

جامعة مولود معمري - تيزي وزو - تامدة -

كلية العلوم الانسانية والعلوم الاجتماعية

قسم العلوم الانسانية

فرع علوم الإعلام والاتصال



الحملة الإعلامية حول حرائق الغابات عبر مواقع التواصل الاجتماعي

دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من الحملات عبر صفحتي الفيسبوك:

الوزارة الداخلية والجماعات المحلية والتهيئة العمرانية

ووزارة الفلاحة والتنمية الريفية لولاية الجزائر 2023

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال

تخصص: سمعي بصري

تحت إشراف:

إعداد الطالبتين:

البروفيسور عبد النور بوصابة

• شاوش إلهام

• قسوم فريال

لجنة المناقشة

رئيسا	أستاذة التعليم العالي	د. جمعي سجية
مناقشا	أستاذ مساعد أ	أ. حمون كريم
مشرفا ومقررا	أستاذ التعليم العالي	د. بوصابة عبد النور

السنة الجامعية: 2024/2023

شكر وتقدير

أشكر الله سبحانه عزّ وجلّ على منّه وكرمه وتوفيقه ، وأحمده على هذه النعمة الطيبة نعمة العلم والبصيرة.

أتقدم بالشكر للمشرف على هذه الدراسة الأستاذ عبد النور بوصابة، على نصائحه السديدة وعلى قبوله الإشراف على هذا العمل.

ونتقدم بأسمى عبارات الامتنان والشكر للأستاذ حمون كريم الذي كان سندنا معنوياً ومرجعاً منهجياً.

كما أتوجه بالشكر لكل من ساعدنا لإتمام هذه المذكرة ومتطلباتها، مهما كانت المساعدة فمنهم من قدّم لنا تسهيلات وتوجيهات، ومنهم من دعمونا معنوياً وتنبيهنا لجوانب مهمة من هذه الدراسة.

وكذلك نشكر كل من ساعدنا وقدم لنا العون، ومدّ لنا يد المساعدة من قريب أو من بعيد،

فلهم مني على التقدير والاحترام

إهداء

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، بعد مسيرة دراسية حملت في طياتها الكثير من الصعوبات والتعب اليوم أقطف ثمارها، أهدى ثمرة عملي المتواضع هذا إلى من أحاطتني بدعائها وصلواتها وعلمتني المثابرة، إلى ملاكي في الحياة أغلى الحبايب أمي.

إلى من غرس في القيم والمبادئ التي أوصلتني إلى ما أنا عليه، أبي العزيز حفظه الله

إلى إخوتي وأخواتي : نبيل ، فاتح ، عادل، يونس ، ليندة ، سومية إلى صديقاتي ومن وقفت بجانبني فريال، فاطيمة، صونية ، كريمة، حليلة.

إلى كل من علمني حرفا ووجهني بنصيحة ودعا لي بالخير والتوفيق.

إلهام

إهداء :

الشكر لله سبحانه وتعالى والحمد له على توفيقني في اتمام هذا العمل المتواضع ، يشرفني أن أهدي ثمرة جهدي إلى من قال عنها المنان أن الجنة تحت أقدامها وإلى نبع الحنان ورفيقة الامان و مصدر العطاء ورمز الوفاء التي هي أعزّ إنسان إلى من رافقتني بدعواتها في كل زمان ومكان " أمي الغالية " حفظها الله وأطال عمرها .

إلى الذي عمّني أن الحياة أمل وعمل وإلى من ثابر وضحّى في سبيلي، إلى الشمعة التي طالما احترقت لتضيء دربي "أبي الغالي" حفظه الله.

وإلى حبيبة قلبي " خالتي فاطمة" حفظها الله وأطال عمرها ان شاء الله.

وإلى من رافقتني في أحلى لحظات حياتي "أختي العزيزة زينب"،

وإلى رفيقات دربي وصديقاتي إلهام، فاطمية اللهم أدم صداقتنا وتشاركنا في كل عمل يا صديقتي.

وإلى كل من علّمنا حرفا وقدم لنا عوناً نهديه هذا العمل.

فريال

ملخص الدراسة:

تمحورت دراستنا حول موضوع: الحملات الإعلامية حول حرائق الغابات في الجزائر عبر مواقع التواصل الاجتماعي خلال 2024/2023، حيث صيغة الاشكالية: ما هي مضامين الحملات الإعلامية عبر صفحتي الفايسبوك لوزارة الفلاحة والتنمية الريفية ووزارة الداخلية والجماعات المحلية والتهيئة العمرانية في التوعية من حرائق ما الغابات.

- ولقد إعتمدنا في دراستنا على المنهج السيميولوجي وإخترنا مقارنة رولان بارث و مقارنة جاك أمون و ماري ميشال كأداة رئيسية لجمع المعلومات، وإعتمدنا على العينة القصدية المتمثلة في 6 مفردات.

كم قد توصلنا الى مجموعة من النتائج أهمها:

- ان الحملات التحسيسية بمثابة إستثمار على مدى بعيد بهدف غرس قيم التفكير من أجل الحصول على جيل واعي في المستقبل.
- أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في الترويج للسلوكيات البيئية من خلال الحملات الإعلامية مدعمة بالصورة والفيديوهات.
- نستنتج أن هذه الحملات الاعلامية توعوية وإرشادية وتنقيفية وتعليم الجمهور والتقليل من مخاطر حرائق الغابات وترفع درجة الوعي بين الأفراد.

-Résumé de l'étude:

Notre étude a porté sur le thème des campagnes médiatiques sur les incendies des forêts en Algerie via les sites de réseaux sociaux, où se formule-la problématique : Quel est le contenu des campagnes médiatiques sur les pages Facebook du Ministère de d'Agriculture du De développement Rural et du Ministère de l'Intérieur et des collectivité locales et du Développement Urbain de sensibilisation contre les incendies des forets.

Dans notre étude, nous nous sommes appuyés sur le domaine éminent, et nous avons choisi l'approche « Roland Borthese », l'approche de « Jacques Aumont » et de « Marie Michel » comme principal outil de collecte d'informations, et nous nous sommes appuyés sur l'échantillon raisonné représenté par 6 mots de Vocabulaire.

Nous avons également atteint un ensemble de résultats dont les plus importants sont:

-les campagnes de sensibilisation représentent un investissement à long terme dans le but d'inculquer des valeurs et une réflexion afin d'avoir une génération consciente dans le future.

-Les sites de réseaux sociaux contribuent promouvoir les comportements médiatiques appuyées par images et des vidéos

Nous concluons qu'il s'agit de campagnes médiatiques de sensibilisation; d'orientation et d'éducation qui éduquent le public, réduisent les risques d'incendies de forêt et augmentent le niveau de sensibilisation des individus.

خطة الدراسة

مقدمة:

الإطار المنهجي

- اشكالية الدراسة وتساؤلاتها
- أسباب اختيار الموضوع
- أهداف الدراسة
- أهمية الدراسة
- منهج الدراسة ومقاربات التحليل
- مجتمع البحث وعينة الدراسة
- تحديد المفاهيم والمصطلحات
- الدراسات السابقة

الإطار النظري للدراسة

الفصل الأول : مدخل مفاهيمي حول الحملات الإعلامية وحرائق الغابات

المبحث الأول : ماهية الحملات الاعلامية

المطلب 1: تعريف الحملات الاعلامية

المطلب 2: خصائص الحملات الاعلامية

المطلب 3: أنواع الحملات الإعلامية وأهدافها

المبحث الثاني: ماهية حرائق الغابات

المطلب 1: مفهوم حرائق الغابات

المطلب 2: العوامل والأسباب الرئيسية المؤثرة في حرائق الغابات

المطلب 3 : أنواع المخاطر الناجمة من الحرائق .

المبحث الثالث : ماهية المواقع التواصل الاجتماعي

المطلب 1 : مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب 2 : خصائص مواقع التواصل الاجتماعي.

المطلب 3 : أنواع مواقع التواصل الاجتماعي.

الفصل الثاني : دور الحملات الاعلامية حول التوعية من مخاطر حرائق الغابات عبر مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الأول : المحاور الي تتبناها الحملات الاعلامية للتوعية من حرائق الغابات
المطلب 1: الأسس التي تتبناها الحملات الاعلامية للتوعية من حرائق الغابات.

المطلب 2: أهمية الحملات الإعلامية في التوعية من حرائق الغابات.

المطلب 3: مزايا الحملات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي للتوعية من مخاطر حرائق الغابات.

المبحث الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التوعية من مخاطر حرائق الغابات.

المطلب الأول: كيفية الإقناع بأهمية التوعية حول حرائق الغابات عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

المطلب 2 : أهمية وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية من حرائق الغابات.

المطلب 3: الدور الإيجابي لمواقع التواصل الاجتماعي في التوعية من حرائق الغابات.

المبحث الثالث: دور الإعلام والوسائط الجديدة ومساهمته في التوعية حول حرائق الغابات

المطلب 1 : الاعلام البيئي ودوره في بناء وتنمية الإتجاهات البيئية.

المطلب 2 : واقع الاعلام البيئي في الجزائر.

المطلب 3: دور وسائل الإعلام البيئي في التوعية البيئية.

الإطار التطبيقي

التحليل السيميولوجي للحملات التوعوية عبر صفحتي الفايسبوك " الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية والجماعات المحلية والتهيئة العمرانية و " الصفحة الرسمية لوزارة الفلاحة والتنمية الريفية".

تمهيد:

تحليل الحملات الإعلامية للصفحة الرسمية لوزارة الداخلية والجماعات المحلية والتهيئة العمرانية.

أ- تحليل الحملة الأولى: حملة تحسيسية "نحمي غابتنا، نحمي أرواحنا وثروتنا الغابية".

- التقطيع التقني
- القراءة التعينية
- التحليل التضميني
- ملخص الحملة الأولى
- ب- تحليل الحملة الثانية الخاصة بـ " حملة تحسيسية إرشادية للوقاية من خطر حرائق الغابات "

- التقطيع التقني
- القراءة التعينية
- التحليل التضميني
- ملخص الحملة الثانية

ج- تحليل الحملة الثالثة الخاصة بـ: حملة تحسيسية للوقاية من المخاطر الكبرى: " نحمي غابتنا، نحمي أرواحنا و ثروتنا الغابية "

- التقطيع التقني
- القراءة التعينية
- التحليل التضميني
- ملخص الحملة الثالثة

I. تحليل الحملات الإعلامية للصفحة الرسمية لوزارة الفلاحة والتنمية الريفية
أ- تحليل الحملة الأولى الخاصة بـ: " حملة للتحسيس من حرائق الغابات " حماية الغابات
مسؤوليتنا كامل # مانخلوهاش تتحرق

- التقطيع التقني
- القراءة التعينية
- التحليل التضميني
- ملخص الحملة الإعلامية الأولى
- ب- تحليل الحملة الثانية الخاصة بـ " حملة للتحسيس ضد حرائق الغابات "

- التقطيع التقني
- القراءة التعينية
- التحليل التضميني
- ملخص الحملة الإعلامية الثانية

ج- تحليل الحملة الإعلامية الثالثة الخاصة بـ : حملة ذات منفعة عامة " حماية الغابات "

- التقطيع التقني
- القراءة التعينية
- التحليل التضميني
- ملخص الحملة الإعلامية الثالثة

نتائج الدراسة

خاتمة

قائمة المراجع

ملاحق

الفهرس



مقدمة

مقدمة:

شهد العالم في العقود الأخيرة تطورا ملحوظا في جميع الأصعدة، ورغم هذه التطورات ظهرت عدّة مشاكل في مختلف المجالات أبرزها ظاهرة حرائق الغابات، حيث تتميز بسرعة انتشارها بصورة مفزعة لمسافات واسعة ويكون السبب الرئيسي فيها هو المناخ الجاف، وفي الكثير من الحالات يكون سببه عامل بشري، مما ألزم الجهات الرسمية وغير الرسمية تكثيف الجهود لمعرفة مصدرها وأسباب انتشارها وطرق الوقاية منها.

ومع تسارع انتشار هذه الظاهرة في الآونة الأخيرة، مما جعل السلطات العمومية في كل الدول تسعى لتطوير استراتيجيات وآليات التواصل من أجل السيطرة على هذا الوضع.

في ظلّ هذه الأوضاع برزت الحملات الإعلامية التي تسعى الى تمرير رسائل هادفة للتحسيس والتوعية بمخاطر حرائق الغابات، ومع ظهور وانتشار ظاهرة الحرائق في عديد من المناطق، انتشرت الحملات الاعلامية بشكل كبير في مختلف المواضيع والتي وجدت من وسائل الاعلام بتعدد أنواعها، حيث أصبحت اليوم الحملات على شبكات التواصل الاجتماعي أحد أدوات التغيّر الاجتماعي لما تحمله من مسؤولية اجتماعية لتوعية الأفراد وتوجيههم وتغيير أفكارها واتجاهاتهم تجاه القضايا البيئية ومشكلاتها، ولإحداث تغيير فعّال في المجتمع ، لذا تعدّ الحاجة اليها أمرا ملحا لتعديل الأنماط السلوكية.

ويتجلى الدور الهام للحملات الاعلامية التوعوية في نشر الوعي من خلال تقديم الحقائق ورفع مستوى الوعي ومع ظهور الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي امتدّت الحملات على غرار باقي الوسائل الاعلامية، إلى القيام بها عبر مواقع التواصل الاجتماعي كاليوتيوب والفايسبوك كونها تعتبر أدوات سريعة الانتشار وقوية التأثير ، قليلة التكلفة، فعالة في التأثير على الأفراد، ما جعل الحملات الالكترونية الي تنتشر على مواقع التواصل الاجتماعي، كونها ظاهرة جديدة وحدائتها مقترنة بفعاليتها وتأثيرها على الأفراد مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى، في ظل التصدي لظاهرة الحرائق الغابات لتبيان مدى خطورتها وكيفية الوقاية منها.

تعدّ حرائق الغابات من أخطر المشكلات البيئية التي تواجه العالم، حيث أصبحت الجزائر في الآونة الأخيرة تعاني كثيرا من هذه الظاهرة، وهذا بسبب موقعها الجغرافي وغطائها النباتي القابل للاشتعال بسرعة، ولاسيما في فترات الصيف عندما تكون الحرارة مرتفعة، فلا بد من نشر الوعي بين أفراد المجتمع الجزائري، وإعطائه فكرة عمّا تتجمه الحرائق من أخطار على الإنسان والحيوان والنبات. ومما ينجم عنها الكثير من الامراض والأوبئة، ويكون ذلك عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة التي تعتبر الاقرب الى الجمهور.

فمواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن تساهم بشكل كبير في نشر الوعي البيئي وذلك من خلال حملات تحسيسية للتصدي للحرائق.

تعاني الجزائر كغيرها من بلدان العالم من هذه الظاهرة بما يفرضها موقعها الجغرافي وخصائص الأنظمة الإيكولوجية الهشة.

لهذا يجب تكوين آراء إيجابية حول البيئة وعناصرها من أجل المحافظة عليها، فحرائق الغابات في الجزائر أصبحت هاجسا في المجتمع، فالغابات كما نعلم تمثل رئة العالم الحقيقية حيث أنها تزود الكرة الأرضية بكمية كبيرة من الأوكسجين، بالإضافة إلى الدور الذي تلعبه في تقليل وامتصاص الغازات السامة، كثاني أكسيد الكربون والذي يعتبر المسؤول المباشر عن تفاقم الاحتباس الحراري، حيث شغلت القضايا البيئية على الدول والحكومات عبر العالم نتيجة المستوى القياسي الذي بلغه التدهور البيئي وخطورة الأضرار التي ألحقتها بالتطور العلمي والتكنولوجي للنشاط الإنساني لعناصر الأساسية، والجزائر واحدة من الدول التي اعتمدت على الحملات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي كآلية للتواصل مع أفراد المجتمع وجسدتها الصفحة الرسمية الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية والجماعات المحلية والتهيئة العمرانية، والصفحة الرسمية لوزارة الفلاحة و التنمية الريفية، والتي عملوا على تنظيم وبث مجموعة من الحملات الاعلامية للتوعية حول حرائق الغابات عبر شبكات التواصل الاجتماعي وتوجيهها إلى الشباب خاصة والمجتمع عامة قصد توعيتهم بخطورة هذه الظاهرة.

وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على خطة تتلخص في جوانبها المنهجية و النظرية والتطبيقية، ولإنجازها تم تقسيمها الى ثلاثة جوانب متباينة جاءت على النحو التالي: تناولنا في الجانب المنهجي للدراسة تحديد إشكالية وتساؤلاتها وأهدافها وأهمية الموضوع مع منهج الدراسة ومقارباته، وكذا مجتمع البحث وعينة الدراسة، كما قمنا بذكر المفاهيم الخاصة بالدراسة، وفي الأخير عرضنا مجموعة من الدراسات السابقة المشابهة لبحثنا.

أما الجانب النظري للدراسة احتوى على فصلين، وكل فصل إلى مجموعة من المباحث، حيث تناولنا في الفصل الأول مدخل مفاهيمي حول الحملات الاعلامية وحرائق الغابات وتناولنا فيه تعريف الحملات الإعلامية، خصائصها وأنواعها، أما المبحث الثاني: ماهية حرائق الغابات الذي بدوره قسّمناه إلى ثلاث مطالب، مفهوم، الأسباب وانواع المخاطر الناجمة من الحرائق، والمبحث الثالث عن ماهية مواقع التواصل الاجتماعي الذي بدوره قسّمناه إلى ثلاثة مطالب: مفهوم، خصائص وأنواع.

أما الفصل الثاني بعنوان دور الحملات الاعلامية حول التوعية من مخاطر حرائق الغابات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، تطرقنا فيه إلى 3 مباحث، المبحث الأول: المحاور التي

تتناها الحملات الاعلامية للتوعية بحرائق الغابات والذي قسّمناه الى ثلاثة مطالب: الأسس، الأهمية، ومزايا الحملات ، أما الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في توعية بأهمية حرائق الغابات أما المبحث الثالث تطرّقنا إلى دور الإعلام ووسائلها الجديدة ومساهمته في التوعية حول حرائق الغابات، أي تحدثنا عن واقع الإعلام البيئي في الجزائر ودور الاعلام البيئي ووسائله في التوعية البيئية.

أما فيما يخص الجانب التطبيقي، تطرّقنا إلى بطاقة فنية لصفحتين: الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية والجماعات المحلية والتهيئة العمرانية، والصفحة الرسمية لوزارة الفلاحة والتنمية الريفية، والتحليل السميولوجي لبعض الحملات المختارة من الصفحتين تحليلا تعيينيا وتضمينيا ونتائج تلك الحملات والنتائج النهائية للدراسة والتي هي عبارة عن إجابة الإشكالية والتساؤلات الفرعية للدراسة.

الإطار المنهجي

1- الإشكالية :

تعد الحملات التوعوية الإعلامية من أهم الأشكال المعبرة عن البيئة الاجتماعية والثقافية للجمهور، لأنها تنطوي على تخيل دقيق للمواقف والطرق المتعلقة بالشخص المستهدف فهي تحمل في طياتها دلالات عن كل ما يتعلق بالإنسان ومن مختلف الجوانب النفسية والاجتماعية وحتى الحضارية .

وتختلف عادة طرق اعداد الحملات الإعلامية واختيار الاستراتيجيات المناسبة لها، ونجاحها وفشلها يتوقف على مهارات الإنجاز الإعلامي أو العلاقات العامة للمعنيين بها ، وتقوم بها عادة مؤسسات وهيئات وأفراد وجماعات، وتمررها عبر وسائل الاعلام الجماهيرية من اجل تحقيق مجموعة من أهداف ومصالح خاصة وأنها ترتبط عادة بمن يصمم هذه الحملات.

ولتنفيذ الحملات الإعلامية لابد من الإلمام بكيفية الأفكار والمعلومات وتعديل السلوكيات وتعميمها وصياغتها وفق السياقات والظروف المصاحبة لتطور المجتمعات من اجل التوعية بها، و التقليل من أخطارها، ورأينا مؤخرا كيف انتشرت سلسلة من الحرائق في معظم ولايات الوطن وكيف أثرت عليه اجتماعيا اقتصاديا ونفسيا وعلى كل المستويات، إذ تعدّ حرائق الغابات من أخطر المشكلات البيئية التي تواجه العالم عامة والجزائر خاصة فهي تتميز بسرعة الانتشار، تؤدي الى اتلاف ملايين الهكتارات من الأراضي حول العالم كما أنها تهدد حياة الفرد والمجتمع وهي من بين العوامل المؤثرة في التغيرات المناخية جراء انبعاثات كمية كبيرة من غاز ثاني أكسيد الكربون وغيرها من الغازات الأخرى التي تساهم في الاحتباس الحراري، ما عزز ضرورة الالتفات الى هذه الأزمة والبحث عن صفة مناسبة لتجاوزها كقيام بحملات توعوية تحسيسية على مواقع التواصل الاجتماعي التي تعدّ أحد وسائل الاتصال الحديثة التي ظهرت بصفة سريعة والتي صارت مستجدا تقنيا لا يمكن اغفاله باعتبار أنها تعد اليوم سيرورة اتصالية ذات أبعاد اجتماعية ونفسية تساهم في الازمات وتجاوزها أو على العكس خلقها ونشرها الى نطاق واسع جدا .

إذ تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي عامة والفايسبوك خاصة من بين الوسائل التي تساهم في التوعية ضد حرق الغابات ومن هذا المنطلق وعلى اثر ما سبق تمّ طرح الإشكالية التالية:

ما هي مضامين الحملات الإعلامية عبر صفحتي الفاييسبوك وزارة الداخلية والجماعات المحلية والتهيئة العمرانية، ووزارة الفلاحة والتنمية الريفية في التوعية ضد حرائق الغابات؟

ويندرج تحت هذا التساؤل الرئيسي مجموعة من الأسئلة الفرعية والتي سنحاول الإجابة عليها عبر دراستنا وهي كالتالي:

1 ماهي الأشكال الاتصالية التي تقدّمها الحملات الإعلامية التحسيسية لتفادي حرائق الغابات؟ .

2 هل تكثيف الحملات الإعلامية تساهم في زيادة الوعي البيئي، أم هناك طرق أخرى؟

3 ماهي الاستراتيجيات التي يعتمدون عليها في توعية الجمهور عبر مواقع التواصل الاجتماعي حول حرائق الغابات؟

4 هل تحقق هذه الحملات الاعلامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي أولياتهم التوعوية؟

2- أسباب اختيار الموضوع:

من أهم الصعاب التي تواجه أي باحث هي اختيار موضوع يصلح لدراسة وقد يكون لأسباب ذاتية متمثلة في كل ما عاشه في فترة معينة أو تأثيره بحادثة أو واقعة معينة تدفعه لتجسيدها في فكرة وذلك لتحقيق أغراض تهمّه أو تكون لأسباب موضوعية يفرضها الواقع المعاش عليه.

ويمكن تلخيص الأسباب التي تدفعنا الى اختيار هذا الموضوع للدراسة من خلال النقاط التالية :

أولا : أسباب الذاتية:

1. الميل و الرغبة في البحث في مواضيع ذات طابع بيئي.
2. الرغبة في الاستفادة من هذه الموضوعات لتحصيل معرفة أكبر في الحملات الإعلامية لظاهرة حرائق الغابات عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
3. الرغبة في معرفة أسباب وقوع الحرائق وكيفية التعامل معها وضعها من الانتشار أكثر.

ثانيا : أسباب موضوعية :

1. جِدّة الموضوع وحدثه واكتسابه أهمية بالغة في الآونة الأخيرة.
2. نظرا للأوضاع الراهنة والتي يعرف اعتماد مطلعها على تكنولوجيا الاعلام والاتصال تم التطرق الى مواقع التواصل الاجتماعي كأداة فعالة في الحد من انتشار هذه الظاهرة .
3. تلعب مواقع التواصل الاجتماعي دورا رائدا في التأثير على آليات سير حياة المواطنين لذلك لجأنا إليها.

3- أهمية الدراسة :

ان الهدف هذا البحث هو تبيان أهمية الحملات و بالتالي زيادة فاعليتها من خلال التركيز على حرائق الغابات وخاصة عبر مواقع التواصل الاجتماعي حيث أن الاهتمام بفاعلية الحملات الإعلامية التحسيسية يقلل مخاطرها ومواجهتها، ومعرفة مدى إقبال الأفراد على الحملات التحسيسية ومدى استفادتهم من ظاهرة حرائق الغابات عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومحاولة تسليط الضوء على قضية اجتماعية مهمة انتشرت بشكل كبير في الآونة الأخيرة، و ابراز دور مواقع تواصل الاجتماعي في معالجة القضايا البيئية وتحسيس المجتمع بضرورة المحافظة على البيئة الطبيعية عامة والغابات خاصة، كتكرار الظاهرة كل سنة ملحقة بأضرار تمس بالتراث الغابي الوطني.

4- أهداف الدراسة :

ككل بحث علمي له أهداف ويرغب في الوصول وتحقيق أهداف معينة حيث تهدف دراستنا التي نحن بصدد اليها هي الحملات التحسيسية والتوعوية حول حرائق الغابات عبر مواقع التواصل الاجتماعي و من بين هذه الأهداف المراد تحقيقها :

- الوقوف على الأهداف التي تسعى اليها مديرية الغابات لولاية الجزائر العاصمة تحقيقها من وراء طرحها لهذا الموضوع.

- تسليط الضوء على كيفية استخدام حملات تحسيسية لظاهرة حرق الغابات عبر التواصل الاجتماعي.

- معرفة طبيعة الحملات الإعلامية الواردة عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

- تحديد أهم الوسائل التي استخدمتها الحملات التحسيسية للتوعية من مخاطر حرائق الغابات

- ابراز الآثار الإيجابية عن القيام بهذه الحملات التوعوية.

5- منهج الدراسة و أدواته :

يلجأ بعض الباحثين الى استخدام المنهج في البحوث الإعلامية باعتباره وسيلة مؤدية الى الكشف عن الحقائق العلمية والوصول الى أهداف و نتائج معينة.

يعد المنهج هو الطريق المؤدي الى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة تهيمن على سير العقل وتحديد عملياته للوصول الى نتيجة معلومة¹

المنهج هو البرنامج الذي يحدد لنا سبيل الوصول الى الحقيقة أو الطريقة أو الأسلوب الذي

1- محمد عبد الحميد، "البحث العلمي في الدراسات الإعلامية"، ص15

ينتهجه العالم في بحثه أو دراسة مشكلته والوصول الى حلول لها أو إلى بعض النتائج¹، وباعتبار موضوع بحثنا وطبيعته يقتضي الاعتماد بشكل تلقائي على مقارنة التحليل السيميولوجي، في دراسة سيميولوجية لمجموعة من الحملات حول حرائق الغابات، فقمنا باختيار المقاربة السيميولوجية باعتبارها المنهج الأنسب لمعرفة ما تحتويه هذه الحملات من دلالات².

يعرف السيميولوجيا هو ذلك العلم الذي يبحث في أنظمة العلامات سواء كانت لغوية أم أيقونية أم حركية، وبالتالي فإذا كانت اللسانيات تدرس الأنظمة اللغوية، فإن السيميولوجيا تبحث في العلامات غير اللغوية التي تنشأ في حصر المجتمع³.

فالمقاربة السيميولوجية تبحث عن الدلالة الحقيقية لمحتوى الرسالة، وهذا بمعرفة معناها الحقيقي و مضمونها الخفي، والتحليل السيميولوجي حسب الناقد الفرنسي رولان بارث roland bartha شكل من الأشكال البحث الدقيق في المستويات العميقة للرسائل الإعلامية والألسنية⁴.

بحيث يلتزم فيها الباحث الحياة نحو الرسالة والوقوف على الجوانب السيكولوجيا والاجتماعية والثقافية التي من شأنها المساعدة في تدعيم التحليل.

فقد وضع الباحث الدانماركي " لويس هايمسلاف " الغرض من التحليل السيميولوجي قائلاً: "هو مجموعة التقنيات و الخطوات المستخدمة لوصف وتحليل شيء باعتباره له دلالة في حد ذاته و بإقامته علاقات مع أطراف أخرى من جهة أخرى"⁵.

