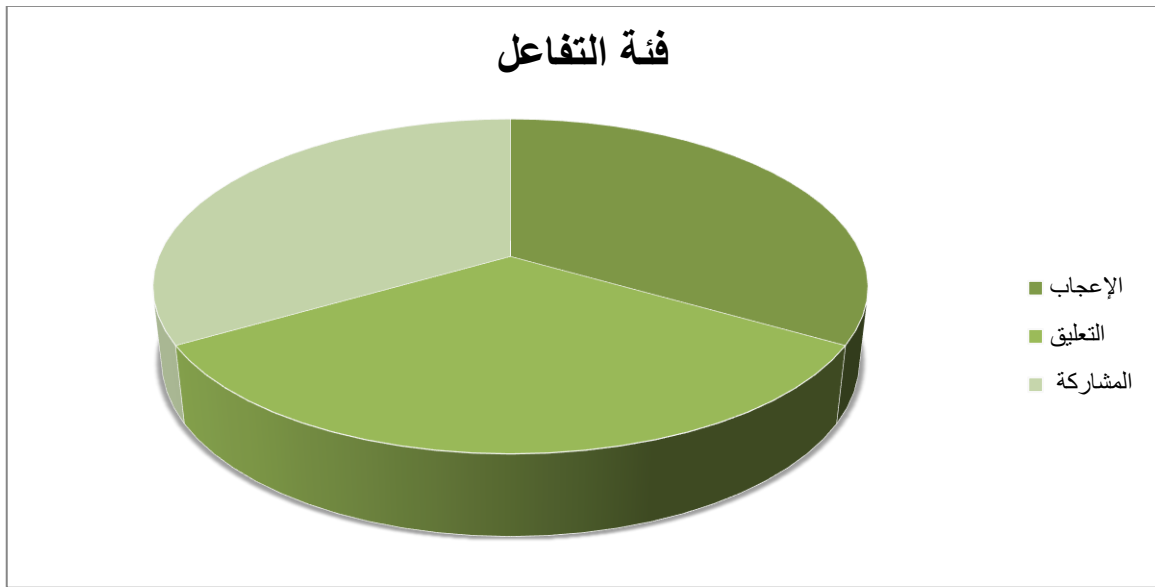
من خلال الجدول أعلاه رقم (3) الذي يمثل الأساليب الإقناعية المستخدمة في منشورات صفحة الجزائر خضراء والتي هي عبارة عن رسائل منظمة ومدروسة لتثبيت فكرة أو مضمون الرسالة الإقناعية في ذهن المتلقي .

يتضح لنا أن صاحب الصفحة اعتمد بشكل واضح في منشوراته على الاستعمالات العقلية بنسبة 74.07% كوسيلة لإقناع المتلقي، وتوجيهه نحو تبني سلوكيات إيجابية في التعامل مع البيئة، كما ذكر في منشور له "تم غرس 10 ألف شجرة في ثفرت و300 مائة شجرة زيتون تبرع من محسن" بالإضافة إلى إعطاء نماذج عن حملات نظافة وأيضا تقديم معلومات عن المشاكل البيئية وهي إحدى وظائف تحليل الأطر الإعلامية التي جاءت بها نظرية التأطير الإعلامي تحديد المشكلة أو القضية بدقة حيث تُطرح المعلومات البيئية في تسلسل منطقي يبدأ بعرض المشكلة، ثم تحليل أسبابها، وأخيراً اقتراح الحلول. فعلى سبيل المثال، مقارنة صاحب الصفحة بين واقع الجزائر في المجال البيئي ودول أخرى مثل الصين وقطر التي طبقت برامج تشجير ناجحة، ليرز الفجوة ويحفز المتابعين على العمل، إن استخدمه للأساليب العقلية لا يعكس فقط وعي صاحب الصفحة بجمهوره المستهدف، بل يساهم أيضاً في نشر ثقافة بيئية مبنية على المعرفة، وهذا عكس ما توصلت إليه نتائج الدراسة السابقة للإيمان بوبصلة ونصر الدين غراف بعنوان "التوعية البيئية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في ظل الحركات الاحتجاجية الاجتماعية بالجزائر" أن الأساليب العاطفية من بين الأساليب المعتمدة في التأثير على الجمهور المستهدف، حيث استراتيجية الجمعية منشوراتها باستعمال عبارات تعبر عن الحالة الراهنة التي تمر بها البلاد بالإضافة إلى أن جل الفيديوهات والصور تصاحبها عبارات وشعارات تتسم بطابع العاطفة مثال ذلك "من أجلك عشنا يا وطني" ما فيما يخص الاستعمالات العاطفية التي استخدمها صاحب صفحة "الجزائر الخضراء" على فيسبوك بنسبة 25.92% كوسيلة للتأثير في المتابعين وتحفيزهم على الانخراط في العمل البيئي التطوعي. ويُعد هذا الأسلوب من أكثر الطرق فعالية في التواصل الجماهيري، خاصة عندما يتعلق الأمر بقضايا لا تحظى دائماً بالأولوية في وعي الناس، مثل حماية البيئة وإعادة التشجير. يظهر ذلك بوضوح في جل منشوراته التي هي عبارة عن صور وفيديوهات ونصوص تصاحبها عبارات وشعارات تتسم بطابع العاطفة والتوعية والتضامن الذي يظهر من خلال الجدول رقم (9). وتُستخدم عبارات محمّلة بالشعور بالانتماء، والخوف، والأمل، والحب للطبيعة، مثل: "ارزح شجرة، فربما تنقذ حياة و"أمام كل بيت شجرة" والتي تهدف إلى إثارة المشاعر الإنسانية وربط القضايا البيئية بحياة الفرد اليومية ومستقبل الوطن.

-فئة التفاعل :

التفاعل	التكرار	النسبة المئوية
الإعجاب	108	%33,33
التعليق	108	%33,33
المشاركة	108	%33,33
المجموع	324	%100

جدول رقم 04- يمثل فئة التفاعل.



الشكل رقم 04- تمثيل بياني يمثل نتائج الجدول رقم 04

من خلال الجدول رقم 04- والذي يمثل فئات أشكال تفاعل الجمهور مع منشورات صفحة الجزائر الخضراء على منصة الفايسبوك، والتي تشمل -الاعجاب، التعليق، والمشاركة- الى مستوى مرتفع من الاهتمام الجماهيري بالقضايا البيئية التي تطرحها الصفحة.

يعكس ارتفاع عدد الاعجابات استحسان الجمهور للمحتوى، يعد ذلك مؤشرا أوليا على فعالية المنشورات ومدى توافقه مع اهتمامات الفئة المستهدفة.

أما التعليقات، فهي تمثل شكلا أكثر تفاعلية يعكس انخراط المتابعين في الحوار حول المواضيع البيئية، ويظهر استعدادهم للمساهمة بآرائهم، وتساؤلاتهم وأحيانا بمقترحاتهم فهذا النوع من التفاعل يعزز مبدأ التشاركية في العمل البيئي التطوعي، وأيضا تعد المشاركات أكثر أشكال التفاعل تأثيرا، إذ تشير الى استعداد الجمهور لإعادة نشر المحتوى داخل دوائرهم الاجتماعية وخارجها، ما يساهم في توسيع دائرة التأثير ونشر الرسائل البيئية على نطاق أوسع، وتعكس هذه المشاركات إدراكا جماعيا بأهمية نشر الثقافة البيئية وتظهر مصداقية المحتوى الذي تنتجه الصفحة.

وعليه فإن التفاعل المرتفع لصفحة الجزائر الخضراء لا يعد فقط مظهرا من مظاهر النجاح الرقمي، بل يعتبر أيضا دليلا على فعالية الصفحة في أداء دورها التوعوي وعلى قدرتها في بناء مجتمع واعي ومهتم بالقضايا البيئية من جهة، وأيضا بطريقة طرح هذه المواضيع واعتماد دمج الوسائط المتعددة Multimedia من جهة أخرى.

