

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة-

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال



مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر الأكاديمي

الميدان: علوم إنسانية والاجتماعية

الشعبة: علوم الاعلام والاتصال

تخصص: إتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

إعداد الطالبة:

صياد فتيحة

بعنوان:

الإعلام البيئي ودوره في رفع الوعي بقضايا التغير المناخي

دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة قاصدي مرباح ورقلة.

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الجامعة	الصفة
أ.د. تومي فضيلة	أستاذ تعليم عالي	جامعة ورقلة	رئيسا
د. صانع رابح	أستاذ محاضر "أ"	جامعة ورقلة	مشرفا ومقررا
أ.د. بودربالة عبد القادر	أستاذ تعليم عالي	جامعة ورقلة	مناقشا

السنة الجامعية: 2026/2025

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة-

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال



مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر الأكاديمي

الميدان: علوم إنسانية والاجتماعية

الشعبة: علوم الاعلام والاتصال

تخصص: إتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

إعداد الطالبة:

صياد فتيحة

بعنوان:

الإعلام البيئي ودوره في رفع الوعي بقضايا التغير المناخي

دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة قاصدي مرباح ورقلة

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الجامعة	الصفة
أ.د. تومي فضيلة	أستاذ تعليم عالي	جامعة ورقلة	رئيسا
د. صانع رابح	أستاذ محاضر "أ"	جامعة ورقلة	مشرفا ومقررا
أ.د. بودربالة عبد القادر	أستاذ تعليم عالي	جامعة ورقلة	مناقشا

السنة الجامعية: 2026/2025

الشكر والعرفان

سم الله الرحمن الرحيم، والحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، وبفضله تنيسر الأمور وتتحقق الغايات،
والصلاة والسلام على أشرف المرسلين سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين.

في هذه المناسبة العلمية، يسعدني ويشرفني أن أقدم بخالص عبارات الشكر والعرفان والتقدير إلى كل
من ساهم من قريب أو بعيد في إنجاز هذه المذكرة.

أولاً، أتوجه بجزيل الشكر والامتنان إلى الأستاذ المشرف "د. صانع رابح" الذي لم يبخل عليّ بتوجيهاته
القيمة ونصائحه السديدة، والتي كان لها الأثر الكبير في توجيه هذا العمل وإخراجه في صورته
النهائية، فله مني كل التقدير والاحترام.

كما أقدم بخالص الشكر إلى أساتذة قسم علوم الاعلام والاتصال الذين ساهموا في تكويني العلمي
طيلة سنوات الدراسة، ولم يدخروا جهداً في تقديم العلم والمعرفة.

ولا يفوتني أن أشكر كل من ساعدني من أفراد العينة أو المؤسسة محل الدراسة على تعاونهم وتجاوبهم
الذي كان له دور أساسي في إنجاح هذا البحث.

كما أخص بالشكر زملائي وزميلاتي الذين كانوا سنداً لي طوال هذه المرحلة الدراسية، سواء بالنصيحة
أو الدعم أو التشجيع.

وفي الأخير، أتوجه بعظيم الامتنان إلى عائلتي الكريمة التي كانت الداعم الأول لي، والتي وفرت لي
كل سبل التشجيع والصبر حتى إتمام هذا العمل.

وأسأل الله تعالى أن يجعل هذا العمل خالصاً لوجهه الكريم، وأن ينفع به، إنه ولي ذلك والقادر عليه.

الاهداء

إلى والداي امي التي كانت دعمتني بدعائها في كل خطوة إلى أبي الذي تمنى ان
يشاركني فرحة تخرجي الا ان قضاء الله كان أسرع رحمة الله عليه إلى اخواني واخواتي
اهدي لكم هذا العمل عربون وفاء لدوركم في كل خطوة مشيتها نحو هذه اللحظة.

إلى استاذي المشرف الفاضل صانع رابح الذي كان مرشدي ومعلمي والذي انار طريقي
بالعلم والتوجيه وإلى كل أساتذة قسم علوم الاعلام والاتصال عامة
إلى صديقاتي ايمان زابي، مبروكة حنيشات، ايمان هبله، ام كلثوم سليمان اللواتي
شاركوني الضحك والتعب وكانوا سند لي في أصعب الايام فهذا الإنجاز أيضا لكم فبدون
دعمكم ومساندتكم لم يكن لي هذا النجاح
شكرا لكم من أعماق قلبي

ملخص الدراسة

تتناول هذه الدراسة موضوع الإعلام البيئي ودوره في رفع الوعي بقضايا التغير المناخي لدى طلبة جامعة قاصدي مرباح ورقلة، حيث تهدف إلى الكشف عن مدى مساهمة وسائل الإعلام بمختلف أنواعها في تعزيز الوعي البيئي لدى الطلبة، والتعرف على درجة اطلاعهم على القضايا البيئية، إضافة إلى تحديد تفضيلاتهم في متابعة المحتوى البيئي، ودور الأنشطة الإعلامية للجمعيات والنوادي البيئية في دعم هذا الوعي.

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، مع استخدام الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات من عينة من طلبة جامعة قاصدي مرباح ورقلة، وتوصلت النتائج إلى:

- ✓ أن الطلبة يتمتعون بمستوى جيد من الوعي والاطلاع على القضايا البيئية والتغير المناخي، وأن وسائل الإعلام، خاصة الرقمية منها، تلعب دوراً محورياً في تزويدهم بالمعلومات البيئية.
- ✓ أن الفيديوهات التوعوية والمحتوى البصري يمثلان أكثر الوسائل تأثيراً في رفع مستوى الفهم البيئي لدى الطلبة، في حين تساهم الأنشطة الإعلامية للجمعيات والنوادي البيئية بشكل فعال في تعزيز الوعي البيئي وتشجيع المشاركة الفعلية في الأنشطة البيئية.
- ✓ أن الإعلام البيئي يعد عنصراً أساسياً في نشر الثقافة البيئية وترسيخ الوعي بقضايا التغير المناخي لدى الطلبة الجامعيين.

الكلمات المفتاحية: دور، الإعلام البيئي، الوعي، التغير المناخي

Study summary

This study addresses the topic of environmental media and its role in raising awareness of climate change issues among students at the University of Kasdi Merbah and Ouargla, as it aims to reveal the extent of the contribution of various types of media in enhancing environmental awareness among students, and to identify the degree of their knowledge of environmental issues, in addition to determining their preferences in Following environmental content, and the role of the media activities of environmental associations and clubs in supporting this awareness.

The study relied on the descriptive approach, with the questionnaire used as the main tool to collect data from a sample of students from the University of Kasdi Merbah and Ouargla, and the results reached:

- ✓ Students are well-informed and aware of environmental issues and climate change, and the media, especially digital ones, plays a pivotal role in providing them with environmental information and shaping their awareness. Social media has also been shown to be the most widely used means of monitoring environmental issues, due to its speed, diverse content, and ease of interaction.
- ✓ Awareness videos and visual content are the most effective means of raising students' environmental understanding, while the media activities of environmental associations and clubs effectively contribute to enhancing environmental awareness and encouraging active participation in environmental activities. On the other hand, the study indicated that there are some factors that limit the effectiveness of environmental media, such as the lack of continuity in media campaigns and weak specialized coverage of some issues.
- ✓ Environmental media is a key element in spreading environmental culture and raising awareness of climate change issues among university students. It is also necessary to enhance coordination between the media, university institutions, and environmental associations to ensure greater effectiveness in raising environmental awareness.

Keywords: Role, environmental media, awareness, climate change

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
.I	شكر والعرفان
.IV	الاهداء
.III	ملخص الدراسة
.V	فهرس المحتويات
.VII	قائمة الجداول
.X	قائمة الاشكال
.XI	قائمة الملاحق
أ	مقدمة
الجانب المنهجي للدراسة	
18	1. الإشكالية
19	2. أسباب اختيار الموضوع
20	3. أهمية الدراسة
20	4. أهداف الدراسة
21	5. منهج الدراسة
22	6. مجتمع البحث وعينته
22	7. أدوات جمع البيانات
24	8. مصطلحات الدراسة
26	9. مجالات الدراسة
26	10. الدراسات السابقة
31	11. المقترح النظري
الجانب التطبيقي للدراسة	
34	تحليل نتائج الدراسة الميدانية
34	البيانات الشخصية
37	المحور الأول: درجة اطلاع طلبة جامعة قاصدي مرباح على القضايا البيئية والتغير المناخي من خلال وسائل الإعلام المختلفة

45	المحور الثاني: تفضيلات الطلبة لمتابعة القضايا البيئية عبر مختلف وسائل الاعلام التقليدية والحديثة.
52	المحور الثالث: دور الأنشطة الإعلامية للجمعيات والنوادي البيئية في نشر الوعي بقضايا التغير المناخي لدى طلبة علوم الإعلام والاتصال
61	المحور الرابع: العوامل التي تحد من فعالية الإعلام في تعزيز الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين.
70	نتائج الدراسة
74	خاتمة
76	قائمة المراجع والمصادر
79	الملاحق

قائمة الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
1.	الجدول رقم (01) يوضح توزيع افراد العينة حسب متغير الجنس	34
2.	الجدول رقم (02) يوضح توزيع افراد العينة حسب متغير السن	35
3.	الجدول رقم (03) توزيع افراد العينة حسب متغير المستوى الجامعي	36
4.	الجدول رقم (04) يوضح توزيع افراد العينة حسب مدى متابعة القضايا البيئية عبر وسائل الاعلام	37
5.	الجدول رقم (05) يوضح توزيع افراد العينة حسب تقييم مستوى معرفتهم بقضايا التغير المناخي	38
6.	الجدول رقم (06) يوضح توزيع افراد العينة حسب مدى فهم للمفاهيم البيئية الأساسية مثل (التوازن البيئي، الاستدامة، التنوع البيولوجي، التلوث).	39
7.	الجدول رقم (07) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير شعور أن وسائل الإعلام تقدّم معلومات كافية حول الوعي بالقضايا البيئية.	40
8.	الجدول رقم (08) يوضح توزيع أفراد العينة حسب تأثير المعلومات البيئية التي تتلقاها في وعيهم	41
9.	الجدول رقم (09) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متابعة البرامج أو التقارير المتخصصة البيئية.	42
10.	الجدول رقم (10) يوضح توزيع أفراد العينة حسب المعلومات البيئية المتداولة عبر وسائل الاعلام موثوقة.	43
11.	الجدول رقم (11) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متابعة المستجدات البيئية عند حدوث ظواهر غير معتادة.	44
12.	الجدول رقم (12) يوضح توزيع افراد العينة حسب الوسيلة الإعلامية الأساسية التي تعتمد عليها في متابعة القضايا البيئية.	45
13.	الجدول رقم (13) يوضح توزيع افراد العينة حسب استخدام الإذاعة كمصدر للمعلومات حول القضايا البيئية.	46
14.	الجدول رقم (14) يوضح توزيع افراد العينة حسب متابعة البرامج أو الوثائقيات البيئية عبر التلفزيون أو الإنترنت.	47

48	الجدول رقم (15) يوضح توزيع افراد العينة حسب مدى اعتماد الطلبة على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات البيئية	15.
49	الجدول رقم (16) يوضح توزيع افراد العينة حسب منصة من منصات التواصل الاجتماعي تعتمد الطلبة عليها أكثر في متابعة القضايا البيئية	16.
50	الجدول رقم (17) يوضح توزيع افراد العينة حسب متغير مدى اعتماد على المواقع الإخبارية الإلكترونية في متابعة القضايا البيئية.	17.
51	الجدول رقم (18) يوضح توزيع افراد العينة حسب نوع من المحتوى الإعلامي تفضله في تناول القضايا البيئية.	18.
52	الجدول رقم (19) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متابعة أنشطة الجمعيات والنوادي البيئية المتعلقة بالتغير المناخي.	19.
53	الجدول رقم (20) يوضح توزيع أفراد العينة حسب مدى اطلاع الطلبة على الحملات الإعلامية التي تنظمها الجمعيات البيئية حول التغير المناخي.	20.
54	الجدول رقم (21) يوضح توزيع أفراد العينة حسب تقييم مستوى المعلومات التي تقدمها الجمعيات والنوادي البيئية حول التغير المناخي.	21.
55	الجدول رقم (22) يوضح توزيع أفراد العينة حسب أن الأنشطة الإعلامية للجمعيات والنوادي تساعد على فهم قضايا التغير المناخي بشكل أفضل.	22.
56	الجدول رقم (23) يوضح توزيع أفراد العينة حسب الوسيلة الأكثر استخداما من طرف الجمعيات والنوادي البيئية في التوعية بالتغير المناخي.	23.
57	الجدول رقم (24) يوضح توزيع أفراد العينة حسب تشجع الأنشطة الإعلامية للجمعيات والنوادي على الاهتمام بقضايا التغير المناخي	24.
58	الجدول رقم (25) يوضح توزيع أفراد العينة حسب مساهمة الجمعيات والنوادي البيئية المحلية في تعزيز وعي بقضايا التغير المناخي	25.
59	الجدول رقم (26) يوضح توزيع أفراد العينة حسب الأنشطة الإعلامية للجمعيات والنوادي تكمل دور وسائل الإعلام في التوعية بالتغير المناخي	26.
60	الجدول رقم (27) يوضح توزيع أفراد العينة حسب مدى تأثير الأنشطة الإعلامية للجمعيات والنوادي البيئية على اتجاهات الطلبة نحو قضايا التغير المناخي	27.
61	الجدول رقم (28) يوضح توزيع أفراد العينة حسب هل التغطية الإعلامية للقضايا البيئية كافية	28.

62	الجدول رقم (29) يوضح توزيع أفراد العينة حسب كفاية البرامج الاعلامية على مواقع التواصل في القضايا البيئية	29.
63	الجدول رقم الجدول رقم (30) يوضح توزيع أفراد العينة حسب البرامج الاعلامية المواقع التواصل كافية في تركيزها على القضايا البيئية .	30.
64	الجدول رقم (31) يوضح توزيع أفراد العينة حسب تقييم وضوح اللغة المستخدمة في المضامين الإعلامية البيئية.	31.
65	الجدول رقم (32) يوضح توزيع أفراد العينة حسب هل غياب الحملات الإعلامية المنتظمة يؤثر على الوعي البيئي لدى الطلبة.	32.
66	الجدول رقم (33) يوضح توزيع أفراد العينة تقييم مصداقية المعلومات البيئية المقدمة في وسائل الإعلام.	33.
67	الجدول رقم (34) يوضح توزيع أفراد العينة حسب اعتقاد أن تكرار نفس المعلومات البيئية يقلل من اهتمام الطلبة.	34.
68	الجدول رقم (35) يوضح توزيع أفراد العينة حسب تأثير غياب مشاركة الطلبة في إنتاج المحتوى الإعلامي البيئي على مستوى اهتمامهم	35.

قائمة الأشكال

الرقم	العنوان	الصفحة
1.	الجدول رقم (01) يوضح توزيع افراد العينة حسب متغير الجنس	39
2.	الجدول رقم (02) يوضح توزيع افراد العينة حسب متغير السن	40
3.	الجدول رقم (03) توزيع افراد العينة حسب متغير المستوى الجامعي	41

قائمة الملاحق

الصفحة	الملحق	الرقم
80	الاستبيان	.1

مقدمة

تشهد قضايا البيئة والتغير المناخي في السنوات الأخيرة اهتماماً متزايداً على المستويين العالمي والمحلي، نتيجة ما تعرفه البيئة من تحولات متسارعة أثرت بشكل مباشر على مختلف مجالات الحياة، الأمر الذي جعل هذه القضايا تحظى بحضور متمم في الخطاب الإعلامي بمختلف وسائله التقليدية والحديثة. وفي هذا السياق، أصبح الإعلام يشكل وسيطاً أساسياً في نقل المعلومات والمعارف المرتبطة بالبيئة، من خلال ما يقدمه من مضامين إخبارية وتوعوية وتحسيسية تتناول الظواهر البيئية المختلفة وتطوراتها.

ومع تطور وسائل الاتصال الحديثة وظهور المنصات الرقمية وشبكات التواصل الاجتماعي، تغيرت طبيعة تلقي المعلومات البيئية لدى الأفراد، حيث أصبحت هذه الوسائل توفر محتوى متنوعاً وسريع الانتشار وسهل التفاعل، مما ساهم في إعادة تشكيل أنماط المتابعة الإعلامية لدى فئات واسعة من المجتمع، وخاصة فئة الطلبة الجامعيين الذين يُعدون من أكثر الفئات تفاعلاً مع الوسائط الرقمية واستخداماً لها في الحصول على المعلومات.

وفي إطار هذا التحول، برزت وسائل الإعلام البيئي بمختلف أشكالها كفضاء لنشر القضايا المتعلقة بالبيئة والتغير المناخي، سواء من خلال البرامج التلفزيونية أو المقالات الصحفية أو المحتوى الرقمي المرئي والمسموع، إضافة إلى ما توفره الجمعيات والنوادي البيئية من أنشطة ومبادرات إعلامية تهدف إلى التعريف بالقضايا البيئية وتحفيز النقاش حولها داخل الوسط الجامعي.

كما أن التفاعل مع هذه المضامين الإعلامية لا يقتصر فقط على التلقي، بل يتعداه إلى أنماط مختلفة من الاستخدام والتفضيل، تختلف من فرد لآخر حسب طبيعة الوسيلة الإعلامية ومدى جاذبية المحتوى المقدم، وهو ما يفتح المجال لدراسة طبيعة العلاقة بين الطلبة ووسائل الإعلام البيئي، وكيفية متابعتهم للقضايا البيئية وتفاعلهم معها داخل السياق الجامعي.

وانطلاقاً من هذا السياق، تأتي هذه الدراسة لتتناول موضوع الإعلام البيئي ودوره في رفع الوعي بقضايا التغير المناخي لدى طلبة جامعة قاصدي مرباح ورقلة، من خلال تحليل أنماط المتابعة والتعرض للمحتوى البيئي، والتعرف على الوسائل الإعلامية الأكثر استخداماً في هذا المجال، إضافة إلى رصد طبيعة الأنشطة الإعلامية الموجهة داخل الفضاء الجامعي.

ولتحقيق أهداف الدراسة فقد قسمت الدراسة إلى قسمين أساسيين الجانب المنهجي للدراسة والآخر الجانب الميداني "التطبيقي" وقد أختص الإطار المنهجي للدراسة في طرح إشكالية الدراسة تفرعت عن ذلك تساؤلات فرعية، وأسباب اختيار الموضوع مع أهمية الدراسة وأهدافها وكذلك منهج الدراسة إضافة إلى بعض الدراسات السابقة، وكذا المفاهيم والمصطلحات المتعلقة بموضوع الدراسة.

مقدمة

وأما في الجانب التطبيقي فقد تم اخذ الإجراءات الميدانية المتعلقة بالدراسة بعد تفريغ البيانات وصولاً الى نتائج العامة والمتعلقة بتساؤلات الدراسة وختمها بخاتمة

الجانب المنهجي

1. الإشكالية

شهد العالم في العقود الأخيرة تحولات بيئية متسارعة أثرت بشكل مباشر وغير مباشر على مختلف جوانب الحياة الإنسانية والاقتصادية والاجتماعية. وقد أصبحت قضايا البيئة والتغير المناخي من أبرز التحديات التي تواجه الإنسانية في القرن الواحد والعشرين، لما تحمله من أخطار تهدد استقرار النظم البيئية وتؤثر على الأمن الغذائي والصحي والاجتماعي للشعوب. ومع تعقد هذه الظواهر وتداخل أسبابها، برزت الحاجة إلى توعية الأفراد والمجتمعات بمخاطرها وسبل الحد منها، وهو ما جعل الإعلام بمختلف وسائله شريكا أساسيا في نشر المعرفة البيئية وتعزيز السلوكيات الإيجابية تجاه البيئة.

لقد تطور مفهوم الإعلام البيئي باعتباره أحد التخصصات الحديثة التي تجمع بين الاتصال والإعلام من جهة، والوعي البيئي من جهة أخرى، ليصبح أداة أساسية في تشكيل الرأي العام تجاه قضايا البيئة، من خلال نقل المعلومات والمعارف المتعلقة بالتغيرات المناخية والأنشطة البشرية المؤثرة فيها. فالإعلام لم يعد مجرد ناقل للأخبار، بل تحول إلى وسيط تفاعلي يساهم في بناء ثقافة بيئية قائمة على الفهم والإدراك والمسؤولية. كما أن دوره لم يعد مقتصرًا على نقل التحذيرات، بل تعدى ذلك إلى نشر قيم المحافظة على البيئة وتبني سلوكيات تراعي التوازن البيئي.