ويهتم التحليل السيميولوجي بالبحث عن الدلالة الحقيقية لمحتوى الرسالة، واكتشاف معناها العميق ودلالاتها الخفية، و يعتبر التحليل السيميائي منهجا هاما، هدفه الأساسي هو النقد القائم على البحث العميق في مضامين الرسالة أو الخطاب الإعلامي، بهذا يختلف منهج التحليل السيميائي الرسالة أو الخطاب الإعلامي عن تحليل المضمون الامبريقي، اذ تؤكد أنه لا

1- محمد عبد الفتاح العيسوي، عبد الرحمان العيسوي، " مناهج البحث العلمي في الفكر الإسلامي"، دار الفكر الحديث، بجامعة الاسكندرية، دار الرابث الجامعية، 1996 - 1997، ص13.

2- محمد عبد الفتاح العيسوي، عبدالرحمان العيسوي، مناهج البحث العلمي في الفكر الإسلامي، دار الفكر الحديث، بجامعة الإسكندرية، دار الراتب الجامعية، سنة 1996م، ص13.

3- جميل حمداوي، السيميولوجيا بين النظرية و التطبيق، ط1، مطبعة الوراق للنشر و التوزيع، عمان - الأردن، سنة 2011م، ص06.

4 - رضوان بلخيري، سارة جابري، "إشكالات تطبيق منهج التحليل سيميولوجي"، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد 12، سنة 2016م، ص 486

5- فايزة يخلف، "دور الصورة في التوظيف الدلالي للرسالة إعلانية"، (رسالة ماجستير في علوم الإعلام والإتصال)، معهد علوم الإعلام والإتصال، سنة 1996م ص14

يهدف الى فهم ميكانيزمات المعنى، بقدر ما يسعى لجمع مؤشرات دالة لفهم محتوى الرسالة¹.

أدوات البحث:

وهي مجموعة الرسائل والطرق والأساليب المختلفة التي يعتمد عليها الباحث في الحصول على المعلومات والبيانات اللازمة لإنجاز البحث، وإذا كانت أدوات البحث متعددة ومتنوعة فان طبيعة الموضوع أو المشكلة هي التي تحدد حجم ونوعية وطبيعة أدوات البحث التي يجب ان يستخدمها الباحث في انجاز وإتمام عمله، كما ان براعة الباحث وعبقريته تلعب دورا هاما في تحديد كيفية استخدام أدوات و منهجية البحث العلمي².

و تركز أدوات دراستنا في تحليلنا لحملات عبر صفحتين الفيسبوك، الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية والجماعات المحلية والتهيئة العمرانية، والصفحة الرسمية لوزارة الفلاحة والتنمية الريفية، مديريات الغابات تحليلا سيميولوجيا على مقاربة رولان بارث ، اين حدّد المستويات التي يعتمد عليها في التحليل السيميولوجي ومقاربة التحليل لفيلم أمون وماري ميشال.

مقاربات التحليل:

(أ) - مقاربة رولان بارث :

و تقوم مقاربتة على ثلاث مراحل بحثية متكاملة تتضمن كل مرحلة .

1- المستوى التعيني : (dénotation)

هو القراءة السطحية والأولية للرسالة، وبتعبير آخر هو الانطباع الأولي لمستقبل الصورة³

المستوى التضميني:

تختص بدراسة العلاقة بين الدال والمدلول، فيحاول الباحث من خلال التضمين استكشاف المعاني الكامنة في الرسالة الإعلامية، وفك الشفرات والرموز المتضمنة فيها، للوصول الى فهم اعمق للمضمون المقدم¹.

1- محمد المحرصاوي، "مجلة البحوث الإعلامية ، مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الازهر"، كلية الاعلام ، القاهرة - مدينة نصر ، سنة 2017م ، ص306.

2- احمد بن شعيب، "محاضرات مقياس منهجية البحث العلمي" ، معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية و الرياضة ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، ص01 .

3- أمينة آيت الحاج، 'صورة المسلم في الأفلام الهوليدية'، دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من الأفلام المنتجة بعد أحداث الحادي عشر سبتمبر 2001، (أطروحة دكتوراه، الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال، تخصص السينما ووسائل الاتصال التفاعلية)، جامعة الجزائر 3، 2021، ص 19.

حيث يستطيع القارئ في هذا المستوى أن يصل الى المعنى الحقيقي الذي من أجله أنجزت الصورة، باعتبارها القراءة الثانية والمعقدة ومنه نستنتج الدلائل والقيم الرمزية للصورة موضوع البحث، يمكن كشف التحليل التضميني من خلال ربط الجانب الكمي المتمثل في عدد الرسومات وتكرار وحدات التحليل المتمثلة في: وحدة الشخصية، ووحدة الأشياء والموقع بالبعد الأيديولوجي والتضميني وتحديد التفاعلات التي تحدث بين وحدات التحليل فيما بينها².

(3) الرسالة الألسنية :

وهو المحور الذي يتم فيه دراسة علاقة الجانب الألسني بالجانب الأيقوني من خلال وظيفتين الترسيخ و المناوبة.

*وظيفة الترسيخ (الإرساء) Aménage: هنا الرسالة الألسنية تقوم بتحديد جملة من الدلالات المطروحة في الصورة وتوجيه منحى القراءة لخدمة فكرة أو دلالة معيّنة³.

* الوظيفة المناوبة (الربط التذعيم) (velais) : وتكون حيث يقوم النص اللغوي بإضافة دلالات جديدة للصورة، بحيث أن مدلولاتها تتكامل في اطار واحد.

احدهما على الأخرى لا تعدم الدلالة فطغيان التذعيم على الترسيخ معناه أن المتلقي ملزم بمعرفة اللسان لإدراك فحوى الرسالة.

في حين أن طغيان الترسيخ معناه أن الملفوظ قائم على الحشو، أي جعل المتلقي باللغة قد لا يجرمه من استيعاب دلالة الصورة⁴.

ومن بين خطوات التي اعتمدنا عليها هي التقطيع التقني الذي يمكننا من تحويل المشاهد من صورتها السمعية البصرية الى وثيقة مكتوبة.

- التقطيع التقني (découpage technique) : مصطلح يشير الى وصف الفيديوها في حالته النهائية ويرتكز على نوعين من الوحدات وهما اللقطات والمتاليات ويعتبر اكثر تقنية

1- لبنى رحموني ، "صورة الذات و الأخر في السينما الجزائرية" ، (أطروحة دكتوراه في العلوم الإعلام و الاتصال) ، تخصص صحافة ، كلية علوم الإعلام و الاتصال و السمعي البصري ، جامعة الجزائر قسنطينة 3 ، سنة 2017 ، ص41
1- صيد عادل ، "الكاريكاتير و التنشئة السياسية في الجزائر من منظور سيميولوجي" ، (أطروحة الدكتوراه في العلوم الإعلام و الاتصال ، قسم العلوم الإنسانية) ، جامعة باتية 1 سنة 2017م ، ص50-51.
2 - عبد الكريم حمون ، "تحليل مضمون السمعي البصري للمحاضرة العاشرة" ، ماستر 2 سمعي بصري

4- إسماعيل زياد ، طارق هاية، "المقاربة السيميولوجية لرولان بارت في التحليل لصورة" ، مجلة الإعلام و المجتمع ، المجلد 2 ، العدد 01 سنة 2018م ، ص 10.

من الادوات الأخرى¹، ومن أهم العناصر التي تؤخذ بعين الاعتبار في التقطيع التحليلي نجد: شريط الصورة وشريط الصوت.

شريط الصورة وفيه عرض تام لمحتوى الصور ومجرياتها من الشخصيات إضافة إلى زمن اللقطة. أو الحيز الزمني الذي تستغرقه اللقطة.

- سلم اللقطات: قريبة، عامة، أمريكية... الخ

- حركات الكاميرا في كل لقطة.

- زوايا التصوير: أي زوايا أخذ اللقطات.

- شريط الصوت: وتتضمن العناصر التالية:

الموسيقى المستخدمة أو المؤثرات الصوتية الشبيهة أو الاصطناعية (الضوضاء) الكلام أو الحوار أو التعليق الموجود في الإعلان سواء كان داخلي أو خارجي.

- محتوى اللقطات من خلال وصف تعيني لمضمون اللقطة (الديكور، الألوان، الأضواء، الشخصيات التمثيلية).

1- حفيظة بوخاري، "قيم فيلم الخيال العلمي الأمريكي وتأثيرها على ثقافة الطفل العربي المسلم"، تحليل نصي سيميولوجي للفيلمين الرجل الوطواط إلى الأبد وهاري بوتز وحجر الفيلسوف، (رسالة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال)، جامعة الجزائر 3 ص. 23

(ب)- مقارنة جاك أمون: Jacques Aumont: وماري ميشال Marie Michel: اعتمد الباحثان في تحليلهما للغة السينمائية على التحليل النصي كأداة نقدية لبيير أغوار الفيلم واكتشاف الشكل أو الدال الفيلمي المكوّن للوسيط السردي السينمائي¹.

بصفة عامة يستعمل التحليل الفيلمي ثلاث أدوات: الأدوات الوصفية، الأدوات الاستشهادية، والأدوات الوثائقية.

1) الأدوات الوصفية: هي الأدوات التي تضم تقنيات التقطيع التقني، محددات التقسيم الدرامي، بالإضافة الى وصف صور الفيلم².

أ- تقنية التقطيع التقني: على أساس اللقطة التي تنفصل عن اللقطات الأخرى زمانيا ومن أهم الجداول التحليلية المقدمة في المجال جدول الأنرينية الذي وضعه سنة 1963 لفيلمه "مورييل" بتحليل من التصرف.

1- فائزة يخلف، مناهج التحليل السيميائي، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر 2012، ص 164.
2- سليمة شقر، "صورة المجاهد في السينما الجزائرية"، دراسة تحليلية للأفلام المنتجة ما بين 2009 – 2016، "خارجون عن القانون" (2016)، (أطروحة الدكتوراه، الطور الثالث في علوم الاعلام والاتصال، تخصص السينما ووسائل الاتصال الجديدة)، جامعة الجزائر 3، 2020 ص 24.

شريط الصوت			شريط الصورة					
الضجيج	الموسيقى	الحوار	مضمون اللقطة	حركات الكاميرا	زاوية التصوير	نوع اللقطة	مدة اللقطة	رقم اللقطة
الأصوات الطبيعية والبصرية الصادرة عن العالم الخارجي المحيط باللقطة	الأغاني المصاحبة لللقطة ذاو الموسيقى التصويرية الموظفة أثناء الفيلم أو في جنيريك البداية والنهاية	الكلام والخطاب الذي يدور بين الشخصيات وأيضا التعليق والمونولوج	عرض لكل ما هو موجود في اللقطة من الأحداث التي يقوم بها الشخصيات	حركة الكاميرا في اللقطة ثابتة أو متحركة	نوع الزاوية التي التقطت منها اللقطة	لقطة عامة أو بعيدة أو متوسطة أو غيرها	مدة اللقطة في المشهد بالدقائق والثواني	رقم ترتيب القطة بين اللقطات الأخرى في المشهد

مصادر: كتاب تحليل الأفلام: Michel Marie : Lecture du film Pris ambartos 1976

التقسيم الدرامي: وهو الأسلوب الإجرائي الذي يكشف عن جدلية العلاقات الوظيفية فيما بين اللقطات.

وصف صور الفيلم: وهو الإجراء المنهجي الذي يؤكد الحضور الكبير السينمائي في الفيلم الذي يتم بموجبه قراءة محتويات الصورة ومكوناتها¹.

2 أدوات الاستشهادية Instruments citationnels: وتشمل نسخة من الفيلم extrait de film. هدفها تسهيل عملية التحكم في التحليل باستخدام تقنية التصوير البطيء عند الصورة الذي يسمح باكتشاف أدق التفاصيل وأبسط العناصر التحليلية التي قد تمر عليها دون مشاهدتها أثناء تعاقب لقطات الفيلم².

3 الأدوات الوثائقية: وتتضمن المعلومات السابقة واللاحقة للفيلم

- المعلومات السابقة للبحث: وتشمل مختلف المعلومات والوثائق عن السيناريو.
- المعلومات التي تلي البحث: وتشمل المعلومات بالتوزيع والمعلومات المتعلقة بالتحليل والنقد.

كما سيتم الاستناد الى أدوات البحث التالية:

1) المقابلة:

تعتبر المقابلة استباناً شفويًا يقوم من خلاله الباحث بجمع معلومات وبيانات شفوية من المفحوص، والمقابلة أداة هامة للحصول على معلومات من خلال مصادرها البشرية، لأن المقابلة تمكّن الباحث من دراسة وفهم التغيرات النفسية المفحوص واطلاع على مدى انفعاله وتأثره بالمعلومات التي يقدمها وتمكن الباحث من إقامة علاقات ثقة ومودة مع المفحوص مما يساعده على الكشف عن معلومات المطلوبة³.

وقد اعتمدنا في دراستنا هذه على المقابلة، إذ أن لها دور هام في البحوث الاجتماعية كما أنها تعتبر من الأدوات الأكثر استعمالاً في الجانب الميداني للدراسات وهي أداة هامة لما لها من خصائص.

1- فايزة يخلف، مرجع سبق ذكره، ص 165.
2- عتيقة عز الدين، "الأبعاد الفنية والجمالية في الفيلم القصير الروائي الجزائري"، دراسة وصفية تحليلية لخمسة أفلام : سكتوا (2008)، قراقور (2009)، الجن (2010)، "العابر الأخير" (2011)، "أعاهدك" (2016)، (أطروحة لنيل شهادة دكتوراه العلوم الثالث في علوم الإعلام والاتصال تخصص السينما ووسائل الاتصال الجديدة)
3- ذوقان عبيدات، عبد الرحمان عدس، كايد عبد الحق، "البحث العلمي، مفهومه وأدواته وأساليبه"، (د.ب.ط.)، (د.ب.ط.)، (د.ب.ط.) سنة 1984 ص 135.

2 (الملاحظة :

هي توجيه الحواس والانتباه الى ظاهرة معينة أو مجموعة من الظواهر رغبة في الكشف عن صفاتها أو خصائصها توصلنا الى كسب معرفة جديدة عن تلك الظاهرة أو تلك الظواهر المراد دراستها¹.

فبعد مشاهدة حملات عينة الدراسة مشاهدة عادية مثل أي متلقى عادي يشاهدها قصد المشاهدة فقط وباستخدام أسلوب الملاحظة العلمية والتدقيق في المشاهدة لفتت هذه الحملات انتباهنا و اعتمدنا عليها كعينة الدراسة.