يتضح لنا بأن نتائجها متساوية ويمكن القول بأن أغلب متابعيه يتفاعلون مع منشوراته بنسبة 33.33% لكل من الإعجاب، والتعليق، و المشاركة أخرى، إن هذا النمط من التفاعل المتعدد الأبعاد يدل على أن صفحة الجزائر الخضراء لا تقوم فقط بنقل المعلومات، بل تلعب أيضا دورا فاعلا في بناء فضاء تواصلية يعزز من الانتماء الوطني والوعي الجماهيري مما يعكس ارتباطهم بالمحتوى المقدم واهتمامهم بالقضايا البيئية .

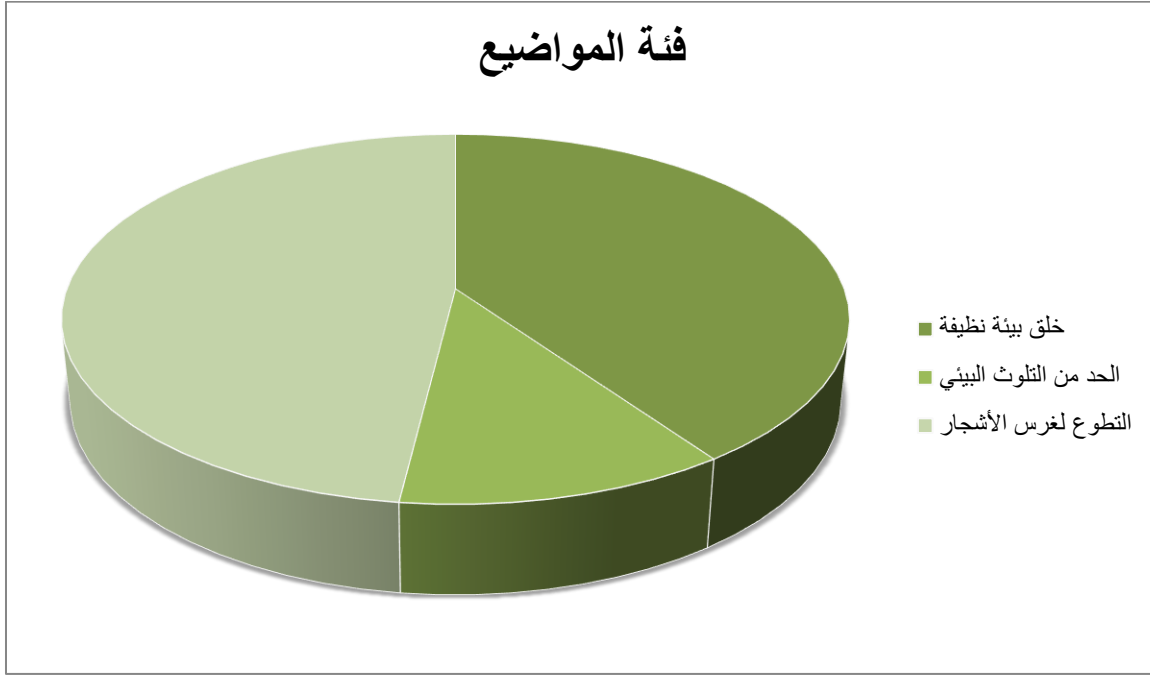
2/ عرض وتحليل فئات المضمون: (ماذا قيل؟)

(ب) فئات المضمون :

فئة المواضيع:

المواضيع	التكرار	النسبة المئوية
خلق بيئة نظيفة	31	40,25%
الحد من التلوث البيئي	09	11,68%
التطوع لغرس الأشجار	37	48,05%
المجموع	77	100%

جدول رقم - 05 - يمثل فئة المواضيع



الشكل رقم -05- تمثيل بياني يمثل نتائج الجدول رقم 05

من خلال قراءتنا للجدول (5) الذي يمثل أنواع المواضيع حسب عينة الدراسة أن التطوع لغرس الأشجار من الفئات الأساسية في منشورات الصفحة بنسبة 48.05%، فبفضل جهود صاحب الصفحة تمكنت المبادرة من غرس مئات الآلاف من الأشجار عبر 58 ولاية، مستهدفة المناطق الحضرية والريفية على حد سواء، تم اختيار أنواع محددة من الأشجار مثل، الجكاراندا، الميليا، البيزا والتوت، لتزيين المناطق الحضرية، بينما زرعت أشجار مثمرة ومعمرة كالزيتون، البلوط، الخروب، الفستق الأطلسي والتين الشوكي في الغابات .

تعتبر هذه المبادرة نشاط قيم يفيد البيئة والأفراد المشاركين فيها، بالإضافة إلى تسليطه الضوء على الجوانب الإيجابية لهذا النشاط وتركيزه على الفوائد البيئية كتحسين جودة الحياة وتقبل التلوث البيئي وهي إحدى ألياف التأطير الإعلامي "الانتقاء والبروز" حيث اختار صاحب الصفحة من المنشورات إطاراً معيناً للمنشور ومن ثم أصبح السمات المميزة للمنشور ضمن ذلك الإطار أكثر بروزاً .

ونلاحظ من خلال معطيات الجدول أن صاحب الصفحة قدم فرصة لتعزيز ثقافة العمل التطوعي في المجتمع الجزائري، حيث فتح المجال أمام فئات واسعة من المواطنين، وخاصة الشباب، للمشاركة في حملات التشجير وتنظيم النشاطات البيئية. كما ساهمت صفحة الجزائر خضراء من خلال الفيسبوك في توسيع دائرة التأثير، ونقل التجربة من محيط محلي إلى مشروع وطني يشمل كل الجهات. كما سجلنا من خلال نتائج الجدول فئة الحد من التلوث البيئي بنسبة 40، 25% التي بذلها الناشط البيئي، مؤسس صفحة ومبادرة 'الجزائر خضراء'، في سبيل المساهمة الفعلية في خلق بيئة نظيفة وصحية

عبر كامل التراب الوطني. فمن خلال مبادرات ميدانية مدروسة ومنشورات تحسيسية عبر صفحة الجزائر خضراء، تمكن من بناء حراك بيئي تطوعي واسع، تجاوز حدود التوعية النظرية ليترجم إلى أفعال ملموسة على الأرض، أثمرت في تحسين نظافة المحيط، وتجميل المدن، وإعادة إحياء الغطاء النباتي في كثير من المناطق التي تضررت جراء الحرائق أو التصحر أو الإهمال .