غير أن فعالية الإعلام في هذا المجال تختلف من مجتمع إلى آخر تبعا لعوامل متعددة، من بينها درجة الاهتمام بالقضايا البيئية، ونوعية البرامج المقدمة، ومستوى الوعي العام لدى الجمهور، وخاصة فئة الشباب التي تعد الأكثر تأثرا بالرسائل الإعلامية. وفي هذا السياق، تشكل فئة طلبة الجامعة شريحة مهمة يمكن من خلالها قياس مدى تأثير الإعلام في تشكيل الوعي البيئي، بحكم ارتباطهم بالمجال الأكاديمي وتعرضهم المستمر لمصادر معرفية متعددة.

انطلاقا من هذا، تبرز إشكالية البحث في فهم طبيعة العلاقة بين الإعلام البيئي ومستوى الوعي بقضايا التغير المناخي لدى الطلبة الجامعيين، ومدى قدرة الوسائل الإعلامية على التأثير في مواقفهم وسلوكياتهم تجاه البيئة، وعليه نطرح التساؤل التالي: ما دور الإعلام البيئي في رفع الوعي بقضايا التغير المناخي لدى لطلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة ورقلة؟

الجانب المنهجي

وتتدرج تحته مجموعة من التساؤلات الفرعية:

- ما درجة اطلاع طلبة جامعة قاصدي مرباح على القضايا البيئية والتغير المناخي من خلال وسائل الإعلام المختلفة؟
- ما هي تفضيلات الطلبة لمتابعة القضايا البيئية عبر مختلف وسائل الاعلام؟
- كيف تساهم الأنشطة الإعلامية للجمعيات والنوادي البيئية في نشر ثقافة الوعي بقضايا التغير المناخي لدى طلبة علوم الإعلام والاتصال؟
- ما العوامل التي تحد من فعالية الإعلام في تعزيز الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين؟

2. أسباب اختيار الموضوع:

الأسباب الذاتية

- الاهتمام الشخصي بقضايا البيئة والتغير المناخي، وما تمثله من أهمية في الوقت الراهن، دفع إلى اختيار موضوع يسمح بفهم العلاقة بين الإعلام والوعي البيئي من منظور علمي وواقعي.
- الرغبة في خدمة المجتمع المحلي من خلال دراسة واقع الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين، ومحاولة المساهمة في اقتراح سبل لتحسينه عبر الإعلام.
- الاهتمام الشخصي بالتغيرات المناخية وما تتركه من آثار واضحة على الحياة اليومية، مما جعل الباحث يسعى لفهم مدى إدراك الأفراد لهذه القضايا عبر وسائل الإعلام.

الأسباب الموضوعية

- أهمية التغير المناخي كقضية عالمية معاصرة تمس مختلف الدول والمجتمعات، وتجعل من دراسة الوعي بها ضرورة لفهم كيفية التعامل معها.
- الدور المحوري للإعلام في توجيه الرأي العام وتشكيل المواقف تجاه القضايا البيئية، مما يجعل تحليل هذا الدور خطوة ضرورية لتقييم مدى فعاليته.

الجانب المنهجي

- تزايد الاهتمام الدولي بالاتصال البيئي والإعلام الأخضر، وما يترتب عليه من حاجة إلى دراسات أكاديمية تسهم في تعزيز هذا المجال داخل الجامعات الجزائرية.

3. أهمية الدراسة:

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من عدة جوانب علمية واجتماعية وتطبيقية، إذ تسعى إلى إثراء المعرفة الأكاديمية في مجال الإعلام البيئي من خلال تقديم دراسة ميدانية على فئة طلبة جامعة قاصدي مرباح، ما يتيح فهم العلاقة بين الإعلام والوعي البيئي في السياق الجزائري ويضيف بيانات تحليلية يمكن أن تكون مرجعاً للباحثين المستقبليين.

كما تتمثل أهميتها الاجتماعية في المساهمة في رفع مستوى الوعي البيئي لدى الشباب الجامعي، الذين يمثلون شريحة مؤثرة في المجتمع، الأمر الذي يعزز من نشر ثقافة بيئية مسؤولة وتشجيع السلوكيات الإيجابية تجاه البيئة والتغير المناخي. كما تحمل الدراسة أهمية تربوية من خلال تقديم مؤشرات تساعد الجهات التعليمية والإعلامية على تطوير برامج توعوية أكثر فاعلية، وتحفيز الطلبة على المشاركة الفعالة في حماية البيئة. كما تبرز أهميتها الإعلامية والتطبيقية في تقييم مدى تأثير الوسائل الإعلامية المختلفة في تكوين وعي بيئي حقيقي لدى الطلبة، وهو ما يمكن الاعتماد عليه لتحسين المحتوى الإعلامي البيئي وجعله أكثر قرباً من الجمهور المستهدف.

4. أهداف الدراسة:

- التعرف درجة اطلاع طلبة جامعة قاصدي مرباح على القضايا البيئية والتغير المناخي من خلال وسائل الإعلام المختلفة.
- معرفة تفضيلات الطلبة لمتابعة القضايا البيئية عبر مختلف وسائل الاعلام
- معرفة مساهمة الأنشطة الإعلامية للجمعيات والنوادي البيئية في نشر ثقافة الوعي بقضايا التغير المناخي لدى طلبة علوم الإعلام والاتصال
- ابراز العوامل التي تحد من فعالية الإعلام في تعزيز الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين.

5. منهج الدراسة وأدواته:

• منهج البحث

أي بحث علمي يتطلب منهجا معتمدا ومحددا لضبط خطوات البحث لأجل نتائج صحيحة وواقعية وعلمية، وهذا البحث لا يشد عن غيره من البحوث ما دام المنهج هو " مجموعة من الإجراءات والخطوات الدقيقة المتبناة من أجل الوصول إلى نتائج علمية.¹

لذلك تم اعتماد المنهج الوصفي الذي هو " أحد أشكال التفسير والتحليل العلمي المنظم لوصف ظاهرة أو مشكلة محددة، وتصويرها كمياً عن طريق جمع بيانات مقننة عن الظاهرة، وتصنيفها وتحليلها واخضاعها للدراسة الدقيقة²، أي أنه يسمح بالتكميم ومن ثمة التعبير الإحصائي عن المؤشرات المعتمدة في موضوع الدراسة والمنهج الوصفي لا يقتصر على الوصف الدقيق للظاهرة المدروسة فحسب، بل يتطلب الأمر بالإضافة إلى وصف الظاهرة وجمع البيانات عنها، وصف الظروف والممارسات المختلفة وتحليل هذه البيانات واستخراج الاستنتاجات.³

تم الاعتماد على المنهج الوصفي في هذه الدراسة لكونه الأنسب لفهم الظاهرة محل البحث كما هي في واقعها دون تدخل أو تغيير، خاصة وأن موضوع الدراسة يرتبط بقياس مستوى الوعي البيئي لدى طلبة علوم الإعلام والاتصال واستقصاء دور الإعلام البيئي في تشكيل هذا الوعي. ويسمح هذا المنهج بجمع بيانات دقيقة حول آراء الطلبة، أنماط تعرضهم للرسائل البيئية وكيفية تفاعلهم معها، مما يساعد على تقديم صورة واضحة عن العلاقة بين الإعلام البيئي والتغيرات في الإدراك والمعرفة البيئية لدى الفئة المدروسة. كما يتيح المنهج الوصفي تحليل المعطيات بشكل موضوعي للوصول إلى مؤشرات

¹ موريس الجرس منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية 15 مترجمة بوزيد صحراوي و آخرون دار القصبية للطباعة والنشر الجزائر، 2006 ص 98.

² سامي محمد ملحم مناهج البحث في التربية وعلم النفس 2 دار المسيرة للنشر والطباعة، عمان الأردن 2002 م 532.

³ بلقاسم سلاطينية وحسان الجليل منهجية العلوم الاجتماعية دار الهدى للطباعة والنشر عين مليلة 2004 ص 167.

الجانب المنهجي

يمكن الاستناد إليها في تفسير مستوى الوعي وتحديد الجوانب التي تحتاج إلى تعزيز في الخطاب الإعلامي البيئي داخل الوسط الجامعي.

• أدوات الدراسة

إن اختيار أدوات جمع البيانات والمعلومات اختيار مفصلي في البحث العلمي لما له من أهمية في تقرير صدقية المادة العلمية المستقاة من الواقع الأمبريقي، والمستمدة من مبحوثين لهم إنسانيتهم وذاتيتهم وموضوعيتهم وما للإنسان من تفوق وقصور. لذلك تعرف بأنها " الوسيلة التي تتم بواسطتها عملية جمع البيانات بهدف اختبار فرضيات البحث والإجابة عن تساؤلاته.¹

وبما أن دراستنا تتدرج ضمن الدراسات وصفية تعتمد أساسا على المنهج الوصفي فقد اتخذنا من الاستبيان الوسيلة الرئيسية لجمع المعلومات.

مفهوم الاستبيان:

هو أداة لجمع البيانات من خلال استمارة تحتوي على مجموعة من الأسئلة تدور حول موضوع معين يتم صياغتها، وترتيبها بطريقة علمية منظمة ويقدمها الباحث الميداني للمبحوثين لكي يدونوا فيها اجاباتهم بأنفسهم، أو يقوم هو بتدوينها نيابة عنهم تدوينا دقيقا مما قد يطلق عليه استبياننا لفظيا ويمكن أن يتم الاستبيان بالبريد العادي أو الالكتروني وهو شائع الاستخدام في الوقت الراهن، وتستخدم الاستمارة كأداة لجمع البيانات على نطاق واسع في دراسات الرأي العام والاتصال ودراسة الاتجاهات السياسية لقطاعات معينة من المجتمع إزاء قضايا محددة وواضحة.²

تم اختيار استمارة الاستبيان باعتبارها الأداة الأنسب لطبيعة الدراسة التي نحن بصدد إنجازها، وذلك بعد إعداد مجموعة من الأسئلة التي حرصنا على تنظيمها وترتيبها بشكل منطقي ومتسلسل، بما

¹ سالم بن سعيد الى ناصر القحطاني وآخرون منهج البحث في العلوم السلوكية المطابع الوطنية الحديثة، الرياض 2004 ص 287.

² حامد عبد الماجد، مقدمة في منهجية دراسة وطرق بحث الظواهر السياسية، دار الجامعة للطباعة والنشر، 2009، ص 250.

الجانب المنهجي

يضمن سهولة فهمها من طرف المبحوثين ويساعدهم على التفاعل والإجابة عليها بدقة ووضوح أثناء عملية جمع البيانات.

وقد ضمت الدراسة أربع "04" محاور أساسية مرتبطة بتساؤلات الدراسة وهي:

المحور الأول: درجة اطلاع طلبة جامعة قاصدي مرباح على القضايا البيئية والتغير المناخي من خلال وسائل الإعلام المختلفة

المحور الثاني: تفضيلات الطلبة لمتابعة القضايا البيئية عبر مختلف وسائل الاعلام التقليدية والحديثة.

المحور الثالث: دور الأنشطة الإعلامية للجمعيات والنوادي البيئية في نشر الوعي بقضايا التغير المناخي لدى طلبة علوم الإعلام والاتصال

المحور الرابع: العوامل التي تحد من فعالية الإعلام في تعزيز الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين. حاولنا فيها قدر الإمكان أن تكون الأسئلة ملهمة وواضحة، متبعين في ذلك الخطوات المنهجية المتعارف عليها في تصميم الاستمارة.

- التفكير في أسئلة الاستمارة وتكييفها حسب محاور انطلاقا من الإشكالية والتساؤلات.
- صياغة أسئلة الاستمارة وإعدادها في صورتها المبدئية.
- عرضها على الأستاذ المشرف ثم قمنا بتعديل الاستمارة تبعا لملاحظات الأساتذة.
- صياغة الاستمارة في شكلها النهائي ثم طبعها وتوزيعها على المبحوثين بطريقة إلكترونية على طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة.

6. مجتمع البحث وعينته:

• مجتمع البحث

يعرف مجتمع البحث في لغة العلوم الإنسانية هو مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا والتي تتركز عليها الملاحظات.¹

¹ موريس أنجرس وآخرون، ترجمة بوزيد صح اروي، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار القصب، ص298.

الجانب المنهجي

وهو كما عرف الباحثون مجموعة محددة أو غير محددة من المفردات العناصر الوحدات المحددة مسبقا حيث تنصب الملاحظات أي أن تعريف مجتمع البحث حسب باحثين آخرين هو جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث.¹

يتمثل مجتمع البحث في دراستنا طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال ورقلة

• عينة الدراسة

يعتبر اختيار الباحث للعينة من الخطوات والمراحل الهامة للبحث، ولا شك أن الباحث يفكر في عينة البحث مند أن يبدأ في تحديد مشكلة البحث وأهدافه، لأن طبيعة البحث وفروضه وخطته تتحكم في خطوات تنفيذه واختيار أدواته مثل العينة والاستبيانات والاختبارات اللازمة.

فالعينة إذن تمثل المجتمع الأصلي **وتحقق** أغراض البحث عن مشتقات دراسة المجتمع الأصلي، وهكذا نعرف أن العينة هي جزء من مجتمع البحث الأصلي، يختارها الباحث بأساليب مختلفة، وتضم عددا من الأفراد من المجتمع الأصلي.²

وقد اعتمدنا في دراستنا على العينة قصدية هي العينة التي يستخدم فيها الباحث الحكم الشخصي على أساس أنها هي الأفضل لتحقيق أهداف الدراسة ومنه ينتقي الباحث أفراد عينته بما يخدم أهداف دراسته وبناءا على معرفته، دون أن يكون هناك قيود أو شروط غير التي يراها هو مناسبة من حيث الكفاءة أو المؤهل العلمي أو الاختصاص أو غيرها، وهذه عينة ممثلة لكافة وجهات النظر ولكنها تعتبر أساس متين للتحليل العلمي ومصدر ثري للمعلومات التي تشكل قاعدة مناسبة للباحث حول موضوع الدراسة.³ وقدت اعتمدت هذه الدراسة على العينة القصدية، حيث تم اختيار مجموعة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة بشكل متعمد، وذلك لكونهم يمثلون الفئة الأكثر ارتباطا بموضوع الدراسة.

¹ أحمد بن مرسل، المرجع السابق، ص 166.

² عبيدات ذوقان وآخرون البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليب دار الفكر، 2012، ص 109.

³ نادية سعيد عيشور، منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، مؤسسة حسين رأس الجبل للنشر والطباعة، قسنطينة، 2017، ص 240.

الجانب المنهجي

وقد بلغ حجم العينة 95 مفردة، تم اختيارهم بناء على معايير محددة تتناسب مع أهداف الدراسة، مما يسمح بالحصول على بيانات دقيقة تعكس واقع الظاهرة المدروسة.

7. أدوات جمع البيانات:

8. مصطلحات الدراسة

• الدور

لغة: دور جمع أدوار مصدر دار عودة الشيء الى مكان عليه، وهو مجموعة المسؤوليات والأنشطة والصلاحيات الممنوحة لشخص غيره.¹

اصطلاحا: يعرف على انه عنصر التفاعل الاجتماعي ويشير الى نمط الأفعال المكتسبة التي يؤديها شخص او شيء معين في موقف التفاعل.²

اجرائيا: يقصد به التأثير الذي يحدثه الإعلام البيئي في وعي الطلبة تجاه قضايا التغير المناخي، ويتم قياسه من خلال تقييم الطلبة للرسائل الإعلامية، ومدى مساهمتها في رفع معرفتهم ودفعهم لاتخاذ مواقف أو سلوكيات إيجابية.

• الوعي

لغة: هو الفهم وسلامة الإدراك

اصطلاحا: هو إتجاه عقلي يمكن الفرد من إدراك نفسه والبيئة المحيطة به بدرجات متفاوتة من الوضوح والتعقيد.³

¹ خليل معن ،معجم علم الاجتماع المعاصر ، د د ، د.ط، د.سنة، ص363.

² عبد الفتاح مراد ، موسوعة البحث و اعداد الرسائل و الأبحاث و المؤلفات، الهيئةومية لدار الكتب و الوثائق المصرية ، الإسكندرية ،د.سنة، ص245.

³ موسى عبد الرحيم حلس، ناصر علي مهدي دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني، مجلة جامعة الأزهر بغزة، سلسلة العلوم الإنسانية، ع 2 ، مج 12، 2010، ص 142.

الجانب المنهجي

اجرائيا: يقصد بالوعي في هذه الدراسة ذلك الإدراك الذي يمتلكه طلبة علوم الإعلام والاتصال تجاه القضايا البيئية، وخاصة ما يتعلق بظاهرة التغير المناخي. ويشمل هذا الوعي قدرة الطالب على فهم المعلومات البيئية، واستيعاب العلاقة بين الأنشطة البشرية والتحول المناخي، إلى جانب تشكيل مواقف واتجاهات تعكس مدى اهتمامه بالبيئة.

• الإعلام البيئي

يعرف الإعلام البيئي على أنه أداة تعمل على توضيح المفاهيم البيئية من خلال إحاطة الجمهور المتلقي و المستهدف بالرسالة الإعلامية البيئية بكافة الحقائق والمعلومات الموضوعية بما يساهم في تأصيل تنمية البيئة المستدامة وتنوير المستهدفين برأي سديد في الموضوعات و المشكلات البيئية المثارة و المطروحة¹.

وهو أيضا إعلام يسلط الضوء على كل المشاكل البيئية من بدايتها وليس بعد وقوعها وينقل للجمهور المعرفة والاهتمام والقلق على بيئته.

كما يعرف أيضا بأنه عملية إنشاء و نشر الحقائق العلمية المتعلقة بالبيئة من خلال وسائل الإعلام بهدف إيجاد درجة من الوعي البيئي وصولا إلى التنمية المستدامة².

اجرائيا: يقصد به في هذه الدراسة كل المحتويات الإعلامية التي تتناول قضايا البيئة والتغير المناخي، سواء كانت في شكل أخبار، تقارير، برامج، منشورات رقمية أو حملات توعوية، والتي يتعرض لها طلبة علوم الإعلام والاتصال عبر وسائل الإعلام التقليدية أو الرقمية.

البيئة:

¹ عبدالله احمد الشايع عبد العزيز، الإعلام ودوره في تحقيق الأمن البيئي ، أكاديمية نايف للعلوم الأمنية ، 2003 ، ص18.

² بيوني إبراهيم حمادة دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام 1. عالم الكتب القاهرة 2008، ص510.

الجانب المنهجي

لغة: يرجع الأصل اللغوي لكلمة البيئة للجذر "بؤأ" الذي يعني " حل ونزل وأقام" والذي اسمه "البيئة" المرادف للباءة أو المنزل، كما يعني التبوؤ أي الحلول أو النزول أو السكن، أو المحيط، أو الوسط الشامل، قال تعالى: والذين تبوءوا الدار... " (الحجرات : 9) أي الذين سكنوا المدينة.¹

إصطلاحا: تُعرّف البيئة بأنها: "كل ما يُحيط بالإنسان من أشياء تؤثر على الصحة، فتشمل المدينة بأكملها، مساكنها، شوارعها، أنهارها، آبارها، شواطئها، كما تشمل كل ما يتناوله الإنسان من طعام وشراب، وما يلبسه من ملابس، بالإضافة إلى العوامل الجوية والكيميائية، وغير ذلك.²

التغيير المناخي: يعرف بأنه: تغيير في حالة المناخ والذي يُمكن معرفته عبر تغييرات في المعدل أو المتغيرات في خصائصها والتي تدوم لفترة طويلة، عادة لعقود أو أكثر، ويُشير إلى أي تغيير في المناخ على مر الزمن، سواء كان ذلك نتيجة للتغيرات الطبيعية أو الناجمة عن النشاط البشري.³

9. مجالات الدراسة

المجال الزمني:

ويمثل الفترة التي دامت فيها الدراسة بين الجانب التطبيقي والمنهجي، حيث بدأت الدراسة أكتوبر 2025 الى غاية أفريل 2026، منذ اختيار الموضوع والموافقة عليه من قبل إدارة القسم، وصولا الى جمع البيانات والمعلومات، وبعده تم ضبط الجانب المنهجي، ونزول الى الميدان لإجراء الدراسة التطبيقية، الى غاية اخراج المذكرة بشكلها النهائي.