وباستخدام الملاحظة تم اختيار عينة الدراسة لتحليلها تحليلا دقيقا، علميا ومنهجيا من اجل الوصول في الاخير الى نتائج دقيقة وعلمية.

6- تحديد مجتمع البحث و عينته :

1 (مجتمع البحث:

يقصد بمجتمع البحث جميع المفردات الظاهرة المراد دراستها، سواء كانت هذه المفردات بشر أم مؤسسة أم أنشطة تربوية وغير ذلك².

في هذه الحالة مجتمع بحثنا هي كل الحملات التوعوية التي تطرقت الى موضوع حرائق الغابات عبر صفحتين الفيسبوك، الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية والجماعات المحلية والتهيئة العمرانية والصفحة الرسمية لوزارة الفلاحة والتنمية الريفية لولاية الجزائر 2023

2 (العينة (Sample): هي عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة، وإجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي³. فالعينة يتم اختيارها عادة بهدف تعميم النتائج التي تحص عليها الباحث⁴.

أما في دراستنا فقد اخترنا العينة القصدية، رأينا أنها تخدم مجتمع البحث، والعينة القصدية هي عينة يختارها الباحث بصفة عمدية⁵.

1- عبد الفتاح محمد العيساوي ، عبد الرحمان محمد العيساوي : مرجع سبق ذكره ، ص94 .

2- سعد سلمان المشهداني، " منهجية البحث العلمي"، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1 ، الأردن- عمان 2019 ، ص

110

3- محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي، القواعد والمراجع والتطبيقات، دار وائل للطباعة والنشر ط2، عمان 1999، ص 84.

4- حاتم أبو زائدة، مناهج البحث العلمي ط2، شباط 2018، ص 157.

5- عامر ابراهيم قنديجلي، مرجع سبق ذكره، ص133

العينة القصدية: (Purposive Sample) : ينتقي الكاتب أفراد عيّنته لهدف دراسته وبناءاً على معرفته دون أن يكون هناك قيود أو شروط ويراها مناسبة من حيث الكفاءة أو أهل العلم أو الاختصاص أو غيرها، وهذه عينة غير متمثلة لكافة جهات النظر ولكنها تعد أساس التحليل العلمي ومصدر ثري للمعلومات التي تشكل قاعدة مناسبة للباحث حول موضوع الدراسة¹.

وفي بحثنا وقع اختيارنا بشكل قصدي على عينة من الحملات عبر صفحتين فايسبوك، الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية والجماعات المحلية والتهيئة العمرانية، والصفحة الرسمية لوزارة الفلاحة والتنمية الريفية.

ف نظراً لكون أن المجتمع الكلي لهذه الدراسة لا يمكن الدراسة بشكل اعتباطي لكثرة تنوع الحملات وتنوعها على مواقع التواصل الاجتماعي.

لذلك قمنا بالاستعانة بالعينة القصدية المتمثلة في مجموعة من المفردات التي تم اختيارها من مجتمع الكلي المتمثل في صفحتين عبر فايسبوك.

1- زيادة الويسي، "مجتمع الدراسة والعينات"، مديرية التربية لواء البتراء، 2000 – 2001، ص 6.

روابط حملات التي تم اختيارها العينة منها على التوالي:

(1)- الروابط الخاصة لوزارة الداخلية والجماعات المحلية والتهيئة العمرانية:

الحملة الأولى: نحمي غابتنا، نحمي أرواحنا وثروتنا الغابية

1- <https://www.Facebook.com/1000660439644456/posts/691693792855269/?mibextid=QCfcj8img CIWVJ5> .

الحملة الثانية: حملة إرشادية للوقاية من خطر حرائق الغابات:

2- <https://www.Facebook.com/100066252681079/posts>

/589226506629100/?mibextid=AQCFcj8img CIWYJ5 .

الحملة الثالثة: حملة تحسيسية للوقاية من المخاطر الكبرى، نحمي غابتنا، نحمي أرواحنا وثروتنا الغابية

3- <https://WWW.Facebook.com/100060439644456/posts>

/698118428879472/?mibextid=

AQCFcj8img CiWYJ5.

(2) الروابط الخاصة بالصفحة الرسمية لوزارة الفلاحة والتنمية الريفية:

الحملة الرابعة: حملة للتحسيس من حرائق الغابات: "حماية الغابات مسؤوليتنا كامل مانخلوهاش تتحرق"

4- <https://WWW.Facebook.com/Watch/qxpvduJWJf/?mibextid=AQCF Cj8img CIWYJ5>

الحملة الخامسة: حملة للتحسيس ضد حرائق الغابات

5- <https://WWW.Facebook.com/100060439644456/posts>

/739415321416449/?mibextid=

الحملة السادسة: حملة ذات منفعة حول حماية الغابات

6- <https://WWW.Facebook.com.watch/qt64etxdv1Mibextid=rs40ab7s9ucbxw6v>

7- تحديد المفاهيم والمصطلحات:

مفهوم الحملات الإعلامية:

مفهوم الحملة:

لغة: جمع حملات ما يحمل دفعة واحدة، كل عملية ذات مدة معينة وهدف دعائي حملة لتشجيع المنتجات الوطنية، حملة انتخابية يقوم بها مرشح¹

اصطلاحاً: تعرف الحملات عموماً على أنها تصميم وتنفيذ وعمل برنامج محكم يستهدف زيادة نسبة تقبل فكرة اجتماعية أو اكتساب سلوك معين لدى الجماهير المستهدفة.

مفهوم الحملة الإعلامية:

اصطلاحاً: يعرف "دينس ماكويل" الحملة الإعلامية بأنها جهود اتصالية وقتية تستند إلى سلوك مؤسسي أو جمعي يكون متوافق مع المعايير والقيم السائدة بهدف توجيهه وتدعيم وتحفيز الجمهور².

ويعرفها الدكتور "إبراهيم أبو عرقوب" الحملة فيقول: هي عبارة عن خطة مكتوبة شاملة وقصيرة الأمد تحتوي على سلسلة من الرسائل الاتصالية المتصلة والمترابطة التي تظهر في وسائل الاتصال أو الإعلام في فترة زمنية محددة قد تمتد إلى سنة أو أقل من ذلك³.

اجرائياً: هو نشاط مكثف يمتد لفترة زمنية معينة ويتعامل مع موضوع محدد ويستخدم وسائل الإعلام لتوجيه الجمهور نحو اتجاه معين

مفهوم التوعية:

لغة: مصدر وعي، توعية الناس من أسس المواطنة⁴.

اصطلاحاً: تعرف على أنها عملية إثارة الوعي وتنمية اتجاه قضية ما أو قضايا معينة بهدف تغيير الأنماط السلوكية أو تغيير وتعديل اتجاهات الرأي العام تجاه هذه القضايا من اتجاهات سلبية إلى اتجاهات إيجابية⁵.

1- بدون مؤلف، المنجد في اللغة العربية، ط2، دار الشرق للطباعة، الأردن، سنة 2001، ص 232.
2- مصطفى يوسف كافي، تخطيط الحملات الإعلامية والإعلانية، عمان، ط1، دار و مكتبة الحامد للنشر و التوزيع، سنة 2015، ص10
3- علي كنعان عبد الفتاح، إدارة الحملات الإعلامية، عمان، دار المجد للنشر و التوزيع، سنة 2014، ص13.
-معجم المعاني الجامع معجم <https://moudoo3.com>
4عربي عربي
5- اشواق سالم، عائشة لصلح، "دور الحملات الاعلامية لوزارة الصحة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بمخاطر فيروس كورونا"، دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية سطيف جامعة محمد لمين دباغين، مجلة وحدة البحث في تنمية الموارد البشرية المجلد 17، العدد3نوفمبر2022ص507.

اجرائياً: هو نشاط يهدف لتركيز انتباه في مجموعة من الناس حول ادراك مشكلة أو مسألة معينة .

مفهوم حرائق الغابات:

مفهوم الحرائق :

لغة: حرق النار لهبها¹، آتلف بالنار ، جعلها تؤثر فيه أثرها المعهود².

اصطلاحاً: يقصد بالحرائق اشتعال النيران نتيجة تواجد ثلاثة عناصر في مكان واحد، بالإضافة عنصر رابعاً هو استمرار تفاعلها مع بعضها مما يؤدي الى التضخم الحريق وانتشاره من مكان الى آخر³.

مفهوم الغابة :

اصطلاحاً: عرفت المنظمة العالمية للأغذية والزراعة والغابة بأنها الأرض الممتدة لما يزيد عن 0.5 هكتار بأشجار يزيد علوها عن 05 مترات، بتغطية شجرية تزيد عن عشرة بالمئة أو أشجار قابلة للوصول الى هذا العلو في الموقع ولا يشمل ذلك الأراضي الزراعية أو لأراضي المشتغلة في المناطق الحضرية⁴

مفهوم حرائق الغابات :

اصطلاحاً: يعرف عبد الله وآخرون حرائق الغابات بأنها عبارة عن النار التي تنتشر بحرية وتحرق الأعشاب والأدغال و الشجيرات وأكاداس الطحالب اليابسة⁵.

اجرائياً :

هي مجموع بؤر النيران التي اشتعلت في الغطاء النباتي الغابي الجزائري.

-
- 1- لبنى منظور، لسان العرب 6 ، دار المعارف ، 18 أكتوبر 2018 ، ص860 .
 - 2- بدون المؤلف، مرجع سبق ذكره، ص232 .
 - 3 - هشام طه، سلسلة عالم بلا حدود ، الجزء الأول أسباب و أنواع الحرائق و أساليب الأطفاء، خبير إدارة الأزمات و الكوارث ، 2021
 - 4- إبراهيم الخليل طيبي، "تحليل و نمذجة الأخطار الطبيعية الكبرى في ولاية البليدة مقارنة باستعمال تقنيات الجيوماتيك" ، (أطروحة دكتوراة في الجغرافيا و تهيئة الإقليم) ، جامعة باتنة 2021م ، ص22
 - 5- علي بن عبد الله الشهيري، حرائق الغابات الأسباب وطرق المواجهة، جامعة تافف العربية للعلوم الأمنية، الرياض 2010، ط1، ص55.

مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي :

مفهوم مواقع :

لغة : (و. ق. ع.) مكان الوقوع¹

اصطلاحاً : مجموعة من الصفحات التي تصف هيئة أو شخص و تعرف بهما.

مفهوم التواصل:

لغة : تواصل (و. ص. ل) الشخصان ، اجتماعاً و اتفاقاً²

اصطلاحاً : هو تبادل أدلة بين ذات مرسله وذات مستقبله حيث تنطلق الرسالة من ذات

الأخرى تقتضي العملية جواباً ضمناً أو صريحاً ولنجاح العملية يتطلب اشتراك عناصر

الاتصال³.

مواقع التواصل الاجتماعي:

اصطلاحاً: تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي من أهم المفاهيم الأكثر ارتباطها بالإنترنت

وبالتالي بالواقع الافتراضي أيضاً من خلال زيادة عدد مستخدميها بشكل كبير من كافة فئات

المجتمع بهدف الاستفادة من خدماتها وانتشرت بشكل كبير في الآونة الأخيرة⁴.

اجرائياً: يعرف مواقع التواصل الاجتماعي على أنها وسائل تواصل والتي من خلالها ينشئ

المستخدم حساب يمكنه من التواصل عبر شبكة الأنترنت بين الناس في مختلف بقاع

الأرض، عن طريق كلام مكتوب أو صور.

الدراسات السابقة:

تعتبر الدراسات السابقة نقطة انطلاق في البحث العلمي وهي الكتب أو المؤلفات التي تطرقت

له البحث أو أحد الجوانب الهامة به، وتهدف للإطلاع عليها للحصول على المعلومات لتقرير

محتوى البحث و في نفس الوقت ، التوصل للنتائج جديدة لم يصل إليها السابقون وقد اعتمدنا

في دراستنا هذه على أربعة دراسات سابقة مرتبة كالتالي :

- 1- مسعود جبران، الرائد معجم لغوي عصري ، دار العلم للملايين ، بيروت - لبنان، ص 1992.
- 2- مسعود جبران ، الرصد معجم ألف بائي في اللغة العربية و الإعلام ، ط3 ، دار النشر للملايين ، سنة 2005 ، د م ن ، سنة 2012م ، ص 251.
- 3- صافية غسيال ، مرانيا مبروكي، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالسياحة في جنوب جزائري" ، (مذكرة ماستر في علوم الإعلام و الاتصال ، تخصص صحافة مطبوعة و الكترونية) ، جامعة أحمد داروية ، أدرار ، سنة 2020 / 2021م ، ص 20
- 4- عاصم محمد فخرى ، ناصر محمود عبد الفتاح، "استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي و علاقته باتجاهاتهم نحو الشائعات" ، مجلة البحوث في التربية التوعوية - المجلد التاسع العدد 45 ، مارس 2023 ، ص 422.

1 (الدراسة الأولى: زياهة وهابي، المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة في الصحافة المكتوبة الجزائرية.

- دراسة تحليلية مقارنة لصحيفتي الشعب والشروق اليومي خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي الى 31 ديسمبر 2016*.

- تتمحور إشكالية الدراسة من خلال طرح التساؤل المحوري التالي : ما أثر المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة في الصحافة المكتوبة الجزائرية من خلال صحيفتي الشعب و الشروق اليومي خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي الى 31 ديسمبر 2016؟ وتدرج تحت هذه الإشكالية مجموعة من الاسئلة الفرعية من بينها : ما الأشكال الصحفية التي اعتمدت عليها صحيفتي الدراسة في معالجة قضايا البيئة؟

وتسعى من خلال هذه الدراسة تحقيق بعض الأهداف أهمها: كشف عن موقع نشر قضايا البيئة في صحيفتي الدراسة.

تتنمي هذه الدراسة الى البحوث الوصفية وبالتالي فالمنهج المناسب لها هو منهج تحليل المضمون.

رصد أهم قضايا البيئة التي عالجتها عينة الدراسة.

- اعتمدت الباحثة في درستها الدراسات الوصفية التحليلية و بالتالي فالمنهج المناسب لها هو منهج تحليل المضمون.

وقد تمثل مجتمع البحث في جمع الأعداد التي صدرت عن يوميتي الشعب و الشروق اليومي خلال فترة الدراسة الممتدة من 01 جانفي الى 31 ديسمبر 2016، واختيار العدد الأول عشوائيا المتمثلة باستخدام الأسبوع الصناعي حيث يتم اختيار العدد الأول عشوائيا من عام 2016 و بعد ذلك اختيار العدد الثاني بوضع مسافة بين كلتا الجريدتين لأنهما تصدران بطبعة مختلفة .