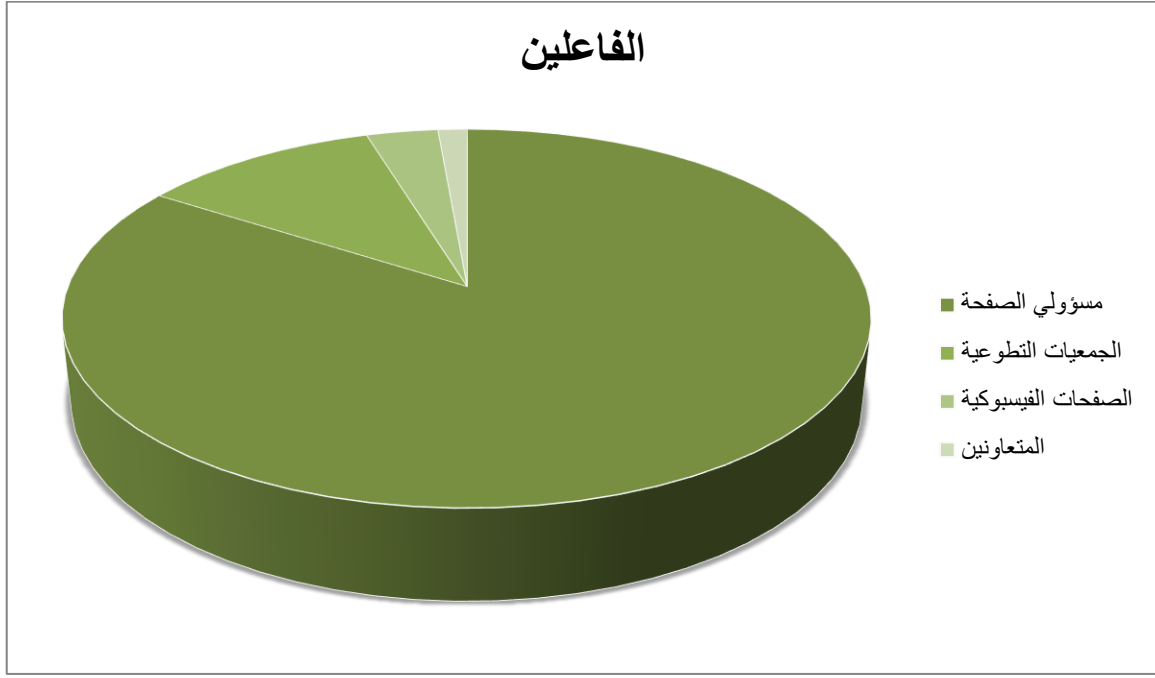
إن مساهمته لا تقتصر على الجانب البيئي الطبيعي فقط، بل تمتد لتشمل الجانب السلوكي للمجتمع، حيث لعبت صفحته على الفايسبوك دورًا مهمًا في ترسيخ ثقافة النظافة والمسؤولية البيئية لدى المواطن، من خلال حملات توعية ضد رمي النفايات، الدعوة إلى احترام الفضاءات العامة، وتنظيم حملات تنظيف وتشجير بمشاركة سكان الأحياء، الأطفال، وقد ساعد ذلك في خلق بيئة نظيفة، إذ أصبح الفرد أكثر وعيًا بعلاقته بالبيئة وأكثر استعدادًا للمشاركة في حمايتها.

تلها فئة خلق بيئة نظيفة بنسبة 11، 68% وهو الأثر الإيجابي الذي أحدثه صاحب من خلال صفحته 'الجزائر خضراء' في مجال الحد من التلوث البيئي بنسبة، فقد استطاع أن يحوّل منصبه إلى منبر للتغيير الإيجابي، حيث بثّ رسائل توعوية تحث على نظافة المحيط، وتُعرّف بمخاطر التلوث وآثاره على الصحة والبيئة كما نظم عبر الصفحة، حملات تنظيف وتطهير للأحياء والغابات، وشجّع المواطنين على الانخراط في مبادرات تطوعية تهدف إلى إزالة النفايات، استرجاع المساحات المتدهورة، وغرس الأشجار. وبفضل هذا التفاعل الواسع، تحولت الكثير من المناطق من بؤر ملوثة إلى فضاءات نظيفة وخضراء، ما يعكس نجاح المبادرة في خلق وعي بيئي جماعي، وتعزيز ثقافة بيئية قائمة على المسؤولية والمشاركة..

-فئة الفاعلين :

الفاعلين	التكرار	النسبة المئوية
مسؤولي الصفحة	75	73,52%
الجمعيات التطوعية	10	9,80%
الصفحات الفايسبوكية	3	2,94%
المتعاونين	14	13,72%
المجموع	102	100%

جدول رقم -06- يمثل فئة الفاعلين



الشكل رقم 06- تمثيل بياني يمثل نتائج الجدول رقم 06

يبين لنا الجدول رقم (06) الأطراف الفاعلة في صفحة "الجزائر خضراء" عبر منصة الفيسبوك. حيث تُظهر النتائج أن فئة مسؤولي الصفحة من أكثر الفاعلين بنسبة 73.52%، ويتضح لنا ان المسؤولين يساهمون بشكل فعّال في ضمان نجاح الصفحة وتحقيق أهدافها، ويُعتبر صاحب الصفحة الوجه الأساسي لها. فهم يشاركون في إنشاء ونشر المحتويات والتفاعل مع المتابعين للرد على استفساراتهم وتشجيعهم على المشاركة في المبادرات البيئية، فهم لا يقتصرون فقط على ادارة المحتوى المنشور على الصفحة بل يعملون كحلقة وصل بين المبادرات البيئية والمجتمع حيث يسهرون على اعداد وتنسيق منشورات توعوية وصور وفيديوهات تهدف الى تحفيز المواطنين على الانخراط في العمل البيئي ويحرص مسؤولي الصفحة على التفاعل المستمر مع المتابعين من خلال الرد على تعليقاتهم، بالإضافة الى ذلك يساهمون في رصد التحديات البيئية في مختلف مناطق الوطن وتسلط الضوء عليها لتشجيع الحلول الجماعية والمبادرات المحلية، ومن خلال هذه الجهود يسعى مسؤولي الصفحة الى جعل الجزائر خضراء منصة فاعلة في بناء جيل جديد واعي بأهمية الصفحة.

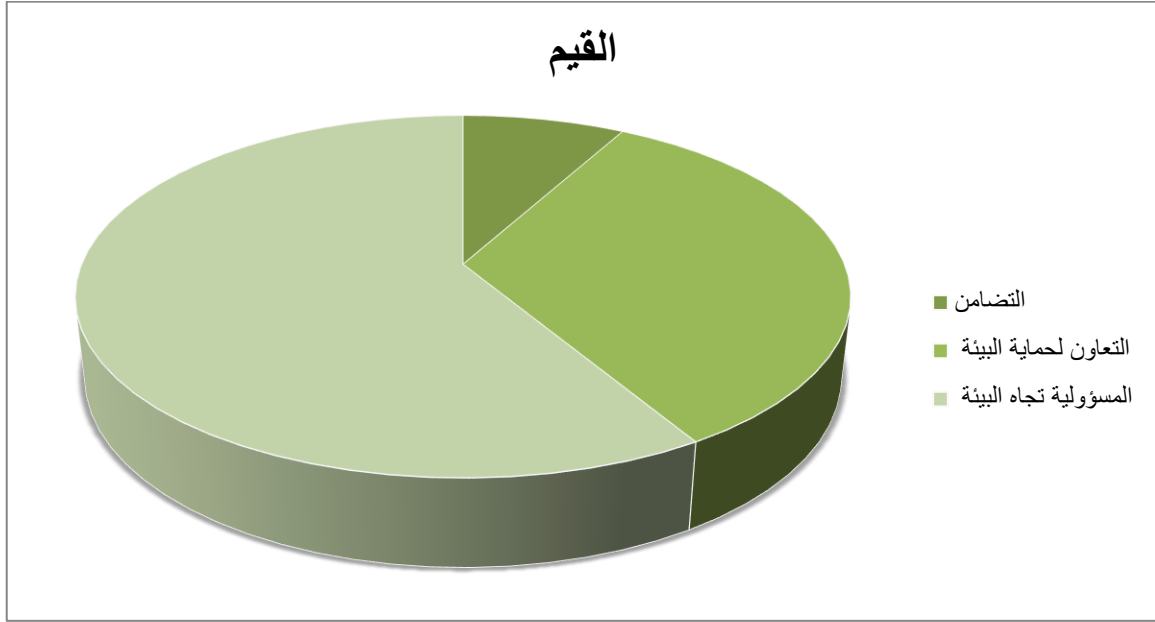
أما فئة المتعاونين، فهم أطراف كان لهم دور كبير في تعزيز العمل البيئي ونشر الوعي بين مختلف فئات المجتمع بنسبة 13.72%، فهو يعمل على بناء شراكات مع جمعيات بيئية ومبادرات شبابية من أجل تنظيم حملات مثل التشجير، التنظيف، التبرع بالأشجار، كما يظهر من خلال الصور وفيديوهات المنشورة عبر الصفحة كما يتعاون مع متطوعين ومؤثرين وناشطين بيئيين من مختلف الولايات لتبادل الخبرات وتوسيع نطاق النشاط البيئي عبر الوطن.