المجال المكاني:

وهو المكان الذي تم إجراء فيه الدراسة الميدانية تمت بجامعة قاصدي مرباح ورقلة بالضبط في قسم الاعلام والاتصال.

10. الدراسات السابقة:

¹¹ محمد بودور، مفهوم البيئة وأنواعها في التشريع الجزائري، مجلة السياسة العالمية، المجلد 6 العدد2، جامعة أمحمد بوقرة بجاية، 2022، ص540.

² عمر بن محمد القحطاني، أحكام البيئة في الفقه الإسلامي، ط1 دار ابن الجوزي، 2008، ص21 :

³ انجي أحمد عبد الغني مصطفى، الإدارة الدولية لقضية التغيرات المناخية، مجلة كلية السياسة والاقتصاد، العدد 03، 2022، ص45

من إعداد الدوسري راشد هادي راشد، فاعلية الإعلام الجديد في تنمية الوعي البيئي : دراسة ميدانية، أطروحة لنيل شهادة الماجستير تخصص إعلام. جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2018.

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الإعلام الجديد في توعية الشباب بقضايا البيئة، منصات الإعلام الجديد التي يرى الشباب في رسائلها توعية بيئية، المعوقات التي تحد من فاعلية الإعلام الجديد في تنمية الوعي البيئي المقترحات التي تزيد من فاعلية الإعلام الجديد في تنمية الوعي البيئي التعرف على ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات أفراد عينة الدراسة حول محاور الدراسة والتي تعزى لمتغيراتهم الشخصية والوظيفة ولتحقيق هذه الأهداف استخدم الباحث الاستبانة كأداة كما استخدم المنهج الوصفي المسحي، تكون مجتمع الدراسة من الشباب السعودي بجامعة سطاتم بن عبد العزيز بمدينة السليل، قام الباحث بتوزيع (220) استبانة، بلغ عدد المسترد والصالح للإدخال والتحليل (203) بينما تم استبعاد (17) استبانة لعدم صلاحيتها للإدخال والتحليل توصلت الدراسة لمجموعة من النتائج، أبرزها: أظهرت النتائج أهمية دور الإعلام الجديد في توعية الشباب بقضايا البيئة. وأوضحت النتائج أن الشباب يعتبرون منصات الإعلام الجديد ذات رسائل توعية بيئية. كشفت النتائج على المعوقات التي تحد من فاعلية الإعلام الجديد في تنمية الوعي البيئي وكانت أبرز هذه المعوقات هي افتقار بعض وسائل الإعلام الجديد للموضوعية، والحيادية عبر مناقشة قضايا البيئة، معظم القضايا البيئية المعروضة في وسائل الإعلام الجديد لا تقدم حلول فعالة). بينت النتائج أن أفراد عينة الدراسة موافقون على المقترحات التي تزيد من فاعلية الإعلام الجديد في تنمية الوعي البيئي وتمثلت أبرز هذه المقترحات في الآتي (الاستفادة من التقنيات الجديدة من قبل الجهات الحكومية، إيجاد حسابات بيئية متخصصة تتبع الجهات الرسمية). أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0,05 فأقل في اتجاهات أفراد عينة الدراسة العمر، المستويات التعليمية الاهتمام بمتابعة مواقع التواصل الاجتماعي. كشفت النتائج عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات أفراد عينة

¹ الدوسري راشد هادي راشد، فاعلية الإعلام الجديد في تنمية الوعي البيئي : دراسة ميدانية، أطروحة لنيل شهادة الماجستير تخصص إعلام. جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2018.

الدراسة وتبين أن الفروق لصالح تخصص إدارة الأعمال، كما بينت وجود فروق باختلاف الاهتمام بقضايا البيئة لصالح المهتمين بقضايا البيئة.

الدراسة الثانية:¹

من إعداد ريهام أحمد محمد زكى، دور الإعلام البيئي الرقمي في تنمية الوعي بقضايا التغير المناخى لدى الصم وضعاف السمع، المجلة المصرية للبحوث، المجلد 22، العدد 4، 2023.

يهدف هذا البحث إلى التعرف على الوضع الراهن لتعامل الإعلام البيئي الرقمي مع القضايا البيئية، والتعرف على دوره فى تغيير معارف واتجاهات وسلوكيات الصم وضعاف السمع، واستخلاص رؤية مستقبلية لتطوير الإعلام البيئي الرقمي.

تم الاعتماد على منهج المسح والجمع بين اثنين من الأدوات الكيفية، وهما المقابلة المتعمقة ومجموعة النقاش المركزة، وتم إجراء المقابلات مع عينة عمدية قوامها خمسة عشر من خبراء الإعلام المهتمين بالشأن البيئي والخبراء العاملين بالمؤسسات المعنية بالبيئة فى كلية الإعلام جامعة القاهرة، ووزارة البيئة، والمركز القومى للبحوث، ومنظمة الفاو، بالإضافة إلى عينة مجموعة النقاش المركزة التى شملت مجموعة من الصم وضعاف السمع، وبلغ عددهم ثمانية مبحثين من الذكور والإناث من طلاب كلية التربية النوعية جامعة القاهرة.

خلصت الدراسة إلى عدة نتائج منها: جاء اليوتيوب في مقدمة المواقع التي تعرضت من خلالها مجموعة النقاش المستهدفة لقضايا التغيرات المناخية، يليه الفيس بوك ثم التويتر والانستجرام، كما أشار الخبراء إلى ضرورة التركيز في الإعلام في المقام الأول على السلوك البيئي للفرد وترسيخ المسؤولية البيئية لديه، وتبين أن توفير مترجم إشارة أولى التحديات التي يجب أن يوفرها الإعلام البيئي الرقمي في توعية الصم وضعاف السمع.

¹ ريهام أحمد محمد زكى، دور الإعلام البيئي الرقمي في تنمية الوعي بقضايا التغير المناخى لدى الصم وضعاف السمع، المجلة المصرية للبحوث، المجلد 22، العدد 4، 2023.

من إعداد وجدان جميل عواد شنيكات، دور الإعلام الإلكتروني في تنمية الوعي البيئي لدى طلبة الجامعات الحكومية الأردنية من وجهة نظرهم، المجلة الدولية للدراسات التربوية والنفسية، العدد 27 المجلد 07، 2024.

هدفت الدراسة لقياس دور الإعلام الإلكتروني في تنمية الوعي البيئي في المجال الوجداني والمعرفي والسلوكي لدى طلبة الجامعات الحكومية الأردنية من وجهة نظرهم، وقياس الفروق في مستوى الوعي البيئي لدى طلبة الجامعات الحكومية الأردنية من وجهة نظرهم تعزى للاختلاف في الخصائص العامة (الجنس، السنة الدراسية، الكلية، الجامعة)، ولتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي المسحي، وتكون مجتمع الدراسة من طلبة الجامعات للعام الدراسي 2023-2024، وتم توزيع أداة الدراسة على عينة عشوائية طبقية تناسبية في (الجامعة الأردنية، وجامعة مؤتة وجامعة اليرموك)، مكونة من (600) من الطلبة، بغرض الإجابة على أسئلة الدراسة، وتم استخدام الرزمة الإحصائية.

وخلصت الدراسة الى وجود درجة مرتفعة من الموافقة حول مستوى الوعي البيئي لدى طلبة الجامعات الحكومية الأردنية ، ووجود درجة متوسطة من الموافقة على الدور الذي يقوم به الإعلام الإلكتروني في تنمية الوعي البيئي لدى طلبة الجامعات الحكومية الأردنية ووجود فروق في مستوى الوعي البيئي بين طلبة السنة الاولى وكل من طلبة السنتين الثالثة والرابعة لصالح طلبة السنة الاولى، وبين طلبة السنة الثانية وكل من طلبة السنتين الثالثة والرابعة لصالح طلبة السنة الثانية، ووجود فروق في مستوى الوعي البيئي بين طلبة جامعة اليرموك وكل من طلبة جامعتي الاردنية ومؤتة لصالح طلبة جامعة اليرموك. في ضوء نتائج الدراسة فإن الباحثان يوصيان بقيام الجامعات بعقد الندوات العلمية ذات الصلة بقضايا البيئة والعمل على تفعيل الإعلام الإلكتروني في تنمية الوعي البيئي في المجال الوجداني والمعرفي والسلوكي لدى طلبة الجامعات الأردنية.

¹ وجدان جميل عواد شنيكات، دور الإعلام الإلكتروني في تنمية الوعي البيئي لدى طلبة الجامعات الحكومية الأردنية من وجهة نظرهم، المجلة الدولية للدراسات التربوية والنفسية، العدد 27 المجلد 07، 2024.

الدراسة الرابعة:¹

من إعداد عادل خليل مهدي الزبيدي، دور وسائل الاعلام في تنمية الوعي البيئي لدى جمهور كربلاء، مجلة أهل البيت، المجلد 20، العدد 01، 2025.

تهدف الدراسة إلى التعرف على مفهوم الاعلام البيئي وأشكاله، وتحديد اهم وسائل الاعلام البيئي التي تسهم في جذب الانتباه تجاه القضايا البيئية، والقاء الضوء على مفهوم الوعي البيئي واهدافه والتحديات التي تواجهه، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، والمنهج المسحي من خلال استخدام الاستبيان لجمع البيانات من عينة عشوائية من الجمهور العام في كربلاء المقدسة بلغ عددها 100 فرد، وتوصلت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء الباحثين حول متابعة قضايا البيئة في وسائل الاعلام وحول الفنون الصحفية في وسائل الاعلام البيئي، وحول دور وسائل الاعلام في تنمية الوعي البيئي، وحول الرضا عن معالجة قضايا البيئة في وسائل الاعلام، وحول فاعلية وسائل الاعلام في عرض قضايا البيئة

أوجه الاستفادة من كل دراسة

✓ أوجه التشابه

تتشابه الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في كونها تتدرج ضمن الدراسات الوصفية التي تهدف إلى تحليل دور الإعلام في تعزيز الوعي البيئي وقضايا التغير المناخي، حيث اعتمدت أغلب الدراسات السابقة، مثل دراسة الدوسري ودراسة وجدان شنيكات ودراسة الزبيدي، على المنهج الوصفي المسحي باعتباره الأنسب لدراسة اتجاهات الأفراد وقياس مستوى الوعي البيئي لديهم.

كما تتفق هذه الدراسات مع الدراسة الحالية في اعتمادها على أداة الاستبيان كوسيلة رئيسية لجمع البيانات من عينات مختلفة، سواء من الطلبة أو الجمهور العام، بهدف قياس مدى تأثير الإعلام البيئي على المعرفة والسلوك البيئي.

¹ عادل خليل مهدي الزبيدي، دور وسائل الاعلام في تنمية الوعي البيئي لدى جمهور كربلاء، مجلة أهل البيت، المجلد 20، العدد 01، 2025.

الجانب المنهجي

وتلتقي الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة أيضاً في تأكيدها على الدور المحوري للإعلام، خاصة الإعلام الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي، في نشر الوعي البيئي والتأثير في اتجاهات وسلوكيات الأفراد نحو القضايا البيئية، إلى جانب التركيز على أهمية الفيديوهات والمحتوى البصري في تبسيط المعلومات البيئية.

✓ أوجه الاختلاف

تختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة من حيث مجتمع الدراسة، حيث ركزت الدراسة الحالية على طلبة جامعة قاصدي مرباح ورقلة، بينما تنوعت مجتمعات الدراسات السابقة بين الشباب الجامعي في دول عربية مختلفة مثل السعودية والأردن، إضافة إلى جمهور عام في بعض الدراسات.

كما تتميز الدراسة الحالية بتركيزها على الجمع بين ثلاثة محاور رئيسية، وهي: درجة اطلاع الطلبة على القضايا البيئية، تفضيلاتهم الإعلامية، ودور الجمعيات والنوادي البيئية، إضافة إلى العوامل التي تحد من فعالية الإعلام البيئي، في حين ركزت بعض الدراسات السابقة على محور واحد أو محورين فقط مثل الإعلام الرقمي أو الوعي السلوكي.

وتختلف أيضاً في طبيعة المتغيرات المدروسة، حيث لم تتناول جميع الدراسات السابقة دور الأنشطة الإعلامية للجمعيات والنوادي البيئية بشكل مباشر، وهو ما يمثل إضافة جديدة في الدراسة الحالية من خلال إبراز الدور التكميلي للإعلام غير الرسمي.

كما تختلف في السياق الزمني والتكنولوجي، حيث استفادت الدراسة الحالية بشكل أكبر من التطور الكبير في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي داخل الوسط الجامعي، وهو ما جعل نتائجها أكثر ارتباطاً بالإعلام الرقمي الحديث مقارنة ببعض الدراسات السابقة التي تناولت مراحل سابقة من تطور الإعلام.

11. المقترح النظري:

• نظرية الغرس الثقافي:

الجانب المنهجي

تعتبر نظرية الغرس الثقافي تطبيقاً للأفكار الخاصة بعمليات بناء المعنى وتشكيل الحقائق الاجتماعية والتعلم من خلال الملاحظة والأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام في هذه المجالات، ويمكن وصف عملية الغرس بأنها نوع من التعلم العرضي الذي ينتج عن التعرض التراكمي لوسائل الإعلام خاصة التلفزيون حيث يتعرض مشاهد التلفزيون دون وعي إلى حقائق الواقع الاجتماعي لتصبح بصفة تدريجية أساساً للصور الذهنية والقيم التي يكتسبها عن العالم الحقيقي، وعملية الغرس ليست عبارة عن تدفق موجة من تأثيرات التلفزيون إلى جمهور المتلقين، ولكن جزء من عملية مستمرة وديناميكية للتفاعل بين الرسائل والسياقات، ولذلك تربط هذه النظرية بين كثافة التعرض - مشاهدة التلفزيون بصفة خاصة واكتساب المعاني والمعتقدات والأفكار والصور الرمزية حول العالم الذي تقدمه وسائل الإعلام بعيداً عن العالم الواقعي أو الحقيقي، وترى هذه النظرية أن مشاهدة التلفزيون تقود إلى تبني اعتقاد حول طبيعة العالم الاجتماعي يؤكد الصور النمطية ووجهة النظر المنتقاة التي يتم وضعها في الأخبار والأعمال التلفزيونية، وأن قوة التلفزيون تتمثل في الصور الرمزية التي يقدمها وفي محتواها الدرامي عن الحياة الحقيقية التي يشاهدها الأفراد لفترات طويلة، والتأثير في هذا المجال ليس تأثيراً مباشراً حيث يقوم أولاً على التعلم ثم بناء وجهات النظر حول الحقائق الاجتماعية حيث يمكن النظر إليها على أنها عملية تفاعل بين الرسائل والمتلقين.¹

إسقاط النظرية:

يتم تطبيق النظرية من خلال النظر إلى الطلبة باعتبارهم فئة تتفاعل باستمرار مع محتوى بيئي يتم تقديمه عبر منصات مختلفة، مثل القنوات التلفزيونية، البرامج الوثائقية، الصفحات البيئية على مواقع التواصل، والمحتوى التوعوي الرقمي. ومع مرور الوقت، قد تُسهّم هذه المضامين في غرس تصورات لدى الطلبة حول خطورة التغير المناخي، وأهمية حماية البيئة، والمسؤوليات الفردية والجماعية تجاه القضايا البيئية.

¹ طالة، لمياء الإعلام الفضائي والتغريب الثقافي. 1. الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014، ص 138.

الجانِب التطبيقِي

الجانب التطبيقي

تحليل نتائج الدراسة الميدانية

البيانات الشخصية

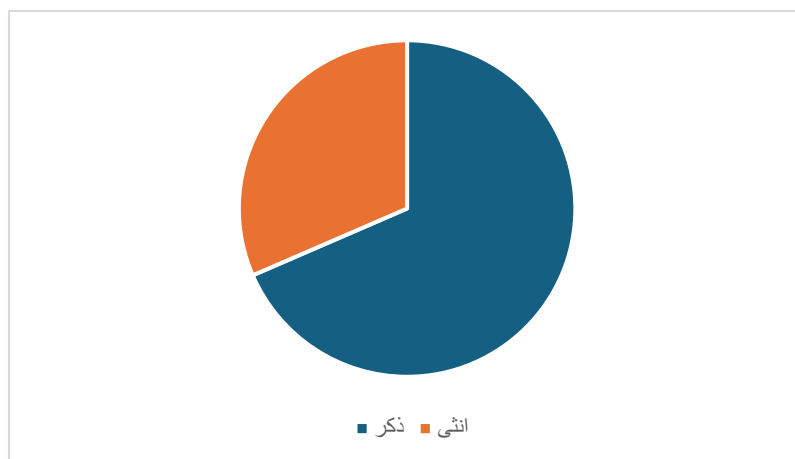
الجدول رقم (01) يوضح توزيع افراد العينة حسب متغير الجنس

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	30	68.5%
انثى	65	31.5%
المجموع	95	100%

يبين الجدول توزيع افراد العينة حسب متغير الجنس حيث نلاحظ أن اغلب افراد العينة اناث فقدت نسبة الاناث 68.5% ونسبة الذكور 31.5%.

وحسب نتائج الجدول أعلاه نستنتج أن نسبة الإناث في قسم علوم الإعلام والاتصال تفوق نسبة الذكور، مما يدل على إقبال أكبر من طرف الطالبات على هذا التخصص مقارنة بالطلبة الذكور، وهو ما يعكس طبيعة ميولهن نحو المجالات المرتبطة بالتواصل والإعلام.

الشكل رقم (01) يوضح توزيع افراد العينة حسب متغير الجنس



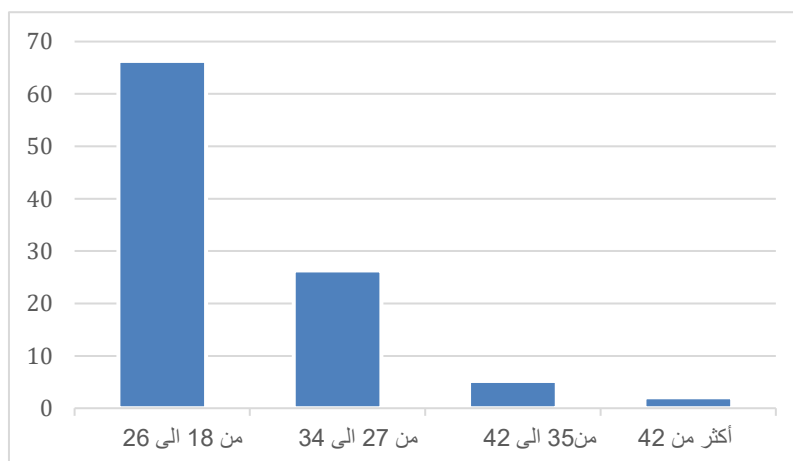
الجانب التطبيقي

الجدول رقم (02) يوضح توزيع افراد العينة حسب متغير السن

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
من 18 الى 26	63	66.3%
من 27 الى 34	25	26.3%
من 35 الى 42	5	5.2%
أكثر من 42	2	2.1%
المجموع	95	100%

يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن أن الفئة العمرية من 18 إلى 26 سنة جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 66.3%، تليها الفئة من 27 إلى 34 سنة بنسبة 26.3%، ثم الفئة من 35 إلى 42 سنة بنسبة 5.2%، وفي الأخير الفئة أكثر من 42 سنة بنسبة 2.1%. وحسب نتائج هذا الجدول نستنتج أن أغلب أفراد العينة ينتمون إلى الفئة الشابة، وهو ما يعكس طبيعة العينة التي يغلب عليها الطابع الشبابي.