أهم النتائج التي توصلت اليها الباحثة :

توصلت الباحثة الى ارتفاع نسبة موضوعات المواد الاخبارية البيئية في عينة الدراسة باختلاف ملكيتها بالمقارنة مع الأنواع الصحفية الأخرى.

* زياهة وهابي، "المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة في الصحافة المكتوبة الجزائرية" ، دراسة تحليلية مقارنة لصحيفتي الشعب و الشروق اليومي خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي الى 31 ديسمبر 2016 ، (أطروحة دكتورة في علوم الاعلام و الإتصال) ، جامعة الجزائر 03 ، سنة 2020/2019م

- يوجد نقص في توظيف العنوان العريض في الصحيفتين وهذا يعدّ تقصيرا من الجريدتين في معالجتهم الاعلامية لكون قضايا البيئة أصبحت تستدعي إيلاء الأهمية لها في إطار المسؤولية الاجتماعية المفروضة على الصحافة.

أوجه التشابه: هذه الدراستين يشتركان في نفس الموضوع عن قضية البيئة، كلاهما اعتمدا على الأسئلة الفرعية.

أوجه الاختلاف: الاختلاف في استخدام المنهج حيث اعتمدا على منهج تحليل مضمون، بينما دراستنا اعتمدت على منهج تحليل السيميولوجي.

الاختلاف من حيث العينة، فهذه الدراسة اعتمدت عينة لصحيفتين السعب والشروق اليومي، بينما دراستنا اعتمدت على عينة من صفحتين فايسبوك، الصفحة الرسمية لوزارة الفلاحة والتنمية الريفية والصفحة الرسمية لوزارة الداخلية والجماعات المحلية والتهيئة العمرانية.

بينت نتائج الدراسة ان موقع الفايسبوك هو أكثر المواقع التواصل الاجتماعي استخداما من قبل الطلبة عن تأييدهم الكبير لفكرة أن حماية البيئة وصيانة مكوناتها وعناصرها هي مسألة التزام أخلاقي.

كما بينت نتائج الدراسة أن 67.20% من الطلبة الجامعيين أقرّوا بأن المواطن مسؤول اتجاه بيئته، يتمتع بحقه في بيئة سليمة وأمنة ويلتزم بواجباته في حمايتها وهو ما يعكس وعيهم واستيعابهم لمفهوم المواطنة البيئية¹.

أوجه التشابه:

تشابه هذه الدراسة مع دراستنا في بعض الأشياء منها: أن كلاهما اعتمدا على الاسئلة الفرعية، وكلاهما يعالجان موضوع واحد حول قضية البيئة.

أوجه الاختلاف: تختلف دراستنا مع هذه الدراسة، فهذه الدراسة اعتمدت على عينة من طلبة جامعة العربي التبسي، بينما دراستنا اعتمدت على عينة من صفحتين فايسبوك، كذلك من حيث المنهج حي اعتمدا على المنهج الوصفي، بينما دراستنا اعتمدت على منهج التحليل السيميولوجي.

الدراسة الثانية: ايمان جفال، اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو القضايا البيئية عبر مواقع التواصل الاجتماعي**

تتمحور اشكالية الدراسة من خلال طرح التساؤل المحوري: كيف تعالج مشكلات البيئة في جريدة الشروق اليومي ويندرج تحت هذا التساؤل مجموعة من الأسئلة الفرعية من بينها: ماهي القوالب الصحفية الأكثر استخداما في تغطية مشكلات البيئة في جريدة الشروق اليومي، وتسعى من خلال هذه الدراسة تحقيق بعض الأهداف منها وصف وتحليل المعالجة الإعلامية التي تقوم بها جريدة الشروق اليومي لمشكلات البيئة.

تنتهي هذه الدراسة الى البحوث الوصفية التحليلية، فهي تهدف الى وصف تحليل المعالجة للمشكلات البيئية، وبالتالي فإن المنهج المناسب لهذه الدراسة هو منهج تحليل المضمون إضافة الى المنهج المقارن كمنهج مساعد وقد تمثل مجتمع البحث في دراسة الباحثة جميع الأعداد الصادرة من جريدة الشروق اليومي، ثم اختيار العينة بطريقة منتظمة حيث يتم اختيار اليوم الأول من الأسبوع الأول من الشهر الأول من السنة الأولى، وهكذا الى غاية الحصول على جميع مفردات العينة.

ومن أهم النتائج التي وصلت اليها الباحثة في دراستها:

- أوضحت هذه الدراسة أن معظم المواضيع المتناولة في جريدة الشروق محلية أو أغلبها يدور حول التلوث بصفة عامة كتلوث المحيط بالقارورات.

- اتضح من بيانات الدراسة أن الموقف الذي اتخذته جريدة الشروق اليومي من مشكلات البيئة كان سلبيًا حيث جاءت معظم المواضيع المعالجة في شكل عرض تقريرى للمواضيع بنسبة 55.68%¹.

أوجه التشابه:

العامل المشترك في موضوع بحثنا مع هذه الدراسة يشتركان حول قضية البيئة.

أوجه الاختلاف: الاختلاف في عينة الدراسة بحيث أن هذه الدراسة كانت عشوائية، أما عينة دراستنا كانت قصدية.

الاختلاف في المنهج المستخدم بحيث هذه الدراسة اعتمدت على منهج تحليل المضمون بينما دراستنا اعتمدت على منهج التحليل السيميولوجي.

** ايمان جفال ، اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو القضايا البيئية عبر مواقع التواصل الاجتماعي - دراسة ميدانية على عينة من طلبة ، جامعة العربي التبسي نسبة ، أطروحة دكتوراة في علوم الإعلام و الإنصال ، جامعة العربي التبسي نسبة ، سنة 2021/2022 م .

الدراسة الثالثة: زينة بوسالم، المعالجة الاعلامية لمشكلات البيئة في الصحافة الجزائرية

تتمحور الإشكالية الدراسة من خلال طرح التساؤل المحوري التالي: ما مدى اهتمام الصحافة المكتوبة بتغطية قضايا ومشكلات البيئة من خلال نموذجي جريدتي وقت الجزائر والشعب؟ وتندرج تحت هذه الإشكالية مجموعة من الأسئلة الفرعية من بينها: ما أكثر قضايا ومشكلات البيئة في صحيفتي الدراسة؟

- و يسعى الباحث من خلال هذه الدراسة تحقيق بعض الأهداف أهمها: التعرف على ملامح المعالجة الصحفية لقضايا و مشكلات البيئة في الصحف الجزائرية عينة الدراسة.
- معرفة الأهمية التي أولتها صحيفتا الدراسة لقضايا و مشكلات البيئة .
- تنتمي هذه الدراسة الى الدراسات الوصفية، وبالتالي فان المنهج المناسب هذه الدراسة هو منهج تحليل المضمون.

وقد يمثل مجتمع البحث في دراسة الباحثة في جميع الأعداد التي صدرت في صحيفتي وقت الجزائر والشعب من خلال الفترة من 01 فيفري 2011 الى 11 جويلية 2011م، واختار العينة القصدية، شملت الأعداد التي تحتوي على صفحة البيئة في الجريدة وكان مجموعها 25 عدادا من أصل 147 عددا.
من أهم النتائج التي توصل اليها الباحث:

تؤكد الدراسات السابقة على أن النسبة الأكبر من المعالجات الصحفية لقضايا البيئة تعتمد على الشكل الخبري.

تكشف على أن المعالجات المقدمة عن البيئة تقدم بشكل جزئي، ولا تتسم بالاستمرارية والمتابعة والتقويم، كما أن الحقائق عن المشكلات البيئية تقدم مبتورة وغير دقيقة، ونادرا ما يحدث متابعة أو تغطية لأسباب ما حدث من الناحية العلمية ، مما يترك الجمهور دون احاطة علمية واضحة¹ إعلاميا أكثر فعالية.

تصل الى جميع مفردات العينة بشكل مباشر أو غير مباشر، ردود فعل من أجهزة الدولة، كما تصل الى نصفهم ردود فعل من الجمهور تقدر ما يقدمونه في مجال البيئة.

أهم القضايا البيئية التي يعاني منها العالم الآن في رأي عينة الدراسة هي التلوث بصفة عامة التصحر، و الجفاف قلة الموارد البيئية.

أوجه التشابه: تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا مع بعض الأشياء كلاهما يعالجان قضية البيئة و كذلك كلاهما اعتمد على الأسئلة الفرعية. واعتمدوا كلها على عينة قصدية.
أوجه الاختلاف:

*** زينة بوسالم، "المعالجة الاعلامية لمشكلات البيئة في الصحافة الجزائرية" ، جريدة الشروق نمودجا ، (مذكرة الماجيستر في علم الاجتماع تخصص البيئة) جامعة منتوري- قسنطينة، 2010 - 2011.

الاختلاف في المنهج المستخدم بحيث الدراسات اعتمدت على منهج التحليل السيميولوجي بينما هذه الدراسة اعتمدت على منهج التحليل المضمون.

الدراسة الرابعة: نور الدين دحمار، قضايا البيئة في الصحافة مكتوبة، دراسة تحليلية لجريدتي وقت الجزائر والشعب***.

تتمحور الإشكالية الدراسة من خلال طرح التساؤل المحور في التالي: ما مدى اهتمام الصحافة المكتوبة بتغطية قضايا و مشكلات البيئة من خلال نموذجي جريدتي وقت الجزائر والشعب؟

ويندرج تحت هذه الإشكالية مجموعة من الأسئلة الفرعية من بينها: ما أكثر قضايا ومشكلات البيئة في صحيفتي الدراسة؟

- ويسعى الباحث من خلال هذه الدراسة تحقيق بعض الأهداف أهمها: التعرف على ملامح المعالجة الصحفية لقضايا و مشكلات البيئة في الصحف الجزائرية عينة الدراسة.
- معرفة الأهمية التي أولتها صحيفتنا الدراسة لقضايا و مشكلات البيئة.
- و تنتمي هذه الدراسة الى الدراسات الوصفية ، و بالتالي فان المنهج المناسب هذه الدراسة هو منهج تحليل المضمون.

وقد يمثل مجتمع البحث في دراسة الباحثة في جميع الأعداد التي صدرت في صحيفتي وقت الجزائر و الشعب من خلال الفترة من 01 فيفري 2011 الى 11 جويلية 2011م، و اختار العينة القصدية شملت الأعداد التي تحتوي على صفحة البيئة في الجريدة وكان مجموعها 25 عدادا من أصل 147 عددا.

- من أهم النتائج التي توصل اليها الباحث:
تؤكد الدراسات السابقة على أن النسبة الأكبر من المعالجات الصحفية لقضايا البيئة تعتمد على الشكل الخبري.

تكشف على أن المعالجات المقدمة عن البيئة تقدم بشكل جزئي ، و لا تتسم بالاستمرارية و المتابعة و التقويم ، كما أن الحقائق عن المشكلات البيئة تقدم مبتورة و غير دقيقة ، و نادرا ما يحدث متابعة أو تغطية لأسباب ما حدث من الناحية العلمية ، مما يترك الجمهور دون احاطة علمية واضحة ، إعلاميا أكثر فعالية¹.

تصل الى جميع مفردات العينة بشكل مباشر أو غير مباشر ردود فعل من أجهزة الدولة ، كما تصل الى تصفهم ردود فعل من الجمهور تقدر ما يقدمونه في مجال البيئة.
- أهم نتائج الدراسة الميدانية على الشخصيات العامة:

**** نور الدين دحمار، " قضايا البيئة في الصحافة المكتوبة"، دراسة تحليلية لجريدتي وقت الجزائر والشعب، (مذكرة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال تخصص اتصال بيئي)، جامعة الجزائر -3- 2011-2012

أهم القضايا البيئية التي يعاني منها العالم الآن في رأي عينة الدراسة هي التلوث بصفة عامة ، التصحر، و الجفاف قلة الموارد البيئية .
- الأوجه التشابه : تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا مع بعض الأشياء كلهما يعلجان قضية البيئة و كذلك كلاهما اعتمد على الأسئلة الفرعية .
أوجه الاختلاف : تختلف دراستنا مع هذه الدراسة من حيث العينة فهذه الدراسة اعتمدت على عينة لجريديتي وقت الجزائر و الشعب بينما دراستنا اعتمدت على عينة من حملات لمديرية الغابات و حزام الأخضر لولاية الجزائر و اختلاف من حيث الدراسة اعتمدوا على دراسة وصفية و منهج تحليل المضمون بينما دراستنا على منهج تحليل سيميولوجي.

الإطار النظري

الفصل الاول : مدخل مفاهيمي حول الحملات الاعلامية وحورائق الغابات عبر مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الاول: ماهية الحملات الاعلامية

المطلب الاول: تعريف الحملات الاعلامية

المطلب الثاني: خصائص الحملات الاعلامية

المطلب الثالث: انواع الحملات الاعلامية واهدافها

المبحث الثاني: ماهية حرائق الغابات

المطلب الاول: مفهوم الحرائق الغابات

المطلب الثاني: العوامل و الاسباب الرئيسية المؤثرة في حرائق الغابات

المطلب الثالث: انواع المخاطر الناجمة من الحرائق

المبحث الثالث: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الاول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الثاني: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الثالث: انواع مواقع التواصل الاجتماعي سلوكياتهم وتغير معتقداتهم

المبحث الأول: ماهية الحملات الإعلامية

تعد الحملات الإعلامية أهم الموضوعات العلمية، وحيث اختلفت من حيث أنواعها وخصائصها وأنواعها.

المطلب الأول: مفهوم الحملات الإعلامية

تعرف الحملات الإعلامية على أنها جهود اتصالية مخططة على أسس علمية ومصممة وفقا لمعايير وتقنيات معينة، بما يتماشى مع أهداف وموضوع الحملة، وخصائص الجمهور المستهدف والوسائل الإعلامية المستخدمة وتوظيف كافة الوسائط الإعلامية المتعددة، وذلك بهدف الوصول بالحملة الى أكبر عدد ممكن من الجمهور المستهدف بهدف تحقيق تأثيرات معينة خلال فترة زمنية معينة¹.