وتليها الجمعيات التطوعية بنسبة 9.80%. ورغم أن هذه النسبة تُعد ضئيلة، إلا أن إسهاماتها في الأعمال التطوعية كانت معتبرة، لا سيما من خلال التبرع بشاحنات المياه لسقي الأشجار كأشجار الزيتون وغيرها، ويظهر ذلك بوضوح في البث المباشر بتاريخ 7 يوليو 2024 فهي تعد شريكا أساسيا في تنفيذ الأنشطة البيئية التي تنشرها الصفحة، تلعب هذه الجمعيات دورا محوريا في تحويل المبادرات الرقمية التي تروج لها الصفحة الى واقع ملموس على الأرض، من خلال حشد المتطوعين وتنظيم الفعاليات في مختلف المناطق. وفي المرتبة الأخيرة تأتي الصفحات الفيسبوكية الأخرى بنسبة 2.94%، وهي أضعف نسبة، إلا أنه كان لها دور رمزي في التضامن والتعاون مع الصفحة محل الدراسة، كما لاحظنا من خلال منشورات أعاد نشرها فؤاد معلى، تضمنت صورًا لتكريمات تلقاها من طرف بعض المسؤولين، فهي تقوم أيضا بالترويج للعمل البيئي التطوعي الذي تقوم به الصفحة.

-فئة القيم :

القيم	التكرار	النسبة المئوية
التضامن	7	8,04%
التعاون لحماية الغابات	29	33,33%
المسؤولية تجاه البيئة	51	58,62%
المجموع	87	100%

جدول رقم -07- يمثل فئة القيم



الشكل رقم 07- تمثيل بياني يمثل نتائج الجدول رقم 7

يشير الجدول أعلاه رقم (07) أهم القيم الرئيسية التي تضمنتها صفحة الجزائر خضراء حيث تختلف القيم حسب المنشورات كالآتي :

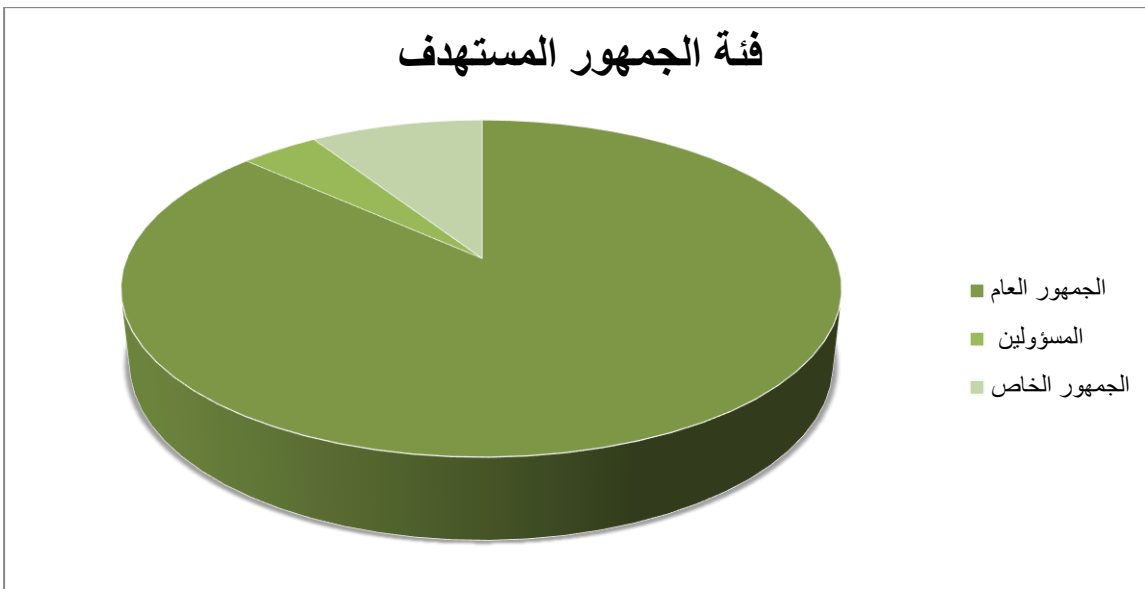
تحتل الصدارة قيمة المسؤولية تجاه البيئة بنسبة 58,62%، وذلك راجع إلى أن صاحب الصفحة ساهم في تعزيز المسؤولية تجاه البيئة من خلال مبادرات عملية وتوعوية تهدف إلى إشراك المواطنين في حماية الطبيعة. فقد شجّع الأفراد، خاصة الشباب، على تحمّل دور فعّال في تحسين محيطهم البيئي، عبر تنظيم حملات تطوعية لغرس الأشجار والعناية بها. كما استخدم منشوراته لنشر ثقافة بيئية تحثّ على الالتزام والمسؤولية الجماعية مؤكداً أن حماية البيئة ليست مسؤولية الدولة فقط، بل واجب كل مواطن. وبذلك، أسهم في تحويل الوعي البيئي إلى سلوك يومي يعكس حساً عالياً بالمسؤولية البيئية لدى فئات واسعة من المجتمع. وتليها قيمة التعاون لحماية الغابات بنسبة 33,33%، تهدف هذه القيمة إلى أن صاحب الصفحة اعتمد بشكل كبير على مبدأ التعاون في مبادراته البيئية، حيث جمع بين جهود الأفراد، الجمعيات، والسلطات المحلية لتحقيق هدف مشترك يتمثل في حماية الغابات وزيادة المساحات الخضراء. من خلال إشراك المتطوعين في حملات التشجير وتوزيع الأدوار بينهم، تمكّن من خلق روح جماعية ومسؤولية مشتركة تجاه البيئة. كما لعبت وسائل التواصل الاجتماعي دوراً محورياً في التنسيق وتحفيز المشاركات، مما جعل العمل البيئي عملاً جماعياً فعّالاً بالإضافة إلى متابعة وإتاحة المجال من أجل إقامة نشاطات في إطار التوعية وهذا يدخل ضمن أبعاد نظرية الأطر الإعلامية الإطار يقوم بتقديم حلول مقترحة للمشكلة، وتأتي في المرتبة الأخيرة قيمة التضامن بنسبة 8,4%، بالرغم من نسبتها الضئيلة في

عينة دراستنا إلا أن صاحب الصفحة اعتمدها بشكل بارز في منشوراته، حيث تعتمد على إبراز العمل الجماعي والمشاركة المجتمعية في مختلف المبادرات البيئية. يُلاحظ أن الصفحة توظف صورًا ومقاطع فيديو تُظهر متطوعين من مختلف الفئات العمرية يعملون معًا من أجل هدف مشترك، ما يعكس روح التأزر بين المواطنين وتُعد دعوات المشاركة في حملات التشجير والتنظيف خير دليل على تشجيع العمل الجماعي والتضامن بين أفراد المجتمع. بهذا، تساهم الصفحة في تعزيز الوعي البيئي من جهة، وتوطيد أواصر التضامن الوطني من جهة أخرى.

-فئة الجمهور المستهدف :

الجمهور المستهدف	التكرار	النسبة المئوية
الجمهور العام	103	86,55%
المسؤولين	05	4,16%
الجمهور الخاص	11	9,16%
الجمهور	119	100%

جدول رقم 08- يمثل فئة الجمهور المستهدف.



الشكل رقم 08- تمثيل بياني يمثل نتائج الجدول رقم 08

يوضح الجدول أعلاه رقم (8) الذي يمثل الجمهور المستهدف من منشورات الصفحة على منصة الفيسبوك، حيث تشير نتائج الجدول المتوصل إليها أن المحتوى موجه بشكل أساسي إلى الجمهور العام بنسبة 86,55% وهو الهدف الرئيسي للصفحة والذي يهدف إلى جذب قدر ممكن من المتابعين للمشاركة في

الأعمال التطوعية من خلال عرض مختلف الصور والفيديوهات التي تبرز أهمية العمل البيئي التطوعي ويمكن أن تفسر ذلك أيضا أن القائمون على الصفحة أن جل منشوراتهم موجهة بشكل رئيسي لكافة أفراد المجتمع بمختلف فئاته وذلك لتوعية الأفراد بالعمل البيئي التطوعي ورفع روح المسؤولية تجاههم وهي من مميزات نظرية التأطير الإعلامي حيث يتناول القائم بالإتصال في صياغة الرسائل الإعلامية إن هذه المنشورات لا تعد فقط وسيلة للتوعية، بل تمثل أداة استراتيجية لتغيير العقلية والسلوك، وبناء قاعدة مجتمعية صلبة ترتكز على قيم الالتزام والمسؤولية البيئية."

