**جامعة الدول العربية**

**المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم**

**معهد البحوث والدراسات العربية**

**قسم الدراسات الإعلامية**

**القاهرة**

**دور الأنشطة الاتصالية للجمعيات البيئية في**

**الجمهورية اليمنية في تنمية الوعي البيئي**

**دراسة ميدانية وتحليلية**

**دراسة مقدمة لنيل درجة الماجستير فى الإعلام**

**من قسم الدراسات الإعلامية**

**إعداد الباحث**

**وجدى عبد الرحمن شيخ باوزير**

**إشراف**

**أ.د / نجوى كامل**

**وكيل كلية الإعلام لخدمة المجتمع وتنمية البيئة**

**كلية الإعلام - جامعة القاهرة**

**شوال 1427هـ - نوفمبر 2006م**

**خاتمة الدراسة:**

**ملخص النتائج والتوصيات:**

حاول الباحث من خلال هذه الدراسة معرفة دور الأنشطة الأتصالية للجمعيات البيئية في الجمهورية اليمنية في تنميه الوعي البيئي مستعيناً بنظرية الاعتماد على وسائل الاتصال أخذاً في الاعتبار الخصوصية التي يتمتع بها المجتمع اليمنى. وقد تنوعت أدوات جمع البيانات حيث أنه تم أعداد دراسة استطلاعيه على عينه عشوائية من الجمعيات العاملة في مجال البيئة , كم تم أجراء مقابلات مع بعض المسئولين والمهتمين خلال شهر يونيو (2003م), وتم أعداد استمارة استقصاء للجمهور المتردد على الجمعيات البيئية وتم أعداد استمارة لقياس الوعي البيئي خلال شهري ديسمبر(2004م) ويناير(2005م) على عينة متاحة قوامها (340) مفردة من الذكور والإناث.

**نتائج الدراسة:**

مقارنه نتائج الدراسة مع ما تحقق من تساؤلات الدراسة وسوف نتناول نتائج تحليل مضمون مطبوعات الجمعيات البيئية .

**نتائج تحليل مضمون المطبوعات التي تصدرها الجمعيات البيئية :**

1. فيما يتعلق بالقضايا التي تتناولها المطبوعات البيئية بالجمعيات, حيث احتلت المعلومات البيئة المرتبة الأولى بنسبه (48.8 %) في حين جاءت قضيه المياه في المرتبة الخامسة رغم أنها القضية البيئية الأولي في الجمهورية اليمنية حسب الدراسة الاستطلاعية .
2. فيما يتعلق بأساليب الإقناع المستخدمة في المطبوعات البيئية حيث جاءت نسبة ( 60.5%) تؤكد أن استخدام مزيج من الأساليب الإقناعيه العقلية والعاطفية الأفضل للتأثير على الجماهير .
3. فيما يتعلق بالأثر المراد تحقيقه من المطبوعات البيئية جاء تنميه الوعي البيئي لدى الجماهير بنسبة(72.1%) .
4. فيما يتعلق بعوامل الإبراز المستخدمة في المطبوعات البيئية حيث جاء أن استخدام الألوان يأتي في المرتبة الأولي بنسبة (74.4%).
5. فيما يتعلق بالفئات العمريه المستهدفة من المطبوعات البيئية فقد جاءت فئة اكثر من 18 سنه في المرتبة الأولى بنسبة ( 76.7%).
6. وفيما يتعلق باللغة المستخدمة في المطبوعات البيئية جاء أن اللغة العربية هي الأكثر استخداماً من قبل الجمعيات البيئية بنسبة ( 97.7%) وهى اللغة الرسمية في اليمن .
7. في تحديد أشكال المطبوعات البيئية المستخدمة من قبل الجمعيات , فقد جاء أن أكثر إشكال المطبوعات البيئية استخدم من قبل الجمعيات هي المطويات بنسبة( 46.5%).
8. فيما يتعلق بمصدر المطبوعات البيئية التي هي محل الدراسة فقد جاء أن جمعية أصدقاء البيئة بشحير- محافظة حضر موت اكثر الجمعيات إنتاج وتنوع من حيث المطبوعات البيئية بنسبه( 25.6%) .

مقارنة نتائج الدراسة مع ما تحقق من تساؤلات الدراسة الخاصة بنتائج أراء الجمهور المتردد على الجمعيات البيئية .