تتفق الآراء والممارسات على ان الحملة الإعلامية هي استخدام مخطط لمجموعة متنوعة من الوسائل الاتصالية والاساليب الابتكارية لحث المجتمع عامة وبعض فئاته بشكل خاص لقبول فكرة او افكار تتبناها وتدعمها وذلك باستخدام استراتيجية عن طريق جهود متواصلة في اطار زمني ممتد ومدد ومنها يمكن تحديد مفهوم للحملة الإعلامية وادراك لطبيعة الاطار الواسلي المحدد².

كما أن هناك العديد من التعريفات للحملة الإعلامية منها:

الحملة الإعلامية هي مجموعة من الجهود المنظمة التي تقوم بها جهة معينة منشأة ما بهدف ترويج افكار معينة او زيادة القبول فكرة او سلوك اجتماعي معين، او في اتجاهات وسلوكيات الأفراد واقناعهم فكرة أو سلوك اجتماعي معين أو بهدف ترويج خدمة او منتج معين خلال فترة زمنية معينة، وتحقيق نتيجة محددة و الوصول الى رد فعل يتلاءم مع هدف المرسل او القائم بالاتصال وبوجه عام، حيث تهدف الى نشر الثقافة والوعي الاجتماعي للإصلاح حال المجتمع وافراده³.

وتعرف ايضا الحملة الإعلامية هي مجموعة من الجهود المرسومة لإحداث تأثير في مجموعة من الناس خلال فترة زمنية معلومة، وذلك باستخدام وسائل الاتصال مع رصد وتقييم نتائج التأثير والعمل على توجيهها نحو تحقيق الهدف من الحملة⁴.

تعرف ايضا الحملة الإعلامية هي ذلك البرنامج الاعلامي من جانب مخطط الاتصالات الى الجمهور المستهدف، وتتضمن مجموعة من العمليات و الجهود الاتصالية المخططة بدقة للتأثير في الجماعات او الجماهير العريضة من خلال سلسلة من الرسائل⁵.

1- حنان احمد سليم ، "الحملات الإعلامية عبر الاعلام الجديد"، مجلة الراى العام ص 302-303

2- علي كنعان عبد الفتاح، ادارة الحملات الإعلامية، دار مجد للنشر و توزيع - عمان، الاردن، ط1، 2014، ص 05

3- رفعت عارف الضبع ، الحملات الإعلامية، رئيس قسم الاعلام التربوي بجامعة طنطا، مؤسس علوم الاعلام التوعوي

ط1 مكتبة المصري لمطبوعات 2012 ص 12

4 - بلال بوقنيزة، "محاضرات في مقياس الحملات الإعلامية " ، السنة الثانية ماستر السمعى البصري، كلية العلوم

الانسانية والاجتماعية ، قسم الإعلام والاتصال جامعة محمد الصديق بن يحيى.

5- ايمان فتحي عبد المحسن، حملات التوعية الإعلامية بقضايا المجتمع للشباب ، المكتب العربي للمعارف ط1 ، مصر ،

القاهرة 2016 ص 11 .

ويعرفها الدكتور ابراهيم ابو عرقوب الحملة فيقول هي عبارة عن خطة مكتوبة شاملة وقصيرة الامد تحتوي على سلسلة من الرسائل الاتصالية المتصلة و المترابطة التي تظهر في وسائل الاتصال او الاعلام في فترة زمنية محددة قد تمتد الى سنة او اقل من ذلك، اما الدكتور كرم شلبي ان مفهوم الحملة هو الجهود المكثفة والمستمرة لفترة من الوقت للنشر المستمر، بكافة الاساليب والوسائل لطرح ومناقشة ومتابعة موضوع معين او الجهود المستمرة لتحقيق هدف ما¹.

وتعرف ايضا الحملة الاعلامية هي الاعلانات المختلفة او اعلانات المختلفة او اعلان واحد في واحدة او اكثر من وسائل ، يجمعها هدف واحد وتستهدف جمهور محدد تقوم على امتداد فترة زمنية قد تطول او تقصر على حسب هدف الشركة من هذه الحملة وغالبا تستخدم التكرار و الخطاب الاعلاني المكثف او تعزيز صورة او مبيعات منتج قديم او العمل على تغيير او تدعيم صورة المنتج².

المطلب الثاني : خصائص الحملات الاعلامية:

تنتم ادارة الحملات الاعلامية بخصائص عدة ينبغي العناية بها عند التعامل مع ادارة الحملة لغرض تجاوز الصيغ الادارية التقليدية لغرض قيام بحملة، اذ يعد مفهوم اعادة التشكيل او الاصلاح من اهم سمات الحملات الاعلامية كنشاط اتصالي سواء على مستوى الفرد او على مستوى البناء الاجتماعي³.

الحملات الاعلامية التي تعتمد على تقنيات و تطبيقات الاعلام الجديد من الخصائص التي تتوافق مع كونها حملات وهي كما يلي:

- ان تكون الحملة الاعلامية ذات رسالة واضحة تمس احتياجات واهتمامات الجمهور المستهدف.

- تحتوي بداخلها على عناصر تفاعلية لبناء مزيد من العلاقات التي تزيد من فهم الناس للحملة.

- تتضمن عبارات موجزة قوية ومؤثرة لكي تحقق التأثير على الجمهور بدلا من العبارات الفضفاضة التي تشعر الجمهور بالملل فينصرف عنها⁴.

- تنشر بسهولة وسرعة والاسنكون غير فعالة.

- لها شعار يعبر عنها يوضع على موقع الخاص بالحملة.

1- يوسف كافي، تخطيط الحملات الاعلامية والاعلانية، ط1، عمان، دار ومكتبة حامد للنشر والتوزيع، 2015، ص 12-13.

2 - ليلي فقيري، الحملات الاعلامية في مكافحة مظاهر انحراف الشباب نحو تصميم حملات اعلامية تطبيقية ، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة بالجزائر 2017 ص10

3 - حميد جاعد محسن، الباحث الاعلامي، "مجلة علمية أكاديمية محكمة تصدر عن كلية الاعلام"، جامعة بغداد، عدد 4، 2005، ص33

5- هادية دراجي ، اتجاهات المستهلك الجزائري نحو شراء المنتج الغذائي الجزائري دراسة تحليلية و ميدانية لحملة تستهلك جزائري، اطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال تخصص أشهر وعلاقات عامة ، جامعة محمد لمين سطيف 2، 2020، ص162

- تعتمد على توظيف كافة الوسائط الاعلامية المتعددة لتحقيق التواصل والتفاعل مع الجمهور¹.
- تحديد المشكلة وجمع المعلومات و دراستها من كافة الجوانب وتحديد الجمهور المستهدف واساليب الوصول به.
- توفير وتخصيص ميزانية شاملة للحملة.
- تخطيط الحملة وترتيبها مرحليا بشكل دقيق و محكم وتتسم بالمرونة.
- اتسام الحملة بهوية موحدة وواضحة لجميع انشطتها².
- لهذا يجب مراعاة هذه الخصائص من اجل ان تكون تلك الحملة مقنعة وتحقق الغاية و الوصول الى اكبر عدد ممكن من شرائح المجتمع.

1- يحي سعد، الحملات الاعلامية، 2024/03/22، 13:39

<https://www.drasah.com/Description.aspx?id=6576>

2- مجلة التنمية الادارية ، العدد 208، 2024/03/22، 13:46

<https://tanmia-idaria.ipa.edu.sa/Pages/Archive.asp>

المبحث الثالث : انواع الحملات الاعلامية

تعدد الانواع المختلفة للحملات الاعلامية فنجد ان كلا من سكون و تورك alan scott and judy turk حددا عدة انواع للحملات الاعلامية تمثلت فيما يلي:

1- حملة التوعية الجماهيرية: يصمم هذا النوع لجعل الجمهور على معرفة بشيء ما، وغالبا ما تكون معلومات اولية وغير مفصلة.

2- حملة اعلامية جماهيرية: Public Information Campaign تسمى بحملة المعلومات العامة حيث تسعى وراء معرفة الجمهور وادراكه لحدث ما وتزوده ببعض المعلومات الهامة الحيوية¹.

3- حملة تربوية جماهيرية: و Public Education Campaign هي حملة تهدف الى تعليم وتكون المعلومات فيها تعليمية ارشادية تستهدف ارشاد الجمهور الى الاجراءات الواجب اتخاذها وتكون الاتجاهات²، مثال على ذلك حملات توعوية حول حسن ادارة الوقت تسعى الى توعية الجماهير عن كيفية ادارة الجيدة للوقت.

4- حملة تعديل السلوك: تعد من اكثر الحملات صعوبة وتعقيدا نظرا لهدفها في تعديل السلوك القائم كنوع من انواع الاتصال الاقناعي الذي يستخدم كوسيلة لربط الافكار والجمهور المستهدف معا من اجل تغيير سلوكه³.

كما هناك انواع الحملات الاعلامية حسب الهدف الى اربعة الانواع

1- الحملات الاخبارية: تهدف الحملات الاخبارية بايصال المعلومات التوعية الهامة للجمهور وهدفها الرئيسي هو اخبار المتلقي او اعلامه بما يحدث، وتكون هذه التوعية من الحملات عادة قصيرة مثال ذلك تنوي الدولة استبدال عملتها الورقية بعملة ورقية اخرى او ان تقوم بتعديل تسعيرة بتسعيرة اخرى.

2- الحملات الاقناعية: يمتاز هذا النوع من الحملات بصعوبته وحاجته للتخطيط في التصميم و التنفيذ لذا يحاول القائم على الحملة ان يقوم بتغيير الاتجاهات او السلوكيات⁴.

3- حملات تعليمية : تقدم معلومات ومواضيع موجه للطفل مثلا حملة حول كيفية استعمال فرشاة اسنان.

4- حملات صورة ذات علاقة عامة: تستخدم في ايصال مؤسساتي او في مجال علاقات العامة تجدها في مجال السياسي اشهاري في مجال مؤسساتي⁵.

1- ايمان فتحي عبد المحسن، مرجع سبق ذكره ص 14

2- يوسف كافي، مرجع سبق ذكره ص 28

3- مرجع نفسه ص 28

4- كنزة حامدي، "الحملات الاعلامية التوعوية الصحية لسرطان الثدي"، دراسة ميدانية بمديرية الصحة و السكان بولاية سطيف، اطروحة دكتوراه الطور الثالث في علوم الاعلام والاتصال ، جامعة محمد لمين دباغين سطيف 2 2021 ص123

5- عبد الكريم حمون، محاضرات في مادة "حملات الاعلامية" ، دروس موجه لطلبة ماستر 2 سمعي بصري

2024-2023

كما نجد انواع اخرى من الحملات تستهدف بها منطقة او مدينة محددة يراد منها معالجة مواضيع تهتم ساكني تلك المنطقة.

2- الحملة الوطنية: وهي الحملات التي تستهدف الجمهور في عموم ذلك البلد حيث تعالج مواضيع تهتم ابناء البلد.

3- الحملة الاقليمية: وهي التي تهتم بمشاكل ومواضيع تعني بجمهور مجموعة دول ومحاوله توجيهها.

4- الحملة الاعلامية: تهتم هذه الحملات بالجمهور العالمي بمختلف قاراته ودوله وتعتني بالرسائل الموجه له بالشمولية¹.

كما تقسم الحملات الاعلامية حسب الهدف المرجو منها الى ثلاث انواع هي:

1- التغيير في المعتقدات، تعتبر المعتقدات اقوى ما يؤمن به الانسان لما تمثله من اطار مرجعي وروحي، وتعد عملية تغيير المعتقدات الخاطئة من اصعب عمليات التغيير الاجتماعي مما يتطلب معالجة هذه القضايا.

2- التغيير في الافكار: تهدف الى تزويد الافراد بمعلومات وزيادة وعيهم بقضية ما كالتحسيس بأهمية التغذية الصحية او اعطاء معلومة.

3 - التغيير في السلوك: يجب ان تعمل الرسالة في تعديل وتغيير السلوك النسبي الى سلوك ايجابي من اجل اقناع الافراد على لإقناع².

ثانيا: اهداف الحملة الاعلامية:

تعد الحملات الاعلامية وسيلة مهمة من اجل وصول الى اكبر عدد ممكن من الجمهور المستهدف مما يجب التخطيط المسبق للحملات الاعلامية الى تحقيقها بشكل عام النحو التالي:

- تزويد الجماهير المستهدفة بالمعلومات و البيانات المتوفرة حول الموضوعات و القضايا ذات الصلة بحياتهم و المطلوب احداث التعديلات المطلوبة فيها.

- توضيح الحقائق الاجتماعية وتوعية المواطنين بحقوقهم وواجبتهم في المجتمع كالحملات التي تستهدف توعية المواطنين حول حماية البيئة من المخاطر التي تنجم منها³.

تعد خطوة تحديد الاهداف هامة حيث على اساسها تحدد مهمة الجملة وتحصر الجهود لتحقيق هذه الاهداف ويمكن استخدامها كمقياس للرقابة اثناء التنفيذ وبعده لأنها تحدد ما يجب تحقيقه بالإضافة الى انها وسيلة من وسائل تقييم الحماة ومعرفة النجاح الذي تم ، كما يفيد تحديد

1- عامر محسن سلمان العامري، "محاضرات الحملات الاعلامية" ، جامعة المستنصرية

2- عيسى بوكرموش، " استراتيجيات الاتصال في الحملات الاعلامية"- دراسة وصفية لاستراتيجية التوعية المرورية ولاية نموذجاً ، رسالة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال - فرع اتصال استراتيجي ، جامعة الجزائر 3-2013 ص 64-65

3-عبيد تباني، "الحملات الاداعية الخاصة بالتوعية المرورية في الجزائر" ، دراسة ميدانية على عينة من جمهور السائقين بولاية سطيف ، رسالة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال ، جامعة محمد خضر - بسكرة -2012ص 17

الاهداف في المساعدة على وضع الميزانية الدقيقة للحملة وتوجيهها الاتجاه السليم واختيار الرسائل والوسائل الاعلامية واستخدامها بطريقة سليمة¹.

- التأثير على مواقف واتجاهات الجماهير المستهدفة نحو قضايا محددة او عامة.
- اقناع الجماهير المستهدفة بإحداث تعديلات تدريجية في مواقفهم تجاه اهداف سياسية او اقتصادية او اجتماعية وحول قضايا البيئة².