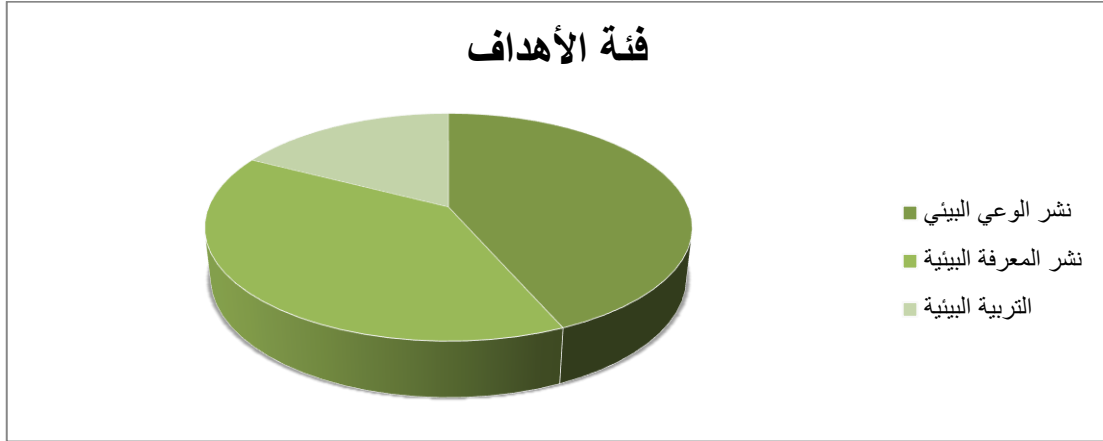
وهذا ما توضحه دراسة إيمان بوبصلة ونصر الدين غراف بعنوان التوعية البيئية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في ظل الحركات الإحتجاجية بالجزائر التي أكد فيها أن القائمون على صفحة جمعية Green Bike على الفيسبوك يستهدفون من خلال منشوراتهم كافة أفراد المجتمع بمختلف فئاته كما أن الصفحة خصصت منشورات معينة للجمهور خاص سواء تعلق الأمر بالشباب -الأطفال... إلخ، بنسبة 9,16% بغية ترسيخ القيم البيئية فيهم فالأعمال البيئية التطوعية توفر فرصة للشباب والأطفال لتعلم مهارات جديدة كالعمل الجماعي والقيادة.

سجلنا أيضا أن الصفحة تضمنت منشورات موجهة للمسؤولين بنسبة 4,16% وهي نسبة ضئيلة والتي وجهها فيها نداء للمسؤولين المستثمرين من أجل دعم المشاريع البيئية التطوعية في الجزائر و يهدف هذا التوجيه إلى تحميلهم مسؤولياتهم الأخلاقية والقانونية تجاه البيئة، وتحفيزهم على تبني رؤية تشاركية تُدمج الجهد التطوعي ضمن الاستراتيجية الوطنية للتنمية المستدامة. إن هذا النداء لا يُعدّ مجرد انتقاد، بل يمثل دعوة صريحة لتفعيل آليات التعاون بين المواطن والمؤسسة، باعتبار أن التحديات البيئية المعاصرة لا يمكن مواجهتها إلا بتكامل الأدوار وتضافر الجهود.

_فئة الأهداف :

الأهداف	التكرار	النسبة المئوية
نشر الوعي البيئي	40	43,47%
نشر المعرفة البيئية	36	39,13%
التربية البيئية	16	17,39%
المجموع	92	100%

جدول رقم 09- يمثل فئة الأهداف



الشكل رقم 09- تمثيل بياني يمثل نتائج الجدول رقم 09

يشير الجدول رقم (09) إلى الأهداف التي تضمنتها صفحة "الجزائر الخضراء"، حيث تحتل فئة "نشر الوعي البيئي" المرتبة الأولى بنسبة 43,47%. وتُعد هذه الفئة من أهم الأهداف التي اتخذها صاحب الصفحة ضمن استراتيجية فعالة لحماية البيئة والحفاظ عليها، نظرًا لما تحقّقه من نتائج إيجابية في هذا المجال. وهي أحد وظائف نظرية الأطر الإعلامية تشخيص أسباب المشكلة واقتراح سبل علاجها.

وهذا ما تدعمه نتائج دراسة عمارة عبد الحليم بعنوان "المعالجة التحليلية لمشكلات البيئة والإعلام العلمي في مجلة البيئة والتنمية اللبنانية"، حيث أكد فيها أن المجلة اعتمدت بدرجة أولى على نشر الوعي البيئي، والتي تعتبر نسبة معبرة حيث فاقت نصف التكرارات المسجلة في هذه الفئة. وتلجأ في الترتيب فئة "نشر المعرفة البيئية"، التي سجلت بدورها نسبة 39,13%. وفي هذا السياق، يدعو صاحب الصفحة إلى تشجير البلاد وزيادة الوعي البيئي داخل المجتمع، معتمداً على مبدأ "العمل من أجل البيئة"، ونشر ثقافة الحفاظ عليها من خلال رسائل بسيطة ومباشرة، مثل: "نقي وما ترميش". كما يعمل على تقديم نصائح بيئية عملية تُسهم في تحسين الممارسات اليومية لدى الأفراد.

كما سُجلت فئة "التربية البيئية" بنسبة 17,39%، وهي من بين الفئات التي حرصت صفحة "الجزائر الخضراء" على إبرازها في منشوراتها بهدف تعزيز الوعي بالقضايا البيئية، وتطوير المهارات والقيم اللازمة لحماية البيئة. ويُمكن القول إن الهدف الرئيسي لصاحب الصفحة من هذه الفئة هو توجيه الشباب نحو سلوكيات أكثر احتراماً للبيئة، ما يُسهم في بناء جيل أكثر وعياً بمسؤوليته البيئية.

03/مناقشة نتائج الدراسة:

مناقشة نتائج الدراسة على ضوء الدراسات السابقة :

من خلال نتائج الدراسات السابقة التي اعتمدنا عليها في دراستنا، والتي كانت متشابهة لدراستنا والمتطابقة معها من حيث الحدود الموضوعية وتناول المتغيرات المعنية بالدراسة الحالية، ومن خلال عرضنا للنتائج التي توصلنا إليها من دراستنا لموضوع "العمل البيئي التطوعي من خلال صفحة - الفيسبوك- الجزائر خضراء دراسة تحليلية لمنشورات الصفحة .

سنحاول توضيح ومقارنة دراستنا في ضوء ما توصلت إليه نتائج الدراسات السابقة:

-بالنسبة لفئة طبيعة اللغة المستخدمة التي احتوتها منشورات صفحة الجزائر الخضراء من خلال منصة فيسبوك، تعتمد الصفحة بالدرجة الأولى على اللهجة العامية وهذا لتسهيل فهم منشوراتها لكافة جمهور متابعيها وتزيد من تفاعلهم وهذا ما يتوافق مع ما أكدته أيضا نتائج الدراسة السابقة لإيمان بويصلة ونصر الدين غراف التوعية البيئية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في ظل الحركات الاحتجاجية بالجزائر الذي توصل فيها أن طبيعة اللغة التي يعتمدها الجمهور الموجه إليه هذه المنشورات الجمهور الجزائري هي اللهجة العامية، إضافة إلى أن عملية الإقناع تعتمد بشكل كبير على طبيعة اللغة التي يجب أن تكون مفهومة من قبل الجمهور المستهدف لضمان نجاح الأهداف.