الشكل رقم (02) يوضح توزيع افراد العينة حسب متغير السن



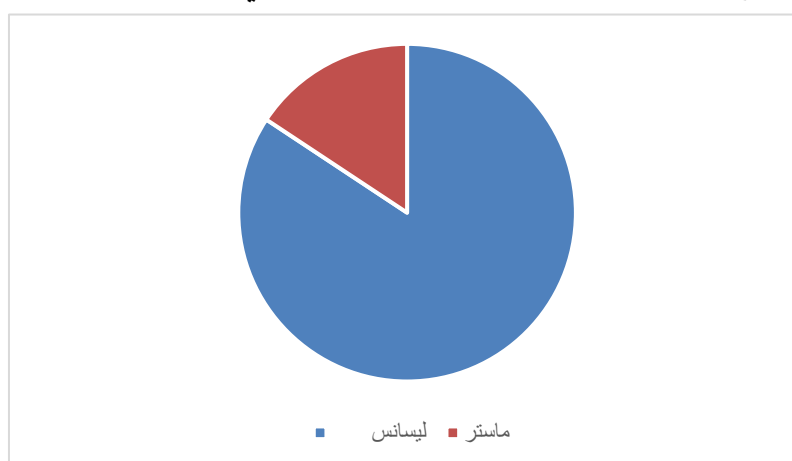
الجانب التطبيقي

الجدول رقم (03) توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الجامعي

الخيار	التكرار	النسبة المئوية
ليسانس	80	84.3%
ماستر	15	15.7%
المجموع	95	100%

يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الدراسي أن أغلبية المبحوثين ينتمون إلى طور الليسانس بنسبة بلغت 84.3%، في حين تمثل فئة الماستر نسبة 15.7% من مجموع العينة. وحسب نتائج هذا الجدول نستنتج أن العينة يغلب عليها طابع طلبة مرحلة الليسانس بشكل واضح. ويُفسّر هذا التوزيع بكون طلبة طور الليسانس يشكلون العدد الأكبر داخل المؤسسات الجامعية مقارنة بطلبة الماستر، إضافة إلى كونهم الفئة الأكثر تواجدا في التخصصات الأساسية لعلوم الإعلام والاتصال.

الشكل رقم (03) توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الدراسي



الجانب التطبيقي

المحور الأول: درجة اطلاع طلبة جامعة قاصدي مرباح على القضايا البيئية والتغير المناخي من خلال وسائل الإعلام المختلفة

الجدول رقم (04) يوضح توزيع افراد العينة حسب مدى متابعة القضايا البيئية عبر وسائل الاعلام

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
دائماً	75	78.9%
أحياناً	12	12.6%
نادراً	8	8.4%
المجموع	95	100%

يوضح الجدول توزيع افراد العينة حسب مدى متابعة القضايا البيئية عبر وسائل الاعلام حيث نلاحظ أن النسبة الغالبة من أفراد العينة يتابعون القضايا البيئية "دائماً" بنسبة قدرت بـ 78.9%، تليها نسبة المتابعة "أحياناً" بـ 12.6%، في حين بلغت نسبة المتابعة "نادراً" 8.4% وهذا يدل على وجود اهتمام مرتفع لدى الطلبة بملاحقة الأخبار البيئية، مما يعكس إدراكاً مبكراً لحجم التحديات المناخية الراهنة، وقد يعود ذلك لسهولة الوصول للمعلومات عبر المنصات الرقمية التي يستخدمها الطلبة الجامعيون بكثافة. وحسب نتائج الجدول نستنتج أن تلعب وسائل الإعلام البيئي دوراً في توعية الجماهير وأصحاب القرار على أهمية الحفاظ على البيئة الطبيعية وإدارة مواردها بتوازن من خلال تعامل الأفراد والمجموعات السليم مع المحيط الطبيعي، ودمج الاعتبار البيئي في خطط التنمية الوطنية. غير أن القرارات الكبرى التي تحدد مصير البيئة هي تلك التي تبقى في يد السلطات المركزية .

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

وعلى هذا فإن لوسائل الإعلام، سواء التقليدية أو الجديدة الدور الكبير على هذا المستوى خاصة التأثير الذي تولده لدى المتلقي ومدى إدراكه للمخاطر الناجمة عن عدم احترامه للمتطلبات البيئية وللقوانين التي تكفل الحفاظ على البيئة وعدم التعسف في استخدام مواردها خدمة للحاضر والمستقبل.¹

¹ ذباح توفيق/الشيكرا أنسة، المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة عبر وسائل الإعلام الجديد دراسة وصفية تحليلية لصفحة الوكالة الوطنية للنفايات على الفيسبوك أنموذجاً ، مجلة العلوم الاجتماعية و الإنسانية، المجلد 12، العدد 02، جامعة أم بواقي، 2020، ص 188.

الجانب التطبيقي

الجدول رقم (05) يوضح توزيع افراد العينة حسب تقييم مستوى معرفتهم بقضايا التغير المناخي

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
جيد	77	81%
متوسط	18	19%
ضعيف	00	00%
المجموع	95	100%

يوضح الجدول توزيع افراد العينة حسب تقييم مستوى معرفتهم بقضايا التغير المناخي أن 81% من أفراد العينة يقيمون مستوى معرفتهم بأنه "جيد"، بينما يرى 19% أن مستواهم "متوسط"، في حين انعدمت نسبة التقييم "الضعيف" (0%). وتعكس هذه النتيجة ثقة عالية لدى الطلبة في رصيدهم المعرفي حول التغير المناخي، وهو ما يمكن إرجاعه إلى تداخل الثقافة العامة مع المقررات الجامعية، بالإضافة إلى التغطية الإعلامية المكثفة لهذه الظاهرة عالمياً.

وحسب نتائج الجدول أعلاه نستنتج أن تعد قضية التغير المناخي التحدي الأبرز الذي يواجه البشرية في القرن الحادي والعشرين، وتكمن أهمية التعرف عليها في كونها تمس التوازن الحيوي لكوكب الأرض وتؤثر بشكل مباشر على استدامة الموارد الأساسية.

وإن الوعي بهذه القضية يتجاوز مجرد المعرفة العلمية بالظواهر الفيزيائية مثل الاحتباس الحراري وارتفاع منسوب البحار، ليصل إلى فهم أعمق للارتباط الوثيق بين السلوك البشري والمنظومات البيئية؛ فمن خلال إدراك المخاطر الناتجة عن الانبعاثات الكربونية، تتشكل لدى الأفراد والمجتمعات قناعة بضرورة التحول نحو اقتصاد أخضر وتبني أنماط استهلاك مسؤولة تعتمد على الطاقة المتجددة وترشيد الموارد. كما يلعب هذا الوعي دوراً محورياً في تعزيز "الأمن القومي والغذائي"، حيث تساهم المعرفة بالتغيرات المناخية في تطوير استراتيجيات زراعية ومائية استباقية لمواجهة موجات الجفاف والفيضانات، وتدفع الحكومات نحو سن تشريعات بيئية صارمة.

وبذلك، يصبح التعرف على قضايا المناخ حجر الزاوية في بناء "المرونة المجتمعية"، مما يمكننا من التكيف مع التحولات الحتمية وتقليل الفجوات الاقتصادية والصحية التي قد تخلفها الكوارث الطبيعية، لضمان مستقبل آمن وأكثر عدالة للأجيال القادمة.

الجانب التطبيقي

الجدول رقم (06) يوضح توزيع افراد العينة حسب مدى فهم للمفاهيم البيئية الأساسية مثل (التوازن البيئي، الاستدامة، التنوع البيولوجي، التلوث).

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
جيد	65	68.5%
متوسط	28	29.4%
ضعيف	2	2.1%
المجموع	95	100%

يوضح توزيع افراد العينة حسب مدى فهم للمفاهيم البيئية الأساسية مثل (التوازن البيئي، الاستدامة، التنوع البيولوجي، التلوث)، حيث نلاحظ أن نسبة 68.5% من الطلبة لديهم فهم "جيد" للمفاهيم البيئية (كالتوازن والاستدامة)، تليها نسبة 29.4% بمستوى "متوسط"، و 2.1% فقط بمستوى "ضعيف". وهذا يؤكد أن ثقافة الطلبة ليست مجرد اطلاع سطحي، بل تمتد لاستيعاب المصطلحات العلمية والتقنية، مما يسهل عملية تشكيل وعي بيئي حقيقي قادر على تحليل المشكلات البيئية المعقدة.

حسب نتائج الجدول أعلاه نستنتج ان استيعاب المفاهيم البيئية الأساسية يمثل حجر الزاوية في بناء وعي مجتمعي قادر على مواجهة التحديات المعاصرة، حيث يبدأ هذا الوعي بإدراك مفهوم التوازن البيئي كمنظومة دقيقة تضمن استقرار الحياة عبر ترابط مكوناتها، مما يحذرنا من أن أي تدخل جائر سيؤدي إلى اختلالات طبيعية يصعب تداركها. ويتكامل هذا الفهم مع ضرورة صون التنوع البيولوجي باعتباره "مخزناً وراثياً" وشبكة أمان تضمن لنا الغذاء والدواء وتوازن المناخ، في حين يأتي إدراك مخاطر التلوث بمختلف أشكاله ليكشف لنا حجم التهديدات الصحية والبيئية الناتجة عن النفايات والانبعاثات التي تسمم مواردها الحيوية. ومن هنا تبرز الاستدامة كإطار عملي وأخلاقي يوجه سلوكنا نحو استغلال الموارد بذكاء ومسؤولية، بما يلبي احتياجاتنا الحالية دون المساس بحقوق الأجيال القادمة؛ وبذلك يشكل دمج هذه المفاهيم معاً رؤية شاملة تمكن الأفراد والمؤسسات من الانتقال من مرحلة التشخيص إلى مرحلة التأثير والمشاركة الفعالة في حماية كوكب الأرض.

الجانب التطبيقي

الجدول رقم (07) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير شعور أن وسائل الإعلام تقدم معلومات كافية حول الوعي بالقضايا البيئية.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	70	73.6%
لا	10	10.5%
أحياناً	15	15.7%
المجموع	95	100%

يوضح الجدول توزيع أفراد العينة حسب متغير شعور أن وسائل الإعلام تقدم معلومات كافية حول الوعي بالقضايا البيئية، حي يرى نسبة 73.6% من المبحوثين أن وسائل الإعلام تقدم معلومات "كافية" حول القضايا البيئية، بينما يرى 15.7% أنها كافية "أحياناً"، و 10.5% أجابوا بـ "لا". تشير هذه النسب إلى نجاح وسائل الإعلام في تلبية الاحتياجات المعرفية للطلبة، وقدرتها على توفير محتوى يغطي جوانب الوعي البيئي بشكل مرضي للجمهور الجامعي.

وحسب نتائج الجول أعلاه نستنتج أ، تلعب وسائل الإعلام دوراً محورياً في تشكيل الوعي البيئي، حيث تُعد الجسر الأساسي الذي ينقل المعارف العلمية المعقدة حول قضايا المناخ والبيئة إلى الجمهور العام بأسلوب مبسط ومؤثر. تكمن فاعلية الإعلام في قدرته على تحويل الأزمات البيئية من مجرد أرقام وإحصائيات جافة إلى "قضايا رأي عام" تلامس حياة الناس اليومية، وذلك عبر تزويدهم بمعلومات كافية وشاملة حول مخاطر التلوث وضرورة الاستدامة. ومن خلال توظيف الفنون الصحفية المختلفة، كالحملات التوعوية والبرامج الوثائقية، فتساهم الوسائل الإعلامية في تعزيز المسؤولية المجتمعية وحشد الدعم للسياسات الخضراء، فضلاً عن دورها في كشف الممارسات الضارة بالبيئة. ومع صعود الإعلام الرقمي ومنصات التواصل الاجتماعي، تعاظمت هذه القدرة على الانتشار السريع وتغيير السلوكيات الفردية، مما يجعل الإعلام شريكاً استراتيجياً في الحفاظ على التوازن البيئي وضمان انخراط الأفراد بفعالية في جهود حماية الكوكب.

الجانب التطبيقي

الجدول رقم (08) يوضح توزيع أفراد العينة حسب تأثير المعلومات البيئية التي تتلقاها في وعيهم

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
كبير	57	60%
متوسط	20	21.1%
ضعيف	18	18.9%
المجموع	95	100%

يوضح توزيع أفراد العينة حسب تأثير المعلومات البيئية التي تتلقاها في وعيهم، حيث كدت النتائج أن للمعلومات البيئية تأثيراً كبيراً على وعي الطلبة بنسبة 60%، تليها نسبة التأثير "المتوسط" (21.1%) ثم "الضعيف" (18.9%)

وهذا يثبت الدور الجوهري الذي تلعبه المادة الإعلامية بوصفها المحرك الأساسي في تشكيل الاتجاهات السلوكية والمعرفية لدى الأفراد، حيث يتجاوز تأثيرها حدود التلقي السلبي للمعلومات ليصل إلى عمق البناء القيمي والوعي الذاتي تجاه البيئة. فالإعلام لا يكتفي بنقل الخبر البيئي، بل يعمل من خلال استراتيجيات "وضع الأجندة" و"التأطير" على إعادة صياغة أولويات المتلقي، محولاً القضايا المناخية من مجرد أزمات علمية جافة إلى قضايا وجودية تمس الهوية الشخصية. ومن خلال تقديم نماذج سلوكية ملهمة وتوظيف الخطاب العاطفي والعقلاني معاً، تساهم الوسائل الإعلامية في غرس قيم الاستدامة والمسؤولية الأخلاقية، مما يؤدي في نهاية المطاف إلى تحويل القنوات الفكرية إلى ممارسات يومية ملموسة؛ وبذلك تصبح المادة الإعلامية هي المهندس الحقيقي الذي يصيغ علاقة الإنسان بمحيطه، ويحفزه على الانتقال من دور المشاهد إلى دور الشريك الفاعل في حماية النظام البيئي وضمان استدامته.

الجانب التطبيقي

الجدول رقم (09) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متابعة البرامج أو التقارير المتخصصة البيئية.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
دائماً	66	69.5%
أحياناً	20	21%
نادراً	9	9.5%
المجموع	95	100%

يوضح الجدول توزيع أفراد العينة حسب متابعة البرامج أو التقارير المتخصصة البيئية، حيث قدرت نسبة المتابعة "الدائمة" للبرامج المتخصصة بـ 69.5%، و"أحياناً" بـ 21%، بينما بلغت نسبة "نادراً" 9.5% حسب نتائج الجدول أعلاه نستنتج أنه تعد متابعة البرامج أو التقارير المتخصصة في المجال البيئي من الأمور ذات الأهمية البالغة، لما لها من دور فعال في تعزيز الوعي البيئي لدى الأفراد والمجتمع، إذ تزودهم بمعلومات ومعارف حديثة حول مختلف القضايا البيئية مثل التلوث والتغيرات المناخية وسبل الحفاظ على الموارد الطبيعية، كما تساهم في تكوين اتجاهات إيجابية نحو البيئة من خلال تشجيع الأفراد على تبني سلوكيات صديقة لها كترشيد استهلاك الماء والطاقة والمحافظة على النظافة العامة، إضافة إلى ذلك فإنها تمكن من فهم أعمق للمشكلات البيئية المعاصرة وأسبابها ونتائجها، مما يعزز القدرة على المشاركة في إيجاد حلول مناسبة لها، فضلاً عن دورها في نشر الثقافة البيئية داخل المجتمع من خلال تبسيط المعلومات العلمية وجعلها في متناول مختلف الفئات، كما تدعم اتخاذ قرارات واعية ومسؤولة سواء على المستوى الفردي أو الجماعي، وتعزز الشعور بالمسؤولية الاجتماعية تجاه حماية البيئة وتحقيق التنمية المستدامة، وبذلك لا تقتصر أهميتها على كونها مصدراً للمعلومة فقط، بل تتعدى ذلك لتسهم في بناء مجتمع واع بيئياً وقادر على مواجهة التحديات الراهنة.

الجانب التطبيقي

الجدول رقم (10) يوضح توزيع أفراد العينة حسب المعلومات البيئية المتداولة عبر وسائل الاعلام موثوقة.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
دائماً	77	81.1%
أحياناً	13	13.6%
نادراً	5	5.3%
المجموع	95	100%

يوضح الجدول توزيع أفراد العينة حسب المعلومات البيئية المتداولة عبر وسائل الاعلام موثوقة، حيث نلاحظ أن 81.1% من أفراد العينة يثقون "دائماً" في المعلومات البيئية عبر وسائل الإعلام، تليها ثقة "أحياناً" بنسبة 13.6%، و 5.3% "نادراً".

وحسب نتائج الجدول أعلاه نستنتج أن وتعتبر وسائل الإعلام من أهم الأدوات في التوعية بالقضايا البيئية من خلال تزويد الفرد بالمعلومات البيئية الصحيحة والارتقاء بالوظيفة التربوية والتعليمية من أجل تكوين الاتجاهات الإيجابية لدى الأفراد تجاه البيئة، وترشيد سلوكياتهم وتوجيهها لمواجهة المشكلات البيئية التي تعاني منها مجتمعاتهم والتقليل من مخاطرها، ويتحقق ذلك بالاهتمام بالأولويات البيئية في التغطية الإعلامية، التي يجب أن تتسم بالشمولية والمصداقية والقدرة على الإقناع والتأثير في اتجاهات ومعارف ومدرجات الجمهور نحو البيئة لتحفيزه على المشاركة الفعالة في الحفاظ على البيئة، وذلك بالانتقال من مرحلة التناول الظرفي المرتبط بوقوع حوادث مثيرة إلى مرحلة الإعلام الجماهيري الواسع الانتشار، والذي يهدف إلى بلورة رؤية معينة لدى الجمهور المتلقي¹.

حيث تستطيع السياسات الإعلامية تحقيق التنمية الشاملة المستدامة عن طريق إدماج مبدأ الإعلام والاتصال في خطط التنمية وإعطائها دوراً هاماً عن طريق توعية أفراد المجتمع بأهمية خدمة المجتمع المحلي، وأهمية العمل التطوعي كقيمة اجتماعية وتوعية الجمهور بالحفاظ على البيئة وحمايتها وترشيد استخدام المياه والطاقة والمنتجات النظيفة، من خلال ما يسمى بالإعلام البيئي أو الأخضر كأحد أدوات نشر وتعميم التنمية المستدامة القائمة على التناغم والترابط بين البيئة وسلامتها والتنمية الاجتماعية والاقتصادية، التي لا غنى عنها في كافة المشروعات والبرامج التنموية².

¹ عمر مرزوقي وشهيناز كشرود الأمن البيئي والتنمية المستدامة التكامل الاستراتيجي)، جوان 2019 المجلة الجزائرية للأمن والتنمية المجلد 8 ، العدد 15 جويلية 2019، ص39.

² شفيقة مهري: الإعلام البيئي الإلكتروني عبر موقع الفايبوك ودوره في تحقيق التنمية المستدامة، مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة سطيف - 2 ، العدد 23 ديسمبر 2016، ص201.

الجانب التطبيقي

الجدول رقم (11) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متابعة المستجندات البيئية عند حدوث ظواهر غير معتادة.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
دائماً	40	42.1%
أحياناً	49	51.5%
نادراً	6	6.4%
المجموع	95	100%

يوضح توزيع أفراد العينة حسب متابعة المستجندات البيئية عند حدوث ظواهر غير معتادة حيث نلاحظ أن 51.5% يتابعون المستجندات "أحياناً" عند حدوث ظواهر مناخية طارئة، بينما يتابعها 42.1% "دائماً"، و 6.4% "نادراً".

وحسب نتائج الجدول أعلاه نستنتج أن تعد متابعة المستجندات البيئية عند حدوث ظواهر غير معتادة أمراً ضرورياً لفهم طبيعة هذه الظواهر والتعامل معها بفعالية، حيث تمكن الأفراد من الاطلاع على آخر التطورات والمعلومات الدقيقة المتعلقة بها، مثل أسباب حدوثها ومدى خطورتها والإجراءات الواجب اتخاذها، كما تساعد على تقليل المخاطر من خلال رفع مستوى الوعي والاستعداد المسبق لمواجهة الأزمات البيئية كالكوارث الطبيعية أو التغيرات المفاجئة في المناخ، إضافة إلى ذلك فإنها تعزز القدرة على اتخاذ قرارات سريعة وصائبة مبنية على معلومات موثوقة، وتدعم الجهود الجماعية للحد من آثار هذه الظواهر والتكيف معها، فضلاً عن دورها في ترسيخ السلوكيات الوقائية والمسؤولة تجاه البيئة، مما يسهم في حماية الأفراد والمجتمع والبيئة بشكل عام.