المبحث الثاني: ماهية حرائق الغابات

المطلب الاول: مفهوم الحرائق الغابات

يقصد بالحرائق بالنيران لتواجد ثلاثة عناصر تكون ما يعرف بمثلث الاشتغال في مكان واحد، يضاف اليه عنصرا ربعاً هو استمرار تفاعلها مع بعضها مما يؤدي الى تضخم الحريق وانتشاره من مكان الى اخر، مما ينجم عنه تعرض الارواح لإصابات بالغة قد تؤدي الى الوفاة³.

تعتبر الحرائق اداة هامة في ادارة الاراضي الا ان استخدام الحرائق بإهمال او بصورة جنائية قد يكون له تأثيرات مدمرة ، فالحرائق الجامحة سبب رئيسي لتدهور الغابات وقد يؤدي الى خسائر في الارواح وتدمير الحرائق الملايين من الهكتارات الاخشاب القيمة وغير ذلك من المنتجات الحرجية والخدمات البيئية التي توفرها الغابات⁴ على الرغم من الصعوبات التي تواجه وضع نموذج للمناخ العالمي تتفق اراء العلماء على زيادة الطقس في المستقبل والتي ترتبط بنظم ايكولوجية اكثر جفافاً وينتج عنها نشاط حرائق اكثر تواتر وكثافة وتتسع رقعتها نتيجة زيادة قسوة احوال الطقس التي تؤدي الى حرائق وزيادة استهلاك الوقود اي زيادة الانبعاثات ومن المرجح ان تؤدي الى تلك التغيرات الحالية في نشاط الحرائق الى اثار ضخمة.

تعرف الغابة وفقاً لمفهومها الفقهي هي عبارة عن مجتمع بيولوجي من الاشجار والشجيرات والنباتات والحيوانات، تتعايش او تتألف بصورة معتمّدة مع البيئة التي تشمل التربة والمناخ وعلوم الفيسيولوجي المرتبطة بالبيئة، وهناك من يعرفها بانها وحدة حياتية متوازنة ومتكاملة تحتوي على مجموعة من الاشجار والشجيرات والنباتات ، كما تحتوي العديد من الحيوانات والحشرات المختلفة⁵.

1- رفعت عارف الضبع، مرجع سبق ذكره ص17.

2- عائشة بوكريشة ، "الحملات الاعلامية ودورها في التوعية و التحسيس بظاهرة الغش في الامتحانات" ، جامعة الجزائر 03، المجلة جسور المعرفة، المجلد 08، عدد 03، 2022، ص 221

3- لجنة الغابات، "الاحتياجات والفرص في التعاون الدولي لتأهب لمواجهة حرائق الغابات" الدورة السابعة عشر 26/03/2024 19 :47 <http://www.fao.org/4/J3938A/J3938A.htm>

4- هيئة الغابات والمراعي في الشرق الادنى ، "حماية الغابات الحرائق و الافاق و الامراض في منطقة الشرق وشمال افريقيا" ، دورة الرابعة و العشرون 24/03/2024 20 :10

<https://www.fao.org/forestry/statutory-bodies/regional-forestry-commission/near-east-forestry-and-range-commission/ar>

5- امال دباب افراح ، "الحماية القانونية للغابات في الاتفاقيات الدولية والتشريع الوطني" ، اطروحة الدكتوراه في الطور الثالث تخصص قانون ، فرع قانون العام المقارن، جامعة جيلالي سيدي بلعباس 2020 ص10

حيث تعرف الغابة حسب المنظمة العالمية للأغذية والزراعة fao الغابة بأنها الارض الممتدة لما يزيد من 0.5 هكتار بأشجار تزيد علوها عن 05 مترات بتغطية شجرية تزيد عن عشرة بالمئة او اشجار قابلة للوصول الى هذا العلو في الموقع ولا يشمل ذلك الاراضي الزراعية او الاراضي المستغلة في المناطق الحضرية وبشكل اساسي ، فان طبيعة الغابة قد تختلف حسب موقعها ، وظيفتها و قيمتها الجمالية وخصائصها الهيدرولوجية¹.

تعد حرائق الغابات واحدة من اهم المخاطر التي تهدد المناظر الطبيعية للغابات ولها تأثير كبير في الغطاء الارضي والتنوع الحيوي والنظم البيئية الخارجية و المناخ ،تساعد كل من عرة التضاريس وارتفاع درجة الحرارة في الصيف وسرعة الرياح وتقلب اتجاهاتها وتوفير المواد القابلة للاشتعال.

كما تعرف ايضا حرائق الغابات هي اندلاع النيران في الغطاء النباتي نتيجة لعوامل مختلفة، ينجم عنها السنة لهب وحرارة شديدة وضوء ودخان كثيف².

وتعرف ايضا حرائق الغابات هي حرائق غير مخطط لها غير المنضبط في البيئات البرية وهو امر دعائي للغطاء النباتي وتشكل حرائق الغابات واحدة من الحرائق الرئيسية اضطرابات في العديد من النظم البيئية³.

وتعد الحرائق الغابية من بين المشاكل الطبيعية الرئيسية التي تطال الغابات في كافة انحاء العالم وتشكل في العديد من البلدان و المناطق وبالرغم من الجهود المبذولة في مجال الوقاية والاحماد الا انه اصبح من المعتاد حدوث حالات حرائق غابية تتفاعل في غالب الاحيان مع التجمعات والبنى الحضرية مما يهدد سلامة المواطنين⁴.

المطلب الثاني: العوامل والاسباب المؤثرة في الحرائق:

من بين السبب و العامل الذي يحدد هذا الخطأ في اشارة الى درجات الحرارة المرتفعة، وجود شجيرات جافة، او جفاف او تكوين الغطاء النباتي ومن بين العوامل التي تتدخل فيها ويتأثر حدوث حرائق الغابات وحجمها وشدتها وسلوكها في المقام الاول لثلاثة العوامل حمود الوقود، وتضاريس المكان والظروف، الارصاد الجوية اذ اعتبرت جميع المواد النباتية قابلة للاحتراق ، فمن المحتمل ان تحترق عند تعرضها لها⁵ من اسباب المؤدية الى حدوث حرائق الغابات.

1- ابراهيم الخليل طيبي، "تحليل ونمذجة الاخطار الطبيعية الكبرى في ولاية البليدة"، مقارنة استعمال تقنيات الجيومانتيك ، اطروحة الدكتوراة ل.م.د في الجغرافيا مدن وحاكمه اقليمية ، جامعة مصطفى بن بولعيد باتنة 2021ص21
2- بدوي رهيان ،محمد احمد، الظواهر الطبيعية نحو بناء ثقافة الوقاية من كوارثها في البلدان العربية ، مكتب اليونسكو الاقليمي بالقاهرة 2006 ص59

3 -ciencia para las politicas publicas tncedios forestales crisaticnic santin – javiec madrigal-xin cerdia julipausas sciencece4 policu p14

4- ادوارد بلانا باك واخرون، الحرائق الغابية دليل موجه للاعلاميين والصحفيين، 2016 ص03

5-incendios forestales en forestales en espaina su inpecto sobre medio ambienter la econiay el emleo diagen ostico y propuestas 2006 p22

- الاسباب الطبيعية: يقصد بظواهر الطبيعية التي تتسبب في تشوب الحرائق الظواهر الناتجة بشكل قدري دون تدخل من الانسان، وتتسم الظواهر الطبيعية المؤدية الى الحرائق بضخامتها وعدم توقع توقيت حدوثها على الرغم من ان الانسان يسعى دائما الى ايجاد الوسائل التكنولوجية التي تمكنه من التنبؤ بوقوع مثل تلك الظواهر حتى يتخذ الاحتياطات اللازمة للحد من أخطارها¹، وتتفاعل مع العناصر الآتية:

- نوع الأشجار: يلعب دورا كبيرا في سرعة انتشار حرائق الغابات و تختلف انواع الاشجار فيما بينهما من حيث انتشار الحريق فبينهما نجد الانواع المحبة للضوء من الابريات بزيتها الطيارة تحتوي على مواد صمغية في اوراقها الابرية وخشبها وتسمح بنمو الاعشاب تحتها كما ان قابلية تجديد اوراقها تكون قليلة لذلك فأنها تكون معرضة للحريق اكثر من الانواع المتساقطة الاوراق².

2- عمر الأشجار: يتلف الحريق المناطق التي تحتوي على الشتلات والاشجار الفتية ثم الأشجار ذات الاغصان اليابسة والاشجار المتدنية الى السطح ، كما تتأثر الأشجار والغابات المعمرة بالحرائق بدرجة اقل من غيرها لقلّة تراكم بقايا الاغصان اليابسة تحتها³. كما تحدد طبيعي غابات منشأة يتجدد طبيعي مع تدخل خرجي معتمد من قبل الانسان ، ان مصدر البذور او التجديد النباتي هو طبيعي ، فهي اذن غابة طبيعة يتدخل بشري ، وهي ليست غابة من صنع الانسان وحده ولا هي غابة من صنع الطبيعة وحدها⁴.

3- العامل البشري: يعد العامل البشري سبب حاسما ويجب ان نضع في الحسبان انه حتى في وضع مثالي خال تماما من امكانية اندلاع الحرائق التي يتسبب فيها الانسان اما عمدا او بسبب التقصير⁵.

قد تتحول من نعمة الى نقمة عندما يلحق الاذى بالموارد البيئي ويتسبب في تلوينه ومعظم هذه الانشطة النشاط الزراعي في الغابة مثل جني العسل باستعمال الدخان والمقاصة واشعال النار الرعوية وحرق النبات.

- النشاطات الصناعية و الحرفية مثل حرق النفايات والشرر الناتجة عنها.

- ترك بقايا السجائر والرماد المشتغل عند خروج لنزهات والترفيه⁶.

- حرائق متعمدة: وهي التي يتم اشتغالها بتوافر شرطي الجنائية وهي الفعل الجنائي والقصد الجنائي وتتعدد طرق ارتكابه واهدافه.

1- هشام طه، مرجع سبق ذكره ص 11.

2- على بن عبد الله الشهيري ، " اساليب التدابير الميدانية لمواجهة الحرائق الغابات " ، الرياض ط1 ، 2011، ص 26.

3- مريم حجلة ، "حرائق الغابات بين تأثير العوامل المناخية و تداعيات الجريمة البيئية " ، مجلة سوسيوولوجين ، المجلد الثاني، العدد2 ص69.

4 - مجموعة عمل الانتوساي حول الرقابة البيئية حول الرقابة على الغابات ، " دليل الاجهزة العليا للرقابة " ، ترجمة ديوان المحاسبة بالمملكة الاردنية الهاشمية 2010 -2011 ص18.

5- ادوارد بلانا واخرون، " النار و الحرائق الغابوية بمنطقة البحر المتوسط تاريخ علاقة بين الغابات و المجتمع حمس الاساطير و حقائق لمعرفة المزيد " 2016 ص 70.

6- مريم حجلة، مرجع سبق ذكره ص 70

ونجد ايضا حرائق عرضية: وهي التي تحدث لأسباب خارجية عن قدرة البشر ولا يمكن ردها كالحرائق التي تحدث بسبب الصواعق او الامطار وغيرها وهناك ايضا حرائق غير محددة السبب: وهي مالم يتم تحديد سبب اشتغالها وتصنيفه تحت أي من الاصناف السابقة¹.

- سرعة الرياح و اتجاهاتها : تساعد قوة الرياح على انتشار اوسع للحرائق وتدفع السنة اللهب قدما وتنشر الحرارة.

- الوضع الطبوغرافي: تنتشر الحرائق في المنحدرات بشكل اسرع من انتشارها في الاراضي المتوسطة².

كما توجد اسباب اخرى نذكر منها:

- غياب المحددات التصميمية لتلاقي تحقيق اثر الحريق او التحكيم فيه وحصره في اضيف نطاق ممكن.

- استخدام مواد البناء القابلة للاشتغال دون اتخاذ الاحتياطات اللازمة لوقايتها من النيران.

- ضعف الكفاءة المسؤولين عن مكافحة الحريق وقلة تدريبهم و درايتهم باساليب الامن الصناعي³.

المطلب الثالث: انواع الحرائق

حيث تصنف الحرائق الى اربعة انواع:

حرائق النوع الاول: وهي التي تنشأ في المواد الصلبة التي تكون غالبا ذات طبيعة عضوية كالورق والخشب والاقمشة وغيرها من الالياف النباتية وهي عادة تحترق على هيئة جمرات متوهجة ، وتتميز بتن هذه غالبية هذه المواد سامية ويسهل عليها ان تنتشر الماء بما يؤثر على تبريدها من الداخل لذلك يعتبر الماء اكثر الوسائل ملائمة لاطفاء هذا النوع من الحرائق⁴.

حرائق النوع الثاني: هي حرائق الاجهزة و التركيبات الكهربائية الحية مثل المحولات الاجهزة الكهربائية ويعني ذلك ان تتم عمليات مكافحة في اثناء توصيل التيار الكهربائي، لكن اذا امكن فصل التيار الكهربائي يتحول الحريق الى حرائق المجموعة.

الحرائق النوع الثالث: وهي حرائق المعادن التي تتميز بالحرارة الشديدة جدا والتي تشكل خطرا جسيما وتحتاج الى دقة ومهارة عالية للتعامل معها وقد تسمى بالحرائق الشاذة نظرية⁵ نظرية

1- فهد بن ابراهيم المرشد، "المهارات التحقيقية في الحوادث الحريق العمد" - دراسة مسحية على ضباط التحقيق في مدينة للرياض ، رسالة الماجستير في التحقيق الجنائي الرياض 2004 ص 19

2- رياض دراوشة ، محمد داوود، "الظواهر الطبيعية نحو بناء ثقافة الوقاية من كوارثها في البلدان العربية" ، دمشق ، الجمهورية العربية السورية 2009 ص 60

3- سمير السيد احمد - "دراسة لطرق الحماية و الوقاية من اثار الحرائق في المباني" 2024/03/25 ، 15:15

4- https://jaes.journals.ekb.eg/article_266228_6d5d4f3d0a1a9e213666eb288e79b49d

الجمهورية اليمنية رئاسة الجمهورية، المركز الوطني للمعلومات للحرائق، 20/03/2024 ، 18:21

5- <https://www.yemen-nic.info/procesafe/bales/Fires>

منظمة العمل الدولية ، "دليل المبادئ الاساسية للسلامة و الصحة المهنية في البيئة العمل" ، ط1 2016 ص 37

الحرائق النوع الرابع: وهي الحرائق التي تحدث بالوسائل او المواد المنصهرة قابلة للاشتعال¹.