**1 - خصائص الجمهور المتردد على الجمعيات :**

لقد كانت خصائص المبحوثين من حيث النوع فقد بلغ عدد الذكور (231) والإناث ( 109) ، ومن حيث المهنة فقد تنوعت المهن فيما بين المبحوثين حيث أن الطلاب كانوا النسبة الغالبة حيث كان عدد الطلاب من الجنسين حوالي (141) ، وجاءت المهن الأخرى بحوالي (59) ، وهناك مهنة المدرس والمهندس والموظف والعامل والأستاذ الجامعي ، ومن حيث المستوى التعليمي فقد كانت النسبة الغالبة لفئة التعليم الجامعي فقد كان عددهم (222) ، وجاء بعد ذلك التعليم المتوسط بحوالي (78) ، والدراسات العليا حوالي (23) ، وجاء بعد ذلك المستوى الأقل من المتوسط ومن يقرأ ويكتب ، ومن حيث السن فقد جاءت فئات السن من (18) لأقل من (25) في المرتبة الأولى حيث كان عددهم (122) وبعد ذلك جاءت فئة السن من (25) لأقل من (35) بحوالي (99) وجاء بعد ذلك الفئة من (35) لأقل من (45) بحوالي (69) ، ثم جاء بعد ذلك فئات السن أفل من (18) ومن (45) لأقل من (60) ومن أكثر من (60) .

**2 - حول اهتمام الجمهور بالجمعيات البيئية وصلته بها :**

فقد جاءت إجابات المبحوثين حول الاهتمام والمعرفة بالجمعيات البيئية أن عدد اللذين يعرفون الجمعيات حوالي (202) والذين لا يعرفون الجمعيات (138) رغم أنهم مترددين على الجمعيات ولكن بسبب ضعف الجمعيات في التعريف عن نفسها وعن الهدف الأساسي من قيامها وعدم نشاطها على أرض الواقع حتى يتلمسها الجمهور ويتعرف عليها سبباً في ارتفاع عدد الذين لا يعرفون الجمعيات .

في حين أن عدد الأعضاء بالجمعيات من المبحوثين كان حوالي (112) فقط وهذا يؤكد ما سبق ذكره عن قصور أداء الجمعيات وعدم تفاعلها مع الجمهور المتردد والجمهور الذي يسكن في الإطار الجغرافي المحدد لعمل الجمعيات .

**3 - من حيث نوع العضوية بالجمعيات :**

فقد جاءت إجابات المبحوثين أن فئة العامل هي النسبة الغالبة بين الأعضاء بالجمعيات بحوالي (69) كما جاءت عبد ذلك متساوية كل من فئات العضو الشرفي ، عضو إدارة ، عضو بحوالي (8) ، في حين جاءت باقي الفئات مختلفة من حيث العدد .فقد كان عدد الأعضاء بالجمعيات ما بين (3) أعضاء و (1500) عضو بالجمعيات البيئية في الجمهورية اليمنية .

**4 - من حيث معرفة الجمهور بالنشاط الاتصالي للجمعيات البيئية :**

فقد جاءت إجابات المبحوثين أن التعرف على النشاط الإتصالي كان من خلال التفاعل أثناء المحاضرات العلمية للمهتمين بالبيئة ثم بعد ذلك جاء من خلال اهتمام الجمعية بالبيئة في المنطقة ، وبعد ذلك من خلال نشاطها الملموس .

**5 - مدى مشاركة الجمهور في الأنشطة الإتصالية وتحديد النشاط :**

فقد جاءت إجابات المبحوثين حول المشاركة في الأنشطة الإتصالية بالجمعيات أن (230) لا يشاركون في الأنشطة الإتصالية في حين أن الذين يشاركون حوالي (110) فقط ، وحول تحديد النشاط اللذين يشاركون فيه وجدنا أن الندوات والمحاضرات هما الأكثر مشاركة من قبل المبحوثين وبشكل دائم .

**6 - حول مدى كفاية المعلومات المقدمة للجمهور عن الموضوعات البيئية ولماذا :**

فقد جاءت إجابات المبحوثين بأن المعلومات كافية لأنها اشتملت على أهم الأحداث البيئية بحوالي (21) ، في حين أن (129) منهم يرون أنها غير كافية لحد ما نتيجة قلة المصادر التي توفر المعلومات البيئية ، كما يرى (190) منهم أنها غير كافية وتحتاج إلى توضيح ، فالمعلومات المقدمة قليلة .

**7 - وحول اللغة التي يفضل أستخدمها في تقديم المعلومات البيئية :**

فقد جاءت إجابات (228) من المبحوثين أن اللغة الفصحى المبسطة هي الأفضل في تقديم المعلومات البيئية والبعد عن المصطلحات المعقدة لتبسيط المعلومة البيئية .