-بالنسبة لفئة الأساليب الإقناعية المستخدمة في منشورات الصفحة محل الدراسة، هي الأساليب العقلية حيث تهدف صفحة الجزائر الخضراء إلى اقناع متابعيها وتوعيتهم بالعمل البيئي التطوعي فتم الاعتماد على نماذج عن حملات نظافة وتقديم معلومات وإحصاءات عن المشاكل التي تعاني منها البيئة، إضافة بالاستشهاد بالنصوص الدينية وهذا عكس تماما ما توصلت إليه دراسة ، إيمان بويصلة وجمال الدين غراف في دراسة التوعية البيئية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في ظل الحركات الاحتجاجية بالجزائر أن الأساليب العاطفية من بين الأساليب المعتمدة في التأثير على الجمهور المستهدف حيث استغلت الجمعية منشوراتها باستعمال عبارات تعبر عن الحالة الراهنة التي تمر بها البلاد بالإضافة إلى كل الفيديوهات والصور تصاحبها عبارات وشعارات تتسم بطابع العاطفة مثال ذلك من أجلك عشنا يا وطني.

- بالنسبة لفئة الأهداف التي تضمنتها منشورات صفحة الجزائر الخضراء من حيث خلال منصة الفيسبوك ، هي نشر الوعي البيئي وهي من أهم الأهداف التي تبناها صاحب الصفحة لوضع إستراتيجية فعالة لحماية البيئة والحفاظ عليها نظرا لما تحققه من نتائج ايجابية في هذا المجال وهذا ما دعمته نتائج الدراسة السابقة لعمارة عبد الحليم بعنوان المعالجة التحليلية لمشكلات البيئة والتنمية اللبنانية والتي أكد فيها أن المجلة اعتمدت بالدرجة الأولى على نشر الوعي البيئي والتي تغيرت نسبة جد معبرة حيث فاقت نصف التكرارات المسجلة في هذه الفئة.

-بالنسبة لفئة الجمهور المستهدف من مضامين صفحة الجزائر خضراء من خلال منصة الفيسبوك توصلت دراستنا إلى أن منشورات الصفحة موجهة بشكل أساسي إلى الجمهور العام وهذا ما أكدته أيضا نتائج الدراسة السابقة للإيمان بويصلة ونصر الدين غراف، التوعية البيئية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في ظل الحركات الاحتجاجية بالجزائر التي توصل فيها القائمون على صفحة جمعية green bike على الفيسبوك يستهدفون من خلال منشوراتهم كافة أفراد المجتمع بمختلف فئاته .

مناقشة نتائج الدراسة على ضوء المقاربة النظرية:

تعد نظرية الأطر واحدة من الروافد الحديثة في دراسات الإعلام والاتصال والتي تعرف على أنها انتقاء متعمد لبعض جوانب الحدث أو القضية وجعلها أكثر بروزا في النص الإعلامي واستخدام أسلوب محدد في توظيف المشكلة وتحديد أسبابها. (تامى، 2022، صفحة 02)، ومن بينها الوظائف والآليات والأبعاد والخطوات والتكرار.

وبالنظر إلى النتائج التي توصلنا إليها من خلال دراستنا نجد أن:

_بالنسبة لطبيعة اللغة المستخدمة في منشورات صفحة الجزائر الخضراء أوضحت دراستنا أن اللغة المستخدمة هي اللهجة العامية مع استخدام العربية الفصحى للإيصال رسائل ومعلومات علمية دقيقة وتكرارها الذي يدعم ارتباط الأفكار مع بعضها البعض وهذا ما جاء في نظرية التأطير الإعلامي هي أن التكرار يعمل على ارتباط الأفكار مع بعضها البعض على ترسيخ تعبير واحد للقضية. (تامى، 2022، صفحة 09)

_بالنسبة لفئة الأساليب الإقناعية المستخدمة في صفحة الجزائر الخضراء بينت دراستنا أن الأساليب الأكثر استخداما هي العقلية بهدف إقناع متاعي الصفحة وتوعيتهم بالعمل البيئي التطوعي فتم الاعتماد على إعطاء نماذج عن حملات نظافة وأيضا تقديم معلومات عن المشاكل البيئية وهي إحدى وظائف تحليل الأطر الإعلامية التي جاءت به النظرية من خلال تحديد المشكلة أو القضية بدقة. (مكاوي و ليلي، الإتصال و نظرياته المعاصرة، 1998، صفحة 349)

_وبالنسبة لفئة المواضيع المستخدمة في منشورات الصفحة محل الدراسة التي ساهم من خلالها صاحب الصفحة بشكل كبير بالتطوع لغرس الأشجار الذي يعد نشاط قيم يفيد البيئة والأفراد المشاركين من خلال الصور والفيديوهات المنشورة عبر منصة الفيسبوك وبالإضافة إلى تسليط الضوء على الجوانب الإيجابية لهذا النشاط وتركيزه على الفوائد البيئية مثل تحسين جودة الحياة، تقليل التلوث البيئي. وهي أحد آليات التأطير الإعلامي الانتقاء والبروز حيث يختار صاحب الصفحة المنشورات في إطارا معيناً، ومن

ثم تصبح السمات المميزة للمنشور ضمن ذلك الإطار أكثر بروزا . (مكاوي و ليلي، الاتصال و نظرياته المعاصرة، 1998، صفحة 09)

نتائج العامة للدراسة

1-تستعمل الصفحة محل الدراسة اللهجة العامية لعرض منشوراتها الخاصة بالعمل البيئي التطوعي وذلك بنسبة 45,65% وهذا لتسهيل فهم منشوراته لكافة جمهور متابعيه عكس اللغة العربية الفصحى واللغة الأجنبية التي إستخدمت بنسب قليلة.

2-تعتمد الصفحة محل الدراسة على فيديوهات مرفقة بنص بنسبة 50,54% ذلك راجع إلى أن هذه الأخيرة كثيرة الاستخدام في وقتنا الحالي إذ أن النص المرفق لها هو عنصر يجذب إنتباه المتابعين، بالإضافة أن صاحب الصفحة إستخدم خاصية دمج الوسائط المتعددة Multimedia التي تمتاز بها منصات التواصل الاجتماعي لجذب إنتباه المتابعين وزيادة التفاعل مع منشورات الصفحة

3 -أخذت الأساليب الإقناعية العقلية المرتبة الأولى من حيث إستعمالها من طرف الصفحة محل الدراسة في تناول مواضيع العمل البيئي التطوعي وذلك بنسبة بلغت 74.07% كوسيلة لإقناع المتلقي، وتوجيهه نحو تبني سلوكيات إيجابية وتوعيتهم بالعمل البيئي التطوعي .

4-تناولت الصفحة محل الدراسة من خلال المواضيع التي يطرحها صاحب الصفحة التطوع لغرس الأشجار وهو من الفئات الأساسية في منشورات الصفحة بنسبة 48.05%تعتبر هذه المبادرة نشاط قيم يفيد البيئة والأفراد المشاركين فيها.

5- تستهدف الصفحة محل الدراسة من خلال العمل البيئي التطوعي فئة الجمهور العام بالدرجة الأولى بنسبة 86,55%وهو الهدف الرئيسي للصفحة والذي يهدف إلى جذب قدر ممكن من المتابعين للمشاركة في الأعمال التطوعية من خلال عرض مختلف الصور والفيديوهات التي تبرز أهمية العمل البيئي التطوعي.

6-وجدنا أن صفحة الجزائر خضراء من حيث التفاعل سواء بالإعجاب أو التعليق أو المشاركة يتضح لنا بأن نتائجها متساوية ويمكن القول بأن أغلب متابعيه يتفاعلون مع منشوراته بنسبة 33.33%، إن هذا النمط من التفاعل المتعدد الأبعاد يدل على أن صفحة الجزائر الخضراء لا تقوم فقط بنقل المعلومات، بل تلعب أيضا دورا فاعلا في بناء فضاء تواصلية يعزز من الانتماء الوطني والوعي الجماهيري مما يعكس ارتباطهم بالمحتوى المقدم واهتمامهم بالقضايا البيئية .