الجانب التطبيقي

المحور الثاني: تفضيلات الطلبة لمتابعة القضايا البيئية عبر مختلف وسائل الاعلام التقليدية والحديثة.

الجدول رقم (12) يوضح توزيع افراد العينة حسب الوسيلة الإعلامية الأساسية التي تعتمد عليها في متابعة القضايا البيئية.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
التلفزيون	20	21.1%
الإذاعة	2	2.1%
المواقع الإخبارية الإلكترونية	13	13.6%
وسائل التواصل الاجتماعي	60	63.1%
المجموع	95	100%

يوضح الجدول توزيع افراد العينة حسب الوسيلة الإعلامية الأساسية التي تعتمد عليها في متابعة القضايا البيئية، حيث نلاحظ أن وسائل التواصل الاجتماعي قدرت بنسبتها 63.1%، يليه التلفزيون بنسبة 21.1%، ثم المواقع الإخبارية الإلكترونية بنسبة 13.6%، بينما جاءت الإذاعة في المرتبة الأخيرة بنسبة 2.1%.

وحسب نتائج الجدول أعلاه نستنتج أن وسائل التواصل الاجتماعي تساهم بشكل كبير في خلق توعية بيئية لدى مستخدميها وتعمل على نشر وترسيخ الوعي البيئي في كل المجتمعات بما فيها الجزائر بالرغم من التحديات التي تواجهها، فهي وسيلة إعلامية هادفة لإيصال قضايا البيئة ومشكلاتها إلى جميع فئات المجتمع ومؤسسات المجتمع المدني والحكومات وكل المهتمين بالبيئة، وتوفر وسائل التواصل الاجتماعي فرصا هائلة لتعزيز الوعي البيئي من خلال المضامين التي تبث عبرها بطريقة أسرع وفي فترة زمنية قصيرة ولأسما أنها أضحت جزء لا يتجزأ من حياة الإنسان المعاصر، فهي أداة صديقة للبيئة من هذه الناحية والتوعية البيئية هي نقطة لإحداث التغيير تجاه البيئة، لذا فأهم هدف يركز عليه الإعلام البيئي الإلكتروني هو خلق الوعي، وتحفيز الفرد للمشاركة الفعالة في مشاريع التنمية والبيئة؛ للحفاظ على حقوق الأجيال القادمة، والعيش ضمن بيئة صحية سليمة¹.

¹ سلمى كوندو، التوعية البيئية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر دراسة تحليلية لصفحة الغابات الجزائرية على موقع الفيسبوك، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، المجلد 09 / العدد 03، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، 2022، ص359.

الجانب التطبيقي

الجدول رقم (13) يوضح توزيع افراد العينة حسب استخدام الإذاعة كمصدر للمعلومات حول القضايا البيئية.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
دائماً	4	4.2%
أحياناً	90	94.7%
نادراً	1	1.1%
المجموع	95	100%

يوضح توزيع افراد العينة حسب استخدام الإذاعة كمصدر للمعلومات حول القضايا البيئية، أن 94.7% من الطلبة يستخدمونها أحياناً، بينما بلغت نسبة الاستخدام الدائم 4.2% وحسب نتائج الجدول أعلاه نستنتج أن الإذاعة لم تعد وسيلة بحث مقصودة عن المعلومة البيئية بل تحولت إلى وسيلة مرافقة يكتفي الطلبة بالاستماع إليها عرضاً أثناء القيام بأنشطة يومية كالانتقل أو أداء بعض الأعمال، وهو ما يجعلها مصدراً ثانوياً وغير مباشر للحصول على المعلومات البيئية ويعود ذلك أساساً إلى التحول الرقمي الذي شهده المجال الإعلامي، حيث أصبح الطلبة يميلون إلى الوسائط الجديدة التي تتيح لهم حرية الاختيار والتحكم في نوعية المعلومات ووقت الوصول إليها، عكس الإذاعة التي تقدم محتوى عاماً غير قابل للتخصيص. كما أن غياب التفاعل الفوري في الإذاعة يقلل من جاذبيتها لدى فئة الشباب التي تفضل الوسائل التفاعلية التي تسمح بالمشاركة والتعليق وتبادل الآراء. إضافة إلى ذلك، فإن طبيعة البرامج الإذاعية البيئية قد لا تكون دائماً موجهة بشكل مباشر لاهتمامات الطلبة أو مرتبطة باحتياجاتهم الآنية، مما يدفعهم إلى البحث عن مصادر أخرى أكثر تخصصاً وسرعة، مثل المواقع الإلكترونية وصفحات التواصل الاجتماعي، التي توفر محتوى متجدداً وغنياً بالوسائط المتعددة، وهو ما يعزز من مكانتها كمصدر أساسي للمعلومة البيئية مقارنة بالإذاعة.

الجانب التطبيقي

الجدول رقم (14) يوضح توزيع افراد العينة حسب متابعة البرامج أو الوثائقيات البيئية عبر التلفزيون أو الإنترنت.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
دائما	91	95.8%
احيانا	4	4.2%
نادرا	00	00%
المجموع	95	100%

يوضح الجدول توزيع افراد العينة حسب متابعة البرامج أو الوثائقيات البيئية عبر التلفزيون أو الإنترنت، حيث نلاحظ أن بلغت نسبة 95.8% من افراد العينة يتابعوها دائما، ونسبة 4.2% يتابعون البرامج أو الوثائقيات البيئية عبر التلفزيون أو الإنترنت أحيانا.

متابعة البرامج أو الوثائقيات البيئية عبر التلفزيون أو الإنترنت أهمية كبيرة في تنمية الوعي البيئي لدى الأفراد، حيث تتيح هذه المواد الإعلامية تقديم معلومات علمية دقيقة ومبسطة حول الظواهر البيئية مثل التغير المناخي، التلوث، وفقدان التنوع البيولوجي، مدعومة بصور ومشاهد واقعية تسهم في ترسيخ الفهم لدى المتلقي.

كما تساعد هذه البرامج على ربط الفرد ببيئته المحلية والعالمية، من خلال عرض تجارب وحلول ناجحة يمكن الاستفادة منها، مما يعزز الشعور بالمسؤولية تجاه حماية البيئة. إضافة إلى ذلك، تساهم الوثائقيات في تشكيل اتجاهات إيجابية وسلوكيات واعية، كترشيد استهلاك الموارد والحفاظ على المحيط، فضلا عن دورها في متابعة المستجدات البيئية والكوارث الطبيعية بشكل مستمر، مما يجعل الفرد أكثر استعداداً للتفاعل مع القضايا البيئية واتخاذ مواقف مبنية على معرفة ووعي.

الجانب التطبيقي

الجدول رقم (15) يوضح توزيع افراد العينة حسب مدى اعتماد الطلبة على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات البيئية

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
كبير	81	85.3%
متوسط	10	10.5%
ضعيف	4	4.2%
المجموع	95	100%

يوضح الجدول توزيع افراد العينة حسب مدى اعتماد الطلبة على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات البيئية، حيث نلاحظ أن 85.3% من أفراد العينة اعتمادهم بشكل "كبير" على منصات التواصل الاجتماعي، مقابل 10.5% بدرجة متوسطة.

حسب نتائج الجدول أعلاه نستنتج أن التحولات الرقمية التي مست أنماط استهلاك المعرفة، حيث أصبحت هذه المنصات من أبرز القنوات التي يلجأ إليها الطلبة للحصول على معلومات سريعة ومتجددة حول القضايا البيئية ويعود ذلك إلى عدة عوامل، من أهمها سهولة الوصول إلى المحتوى، وتنوعه بين نصوص وصور وفيديوهات، إضافة إلى الطابع التفاعلي الذي يسمح بالمناقشة وتبادل الآراء.

كما أن المنصات الاجتماعية تتيح متابعة المستجدات البيئية بشكل فوري، خاصة فيما يتعلق بظواهر مثل التغير المناخي، التلوث، والكوارث الطبيعية، وهو ما يعزز من وعي الطلبة بهذه القضايا ويجعلهم أكثر ارتباطاً بها. كذلك، تسهم هذه الوسائل في تبسيط المعلومات العلمية المعقدة من خلال المحتوى البصري والشرح المبسط، مما يسهل فهم الظواهر البيئية واستيعاب أبعادها المختلفة.

الجانب التطبيقي

الجدول رقم (16) يوضح توزيع افراد العينة حسب منصة من منصات التواصل الاجتماعي تعتمد الطلبة عليها أكثر في متابعة القضايا البيئية

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
فيسبوك	60	63.1%
إنستغرام	1	1.1%
تيك توك	30	31.5%
يوتيوب	4	4.2%
المجموع	95	100%

يوضح الجدول توزيع افراد العينة حسب منصة من منصات التواصل الاجتماعي تعتمد الطلبة عليها أكثر في متابعة القضايا البيئية، حيث احتل فيسبوك الصدارة بنسبة 63.1% كأكثر المنصات استخداماً، يليه تيك توك بنسبة 31.5%، ثم يوتيوب بـ 4.2%، وجاء إنستغرام في المؤخرة بنسبة 1.1%. وحسب نتائج الجدول أعلاه نستنتج أن الفيس بوك من أبرز منصات التواصل الاجتماعي التي تلعب دوراً مهماً في نشر الوعي البيئي، خاصة في ظل الانتشار الواسع لاستخدامه بين مختلف فئات المجتمع، لاسيما فئة الشباب والطلبة الجامعيين. إذ يساهم في إيصال المعلومات البيئية بشكل سريع وتفاعلي، مما يجعله وسيلة فعالة للتثقيف البيئي.

ويتمثل دور الفيسبوك في نشر الوعي البيئي من خلال عدة جوانب؛ حيث يتيح للمؤسسات البيئية والهيئات الرسمية نشر حملات توعوية حول قضايا مثل التغير المناخي، التلوث، وحرائق الغابات، وهو ما يعزز من اطلاع الأفراد على المستجدات البيئية، كما يوفر إمكانية مشاركة المحتوى المتنوع مثل الصور، الفيديوهات، والبث المباشر، وهو ما يساهم في تبسيط المفاهيم البيئية المعقدة وجعلها أكثر قابلية للفهم والاستيعاب، إضافة إلى ذلك يعزز الفيسبوك من التفاعل والمشاركة المجتمعية، حيث يمكن للمستخدمين التعليق، والمشاركة، والانخراط في النقاشات البيئية، مما يخلق نوعاً من الوعي الجماعي ويحفز على تبني سلوكيات صديقة للبيئة، كما يساهم في تشكيل اتجاهات وآراء الأفراد من خلال ما ينشر من محتوى وتجارب شخصية، خاصة إذا كان مصدرها جهات موثوقة أو مؤثرين في المجال البيئي.

الجانب التطبيقي

الجدول رقم (17) يوضح توزيع افراد العينة حسب متغير مدى اعتماد على المواقع الإخبارية الإلكترونية في متابعة القضايا البيئية.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
دائما	22	23.1%
أحيانا	58	61.1%
نادرا	15	15.8%
المجموع	95	100%

يوضح الجدول توزيع افراد العينة حسب متغير مدى اعتماد على المواقع الإخبارية الإلكترونية في متابعة القضايا البيئية، حيث نلاحظ أن نسبة 61.1% من أفراد العينة يعتمدون اعتماد على المواقع الإخبارية الإلكترونية في متابعة القضايا البيئية أحيانا وتليه نسبة 23.1% بشكل دائم وفي الأخير نسبة 15.8% بشكل نادر.

أصبحت هذه المواقع تمثل مصدراً مهماً وسريعاً للحصول على الأخبار والتقارير البيئية المستجدة. ويُفسّر ذلك بقدرة هذه المنصات على تقديم محتوى محدث بشكل لحظي، خاصة فيما يتعلق بالكوارث الطبيعية، والتغيرات المناخية، وحملات التوعية البيئية، مما يجعلها أكثر جاذبية مقارنة بالوسائل التقليدية. كما تتميز المواقع الإخبارية الإلكترونية بتنوع مضامينها، حيث تجمع بين النصوص التحليلية، والصور، ومقاطع الفيديو، والرسوم التوضيحية، وهو ما يساهم في تبسيط المعلومات البيئية المعقدة وجعلها أكثر قابلية للفهم والاستيعاب لدى الطلبة. إضافة إلى ذلك، تتيح هذه المواقع إمكانية الوصول إلى مصادر متعددة وآراء خبراء ومتخصصين، مما يعزز من مصداقية المعلومات ويعمق الوعي البيئي لديهم. من جهة أخرى، فإن سهولة الوصول إلى هذه المواقع عبر الهواتف الذكية، وإمكانية تصفحها في أي وقت ومكان، يدفع الطلبة إلى الاعتماد عليها بشكل متزايد، خاصة في ظل تسارع وتيرة الأحداث البيئية عالمياً. ومع ذلك، قد يواجه هذا الاعتماد بعض التحديات، مثل انتشار الأخبار غير الدقيقة أو المبالغ فيها، مما يستدعي ضرورة تنمية التفكير النقدي لدى الطلبة للتحقق من مصادر المعلومات قبل تبنيها.

الجانب التطبيقي

الجدول رقم (18) يوضح توزيع افراد العينة حسب نوع من المحتوى الإعلامي تفضله في تناول القضايا البيئية.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
فيديوهات توعوية	60	63.1%
تقارير إخبارية	7	7.4%
مقالات تحليلية	1	1.1%
منشورات قصيرة	27	28.4%
المجموع	95	100%

يوضح توزيع افراد العينة حسب نوع من المحتوى الإعلامي تفضله في تناول القضايا البيئية، جاءت الفيديوهات التوعوية في المرتبة الأولى بنسبة تفضيل بلغت 63.1%، تليها المنشورات القصيرة بنسبة 28.4%، وتليها التقارير والمقالات بنسبة 7.4%، وفي الأخير المالات التحليلية بنسبة 1.1%. وحسب نتائج الجدول أعلاه نستنتج أن تكتسي الفيديوهات التوعوية البيئية أهمية كبيرة في ظل التحديات المتزايدة التي يشهدها العالم في مجال البيئة، مثل التغير المناخي والتلوث واستنزاف الموارد الطبيعية، حيث أصبحت وسيلة فعالة لنشر الوعي البيئي بين مختلف فئات المجتمع، خاصة فئة الشباب والطلبة. وتكمن أهمية هذه الفيديوهات في قدرتها على تبسيط المعلومات العلمية المعقدة وتحويلها إلى محتوى بصري سهل الفهم، مما يساعد على ترسيخ المفاهيم البيئية بشكل أوضح مقارنة بالنصوص التقليدية. كما تساهم في جذب انتباه الجمهور من خلال استخدام الصور، الرسوم المتحركة، والمؤثرات السمعية البصرية، وهو ما يزيد من درجة التفاعل والاستيعاب. إضافة إلى ذلك، تتيح الفيديوهات التوعوية إمكانية الوصول السريع والواسع عبر المنصات الرقمية، مثل شبكات التواصل الاجتماعي، مما يعزز من انتشار الرسائل البيئية ويزيد من فرص التأثير في سلوك الأفراد واتجاهاتهم نحو تبني ممارسات صديقة للبيئة، كترشيد استهلاك المياه والطاقة، وتقليل النفايات، والمحافظة على الطبيعة.

الجانب التطبيقي

المحور الثالث: دور الأنشطة الإعلامية للجمعيات والنوادي البيئية في نشر الوعي بقضايا التغير المناخي لدى طلبة علوم الإعلام والاتصال

الجدول رقم (19) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متابعة أنشطة الجمعيات والنوادي البيئية المتعلقة بالتغير المناخي.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
دائما	88	92.6%
أحيانا	6	6.3%
نادرا	1	1.1%
المجموع	95	100%

يوضح الجدول توزيع أفراد العينة حسب متابعة أنشطة الجمعيات والنوادي البيئية المتعلقة بالتغير المناخي أن أغلبية المبحوثين صرّحوا بأنهم يتابعون هذه الأنشطة دائما بنسبة بلغت 92.6%، بينما جاءت فئة أحيانا بنسبة 6.3%، في حين سجلت فئة نادرا نسبة ضعيفة جدا قدرت بـ 1.1%.

وحسب نتائج الجدول أعلاه نستنتج أن تُعدّ الأنشطة الإعلامية للجمعيات والنوادي البيئية أحد أهم المحركات الأساسية لنشر الوعي بقضايا التغير المناخي، إذ تؤدي دور الوسيط التفاعلي الذي يُحوّل المعارف العلمية المعقدة إلى رسائل اتصالية مبسطة وفعّالة، قادرة على الوصول إلى مختلف شرائح المجتمع. ويتجلى هذا الدور في توظيف هذه التنظيمات لمختلف الوسائط، سواء الرقمية أو التقليدية، من أجل التعريف بمخاطر الاحتباس الحراري وانعكاساته المحلية، مع العمل في الوقت نفسه على إحداث تغيير تدريجي في اتجاهات الأفراد وسلوكياتهم نحو تبني أنماط حياة أكثر استدامة وصديقة للبيئة.

كما يتجاوز دور هذه الجمعيات حدود التوعية والإرشاد ليشمل ممارسة ما يمكن تسميته بـ"الإعلام التنموي"، الذي لا يكتفي بنقل المعلومة، بل يسعى إلى تحفيز المشاركة المجتمعية الفعلية في المبادرات البيئية، مثل حملات التشجير، وترشيد استهلاك الموارد، والحد من مصادر التلوث. وإلى جانب ذلك، تضطلع هذه الهيئات بدور رقابي وإعلامي مهم يتمثل في تسليط الضوء على القضايا البيئية الراهنة وإدراجها ضمن أولويات النقاش العمومي وأجندة صناع القرار، بما يساهم في رفع مستوى الاهتمام بالقضايا المناخية.

الجانب التطبيقي

الجدول رقم (20) يوضح توزيع أفراد العينة حسب مدى اطلاع الطلبة على الحملات الإعلامية التي تنظمها الجمعيات البيئية حول التغير المناخي.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
جيد	90	94.7%
متوسط	5	5.3%
ضعيف	0	0%
المجموع	95	100%

يوضح الجدول توزيع أفراد العينة حسب مدى اطلاع الطلبة على الحملات الإعلامية التي تنظمها الجمعيات البيئية حول التغير المناخي أن أغلب أفراد العينة صرحوا بأن اطلاعهم جيد بنسبة 94.7%، مقابل 5.3% بمستوى متوسط، في حين لم تسجل أي نسبة في فئة الضعيف. و

حسب نتائج هذا الجدول نستنتج أن الحملات الإعلامية التي تنظمها الجمعيات البيئية حول التغير المناخي من أهم أدوات التوعية الحديثة، حيث تهدف إلى رفع مستوى الوعي لدى الجمهور بمخاطر الظاهرة البيئية وتداعياتها على الإنسان والنظام البيئي. وتعتمد هذه الحملات على استراتيجيات اتصال متنوعة تجمع بين الإعلام التقليدي والرقمي، مثل المنشورات التوعوية، الفيديوهات القصيرة، الندوات، ووسائل التواصل الاجتماعي، بما يضمن وصول الرسائل البيئية إلى أكبر شريحة ممكنة من المجتمع. وتتميز هذه الحملات بتركيزها على تبسيط المعلومات العلمية المتعلقة بالاحتباس الحراري وارتفاع درجات الحرارة والتغيرات المناخية، وتحويلها إلى رسائل إرشادية واضحة تساعد الأفراد على فهم حجم التهديد البيئي. كما تسعى إلى تغيير السلوكيات اليومية من خلال تشجيع ممارسات صديقة للبيئة مثل ترشيد استهلاك الطاقة والمياه، تقليل النفايات، واعتماد وسائل نقل مستدامة.

إضافة إلى ذلك، لا تقتصر هذه الحملات على الجانب التوعوي فقط، بل تمتد إلى تعزيز المشاركة المجتمعية عبر تنظيم أنشطة ميدانية مثل حملات التشجير، تنظيف المحيطات والشواطئ، وورشات التحسيس داخل المدارس والجامعات.