**8 - حول ماهية وسائل الاتصال الشخصي المفضلة في تقديم أمثلة للسلوك السليم تجاه البيئة:**

فقد جاءت إجابات المبحوثين من حيث تفضيل أن الخطبة هي الأفضل لدى المبحوثين لما تتمتع به الخطبة من صفات قوية في الإقناع والتأثير على سلوك المتلقي .

**9 - حول ماهية وسائل الاتصال الجماهيري المفضلة في تقديم أمثلة للسلوك السليم تجاه البيئة:**

فقد جاءت إجابات المبحوثين أن التلفزيون هو الأفضل في تقديم أمثلة للسلوك السليم تجاه البيئة حيث أن له خاصية الانتشار عبر الصوت والصورة ، ويكاد لا يخلو بيت إلا وبه جهاز تلفزيون .

**10 - حول التصور للأسلوب الذي يجب أن تقوم به الأنشطة الإتصالية للجمعيات البيئية في تنمية الوعي البيئي :**

فقد جاءت إجابات المبحوثين أن (213) منهم ترى الشكل الإتصالي المتمثل في إعلانات التوعية من الأشكال الإتصالية هو الأسلوب الأمثل للأنشطة الإتصالية للجمعيات البيئية هو تدريب الكوادر المتخصصة في مشكلات البيئة على إلقاء محاضرات للجمهور حسب رأي (227) من المبحوثين .

**11 - حول ماهية أفضل مصادر تلقي المعلومة مع تحديد ثلاثة منها :**

فقد جاءت إجابات المبحوثين بأن وسائل الاتصال الجماهيري هي الأفضل لتلقي المعلومة البيئية لدى المبحوثين عن باقي المصادر الإعلامية .

**12 - حول ما مدى المشاركة في الأنشطة الإتصالية بالجمعيات البيئية لتنمية الوعي البيئي :**

فقد جاءت إجابات المبحوثين أن (50) منهم يشاركون بمساهمة فعلية في الأنشطة الإتصالية التي تنظمها الجمعيات البيئية وخصوصاً في تنظيم نشاطات وفاعليات تهدف للمساهمة في معالجة المشكلات البيئية .

**13 - حول ماهية الهدف الذي حققته الأنشطة الإتصالية المقدمة من الجمعيات البيئية :**

فقد جاءت إجابات المبحوثين أن (159) منهم يرون أن نشر الوعي البيئي بين الأفراد هو الهدف الأول الذي حققته الأنشطة الإتصالية المقدمة من الجمعيات البيئية .

**14 - حول ماهية الأعمال التطوعية الذي شارك بها الجمهور مع الجمعيات البيئية :**

فقد جاءت إجابات المبحوثين أن (143) منهم يشاركون في الأعمال التطوعية و(197) منهم لا يشاركون وأكثر الأعمال التطوعية مشاركة من قبل الجمهور كانت الحملات التوعية البيئية والمساهمة في عمليات التشجير .

**15 - حول رأي المبحوثين في أسباب تراجع الدور الإتصالي للجمعيات البيئية وعوائقها :**

فقد جاءت إجابات المبحوثين أن العائق الأهم للجمعيات البيئية يكمن في عدم وعي المواطنين بمشكلات البيئة مع عدم توفر الإمكانات المساعدة لدى الجمعيات البيئية .

**16 - حول اقتراحات المبحوثين اقتراحات المبحوثين لزيادة فاعلية التوعية البيئية :**

فقد جاءت إجابات المبحوثين ضرورة الاهتمام بالتوعية البيئية من خلال وسائل الإعلام المختلفة مع التركيز على إقامة ندوات بيئية لتوعية الأفراد ، والعمل على توفير الدعم المناسب للجمعيات البيئية .