7- وضحت نتائج الدراسة أن الأطراف الأكثر فاعلية في صفحة الجزائر خضراء هم مسؤولي الصفحة بنسبة 73.52%، ويتضح لنا ان المسؤولين يساهمون بشكل فعّال في ضمان نجاح الصفحة وتحقيق أهدافها.

8- إتمدت صفحة الجزائر خضراء من خلال منصة الفايسبوك على قيمة المسؤولية تجاه البيئة بنسبة 58,62%، وذلك راجع إلى أن صاحب الصفحة ساهم في تعزيز المسؤولية تجاه البيئة من خلال مبادرات عملية وتوعوية تهدف إلى إشراك المواطنين في حماية الطبيعة.

9- هدفت صفحة الجزائر خضراء من خلالها من منشوراتها إلى نشر الوعي البيئي بنسبة 43,47%. وتُعد هذه الفئة من أهم الأهداف التي اتخذها صاحب الصفحة ضمن استراتيجية فعالة لحماية البيئة والحفاظ عليها، نظرًا لما تحقّقه من نتائج إيجابية في هذا المجال.

خاتمة

خاتمة:

نخلص في الأخير إلى أن العمل البيئي التطوعي عبر منصات التواصل الاجتماعي بصفة عامة وعبر الفيسبوك بصورة خاصة ساهم بشكل كبير في الترويج للعمل البيئي التطوعي من خلال صفحة -الجزائر خضراء- حيث استنتجنا أن هذه المنصة لها أثر كبير في نشر الأعمال البيئية التطوعية، فهي تعد عاملاً مساعداً في نشر هذه الأعمال بشكل سريع بين أفراد المجتمع بشتى الطرق.

ومن خلال نتائج دراستنا حول موضوع العمل البيئي التطوعي من خلال صفحة الفيسبوك-الجزائر خضراء- توصلنا إلى:

أن أهمية العمل البيئي التطوعي تبرز كقوة محركة للتغيير الإيجابي، كما أن المبادرات التطوعية، وعلى رأسها حملة "الجزائر خضراء"، لا تقتصر على التشجير والتنظيف فقط، بل تمثل وعياً جماعياً متصاعداً بضرورة الحفاظ على البيئة كمكون أساسي من مكونات التنمية المستدامة، لقد أظهر المتطوعون في مختلف ولايات الوطن روحاً عالية من المسؤولية والانتماء، حيث باتت الحملات البيئية فرصة لتعزيز قيم المواطنة الحقيقية، والتضامن المجتمعي، والتربية البيئية، وهذا ما يجعل من العمل البيئي التطوعي تجربة فريدة تسهم في ترسيخ ثقافة بيئية متجددة، تُبنى على الفعل والمبادرة، لا على الشعارات فقط.

ولخصت الدراسة الحالية إلى مجموعة التوصيات في النقاط التالية:

• إعداد خطط واضحة للمشاريع البيئية التطوعية تشمل الأهداف، الجدول الزمني، الموارد المطلوبة، والنتائج المتوقعة.

• الاستمرار في العمل الجماعي.

• تثقيف المجتمع حول أهمية الحفاظ على البيئة ودور العمل التطوعي في ذلك.

• توظيف مهارات المتطوعين (مثل التصميم، الإعلام، التعليم) في خدمة المشاريع البيئية.

• إجراء دراسات أكاديمية علمية حول هذه المواضيع المتعلقة بالعمل البيئي التطوعي.

قائمة المصادر

والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

ذوقان عبيدات. (2015). *البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه*. الأردن: دار الفكر ناشرون و موزعون.

1. *napoleoncat*. (2024, 01). Récupéré sur <https://napoleoncat.com>:

<https://www.facebook.com/Greenest.Algeria>

2. أد غربي محمد، و ابراهيم د قلوز. (2019، 09 30). النظرية البنائية الوظيفية : نحو رؤية جديدة لتفسير الظاهرة الاجتماعية. *asjp*، صفحة 167.

3. ابادي م، ا. (1995). *القاموس المحيط*.

4. آخرون، ع. ق. (2009). *البحث العلمي الكمي والنوعي*. الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع.

5. الجبور، س. م. (2011). *الإعلام البيئي*. الأردن.

6. الجبور، س. م. (2011). *الإعلام البيئي*. الأردن: دار أسامة للنشر و التوزيع.

7. الجبور، س. م. (2011). *الإعلام البيئي*. الأردن: دار أسامة للنشر و التوزيع.

8. الجوهرى محمد، فاطمة القليني، نجوى عبد الحميد، هناء الجوهرى، حاتم احمد. (2010). *علم اجتماع البيئة*. الأردن: دار المسيرته للنشر و التوزيع و الطباعة.

9. الدين، ع. ن. (2005). *معجم نور الدين الوسيط*. لبنان: دار الكتب العلمية.

10. الزهراء، س. ف. &، الحاج سالم، ع. (2020، 06 30). مواقع التواصل الإجتماعي و تشكيل القيم لدى الشباب الجزائري-الفيديسبوك أنموذجا. -مجلة الباحث في العلوم الإنسانية و الاجتماعية.

11. العازمي، ب. م. *تطوير جوانب الوعي البيئي في المجتمع الكويتي لتحقيق التنمية المستدامة*. الكويت

12. العبيدي، ن. ي. (2014). *البيئة و التلفزيون كيف نبني برنامجا تلفزيونيا بيئيا ؟*. الأردن: دار

المناهج للنشر و التوزيع.

13. الفكاير, ف. (2022, 06 30). العمل التطوعي ووسائل الإعلام: إشكالية الدور و المفهوم. مجلة البحوث و الدراسات الإنسانية. (1)16 ,
14. الوادي, م. ح. & علي, ف. (2011). أساليب البحث العلمي مدخل منهجي تطبيقي. الأردن: دار المناهج للنشر و التوزيع .
15. أمينة, ه. ش. الإعلام البيئي كآلية لحماية البيئة. الجزائر.
16. بخنة, ع. ا. & لفرع, خ. (2021, 09 30). الخلفية البيداغوجية للنظرية المعرفية و كيفية تطبيقها في العملية التعليمية البنائية انموذجا. p. 90 .
17. بودور, م. (2022, 12 29). مفهوم البيئة وأهم أنواعها في التشريع الجزائري. p. 541 .
18. بوشيبان, ص. (2019). المشكلات الاجتماعية في الصحافة المكتوبة الجزائرية الخاصة, دراسة تحليلية مقارنة (الشروق, النهار). *liberte, elwatan*, أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه(الطور الثالث (في علوم الإعلام والاتصال, الجزائر.
19. تامي, ن. (2022). التموقع المنهجي لنظرية التأطير الإعلامي في الدراسات الإعلامية قراءة في الأبعاد و الإستخدامات.
20. تمار, ي. (2007). تحليل المحتوى للباحثين و الطلبة الجامعيين. الجزائر: طاكسيس كوم للدراسات والنشر و التوزيع.
21. جلولي, م. إستخدامات منهج تحليل المضمون في بحوث الإعلام و الإتصال بين التحليل الكمي و الكيفي. الجزائر .
22. حسونة, ن. (2015). نظريا الإعلام و الاتصال.
23. داود, ع. (s.d.). مناهج البحث العلمي و التربوي. عمان الأردن: دار المشرق الثقافي .
24. دليو, ف. (2024). مدخل الى منهجية البحث العلمي. الجزائر: منشورات مخبر الاستخدام و التلقي في الجزائر.
25. راضي, خ. أ. & خنفر, ع. ر. (2016). التربية البيئية و الوعي البيئي. الأردن: دار الحامد للنشر و التوزيع.