الجانب التطبيقي

الجدول رقم (21) يوضح توزيع أفراد العينة حسب تقييم مستوى المعلومات التي تقدمها الجمعيات والنوادي البيئية حول التغير المناخي.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
جيد	89	93.6%
متوسط	5	5.3%
ضعيف	1	1.1%
المجموع	95	100%

وضح توزيع الجدول أفراد العينة حسب تقييم مستوى المعلومات التي تقدمها الجمعيات والنوادي البيئية حول التغير المناخي أن نسبة 93.6% صنفوا المعلومات بأنها جيدة، بينما 5.3% متوسطة، و1.1% ضعيفة. وحسب النتائج الجدول أعلاه نستنتج أن جودة المعلومات المقدمة من طرف الجمعيات البيئية حول قضايا التغير المناخي تحظى بتقييم إيجابي من قبل أغلب أفراد العينة، وهو ما يعكس مدى فعالية هذه الجمعيات في بناء محتوى إعلامي بيئي ذي جودة عالية. ويعود هذا التقييم الإيجابي أساساً إلى اعتمادها على مصادر علمية موثوقة ومراجع دقيقة، مع الحرص على تبسيط المفاهيم العلمية المعقدة وتقديمها في قالب تواصلية واضح وسلس يتناسب مع مستوى إدراك الطلبة واهتماماتهم المعرفية. كما أن أسلوب العرض المعتمد في هذه الأنشطة الإعلامية، والذي يجمع بين الدقة العلمية واللغة المبسطة، ساهم بشكل كبير في تسهيل عملية استيعاب المعلومات البيئية، وجعلها أكثر قرباً من الواقع اليومي للطلبة. بالإضافة إلى ذلك، فإن توظيف الوسائط الحديثة في عرض المحتوى، مثل الفيديوهات التوعوية والملصقات الرقمية والمنشورات التفاعلية، عزز من جاذبية الرسائل الإعلامية وزاد من مستوى التفاعل معها.

الجانب التطبيقي

الجدول رقم (22) يوضح توزيع أفراد العينة حسب أن الأنشطة الإعلامية للجمعيات والنوادي تساعد على فهم قضايا التغير المناخي بشكل أفضل.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	66	69.5%
لا	3	3.1%
أحيانا	26	27.4%
المجموع	95	100%

يوضح الجدول أفراد العينة حسب أن الأنشطة الإعلامية للجمعيات والنوادي تساعد على فهم قضايا التغير المناخي أن 69.5% أجابوا بنعم، و27.4% أحيانا، و3.1% لا.

وحسب النتائج الجدول أعلاه نستنتج أن تؤدي الأنشطة الإعلامية التي تنظمها الجمعيات والنوادي البيئية دورا محوريا في تعزيز فهم قضايا التغير المناخي لدى مختلف الفئات، خاصة فئة الطلبة، وذلك من خلال تبسيط المفاهيم العلمية المعقدة المتعلقة بالظاهرة وتحويلها إلى رسائل إعلامية واضحة وسهلة الفهم. فهذه الأنشطة تعتمد على أساليب تواصلية متنوعة تجمع بين الشرح المباشر، والمحتوى البصري، والوسائط الرقمية التفاعلية، مما يساهم في تقريب الظاهرة من الواقع اليومي للأفراد وجعلها أكثر إدراكا ووضوحا.

كما تساهم هذه الأنشطة في رفع مستوى الوعي البيئي من خلال تقديم معلومات دقيقة حول أسباب التغير المناخي، مثل الاحتباس الحراري والانبعاثات الغازية، إضافة إلى توضيح آثاره على الصحة والبيئة والموارد الطبيعية. وهذا ما يساعد المتلقي على بناء فهم أعمق وأكثر شمولاً للقضية، بدل الاكتفاء بمعلومات سطحية أو عامة.

ومن جهة أخرى، تعمل هذه الأنشطة على تعزيز القدرة التحليلية لدى الأفراد من خلال ربط الظواهر البيئية بالسلوك الإنساني اليومي، مما يجعل المتعلم أكثر وعياً بالعلاقة بين أفعاله الشخصية والتغيرات البيئية العالمية. كما تساهم في تصحيح بعض المفاهيم الخاطئة المنتشرة حول التغير المناخي، عبر الاعتماد على مصادر علمية موثوقة وخطاب توعوي مبسط.

الجانب التطبيقي

الجدول رقم (23) يوضح توزيع أفراد العينة حسب الوسيلة الأكثر استخداماً من طرف الجمعيات والنوادي البيئية في التوعية بالتغير المناخي.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
شبكات التواصل الاجتماعي	40	42.1%
اللقاءات والندوات	20	21.1%
الملصقات والمطويات	10	10.5%
المواقع الإلكترونية	25	26.3%
المجموع	95	

يوضح الجدول أفراد العينة حسب الوسيلة الأكثر استخداماً من طرف الجمعيات والنوادي البيئية في التوعية بالتغير المناخي أن شبكات التواصل الاجتماعي جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 42.1%، تليها المواقع الإلكترونية بنسبة 26.3%، ثم اللقاءات والندوات بنسبة 21.1%، وأخيراً الملصقات والمطويات بنسبة 10.5%.

وحسب نتائج الجدول أعلاه نستنتج أن شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت تُشكل الوسيلة الأساسية في التوعية البيئية، نظراً لانتشارها الواسع وسهولة استخدامها من قبل مختلف الفئات، خاصة فئة الطلبة. إذ تتيح هذه المنصات إمكانية الوصول السريع إلى المعلومات البيئية وتداولها بشكل فوري وتفاعلي، مما يجعلها أكثر تأثيراً مقارنة بالوسائل التقليدية.

كما ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز فعالية الحملات التوعوية حول قضايا التغير المناخي، من خلال تنوع أشكال المحتوى المقدم، مثل الفيديوهات القصيرة، المنشورات التوعوية، وهو ما يساعد على تبسيط المعلومات العلمية وجعلها أكثر جذباً وفهماً. بالإضافة إلى ذلك، فإن خاصية التفاعل (إعجاب، تعليق، مشاركة) تتيح للمستخدمين المشاركة في نشر الوعي البيئي وتوسيع دائرة التأثير.

الجانب التطبيقي

الجدول رقم (24) يوضح توزيع أفراد العينة حسب تشجيع الأنشطة الإعلامية للجمعيات والنوادي على الاهتمام بقضايا التغير المناخي

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
دائماً	95	%100
أحياناً	00	%00
نادراً	00	%00
المجموع	95	%100

يوضح الجدول توزيع أفراد العينة حسب تشجيع الأنشطة الإعلامية للجمعيات والنوادي على الاهتمام بقضايا التغير المناخي أن 100% من أفراد العينة أجابوا دائماً.

وحسب نتائج الجدول أعلاه نستنتج ان أنشطة الإعلامية للجمعيات والنوادي تعتبر كوسيط أساسي في نشر الوعي البيئي داخل المجتمع، خاصة في ظل تصاعد التحديات المناخية الراهنة فدعم هذه الأنشطة يساهم في توسيع نطاق التغطية الإعلامية للقضايا البيئية وجعلها أكثر حضوراً في النقاش العام، من خلال تنظيم حملات توعوية وورشات تحسيسية ومبادرات ميدانية تركز على خطورة التغير المناخي وسبل الحد من آثاره.

كما أن تشجيع هذه الأنشطة يدفع الجمعيات والنوادي إلى إنتاج محتوى إعلامي أكثر جودة وابتكاراً، يعتمد على الوسائط الحديثة مثل الفيديوهات التوعوية، والمنشورات الرقمية مما يزيد من قدرة الرسائل البيئية على الوصول إلى الجمهور والتأثير فيه. ويساهم ذلك في تبسيط المعلومات العلمية المتعلقة بالمناخ وجعلها أكثر فهماً وقرباً من الواقع اليومي للأفراد، خاصة فئة الشباب والطلبة.

ومن جهة أخرى، فإن دعم الاهتمام بقضايا التغير المناخي يعزز من دور هذه التنظيمات في ترسيخ ثقافة المشاركة المجتمعية، حيث لا يقتصر دورها على التوعية فقط، بل يمتد إلى تحفيز الأفراد على تبني سلوكيات بيئية مسؤولة والمشاركة في المبادرات الجماعية مثل التشجير، إعادة التدوير، وترشيد استهلاك الموارد.

الجانب التطبيقي

الجدول رقم (25) يوضح توزيع أفراد العينة حسب مساهمة الجمعيات والنوادي البيئية المحلية في تعزيز وعي بقضايا التغير المناخي

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
جيد	92	96.8%
متوسط	2	2.1%
ضعيف	1	1.1%
المجموع	95	100%

يوضح الجدول توزيع أفراد العينة حسب مساهمة الجمعيات والنوادي البيئية المحلية في تعزيز الوعي بقضايا التغير المناخي أن 96.8% قِيموها بالجيد، و 2.1% بالمتوسط، و 1.1% بالضعيف.

وحسب نتائج الجدول نستنتج أن مساهمة هذه الجمعيات فعّالة وإيجابية في تعزيز الوعي البيئي لدى مختلف فئات المجتمع، إذ تلعب دوراً محورياً في نشر الثقافة البيئية من خلال مجموعة من الأنشطة والبرامج التوعوية التي تستهدف تصحيح المفاهيم وتغيير السلوكيات المرتبطة بالتعامل مع البيئة. ويظهر هذا الدور بشكل واضح من خلال الحملات التحسيسية الميدانية التي تنظمها هذه الجمعيات في المؤسسات التربوية والفضاءات العامة، إضافة إلى الندوات والورشات التكوينية التي تهدف إلى تبسيط القضايا البيئية المعقدة مثل التغير المناخي، التلوث، واستنزاف الموارد الطبيعية.

كما تعتمد هذه الجمعيات بشكل متزايد على وسائل الإعلام والاتصال الحديثة، خصوصاً شبكات التواصل الاجتماعي، لنشر الرسائل البيئية بشكل سريع وواسع، مما يساهم في الوصول إلى شريحة كبيرة من الشباب والطلبة. ويؤدي هذا الاستخدام الفعال لوسائل الاتصال إلى تعزيز التفاعل مع القضايا البيئية وإثارة النقاش العمومي حولها، الأمر الذي يرفع من مستوى الوعي الفردي والجماعي بأهمية حماية البيئة.

الجانب التطبيقي

الجدول رقم (26) يوضح توزيع أفراد العينة حسب الأنشطة الإعلامية للجمعيات والنوادي تكمل دور وسائل الإعلام في التوعية بالتغير المناخي

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	81	85.4%
لا	5	5.2%
أحيانا	9	9.4%
المجموع	95	100%

يوضح الجدول توزيع أفراد العينة حسب أن الأنشطة الإعلامية للجمعيات والنوادي تكمل دور وسائل الإعلام في التوعية بالتغير المناخي أن 85.4% أجابوا بنعم، مقابل 9.4% أحيانا، و 5.2% لا. وحسب نتائج الجدول أعلاه نستنتج أن تساهم الجمعيات البيئية في تقديم محتوى أكثر قرباً وتفاعلية مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية، حيث تتميز بأنشطتها بطابع مباشر وميداني يجعلها أكثر قدرة على التواصل مع الجمهور واستيعاب احتياجاته البيئية الفعلية. فبينما يعتمد الإعلام التقليدي غالباً على التغطية العامة والموجهة نحو جمهور واسع، تتميز الجمعيات بقدرتها على تبسيط القضايا البيئية وتقديمها في شكل ورشات، حملات تحسيسية، ونقاشات تفاعلية تسمح بمشاركة الأفراد وتبادل الآراء والخبرات. هذا الطابع التفاعلي يجعل رسائل الجمعيات أكثر تأثيراً وفعالية في تغيير السلوكيات، خاصة لدى فئة الشباب، لأنها تعتمد على أسلوب المشاركة وليس التلقي السلبي للمعلومة. كما تتيح هذه المقاربة تعزيز الوعي البيئي بشكل تدريجي من خلال الممارسة المباشرة والتجربة الميدانية، وهو ما يرسخ الفهم العميق للقضايا البيئية.

الجانب التطبيقي

الجدول رقم (27) يوضح توزيع أفراد العينة حسب مدى تأثير الأنشطة الإعلامية للجمعيات والنوادي البيئية على اتجاهات الطلبة نحو قضايا التغير المناخي

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
جيد	79	83.2%
متوسط	16	16.8%
ضعيف	00	00%
المجموع	95	100%

يوضح الجدول توزيع أفراد العينة حسب مدى تأثير الأنشطة الإعلامية للجمعيات والنوادي البيئية على اتجاهات الطلبة نحو قضايا التغير المناخي أن 83.2% قِيموه بالجيد، و16.8% بالمتوسط، دون تسجيل أي نسبة ضعيفة.

وحسب نتائج نستنتج أن أثر الأنشطة الإعلامية التي تقوم بها الجمعيات والنوادي البيئية عاملاً مهماً في تشكيل اتجاهات الطلبة نحو قضايا التغير المناخي، حيث تسهم هذه الأنشطة في رفع مستوى الوعي لديهم من خلال تقديم معلومات مبسطة ومباشرة حول أسباب هذه الظاهرة وآثارها وسبل الحد منها. وتتميز هذه الأنشطة بطابعها التفاعلي الذي يجمع بين التوعية والمشاركة، مما يجعل الطالب أكثر انخراطاً في النقاشات البيئية وأكثر إدراكاً لخطورة التغير المناخي باعتباره قضية عالمية تمس الحياة اليومية.

كما تؤدي الحملات الإعلامية التي تنظمها هذه الجمعيات، سواء عبر الوسائط الرقمية أو الأنشطة الميدانية، إلى التأثير في البناء المعرفي للطلبة، من خلال تصحيح المفاهيم الخاطئة وتعزيز المعارف العلمية المتعلقة بالاحتباس الحراري والتلوث البيئي واستنزاف الموارد الطبيعية. وهذا ما ينعكس تدريجياً على اتجاهاتهم، حيث يصبحون أكثر ميلاً إلى تبني مواقف إيجابية داعمة لحماية البيئة، وأكثر استعداداً للمشاركة في المبادرات البيئية.

الجانب التطبيقي

المحور الرابع: العوامل التي تحد من فعالية الإعلام في تعزيز الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين. الجدول رقم (28) يوضح توزيع أفراد العينة حسب هل التغطية الإعلامية للقضايا البيئية كافية.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	55	57.9%
لا	5	5.2%
أحيانا	35	36.9%
المجموع	95	100%

يوضح الجدول توزيع أفراد العينة حسب ما إذا كانت التغطية الإعلامية للقضايا البيئية كافية أن 57.9% من المبحوثين أجابوا بنعم، مقابل 36.9% أجابوا أحيانا، في حين صرّح 5.2% بأنها غير كافية. وحسب نتائج هذا الجدول أعلاه نستنتج يعتبر الإعلام أحد المقومات الأساسية في الحفاظ على البيئة حيث يتوقف ذلك على قدرته على إيجاد الوعي البيئي وإكساب المعرفة اللازمين لتغيير الاتجاهات والقيم السلبية نحو القضايا البيئية وعلى نقل المعلومات وعلى استعداد الجمهور نفسه ليكون أداة في التوعية ونشر القيم الجديدة وتنمية الحس بالبيئة لدى كل متلقي الرسالة الإعلامية البيئية حتى يصبحوا مواطنين فاعلين، وعاملا أساسيا من عوامل التنمية المستدامة المتواصلة بمحافظتهم على البيئة. ويستخدم الإعلام البيئي في ذلك وسائل الإعلام جميعها لتوعية الإنسان بترشيد سلوكه البيئي في تعامله مع محيطه وتحضيره للمشاركة بمشروعات حماية البيئة وتتعاضد أهمية الإعلام البيئي في دق ناقوس الخطر عند رصد أي اعتداء على البيئة مواردها، ويظهر ذلك من خلال زيادة المادة الإعلامية البيئية بكافة أشكالها في مضامين وسائل الإعلام.

كان للتقدم التكنولوجي الهائل الذي أحرزته وسائل الاتصال منذ اختراع الطباعة، وحتى المرحلة الراهنة انعكاسات عميقة في اتساع وسائل الإعلام من حيث الكم والنوع ووصولها إلى مجموعات متنوعة تزايدت أعدادها في القرن الحالي، وقد امتدت وسائل الاتصال الجماهيري إلى المناطق النائية من العالم، ولم تعد قاصرة على المدن والعواصم مما أدى إلى حدوث تحول أساسي في طبيعة الوظائف والأدوار التي تؤديها وسائل الإعلام داخل المجتمع، خاصة الصحافة والراديو فضلا عن الانتشار الواسع للتلفزيون. ومعالجات الإعلام للقضايا البيئية لا تأخذ شكلا مستقلا عن سائر أوجه النشاط الاجتماعي والسياسي والثقافي في المجتمع بل تتحدد أصلا وفق السياق العام الذي يحقق مصالح القوى الاجتماعية التي تتحكم في مصادر الثروة الاقتصادية والسلطة السياسية.¹

¹ مسعودان نسمة، التغطية الإعلامية لقضايا البيئة، مجلة متون، المجلد 09 العدد 04، جامعة باجي مختار عنابة،

الجانب التطبيقي

الجدول رقم (29) يوضح توزيع أفراد العينة حسب كفاية البرامج الاعلامية على مواقع التواصل في القضايا البيئية

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
كافية	93	97.8%
غير كافية	2	2.2%
المجموع	95	100%

يوضح توزيع أفراد العينة حسب كفاية البرامج الإعلامية على مواقع التواصل في القضايا البيئية أن 97.8% من المبحوثين أجابوا بأنها كافية، مقابل 2.2% رأوا أنها غير كافية.

وحسب النتائج نستنتج أن يعد دور البرامج الإعلامية على مواقع التواصل الاجتماعي في تناول القضايا البيئية دوراً محورياً ومنتزداً الأهمية في ظل التحول الرقمي الذي يشهده المجال الإعلامي، حيث أصبحت هذه المنصات فضاءً مفتوحاً لنشر المعلومات البيئية وتبسيطها وتقديمها بأساليب تفاعلية وجذابة. وتساهم هذه البرامج في رفع مستوى الوعي البيئي لدى مختلف الفئات، خاصة فئة الشباب، من خلال عرض محتوى بصري وتعليمي يشرح الظواهر البيئية مثل التغير المناخي، التلوث، واستنزاف الموارد الطبيعية، بأسلوب مبسط يسهل فهمه واستيعابه مقارنة بالإعلام التقليدي.

وتلعب منصات مثل فيس بوك دوراً فعالاً في دعم هذا النوع من البرامج الإعلامية، من خلال تمكين النشر السريع للمحتوى البيئي وإتاحة التفاعل المباشر بين القائمين على الحملات التوعوية والجمهور، كما تسمح هذه المنصات بانتشار واسع للمضامين البيئية عبر خاصيات المشاركة وإعادة النشر، مما يساهم في تحويل القضايا البيئية من موضوعات نخبوية إلى قضايا رأي عام.

إضافة إلى ذلك، تساهم البرامج الإعلامية على مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الثقافة البيئية من خلال اعتماد أساليب حديثة مثل الفيديوهات القصيرة، والبث المباشر للحملات البيئية والأنشطة الميدانية. هذا التنوع في الأشكال الإعلامية يجعل المتلقي أكثر تفاعلاً وانخراطاً، ويعزز لديه الشعور بالمسؤولية تجاه البيئة. كما تعمل هذه البرامج على تصحيح المفاهيم الخاطئة ونشر سلوكيات بيئية إيجابية، مثل إعادة التدوير وترشيد استهلاك الموارد، مما ينعكس بشكل مباشر على السلوك اليومي للأفراد.

الجانب التطبيقي

الجدول رقم الجدول رقم (30) يوضح توزيع أفراد العينة حسب البرامج الاعلامية المواقع التواصل كافية في تركيزها على القضايا البيئية .

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	66	69.5%
لا	9	9.4%
احيانا	20	21.1%
المجموع	95	100%

يوضح الجدول توزيع أفراد العينة حسب ما إذا كانت البرامج الإعلامية على مواقع التواصل كافية في تركيزها على القضايا البيئية أن 69.5% أجابوا بنعم، و 21.1% أحياناً، و 9.4% لا.

وحسب النتائج نستنتج أن البرامج الإعلامية على مواقع التواصل الاجتماعي ليست دائماً كافية في تركيزها على القضايا البيئية، رغم تزايد الاهتمام النسبي بهذا المجال في السنوات الأخيرة. فبالرغم من الانتشار الواسع للمحتوى البيئي عبر المنصات الرقمية، إلا أن هذا الاهتمام يبقى غالباً موسمياً أو مرتبطاً بالأحداث الطارئة مثل الكوارث الطبيعية أو الحملات العالمية، وليس تركيزاً مستمراً وممنهجاً على مدار السنة.