**نتائج الدراسة الميدانية بالمقارنة مع متغيرات الدراسة :**

**خلصت نتائج الدراسة للمقارنة مع المتغيرات الديمغرافيه للمبحوثين إلى الآتي :**

1. أكدت الدراسة إلى وجود علاقة داله إحصائياً بين نوع المبحوثين وفقاً للمعرفة بالجمعيات البيئية ,والعضوية بالجمعيات البيئية , والمشاركة في الأنشطة الاتصاليه , والمشاركة في أعمال تطوعيه تجاه البيئية. كما أكدت الدراسة إلى عدم وجود علاقة داله إحصائياً بين نوع المبحوثين وفقاً لكفاية المعلومات المقدمة عن الموضوعات البيئية , ووجود فرق للطوارئ البيئية.
2. ثبت من خلال الدراسة عدم وجود علاقة داله إحصائياً بين المستوى التعليمي للمبحوثين وفقاً للمعرفة بالجمعيات البيئية والمشاركة في الأنشطة الاتصالية المقدمة من الجمعيات البيئية.
3. أكدت الدراسة إلى وجود علاقة داله إحصائياً بين السن للمبحوثين وفقاً للمعرفة بالجمعيات البيئية, العضوية بالجمعيات البيئية, والمشاركة في الأنشطة الأتصاليه, والمشاركة في الأعمال التطوعية, كما أظهرت عدم وجود علاقة داله إحصائياً بين سن المبحوثين وفقاً لكفاية المعلومات المقدمة عن الموضوعات البيئية, ووجود فرق للطوارئ البيئية.
4. كشفت الدراسة إلى وجود علاقة داله إحصائياً بين أماكن أقامه المبحوثين وفقاً للمعرفة بالجمعيات البيئية, والعضوية بالجمعيات البيئية, والمشاركة في الأنشطة الاتصاليه المقدمة من الجمعيات, والمشاركة في الأعمال التطوعية تجاه البيئة.

كما أظهرت عدم وجود علاقة داله إحصائياً بين أماكن أقامه المبحوثين وفقاً لكفاية المعلومات المقدمة عن الموضوعات البيئية, ووجود فرق للطوارئ البيئية .

**حدود الدراسة وما تستثيره من دراسات مستقبلية :**

استهدفت الدراسة التعرف على دور الأنشطة الاتصاليه في الجمعيات البيئية من خلال دراسة ميدانيه وتحليليه على عينه من الجمعيات المعنية بقضايا البيئة في الجمهورية اليمنية من خلال ما يلي :

1. دراسة الجمهور المتردد على الجمعيات البيئية من خلال تطبيق استمارة استقصاء لمعرفة آرائهم فيما تقوم به الجمعيات مع اخذ المتغيرات الديموجرافية بعين الاعتبار.
2. دراسة مضمون المطبوعات التي تصدرها الجمعيات البيئية لمعرفة ما تحقق منها في تنمية الوعي البيئي.
3. معرفة أهم المشكلات البيئية في الجمهورية اليمنية وكيفية العمل على تقليل التدهور البيئي فيها.

**وتقدم هذه الدراسة مؤشرات يمكن للدراسات المستقبلية تناولها ، وتتلخص فيما يلي :**

1. رصد وتحليل دور وسائل الإعلام في نشر مفهوم العمل التطوعي والمشاركة الشعبية .
2. دراسة دور الاتصال الشخصي في تحقيق أهداف الجمعيات الأهلية وتنمية الوعي بأهميتها.
3. دراسة كيفية استفادة الجمعيات الأهلية من وسائل الاتصال الجماهيري لتحقيق أهدافها.
4. دراسة المسئولية الاجتماعية للجمعيات البيئية .
5. استخدام الدعاية والإعلان في تسويق الجمعيات الأهلية.

**مقترحات الدراسة :**

من خلال استعراض الدراسة الميدانية ونتائجها, يستخلص الباحث مجموعه من المقترحات التي تحاول التغلب على معوقات دور الأنشطة الاتصاليه بالجمعيات البيئية في تنميه الوعي البيئي وهى كالآتي :

1. توفير الدعم المالي من قبل الدولة والقطاع الخاص لمساعده الجمعيات البيئية في تحقيق نمو الوعي البيئي بين المواطنين .
2. الحرص على توفير دورات تدريبيه لرفع مستوى الكفاءة للقائمين بالاتصال في الجمعيات البيئية .
3. يجب وضع خطط للاستفادة من طاقه الشباب في تحسين أوضاع البيئة وخصوصاً خلال الإجازات حتى تكون إجازتهم ذات فائدة للبيئة.
4. الحرص على أجراء استطلاعات دوريه لجميع الآراء حول تحديد اتجاهات الجمهور ومواقفه من القضايا البيئية .
5. العمل على توسيع اتحاد الجمعيات البيئية لساحل حضرموت ليشمل جميع محافظات الجمهورية اليمنية.
6. الاهتمام بضم المرأة للجمعيات البيئية للاستفادة من قدرتها على إقناع قريناتها في المجتمع اليمنى .
7. العمل على إيجاد جائزة للتفوق البيئي بين الجمعيات البيئية يتم الإعلان عنها سنوياً.
8. توفير دورات تدريبيه للمواطنين للارتقاء بمستواهم بيئياً.
9. تشجيع الطلاب للالتحاق بكليات ومعاهد العلوم البيئية حتى تستفيد منهم الجمعيات البيئية في الجمهورية اليمنية .
10. وضع خطه تستهدف العمل التوعوي في المناطق التي يوجد بها جمعيات والاستفادة من الإمكانيات المتاحة لديها.