26. رشدي، ع. (2013). *الريادة و العمل التطوعي*. الأردن: دار الـراية للنشر و التوزيع .
27. رضا، ي. م. (2006). *معجم العربية الكلاسيكية و المعاصرة*. لبنان: مكتبة لبنان ناشرون .
28. رفيدة، ف. م. *العمل التطوعي و دوره في تنمية المجتمع* .
29. رويـنة، ع. ا. (2018, 09 07). *العمل التطوعي و دوره في الإرتقاء بقيم المواطنة*. *مجلة السراج في التربية و قضايا المجتمع* .
30. رويـنة، ع. ا. *العمل التطوعي و دوره في الإرتقاء بقيم المواطنة*. *مجلة السراج في التربية و قضايا المجتمع*, قسنطينة الجزائر .
31. ساحلي، م. (2021, 9 30). *دور العمل التطوعي في تحقيق التنمية*. *مجلة العلوم الاجتماعية*, p. 31.
32. سعيد، ع. ا. & حياة، ش. (2021, 03 15). *التربية البيئية في العصر الرقمي*. *مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة*. 2(1) ,
33. سعيد، ن. (2011). *العمل التطوعي*. مصر: قطر الندى للنشر و التوزيع .
34. سمرة، م. ب. (2010). *الإعلام الزراعي و البيئي*. الأردن: دار الـراية للنشر و التوزيع.
35. سمير حمياز، و. أ. (2022, 07 01). *الإعلام البيئي في الجزائر بين التشريع و التطبيق*. *مجلة الإناسة وعلوم المجتمع*. 43,44, pp ,
36. سيف، ع. ا. (2018). *الريادة و العمل التطوعي*. عمان: دار المعترف للنشر و التوزيع .
37. شاهد، إ. & عبد النعيم، د. (2016, 12 01). *البيئة و مقومات حمايتها في الجزائر*. 56. p.
38. شهيرة، ب. (2021, 04 21). *منظور الإعلام الغربي لقضية الصراع الطائفي في العالم العربي*, *دراسة تحليلية لصحيفة الانترناشيونال نيويورك تايمز الأمريكية*. *مجلة التميز الفكري للعلوم الاجتماعية و الانسانية* .
39. طعيمة، ر. أ. (2004). *تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية*. القاهرة: دار الفكر العربي .
40. عبيدات، م. إ. (2004). *التسويق الإجماعي (الأخضر و البيئي)*. الأردن: دار وائل للنشر .

41. عبيدات م، محمد، أ. ن. & عقله م. (1999). *منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل و التطبيقات*. الأردن: دار وائل للطباعة و النشر.
42. **غضبان، غ. (n.d.). الترويج السياحي الإلكتروني للمناطق السياحية في الجزائر عبر الشبكات الاجتماعية. الجزائر.**
43. قزادري ح. تعزيز دور الإعلام و التوعية البيئية لحماية البيئة في الجزائر. الجزائر.
44. كافي م. ي. (2016). *الإعلام و الإتصال البيئي و السكاني*. الأردن: دار المناهج للنشر و التوزيع.
45. كوندرة س. (2018, 9 7). *إسهامات العمل التطوعي في ترسيخ قيم المواطنة*. مجلة السراج في التربية و قضايا المجتمع. p. 170.
46. كوندرة س. *التسويق الاجتماعي للعمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي*. سطيف.
47. محمد غ & إبراهيم ق.
48. محمد غ & قلاواز ا. *النظرية البنائية الوظيفية: نجورؤية جديدة لتفسير الظاهرة الاجتماعية*. تيسمسيلت.
49. مربيعي إ، & نسيم م. *دور الإعلام البيئي الإلكتروني في تحقيق التنمية المستدامة*. مجلة علوم الإنسان و المجتمع، الجزائر.
50. معتوق م. ج. *العمل التطوعي و دوره في تنمية المجتمع*. البليدة.
51. مكاوي ح. ع. & ليلي ح. (1998). *الاتصال و نظرياته المعاصرة*. لبنان: الدار المصرية اللبنانية.
52. مكاوي ح. ع. & ليلي ح. (1998). *الاتصال و نظرياته المعاصرة* (Vol. ط). (1) القاهرة مصر: الدار المصرية اللبنانية.
53. منظور ا. (1981). *لسان العرب ابن منظور*.
54. مونية ز، & جمال م. *العمل التطوعي و دوره في تنمية المجتمع*. الجزائر.
55. مونية ز، & جمال م. *العمل التطوعي و دوره في تنمية المجتمع*. البليدة.
56. مي ع. ا. (2012). *المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام و الإتصال*. لبنان: دار النهضة العربية.

57. وهابي, ن. (s.d.). الإعلام و دوره في تشكيل الوعي البيئي نظرة شاملة حول جدلية العلاقة و التأثير

الملاحق



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عباس لغرور-خنشلة-

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية



شعبة: علوم الإعلام والاتصال

تخصص: سمعي بصري

الرقم التسلسلي:.....

استمارة بحث حول:

العمل البيئي التطوعي من خلال صفحة الفايسبوك (الجزائر الخضراء)

-دراسة تحليلية لعينة من منشورات الصفحة-

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر الأكاديمي في شعبة علوم الإعلام والاتصال

تخصص سمعي بصري

دراسة تحليلية لعينة من المنشورات صفحة الجزائر الخضراء عبر الفايسبوك

خلال الفترة الممتدة من 1 ديسمبر 2023 الى غاية 31 ديسمبر 2024

إشراف الأستاذة:

د/غالية غضبان

إعداد الطالبتان:

صياد رفيقة

عقوني آمال

الموسم الجامعي:

2025/2024

البيانات الأولية:

- 01 _ اسم الصفحة
- 02 _ تاريخ إنشاء الصفحة
- 03
- 04
- 05 _ عدد متابعي الصفحة
- 06 _ رابط الصفحة

الفئات التحليلية:

أ) فئات الشكل:

- 07 _ اللغة المستخدمة
- 08
- 09
- 10 _ المادة المستخدمة
- 11
- 12
- 13 _ الأساليب الإقناعية
- 14
- 15 _ التفاعل
- 16
- 17

ب) فئات المضمون:

- 18 _ المواضيع
- 19
- 20
- 21 _ الفاعلين
- 22
- 23
- 24
- 25 _ القيم
- 26
- 27
- 28 _ الأهداف
- 29
- 30
- 31 _ الجمهور المستهدف
- 32
- 33
- 34

2/ دليل استمارة تحليل المضمون:

_ يدل رقم 01: على صفحة الجزائر خضراء

_ يدل رقم 02: اليوم

_ يدل رقم 03 : السنة

_ يدل رقم 04: الشهر

_ يدل رقم 05: 2.5 مليون متابع

_ يدل رقم 06: <https://www.facebook.com/Greenest.Algeria?mibextid=wwXlfr&mibextid=wwXlfr>

أ) فئات الشكل:

_ يدل رقم 07: اللهجة العامية

_ يدل رقم 08: العربية الفصحى

_ يدل رقم 09 : اللغة الأجنبية

_ يدل رقم 10: صور

_ يدل رقم 11: نص

_ يدل رقم 12: فيديو

_ يدل رقم 13: فيديو مرفق بنص

_ يدل رقم 14: عقلية

_ يدل رقم 15: عاطفية

_ يدل رقم 16: الاعجاب

يدل رقم 17: التعليق

يدل رقم 18: المشاركة

(ب) فئات المضمون:

يدل رقم 19: النطوع لغرس الأشجار

يدل رقم 20: خلق بيئة نظيفة

يدل رقم 21: الحد من التلوث البيئي

يدل رقم 22: مسؤولي الصفحة

يدل رقم 23: الجمعيات التطوعية

يدل رقم 24: الصفحات الفيسبوكية

يدل رقم 25: المتعاونين

يدل رقم 26: التضامن

يدل رقم 27: التعاون

يدل رقم 28: المسؤولية

يدل رقم 29: نشر الوعي البيئي

يدل رقم 30: نشر المعرفة البيئية

يدل رقم 31: التربية البيئية

يدل رقم 32: الجمهور العام

يدل رقم 33: الجمهور الخاص

يدل رقم 34: المسؤولين



