كما أن طبيعة المحتوى المتداول على مواقع التواصل الاجتماعي، والذي يغلب عليه الطابع الترفيهي والسريع، تجعل القضايا البيئية في كثير من الأحيان تُقدَّم بشكل مختصر وغير معمق، مما يقلل من فعالية التوعية ويحد من بناء فهم شامل لدى الجمهور. إضافة إلى ذلك، يلاحظ أن بعض البرامج والحسابات الإعلامية البيئية لا تعتمد على استراتيجيات اتصالية واضحة أو محتوى علمي موثوق بشكل دائم، وهو ما يؤثر على جودة التناول الإعلامي للقضايا البيئية.

الجانب التطبيقي

الجدول رقم (31) يوضح توزيع أفراد العينة حسب تقييم وضوح اللغة المستخدمة في المضامين الإعلامية البيئية.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
سهلة	83	87.4%
متوسطة	12	12.6%
معقدة	00	00%
المجموع	95%	100%

يوضح الجدول توزيع أفراد العينة حسب تقييم وضوح اللغة المستخدمة في المضامين الإعلامية البيئية أن 87.4% من المبحوثين اعتبروها سهلة، مقابل 12.6% صنفوها متوسطة، في حين لم تسجل أي نسبة في فئة اللغة المعقدة.

وحسب نتائج الجدول نستنتج أن يُعتبر وضوح اللغة المستخدمة في المضامين الإعلامية البيئية عاملاً أساسياً في نجاح العملية الاتصالية وتحقيق أهداف التوعية، إذ يرتبط مباشرة بمدى فهم الجمهور للمحتوى واستيعابه للقضايا البيئية المطروحة. فكلما كانت اللغة بسيطة، مباشرة، وخالية من التعقيد المصطلحي، زادت قدرة المتلقي على إدراك الرسائل البيئية مثل التغير المناخي، التلوث، وترشيد استهلاك الموارد. كما أن استخدام لغة واضحة ومناسبة لمستوى الجمهور المستهدف، خاصة فئة الطلبة والشباب، يساهم في تبسيط المفاهيم العلمية المعقدة وتحويلها إلى أفكار قابلة للفهم والتطبيق في الحياة اليومية. وفي هذا السياق، تعتمد العديد من المضامين الإعلامية البيئية الناجحة على أسلوب لغوي يجمع بين التفسير العلمي المبسط والأمثلة الواقعية، مما يجعل الرسالة أكثر تأثيراً وإقناعاً.

إضافة إلى ذلك، فإن وضوح اللغة يعزز التفاعل مع المحتوى البيئي على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يساعد على انتشار الرسائل بشكل أوسع من خلال المشاركة وإعادة النشر، كما يقلل من سوء الفهم أو التأويل الخاطئ للمعلومات البيئية. لذلك يمكن القول إن وضوح اللغة يعد شرطاً أساسياً لفعالية الإعلام البيئي ونجاحه في بناء وعي بيئي مستدام لدى الجمهور.

الجانب التطبيقي

الجدول رقم (32) يوضح توزيع أفراد العينة حسب هل غياب الحملات الإعلامية المنتظمة يؤثر على الوعي البيئي لدى الطلبة.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	61	64.2%
لا	4	4.2%
أحيانا	30	31.5%
المجموع	95	100%

يوضح الجدول توزيع أفراد العينة حسب ما إذا كان غياب الحملات الإعلامية المنتظمة يؤثر على الوعي البيئي لدى الطلبة أن 64.2% أجابوا بنعم، و31.5% أحيانا، و4.2% لا. وحسب نتائج الجدول أعلاه نستنتج من خلال هذه النتيجة أن أغلب الطلبة يرون أن غياب الحملات الإعلامية المنتظمة يشكل عاملاً مؤثراً بشكل مباشر في مستوى الوعي البيئي لديهم، حيث يؤدي عدم الاستمرارية في تقديم الرسائل التوعوية إلى ضعف تراكم المعرفة البيئية وتشتت المعلومات المتعلقة بالقضايا البيئية. فالحملات الإعلامية المنتظمة تساهم في ترسيخ المفاهيم البيئية وتعزيز السلوكيات الإيجابية من خلال التكرار والتذكير المستمر بأهمية الحفاظ على البيئة. وفي المقابل فإن انقطاع هذه الحملات أو تقديمها بشكل موسمي فقط يجعل تأثيرها محدوداً، إذ لا يتيح للجمهور، وخاصة فئة الطلبة، فرصة التفاعل المستمر مع القضايا البيئية أو بناء وعي مستدام حولها. كما أن ضعف الانتظام في الحملات يؤدي إلى تراجع الاهتمام بالقضايا البيئية في الفترات غير المرتبطة بالأحداث أو الأزمات البيئية، مما ينعكس سلباً على مستوى الإدراك والسلوك البيئي لدى الأفراد. وبناء عليه، يمكن القول إن استمرارية الحملات الإعلامية البيئية تُعد شرطاً أساسياً لرفع مستوى الوعي البيئي وضمان فعالية الرسائل التوعوية على المدى الطويل.

الجانب التطبيقي

الجدول رقم (33) يوضح توزيع أفراد العينة تقييم مصداقية المعلومات البيئية المقدمة في وسائل الإعلام.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
جيدة	93	97.9%
متوسطة	2	2.1%
ضعيفة	00	00%
المجموع	95	100%

يوضح الجدول توزيع أفراد العينة حسب تقييم مصداقية المعلومات البيئية المقدمة في وسائل الإعلام أن 97.9% اعتبروها جيدة، مقابل 2.1% متوسطة، دون تسجيل أي نسبة ضعيفة.

وحسب نتائج الجدول نستنتج أن مصداقية المعلومات البيئية المقدمة في وسائل الإعلام تقيم بشكل إيجابي من طرف أغلب أفراد العينة، حيث يعتبر الطلبة أن المضامين البيئية المتداولة تتمتع بدرجة مقبولة من الثقة والموضوعية، مما يعزز اعتمادهم عليها كمصدر لفهم القضايا البيئية المختلفة.

وتعود هذه الثقة إلى تنوع مصادر المعلومات البيئية، حيث يتم تقديمها عبر وسائل إعلام تقليدية ورقمية، إضافة إلى الجهات الرسمية المختصة والهيئات البيئية، مما يساهم في تعزيز الإحساس بموثوقيتها، كما أن اعتماد العديد من الوسائط الإعلامية على مختصين وخبراء في المجال البيئي عند معالجة القضايا يزيد من قوة المصداقية ويقلل من احتمالية التضليل أو تقديم معلومات غير دقيقة.

ومع ذلك، فإن هذه المصداقية، رغم تقييمها الإيجابي، تبقى مرتبطة بمدى التحقق من المصادر وجودة المعالجة الإعلامية، خاصة في ظل انتشار المحتويات غير الموثوقة على بعض منصات التواصل الاجتماعي. لذلك، فإن تعزيز المصداقية يتطلب مزيداً من التدقيق والتحري في نقل المعلومات البيئية لضمان تقديم محتوى علمي دقيق وموثوق يساهم في رفع مستوى الوعي البيئي لدى الجمهور.

الجانب التطبيقي

الجدول رقم (34) يوضح توزيع أفراد العينة حسب اعتقاد أن تكرار نفس المعلومات البيئية يقلل من اهتمام الطلبة.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	2	2.1%
لا	90	94.7%
أحيانا	3	3.1%
المجموع	95	100%

يوضح الجدول توزيع أفراد العينة حسب الاعتقاد بأن تكرار نفس المعلومات البيئية يقلل من اهتمام الطلبة أن 94.7% أجابوا بلا، و 3.1% أحيانا، و 2.1% بنعم.

وحسب نتائج الجدول نستنتج أن ن تكرار نفس المعلومات البيئية لا يؤدي بالضرورة إلى انخفاض اهتمام الطلبة، بل على العكس قد يسهم في ترسيخ المعارف البيئية وتعزيز الوعي بها. فالتكرار الإعلامي يُعد من أهم آليات التثبيت الذهني للمعلومات، خاصة عندما يتعلق الأمر بقضايا ذات طابع توعوي وسلوكي مثل القضايا البيئية، حيث يحتاج المتلقي إلى التعرض المتكرر للرسائل حتى تتحول إلى قناعات وسلوكيات يومية.

كما أن استمرار عرض نفس المضامين البيئية، وإن اختلفت طرق تقديمها، يساعد على تثبيت المفاهيم الأساسية مثل حماية البيئة، تقليل التلوث، وترشيد الاستهلاك، مما يجعل الطلبة أكثر إدراكاً لأهمية هذه القضايا. إضافة إلى ذلك، فإن اختلاف أساليب العرض (فيديوهات، صور، إنفوجرافيك، أو حملات توعوية) يحد من الشعور بالملل الناتج عن التكرار، ويجعل المحتوى أكثر تنوعاً وجاذبية.

الجانب التطبيقي

الجدول رقم (35) يوضح توزيع أفراد العينة حسب تأثير غياب مشاركة الطلبة في إنتاج المحتوى الإعلامي البيئي على مستوى اهتمامهم

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	19	20.1%
لا	2	2.1%
أحيانا	74	77.8%
المجموع	95	100%

يوضح الجدول توزيع أفراد العينة حسب تأثير غياب مشاركة الطلبة في إنتاج المحتوى الإعلامي البيئي على مستوى اهتمامهم أن 77.8% أجابوا أحيانا، و 20.1% بنعم، و 2.1% بلا. وحسب النتائج نستنتج أن عدم مشاركة الطلبة في إنتاج المحتوى الإعلامي البيئي قد يؤثر أحيانا على مستوى اهتمامهم بالقضايا البيئية، حيث يظل دورهم في هذه الحالة مقتصرًا على التلقي السلبي للمعلومات دون الانخراط الفعلي في إنتاج أو صناعة المحتوى. هذا الوضع قد يحدّ من درجة التفاعل والانتباه، لأن المشاركة الفعلية تُعد عاملاً مهماً في تعزيز الإحساس بالمسؤولية والانتماء تجاه القضايا المطروحة. فكلما كان الطالب مشاركاً في إعداد أو نشر محتوى بيئي، سواء من خلال الحملات الرقمية أو الأنشطة التوعوية أو المشاريع الجامعية، زاد مستوى وعيه وإدراكه لأهمية القضايا البيئية، كما تتعزز لديه القدرة على التحليل والنقد بدل الاكتفاء بالاستهلاك الإعلامي. في المقابل، فإن غياب هذه المشاركة يجعل الاهتمام بالقضايا البيئية مرتبطاً فقط بالمحتوى المتاح، والذي قد لا يكون دائماً كافياً أو مستمراً. وعليه، يمكن القول إن إشراك الطلبة في إنتاج المحتوى الإعلامي البيئي يمثل عنصراً أساسياً في رفع مستوى اهتمامهم وتعزيز وعيهم البيئي، من خلال تحويلهم من متلقين سلبيين إلى فاعلين ومساهمين في نشر الثقافة البيئية.

الجدول المركبة

الجدول رقم (35) يوضح الفرق بين الذكور والإناث في متابعة المستجندات البيئية عند حدوث ظواهر غير معتادة.

الخيارات	دائما		أحيانا		نادرا		المجموع	
	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
ذكر	24	80	4	13.3	2	6.7	30	100
أنثى	51	78.4	8	12.3	6	9.2	65	100
المجموع	75	78.9	12	16.6	8	8.4	95	100

يبين الجدول رقم (35) وجود تقارب واضح بين الذكور والإناث في مدى متابعة المستجندات البيئية عند حدوث ظواهر غير معتادة، حيث جاءت فئة "دائما" في المرتبة الأولى لدى الجنسين، إذ بلغت نسبة الذكور الذين يتابعون هذه المستجندات باستمرار 80%، مقابل 78.4% لدى الإناث، ما يدل على ارتفاع مستوى الاهتمام بالقضايا البيئية لدى كلا الطرفين وإدراكهم لأهمية متابعة الظواهر البيئية الطارئة.

أما فئة "أحيانا" فقد سجلت نسباً متقاربة كذلك، حيث بلغت 13.3% لدى الذكور و12.3% لدى الإناث، وهو ما يعكس وجود فئة من المبحوثين تتابع المستجندات البيئية بشكل غير منتظم تبعاً للظروف أو درجة الاهتمام بالحدث البيئي. في حين جاءت فئة "نادرا" بأدنى النسب، إذ قدرت بـ 6.7% لدى الذكور و9.2% لدى الإناث، مما يشير إلى محدودية عدم الاهتمام بمتابعة القضايا البيئية لدى أفراد العينة.

وعليه نستنتج أن هناك وعياً بيئياً مرتفعاً لدى كل من الذكور والإناث تجاه متابعة الظواهر البيئية غير المعتادة، مع عدم وجود فروق جوهرية كبيرة بين الجنسين، وهو ما يعكس تنامي الاهتمام المجتمعي بالقضايا البيئية وارتفاع مستوى الحس البيئي لدى الطلبة بغض النظر عن الجنس.

الجانب التطبيقي

الجدول رقم (36) يوضح الفرق بين الذكور الإناث الوسيلة الإعلامية الأساسية التي تعتمد عليها في

الخيارات	التلفزيون	الإذاعة	المواقع الإخبارية الإلكترونية	وسائل التواصل الاجتماعي		المجموع	
				تكرار	%	تكرار	%
ذكر	7	23.3	1	3.3	5	17	56.6
أنثى	13	20	1	1.5	8	43	66.1
المجموع	20	21.1	2	2.1	13	60	63.1

متابعة القضايا البيئية.

يبين الجدول رقم (36) وجود اختلاف نسبي بين الذكور والإناث في الوسيلة الإعلامية الأساسية المعتمدة لمتابعة القضايا البيئية، حيث جاءت وسائل التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى لدى الجنسين إذ بلغت نسبة اعتماد الذكور عليها 56.6% مقابل 66.1% لدى الإناث، ما يدل على المكانة الكبيرة التي أصبحت تحتلها هذه الوسائل في الحصول على المعلومات البيئية ومتابعة المستجدات المرتبطة بها، خاصة لدى الإناث.

أما التلفزيون فقد احتل المرتبة الثانية بنسبة 23.3% لدى الذكور و20% لدى الإناث، وهو ما يعكس استمرار دوره كوسيلة إعلامية تقليدية مهمة في نقل الأخبار والقضايا البيئية، رغم التراجع النسبي أمام الوسائط الرقمية الحديثة. في حين جاءت المواقع الإخبارية الإلكترونية بنسبة 3.3% لدى الذكور و12.3% لدى الإناث، مما يشير إلى اهتمام أكبر لدى الإناث بمتابعة الأخبار البيئية عبر المنصات الإلكترونية المتخصصة.

أما الإذاعة فقد سجلت أضعف نسبة لدى الجنسين، إذ بلغت 3.3% لدى الذكور و1.5% لدى الإناث، وهو ما يعكس تراجع الاعتماد عليها مقارنة ببقية الوسائل الإعلامية الحديثة.

وعليه نستنتج أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت الوسيلة الإعلامية الأكثر تأثيرًا واعتمادًا في متابعة القضايا البيئية لدى أفراد العينة، مع وجود ميل أكبر لدى الإناث نحو استخدام الوسائط الرقمية

الجانب التطبيقي

والإلكترونية مقارنة بالذكور، وهو ما يعكس التحول المتزايد نحو الإعلام الرقمي في الحصول على المعلومات البيئية.

الخيارات	دائما		أحيانا		نادرا		المجموع	
	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
ذكر	7	23.3	1	3.3	5	3.3	30	100
أنثى	13	20	1	1.5	8	12.3	65	100
المجموع	20	21.1	2	2.1	13	13.6	95	100

الجدول رقم (37) يوضح الفرق بين الذكور والإناث متابعة أنشطة الجمعيات والنوادي البيئية المتعلقة بالتغير المناخي.

يبين الجدول رقم (37) وجود تفاوت بين الذكور والإناث في مدى متابعة أنشطة الجمعيات والنوادي البيئية المتعلقة بالتغير المناخي، حيث جاءت فئة "دائما" بنسبة 23.3% لدى الذكور مقابل 20% لدى الإناث، ما يدل على أن نسبة محدودة من أفراد العينة تحرص بشكل مستمر على متابعة هذه الأنشطة البيئية.

أما فئة "أحيانا" فقد سجلت نسباً ضعيفة لدى الجنسين، إذ بلغت 3.3% لدى الذكور و1.5% لدى الإناث، وهو ما يعكس أن المتابعة غير المنتظمة لهذه الأنشطة تبقى محدودة نسبياً. في حين سجلت فئة "نادرا" نسبة 3.3% لدى الذكور و12.3% لدى الإناث، مما يشير إلى أن بعض الإناث يقل لديهن الاهتمام بمتابعة أنشطة الجمعيات والنوادي البيئية مقارنة بالذكور.

وعليه نستنتج أن متابعة أنشطة الجمعيات والنوادي البيئية المتعلقة بالتغير المناخي لا تزال محدودة لدى أفراد العينة عموماً، مع وجود تقارب نسبي بين الجنسين، غير أن الذكور يظهرون متابعة أكبر بشكل دائم مقارنة بالإناث، وهو ما قد يرتبط بدرجة الاهتمام أو المشاركة في الأنشطة البيئية والمجتمعية.

نتائج في ضوء التساؤلات الفرعية:

- ظهرت الدراسة أن الطلبة يتمتعون بمستوى مرتفع من الاطلاع والمتابعة المستمرة للقضايا البيئية، كما بينت أن هذا الاطلاع لا يقتصر على الجانب السطحي، بل يمتد إلى امتلاك معارف جيدة حول التغير المناخي والمفاهيم البيئية الأساسية وعليه أن وسائل الإعلام، خاصة الرقمية منها، تلعب دوراً محورياً في تعزيز مستوى الوعي البيئي لدى الطلبة وتوسيع دائرة معرفتهم بالقضايا البيئية.
 - وفيما يتعلق بالتساؤل الثاني الخاص بتفضيلات الطلبة لمتابعة القضايا البيئية عبر مختلف وسائل الإعلام، فقد كشفت الدراسة أن الطلبة يفضلون بشكل واضح وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر أساسي لمتابعة القضايا البيئية، تليها المواقع الإخبارية الإلكترونية، في حين تتراجع الوسائل التقليدية مثل الإذاعة والتلفزيون في سلم التفضيلات. كما أن الفيديوهات التوعوية والمحتوى البصري يُعدان الأكثر جذباً وفاعلية في إيصال المعلومات البيئية، نظراً لبساطتهما وقدرتهما على التوضيح والتأثير. وبذلك أن التحول الرقمي أصبح عاملاً حاسماً في تشكيل أنماط استهلاك المحتوى البيئي لدى الطلبة.
 - بينت الدراسة أن هذه الأنشطة تساهم بشكل فعال في تعزيز الوعي البيئي لدى الطلبة، من خلال تقديم محتوى مبسط وتفاعلي حول القضايا البيئية، وتنظيم حملات توعوية وورشات ميدانية تساهم في تقريب المفاهيم العلمية من الواقع. كما أظهرت النتائج أن هذه الجمعيات لا تقتصر على التوعية فقط، بل تعمل أيضاً على تشجيع المشاركة الفعلية للطلبة في الأنشطة البيئية، مما يعزز لديهم الشعور بالمسؤولية ويحولهم من متلقين إلى فاعلين في المجال البيئي. وعليه، فإن الدراسة تؤكد التكامل بين دور الجمعيات والوسائل الإعلامية في تعزيز الوعي البيئي.
 - كشفت الدراسة أن من أبرز هذه العوامل غياب الحملات الإعلامية المنتظمة، وضعف الاستمرارية في تناول القضايا البيئية، إضافة إلى الطابع الموسمي لبعض التغطيات الإعلامية فأن محدودية التعمق في المحتوى البيئي على بعض المنصات، وضعف التخصص أحياناً في المعالجة الإعلامية قد يقلل من فعالية الرسائل التوعوية. ومع ذلك، أوضحت الدراسة أن وضوح اللغة ومصادقية المعلومات يساهمان في التخفيف من هذه العوائق وتعزيز استيعاب الطلبة للقضايا البيئية. وبالتالي، فإن فعالية الإعلام البيئي تبقى مرتبطة بجودة المحتوى واستمراريته ومدى تفاعله مع الجمهور المستهدف.
- ### نتائج الدراسة
- أظهرت الدراسة أن الطلبة يتابعون القضايا البيئية عبر وسائل الإعلام بشكل مستمر، مما يعكس ارتفاع مستوى الاهتمام والوعي بالقضايا البيئية لديهم، ويرتبط ذلك بسهولة الوصول إلى المعلومات عبر الوسائط الرقمية.