**فهرس المحتويات**

**الموضوع الصفحة**

* **فهرس المحتويات أ - ج**
* **فهرس الجداول ج - ح**
* **فهرس الأشكال ح**
* **المقدمة 1**
* **الفصل الأول : مشكلة الدراسة ومنهجها**  2-46
* الدراسات السابقة 3
* المحور الأول : الدراسات التي تناولت دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي البيئي 3-10
* المحور الثاني : الدراسات التي تناولت دور الوظيفة الإتصاليه للجمعيات والمنظمات الأهلية 10-15
* المحور الثالث : الدراسات التي تناولت دور وسائل الإعلام في حل قضايا ومشكلات البيئة 16-21
* المحور الرابع : الدراسات التي تناولت الإدارة البيئية 21 -22
* التعليق على الدراسات السابقة. 22-23
* الدراسة الاستطلاعية. 24-25
* مشكلة الدراسة 26
* أهمية الدراسة 26-27
* أهداف الدراسة. 27
* تساؤلات الدراسة. 27-29
* نوع الدراسية ومنهجها. 29
* الإطار الإجرائي للدراسة. 29-36
* الإطار النظري للدراسة. 36-46
* **الفصل الثاني : الجمعيات الأهلية العاملة في مجال البيئة ودورها الإتصالي. 47-79**
* تطور فكرة المجتمع المدني. 48
* مفهوم المجتمع المدني. 49-50
* دور منظمات المجتمع المدني وأهميتها. 50-52
* المجتمع المدني المعاصر في اليمن. 52-54
* الملامح الأساسية لمنظمات المجتمع المدني في اليمن. 55-59
* دور الجمعيات الأهلية في مجال الحفاظ على البيئة. 60-67
* عوامل نجاح الجمعيات الأهلية وعوامل استمرارها. 67-68
* دور الجمعيات البيئية في المشاركة الاجتماعية. 68-71
* دور الاتصال في التصدي للمشكلات التي تواجه الجمعيات الأهلية. 72-79
* **الفصل الثالث : الإعلام والوعي البيئي 80-103**
* الإعلام البيئي. 81
* أهمية الإعلام البيئي . 82
* مهام الإعلام البيئي. 82-83
* معوقات الإعلام البيئي. 83-84
* جمهور الإعلام البيئي. 84-86
* الإعلام البيئي في اليمن. 87-91
* معوقات الإعلام البيئي في اليمن. 92-93
* عوامل نجاح الإعلام البيئي. 93-94
* دور الأنشطة الإتصالية في تنمية الوعي البيئي. 95-97
* أسس اختيار وسائل الاتصال في الجمعيات الأهلية. 97-103
* **الفصل الرابع : الوضع البيئي في اليمن 104- 132**
* البيئة والاهتمام بها في اليمن. 105
* الوضع البيئي في الجمهورية اليمنية. 106
* المشكلات البيئية في الجمهورية اليمنية. 106-124
* الادارة البيئية في الجمهورية اليمنية. 125-128
* التشريعات البيئية. 128-130
* الاستراتيجية البيئية . 130-132
* الاتفاقيات الدولية. 132
* **الفصل الخامس : نتائج الدراسة الميدانية 133- 277**
* نتائج تحليل مضمون المطبوعات البيئية. 134-139
* نتائج دراسية استقصاء الجمهور المتردد على الجمعيات البيئية. 140-175
* النتائج الخاصة بالعلاقة بين متغيرات الدراسة الخاصة بالجمهور 175-185
* النتائج الخاصة بالعلاقة بين الفروق الدالة إحصائياً حسب متغيرات الدراسة. 185-251
* المعالجة الإحصائية لمتغيرات الدراسة ومستوى الوعي البيئي. 252-264
* النتائج الخاصة بمقياس الوعي البيئي. 265-277
* **خاتمة الدراسة 281-299**
* **النتائج العامة للدراسة 282-286**
* **حدود الدراسة وما تستثيره من دراسات مستقبلية 286-287**
* **مقترحات الدراسة 287**
* **قائمة المراجع والمصادر 288-299**
* **ملاحق الدراسة**