الجانب التطبيقي

- أكدت الدراسة أن أغلب الطلبة يقيمون مستوى معرفتهم بقضايا التغير المناخي بشكل إيجابي، وهو ما يدل على ثقة مرتفعة في رصيدهم المعرفي حول هذه الظاهرة البيئية العالمية.
- بينت الدراسة أن الطلبة يمتلكون فهماً جيداً للمفاهيم البيئية الأساسية، مما يعكس انتقال الوعي من مستوى الاطلاع العام إلى مستوى الفهم العلمي للمفاهيم المرتبطة بالبيئة.
- أوضحت الدراسة أن الطلبة يرون أن وسائل الإعلام تقدم معلومات كافية حول القضايا البيئية، وهو ما يعكس رضا نسبياً عن دور الإعلام في التوعية البيئية.
- أظهرت الدراسة أن المعلومات البيئية التي يتلقاها الطلبة تؤثر بشكل واضح في وعيهم وسلوكهم، مما يؤكد الدور الفعال للإعلام في تشكيل الاتجاهات البيئية.
- كشفت الدراسة أن متابعة البرامج والتقارير البيئية تحظى باهتمام معتبر لدى الطلبة، نظراً لدورها في تقديم محتوى مبسط وشامل حول القضايا البيئية.
- أكدت الدراسة أن المعلومات البيئية المتداولة عبر وسائل الإعلام تحظى بمصداقية مرتفعة لدى الطلبة، مما يعزز اعتمادهم عليها كمصدر أساسي للمعرفة البيئية.
- بينت الدراسة أن متابعة المستجدات البيئية ترتبط بشكل أكبر بحدوث ظواهر غير معتادة، مما يدل على أن الاهتمام البيئي يتأثر بالسياقات الطارئة.
- أظهرت الدراسة أن وسائل التواصل الاجتماعي تمثل الوسيلة الأساسية في متابعة القضايا البيئية، نظراً لسهولة انتشارها وتنوع محتواها وسهولة التفاعل معها.
- كشفت الدراسة أن الطلبة يعتمدون بشكل متزايد على المواقع الإخبارية الإلكترونية في متابعة القضايا البيئية، لما توفره من تحديث فوري وتنوع في المحتوى.
- بينت الدراسة أن الفيديوهات التوعوية تُعد أكثر أنواع المحتوى الإعلامي تفضيلاً لدى الطلبة، لما تتميز به من تبسيط للمعلومات البيئية وجاذبية بصرية.
- أظهرت الدراسة أن الأنشطة الإعلامية للجمعيات والنوادي البيئية تحظى بمتابعة كبيرة، وتلعب دوراً مهماً في تعزيز الوعي البيئي لدى الطلبة.
- أكدت الدراسة أن الحملات الإعلامية التي تنظمها الجمعيات البيئية تحظى باهتمام مرتفع، وتساهم في تبسيط القضايا البيئية وتحفيز السلوك البيئي الإيجابي.
- بينت الدراسة أن جودة المعلومات المقدمة من طرف الجمعيات البيئية تُقَيَّم بشكل إيجابي، مما يعكس فعاليتها في تقديم محتوى علمي مبسط وموثوق.
- أوضحت الدراسة أن الأنشطة الإعلامية للجمعيات تساهم في تعزيز فهم قضايا التغير المناخي، من خلال أساليب تواصلية تفاعلية ومبسطة.

الجانب التطبيقي

- أظهرت الدراسة أن الوسائل المعتمدة من طرف الجمعيات في التوعية البيئية تعتمد بشكل أساسي على شبكات التواصل الاجتماعي، نظراً لفاعليتها في الوصول إلى الجمهور.
- أكدت الدراسة أن الأنشطة الإعلامية للجمعيات تساهم بشكل كبير في تشجيع الاهتمام بقضايا التغير المناخي، وتعزيز المشاركة المجتمعية.
- بينت الدراسة أن مساهمة الجمعيات والنوادي البيئية في تعزيز الوعي البيئي تُقَيَّم بشكل إيجابي، مما يعكس فعاليتها في نشر الثقافة البيئية.
- أوضحت الدراسة أن الأنشطة الإعلامية للجمعيات تكمل دور وسائل الإعلام التقليدية، من خلال تقديم محتوى أكثر قرباً وتفاعلاً مع الجمهور.
- أظهرت الدراسة أن الأنشطة الإعلامية للجمعيات تؤثر إيجابياً على اتجاهات الطلبة نحو قضايا التغير المناخي، من خلال رفع مستوى الوعي وتصحيح المفاهيم.
- كشفت الدراسة أن التغطية الإعلامية للقضايا البيئية تُعتبر في مجملها مقبولة، رغم وجود بعض النقائص المرتبطة بالاستمرارية والشمول.
- أوضحت الدراسة أن البرامج الإعلامية على مواقع التواصل الاجتماعي تُعد كافية نسبياً في معالجة القضايا البيئية، وتساهم في نشر الوعي البيئي.
- أكدت الدراسة أن وضوح اللغة المستخدمة في المضامين الإعلامية البيئية يعد عاملاً أساسياً في تسهيل الفهم وتعزيز الاستيعاب لدى الطلبة.
- بينت الدراسة أن غياب الحملات الإعلامية المنتظمة يؤثر بشكل مباشر على مستوى الوعي البيئي لدى الطلبة، بسبب ضعف الاستمرارية في التوعية.
- أظهرت الدراسة أن مصداقية المعلومات البيئية المقدمة عبر وسائل الإعلام تحظى بثقة مرتفعة لدى الطلبة، مما يعزز اعتمادهم عليها.
- كشفت الدراسة أن تكرار المعلومات البيئية لا يؤدي إلى انخفاض الاهتمام، بل يساهم في ترسيخ الوعي والمعرفة البيئية.
- أكدت الدراسة أن غياب مشاركة الطلبة في إنتاج المحتوى الإعلامي البيئي قد يؤثر أحياناً على مستوى اهتمامهم بالقضايا البيئية، نتيجة غياب التفاعل المباشر.

الخاتمة

الخاتمة

في ختام هذه الدراسة التي تناولت الإعلام البيئي و دوره في رفع الوعي بقضايا التغير المناخي لدى طلبة جامعة قاصدي مرباح، يمكن القول أن قد أبرزت بوضوح المكانة المحورية التي أصبحت تحتلها وسائل الإعلام، خاصة الرقمية منها، في تشكيل معارف واتجاهات الطلبة نحو القضايا البيئية.

وقد أظهرت الدراسة أن مستوى اطلاع الطلبة على القضايا البيئية مرتفع نسبياً، وهو ما يعكس تنامياً في الوعي البيئي لديهم، ويرجع ذلك إلى تنوع مصادر المعلومات وسهولة الوصول إليها عبر الوسائط الإعلامية الحديثة، كما تبين أن الطلبة يمتلكون قدراً جيداً من المعرفة بالمفاهيم البيئية والتغير المناخي، مما يدل على فعالية كل من الإعلام والتكوين الجامعي في دعم هذا الوعي.

وفيما يخص تقضيات المتابعة، فقد كشفت النتائج عن هيمنة وسائل التواصل الاجتماعي كأهم مصدر لمتابعة القضايا البيئية، نظراً لما توفره من سرعة في نقل المعلومات وتنوع في المحتوى وسهولة التفاعل، مقابل تراجع نسبي للوسائل الإعلامية التقليدية. كما بينت الدراسة أن الفيديوهات التوعوية والمحتوى البصري يمثلان الشكل الإعلامي الأكثر تأثيراً في استقطاب اهتمام الطلبة وتعزيز فهمهم للقضايا البيئية. ومن جهة أخرى، أكدت الدراسة أن الأنشطة الإعلامية للجمعيات والنوادي البيئية تلعب دوراً تكميلياً مهماً لوسائل الإعلام، من خلال تقريب المفاهيم البيئية وتبسيطها، وتشجيع الطلبة على المشاركة الفعلية في المبادرات البيئية، مما يساهم في تحويل الوعي من مستوى معرفي إلى سلوك عملي.

كما أظهرت النتائج وجود بعض العوامل التي تحد من فعالية الإعلام البيئي، أبرزها غياب الاستمرارية في الحملات الإعلامية، والطابع الموسمي لبعض التغطيات، إضافة إلى تفاوت عمق المعالجة الإعلامية للقضايا البيئية. ومع ذلك، فإن وضوح اللغة ومصداقية المعلومات يظلان عاملين أساسيين في تعزيز ثقة الطلبة بالمحتوى الإعلامي واستيعابهم له.

وبناءً على ما سبق، يمكن التأكيد على أن الإعلام البيئي، بمختلف وسائله، يمثل أداة أساسية في بناء وعي بيئي مستدام لدى الطلبة الجامعيين، إلا أن فعاليته تظل مرهونة بمدى تنظيم الحملات الإعلامية، وتطوير المحتوى، وتعزيز التكامل بين الإعلام التقليدي والرقمي والأنشطة الميدانية.

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: المعاجم والقواميس

1. خليل معن، معجم علم الاجتماع المعاصر، د.د، د.ط، د.سنة .

ثانياً: الكتب والمراجع العلمية

ترتيب أبجدي

1. بلقاسم سلاطنية وحسان الجيلالي، منهجية العلوم الاجتماعية، دار الهدى للطباعة والنشر، عين مليلة، 2004 .
2. بيوني إبراهيم حمادة، دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، عالم الكتب، القاهرة، 2008 .
3. حامد عبد الماجد، مقدمة في منهجية دراسة وطرق بحث الظواهر السياسية، دار الجامعة للطباعة والنشر، 2009 .
4. سالم بن سعيد آل ناصر القحطاني وآخرون، منهج البحث في العلوم السلوكية، المطابع الوطنية الحديثة، الرياض، 2004 .
5. سامي محمد ملحم، مناهج البحث في التربية وعلم النفس، دار المسيرة للنشر والطباعة، عمان، الأردن، 2002 .
6. طالة لمياء، الإعلام الفضائي والتغريب الثقافي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2014 .
7. عبد الفتاح مراد، موسوعة البحث وإعداد الرسائل والأبحاث والمؤلفات، الهيئة القومية لدار الكتب والوثائق المصرية، الإسكندرية .
8. عبيدات ذوقان وآخرون، البحث العلمي: مفهومه وأدواته وأساليبه، دار الفكر، 2012 .
9. مورييس الجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصبة للطباعة والنشر، الجزائر، 2006 .

1. ذباح توفيق، الشيكرا آنسة، "المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة عبر وسائل الإعلام الجديد: دراسة تحليلية لصفحة الوكالة الوطنية للنفايات على الفايسبوك أنموذجاً"، *مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية*، المجلد 12، العدد 02، 2020 .
2. سلمى كوندو، "التوعية البيئية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر: دراسة تحليلية لصفحة الغابات الجزائرية على الفايسبوك"، *المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي*، المجلد 09، العدد 03، 2022 .
3. شفيقة مهري، "الإعلام البيئي الإلكتروني عبر موقع الفايسبوك ودوره في تحقيق التنمية المستدامة"، *مجلة العلوم الاجتماعية*، جامعة سطيف 2، العدد 23، 2016 .
4. عبد الله أحمد الشايع عبد العزيز، "الإعلام ودوره في تحقيق الأمن البيئي"، *أكاديمية نايف للعلوم الأمنية*، 2003 .
5. عمر مرزوقي وشهيناز كشروود، "الأمن البيئي والتنمية المستدامة: التكامل الاستراتيجي"، *المجلة الجزائرية للأمن والتنمية*، المجلد 8، العدد 15، 2019 .
6. مسعودان نسمة، "التغطية الإعلامية لقضايا البيئة"، *مجلة متون*، المجلد 09، العدد 04، 2018.
7. موسى عبد الرحيم حلس، ناصر علي مهدي، "دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني"، *مجلة جامعة الأزهر بغزة، سلسلة العلوم الإنسانية*، المجلد 12، العدد 2، 2010 .

الملاحق



الملحق رقم 01

جامعة قاصدي مرباح ورقلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: علوم الاعلام والاتصال

تخصص: الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

استمارة تحكيم استبيان

الإعلام البيئي و دوره في رفع الوعي بقضايا التغير المناخي

دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة قاصدي مرباح ورقلة.

في إطار انجاز مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر

نرجو منكم الإجابة على أسئلة الاستبانة بوضع علامة (+)

إن معلومات هذه الاستمارة سرية ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي لذا نرجو
منكم الإجابة بكل موضوعية باختيار الخانة الموافقة لإجاباتكم أو استخدام عباراتكم
الخاصة في الأسئلة التي تتطلب ذلك

إشراف الاستاذ:

اعداد الطلبة:

د. صانع رابح

فتيحة صياد

السنة الجامعية: 2026/2025

البيانات الشخصية

1. الجنس: ذكر ☐ انثى ☐
2. السن: من 18 الى 26 ☐ من 27 الى 34 ☐ من 35 الى 42 ☐ أكثر من 42 ☐

3. المستوى الدراسي: ليسانس ☐ ماستر ☐
- المحور الأول: درجة اطلاع طلبة جامعة قاصدي مرباح على القضايا البيئية والتغير المناخي من خلال وسائل الإعلام المختلفة

4. ما مدى متابعتك للقضايا البيئية عبر وسائل الإعلام؟
- دائماً ☐ أحياناً ☐ نادراً ☐
5. كيف تقيم مستوى معرفتك بقضايا التغير المناخي؟
- جيد ☐ متوسط ☐ ضعيف ☐
6. ما مدى فهمك للمفاهيم البيئية الأساسية مثل (التوازن البيئي، الاستدامة، التنوع البيولوجي، التلوث)؟
- جيد ☐ متوسط ☐ ضعيف ☐
7. هل تشعر أن وسائل الإعلام تقدم معلومات كافية حول الوعي بالقضايا البيئية؟
- نعم ☐ لا ☐

8. إلى أي حد تؤثر المعلومات البيئية التي تتلقاها في وعيك؟
- كبير ☐ متوسط ☐ ضعيف ☐

9. هل تتابع البرامج أو التقارير المتخصصة في البيئة؟
- دائماً ☐ أحياناً ☐ نادراً ☐

10. هل ترى ان المعلومات البيئية المتداولة عبر وسائل الاعلام موثوقة؟

دائماً ☐ أحياناً ☐ نادراً ☐

11. هل تتابع المستجدات البيئية عند حدوث ظواهر غير معتادة؟

دائماً ☐ أحياناً ☐ نادراً ☐

المحور الثاني: تفضيلات الطلبة لمتابعة القضايا البيئية عبر مختلف وسائل الاعلام التقليدية والحديثة.

12. ما الوسيلة الإعلامية الأساسية التي تعتمد عليها في متابعة القضايا البيئية؟

التلفزيون ☐

الإذاعة ☐

المواقع الإخبارية الإلكترونية ☐

وسائل التواصل الاجتماعي ☐

13. هل تستخدم الإذاعة كمصدر للمعلومات حول القضايا البيئية؟

دائماً ☐ أحياناً ☐ نادراً ☐

14. هل تتابع البرامج أو الوثائقيات البيئية عبر التلفزيون أو الإنترنت؟

دائماً ☐ أحياناً ☐ نادراً ☐

15. مدى اعتمادك على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات البيئية؟

كبير ☐ متوسط ☐ ضعيف ☐

16. أي منصة من منصات التواصل الاجتماعي تعتمد عليها أكثر في متابعة القضايا

البيئية؟

فيسبوك ☐ إنستغرام ☐ تيك توك ☐ يوتيوب ☐

17. مدى اعتمادك على المواقع الإخبارية الإلكترونية في متابعة القضايا البيئية؟

دائماً ☐ أحياناً ☐ نادراً ☐

18. أي نوع من المحتوى الإعلامي تفضله في تناول القضايا البيئية؟

فيديوهات توعوية ☐ تقارير إخبارية ☐ مقالات تحليلية ☐
منشورات قصيرة ☐

المحور الثالث: دور الأنشطة الإعلامية للجمعيات والنوادي البيئية في نشر الوعي بقضايا التغير المناخي لدى طلبة علوم الإعلام والاتصال

19. هل تتابع أنشطة الجمعيات والنوادي البيئية المتعلقة بالتغير المناخي؟

دائماً ☐ أحياناً ☐ نادراً ☐

20. ما مدى اطلاعك على الحملات الإعلامية التي تنظمها الجمعيات البيئية حول

التغير المناخي؟

جيد ☐ متوسط ☐ ضعيف ☐

21. كيف تقيم مستوى المعلومات التي تقدمها الجمعيات والنوادي البيئية حول التغير

المناخي؟

جيد ☐ متوسط ☐ ضعيف ☐

22. هل ترى أن الأنشطة الإعلامية للجمعيات والنوادي تساعدك على فهم قضايا التغير

المناخي بشكل أفضل؟

نعم ☐ لا ☐ أحياناً ☐

23. ما الوسيلة الأكثر استخداماً من طرف الجمعيات والنوادي البيئية في التوعية بالتغير

المناخي؟

- ☐ شبكات التواصل الاجتماعي
- ☐ اللقاءات والندوات
- ☐ الملصقات والمطويات
- ☐ المواقع الإلكترونية

24. هل تشجعك الأنشطة الإعلامية للجمعيات والنوادي على الاهتمام بقضايا التغير

المناخي؟

- ☐ دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا

25. إلى أي مدى تسهم الجمعيات والنوادي البيئية المحلية في تعزيز وعيك بقضايا

التغير المناخي؟

- ☐ جيد ☐ متوسط ☐ ضعيف

26. هل ترى أن الأنشطة الإعلامية للجمعيات والنوادي تكمل دور وسائل الإعلام في

التوعية بالتغير المناخي؟

- ☐ نعم ☐ لا ☐ احيانا

27. ما مدى تأثير الأنشطة الإعلامية للجمعيات والنوادي البيئية على اتجاهاتك نحو

قضايا التغير المناخي؟

- ☐ جيد ☐ متوسط ☐ ضعيف

المحور الرابع: العوامل التي تحد من فعالية الإعلام في تعزيز الوعي البيئي لدى الطلبة

الجامعيين.

28. هل ترى أن التغطية الإعلامية للقضايا البيئية كافية؟

نعم ☐ لا ☐ احيانا ☐

29. ما رأيك بكفاية البرامج الاعلامية على مواقع التواصل في القضايا البيئية؟

كافية ☐ غير كافية ☐

30. هل ترى ان البرامج الاعلامية المواقع التواصل كافية في تركيزها على القضايا

البيئية ؟

نعم ☐ لا ☐ احيانا ☐

31. كيف تقيّم وضوح اللغة المستخدمة في المضامين الإعلامية البيئية؟

سهلة ☐ متوسطة ☐ معقدة ☐

32. هل ترى أن غياب الحملات الإعلامية المنتظمة يؤثر على الوعي البيئي لدى

الطلبة؟

نعم ☐ لا ☐ احيانا ☐

33. كيف تقيّم مصداقية المعلومات البيئية المقدمة في وسائل الإعلام؟

جيدة ☐ متوسطة ☐ ضعيفة ☐

34. هل تعتقد أن تكرار نفس المعلومات البيئية يقلل من اهتمام الطلبة؟

نعم ☐ لا ☐ احيانا ☐

35. هل يؤثر غياب مشاركة الطلبة في إنتاج المحتوى الإعلامي البيئي على مستوى

اهتمامهم؟

نعم ☐ لا ☐ احيانا ☐

الملحق رقم 02 قائمة المحكمين

الاسم واللقب	الدرجة العلمية	الجامعة
أ.د تومي فضيلة	أستاذ تعليم العالي	جامعة قاصدي مرباح ورقلة
د. جيتي نادية	أستاذ محاضر "أ"	جامعة قاصدي مرباح ورقلة
د. الأسود فاطمة	أستاذ محاضر "أ"	جامعة قاصدي مرباح ورقلة