وتقسم المادة الى كميات صغيرة لتجويح النيران والسيطرة وتتضمن الحرائق التي تنشب في المواد الصلبة المنصهرة، وذلك النوع ينتج كمية كبيرة من الحرارة منها الزيوت والشحوم النباتية و المواد البترولية².

- حريق سطحي: اذا انتشرت بشكل افقي على سطح التضاريس اذ بدأت بشكل سطحي ينتشر نحو قمم الاشجار اذا كانت موجودة بالقوة اذ تؤثر بشكل خطير على النظم البيئية ويدمرها³ حريق الارضي: وفي هذا النوع من الحريق تبدأ النار في الغابات العشبية و الفروع المائلة للاشجار القريبة من سطح الارض وجذور الشجر وينتشر هذا الحريق بسرعة بطيئة وبشكل دوائر ، ويمكن السيطرة على هذا النوع من حرائق بسهولة عندما تتوافر الطرق المؤدية الى موقع الحريق وغالبا ما تكون خسائره قليلة⁴.

- الحريق التاجي : ويؤكد النجار ان هذا النوع من احتر انواع حرائق الغابات حيث يبدا غالبا بالحريق السطحي، ثم تنتقل السنة اللهب الى رؤوس الاشجار عند بلوغ شدة الحريق حدا معيناً، ومما يزيد من صعوبة هذا النوع وخطورته صعوبة الوصول الى المنطقة المشتعلة وخاصة الاشجار الطويلة ، ويزيد من سرعة انتشار الحريق سرعة الرياح والطقس الجاف⁵.

المبحث الثالث: ماهية المواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الاول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

عملت هذه المواقع على انهاء العديد من المفاهيم الاعلامية والاتصالية التي كانت سائدة في مجال الاتصال والاعلام وبخاصة الجماهيري كمفهوم حارس البوابة واحادية مصدر الرسالة الاعلامية وهرمية الاتصال واخذت بعض المفاهيم الجديدة واضطلعت بادوار ومهام جديدة⁶.

حيث يطلق مصطلح الشبكات الاجتماعية على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت التي ظهرت مع الجيل الثاني للويب تتيح التواصل بين الافراد في بيئة المجتمع افتراضي بجمعهم وفق مجموعات اهتمام او شبكات انتماء ، ويتم هذا كله عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل ارسال الرسائل او اطلاع على الملفات الشخصية للآخرين، ومعرفة

1- دورات الامن، "السلامة والصحة والمهنية" ، دورة استراتيجيات ادارة مخاطر الحرائق ، الوقاية السيطرة ، رصد المخاطر وتحليل الحوادث ص 03

2- هشام طه سليم خبير ادارة الازمات والكوارث ، "اسباب وانواع الحرائق واساليب الاطفاء" ص64

3- roberto gerrantes martinez incendios forestales en el estado de méxico y sus emisiones a la atmosfera ,secretaria del medio ambiente , direccios general de preevencion ycontrol delacontaminacion, atmosferica,2019P 17

4- على بن عبد الله الشهيري ، "اساليب التدابير الميدانية لمواجهة حرائق الغابات" ، ط1، 2011، ص 23

5- نفس مرجع ص23

6- حلمي خضر ساري ، "التواصل الاجتماعي الابعاد والمبادئ و المهارات" ، ط1، عمان دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع 2013 ص 104

اخبارهم؛ المعلومات المتاحة للعرض¹ وتعتبر مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة لتبادل الافكار والمعلومات و المعارف وتنمية المهارات و الافكار الابداعية مما يؤدي الى تنمية المجتمعات وتطوره².

وتعد شبكات التواصل الاجتماعي من اكثر مواقع التي يستخدمها الانسان في الآونة الاخيرة لما لها من مميزات وانتشار وتفاعل ، وتستخدم للتعبير الحر عما يراه الانسان، وتساعده على الاشتراك مع الاخرين في نفس الافكار او تشجيع فكر معين او رأي معين او تقديم مجال اهتمام واحد³.

وتعرف شبكات التواصل الاجتماعي هي صفحات الويب الموجودة على الانترنت والتي تسهل التواصل والتفاعل النشط بين الاعضاء المشتركين فيها عبر مختلف مناطق العالم، كما يشير الباحث عبد الوهاب بوخوفة الى ان مفهوم الاستخدام يقتضي اولا الوصول الى التقنية او الوسيلة بمعنى ان تكون متوفرة ماديا ثم تأتي بعد ذلك العوامل الاجتماعية والفردية التي تعمل على تشجيع الاستخدام او تعمل على اعاقته⁴.

ويعرف زاهر راضي مواقع التواصل الاجتماعي منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الالكتروني مع اعضاء اخرين لديهم الاهتمامات والهويات نفسها

ويشير ايضا الى الطريق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الاصغر من الناس بإمكانية الانتقاء والتجمع على الانترنت وتبادل المنافع والمعلومات وهي بيئة تسمح لأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم الى العالم اجمع⁵.

وتعرف ايضا على انها منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الالكتروني مع اعضاء اخرين لديهم الاهتمامات نفسها او جمعه مع اصدقاء الجامعة او الثانوية⁶.

وتعتبر مواقع التواصل الاجتماعي المنظومة الالكترونية الاكثر استخداما و انتشارا في العالم وعلى الرغم من ذلك الا ان انها لم تأخذ نصيبها الاكاديمي من قبل الدارسين المهتمين بدراسة وتشريح هذه الظاهرة ، حيث عرف مصطلح شبكات التواصل الاجتماعي تداخل الآراء والاتجاهات في دراسته حيث عكس هذا المفهوم التطور التقني الذي طرا على

1- حسين محمود هتيمي ، العلاقات العانة وشبكات التواصل الاجتماعي، ط1 ، دار اسامة للنش والتوزيع ، الاردن ، عمان 2015 ص87

2- عيسى بن سليمان الفيقي، "برامج التواصل الاجتماعي"، 1432هـ ص 05

3- محمد عبد المنعم توفيق ميمي ، "شبكات التواصل الاجتماعي" ، مجلة كلية التربية جامعة عين شمس، العدد الرابع والعشرون الجزء الثاني، 2018ص21

4- نور الهدى عبادة، "شبكات التواصل الاجتماعي و العلاقات الاجتماعية" : الفرص والتحديات ، الساوره للدراسات الانسانية والاجتماعية جامعة الجزائر 03 العدد02 مارس2016 ص151-152

5- بدون أسم، " اثر وسائل التواصل الاجتماعي على سلوكيات وقيم الشباب من منظور التربية الاسلامية" ،مجلة كلية التربية، جامعة الازهر، العدد 199 الجزء الثالث2016 ص235

6- ليليا شأوي، " استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية السياسية بحق الشعوب في تقرير مصيرها" - دراسة في اقبال الطالب الجامعي الجزائري على موقع فيسبوك في تقصي اخبار القضية الفلسطينية ، مجلة التطوير العلمي .

استخدام التكنولوجيا واطلق على كل ما يمكن استخدامه من قبل الافراد و الجماعات على الشبكة العنكبوتية العملاقة¹.

عرف ميشيل فورسيه الشبكات الاجتماعية هي مجموعة من الروابط بين مجموعة من الجهات الفاعلة يمكن تنظيم هذه المجموعة مثل شبكة بين الاصدقاء² وتعرف على انها مواقع الويب التي تسمح بإنشاء الملف الشخصي ورؤيته العلاقات بين المستخدمين ، التطبيقات المستندة الى الويب والتي توفر وظائف المشاركة والعلاقات والمجموعة والمحادثة و الملفات الشخصية³.

المطلب الثاني: خصائص المواقع التواصل الاجتماعي

الشبكات الاجتماعية هي مواقع الالكترونية التي تتمتع بالخصائص الفريدة بها - المشاركة: وسائل المواقع الاجتماعية تشجع المساهمات وردود الفعل من الاشخاص المهتمين حيث انها تطمس الحط الفاصل بين وسائل الاعلام والجمهور⁴.
- التفاعلية: في شبكات التواصل الاجتماعي الاتصال متعدد الاطراف يتم من خلاله تبادل الادوار بحيث يصبح لكل طرف القدرة على تعبير بحرية و التأثير على عملية الاتصال في الوقت والمكان الذي يناسبه.

الشمولية: تسمح شبكات التواصل الاجتماعي من خلال نظمها الرقمية بنقل البيانات على شكل نصوص وكتابات كما في تويتر والفييس بوك اضافة الى الصوت و الصورة والرسم المتاحة بقدر عالي من الدقة كما في اليوتيوب والانستغرام⁵.

- سهولة الاستعمال: انها تستعمل الرموز والصور والاصوات والنصوص في ان واحد والتي تستعمل للمستعمل للتواصل مع القراء وغيرها من الاستعمال والتفاعل معها فضلا عن استعمالها للحروف وبساطة اللغة.

- التوفير والاقتصادية: استعمالها ادى الى الاختزال في الزمان والمكان فضلا عن الاقتصاد الكبير في الجهد والمال المبذول ، ففي ظل مجانية الاشتراك و التسجيل في تلك المواقع ، صار بإمكان اي فرد امتلاك حساب خاص به على المواقع الاجتماعية⁶

1- سامية ابراهيم، "تأثير الاتصال عبر مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية للأسرة الجزائرية من وجهة نظر اساتذة العلوم الاجتماعية في جامعة او البواقي وتبسة"، مجلة الرسالة للدراسات الاعلامية ، المجلد 02 العدد08، 2018 ص 113

2- louafi noor el houda , analyse des réseaux sociaux et détection , mémoire de fin d'étude master , faculte de mathématiques, d'informatique et des sciences de la matière département d'Informatique 2019 p28

3- review of social network sites : definition experience and application p33

4- خالد يوسف المقدادي ، "الثورة الشبكات الاجتماعية، ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وابعادها التقنية" ،

الاجتماعية، الدينية، والسياسية على الوطن العربي و العالم ط1 دار النفائس للنشر والتوزيع - الاردن، 2013 ص 36

5- كريمة بن صغير، "واقع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية لدى طلبة الجامعيين" ، نجلة

الجزائرية للابحاث و الدراسات ، جامعة قالمة ، الجزائر ، المجلد5 العدد02 ، 2022 ص 409-410

6- احمد كاظم حنتوش، "مواقع التواصل الاجتماعي و دورها في قطاع التعليم الجامعي"، جامعة القاسم الخضراء

2017ص206

المطلب الثالث: يمكن ذكر اهم المواقع التواصل الاجتماعي

1- الموقع الفيس بوك: يعد من ابرز مواقع التواصل الاجتماعي التي ظهرت في هذا العقد من القرن الواحد والعشرين، والذي يتم عن طريقه وضع صفحة شخصية تحدد هوية الشخص ويتم التواصل و التعارف مع جميع المشتركين في هذا الموقع لنقل المعارف والاطار، ومؤسس الموقع مارك زوكربيرج حيث يوفر الفيس بوك واجهة سهلة الفهم، وهو ما يسمح له باجتذاب الاشخاص من جميع الاعمار، وهو سهل الادارة وغني بأدوات المساعدة بالنسبة الى الاشخاص الاقل معرفة تقنية¹

2- تويتر: هو احدى شبكات التواصل الاجتماعي التي انتشرت في السنوات الاخيرة ، ولعبت دورا كبيرا في الاحداث السياسية في العديد من البلدان وهو خدمة مصغرة تسمح للمفردين ارسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى 140 حرفا للرسالة الواحدة ، ويحور للمرء ان يسميها نصا موجزا مكثفا لتفاصيل كثيرة ، ويتنافس مستخدموا التويتر بعدد المتابعين لفهم كما تتيح شبكة تويتر خدمة تدوين المصغرة بإمكانية الردود والتحديثات عبر البريد الالكتروني وكانت ميلاد هذه الخدمة عام 2006 واستخدمت لها اسما خاص بها يطلق عليه تويتر وذلك في افريل 2007².

والذي يدرج غالبا في قائمة الشبكات التواصل الاجتماعية الاساسية هي في الواقع وسيلة اعلام اكثر من كونها شبكة اجتماعية منذ دعوتها ليس لربط مستخدميها ولكن لتطوير التفاعلات حول المحتوى.

3- اليوتيوب: موقع الكتروني يسمح ويدعم نشاط تحميل وتنزيل ومشاركة الافلام بشكل عام ومجاني، وهو يسمح بالتدريج في تحميل وعرض الافلام القصيرة من افلام عامة يستطيع الجميع مشاهدتها الا افلام خاصة يسمح فقط لمجموعة معينة بمشاهدتها³ وقد تم اطلاق نسخة تجريبية منه في شهر ايار من عام 2005 وفي شهر تشرين ثاني من نفس العام تم اطلاق النسخة الرسمية منه، وانتشر استخدام هذا الموقع انتشارا مذهلا في شتى بقاع العالم بسبب ميزة قصيرة مدة الفيديو على هذا الموقع مقابل المادة التلفزيونية الطويلة نسبيا والتي قد لا تتناسب مع السرعة التي هي سمة هذا العصر، وموقع اليوتيوب لديه عديد من مزايا فيها جعل امكانية توثيق الاحداث بتفاصيلها ممكنة، يتيح امكانية اعادة المشاهدة لمرات عديدة وحسب الطلب، اضافة امكانية مشاهدة الفيديوهات الخاصة⁴

1- لحو فطوم ، نهار خالد وليد، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في نجاح استراتيجية الترويج لدى المؤسسات" - دراسة لصفحة مؤسسة الاتصالات الجزائرية موبليس عبر موقع الفيس بوك ، مجلة ادارة الاعمال والدراسات الاقتصادية ، جامعة وهران ، المجلد الرابع ، العدد 03، 2018، ص321التخزين

2- عبد الرحمان بن ابراهيم الشاعر، "مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الانساني"، ط1، دار للنشر والتوزيع ، عمان 2015 ص 46

3- خالد غسان يوسف المقدادي، مرجع سبق ذكره ص43

4- على خليل شقرة ، "الاعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي" ، ط1 دار اسامة للنشر والتوزيع الاردن- عمان 2014، ص 94

4 - ماي سبيس : هو موقع يقدم خدمات الشبكات الاجتماعية على الويب تقدم شبكة تفاعلية بين الاصدقاء المسجلين في الخدمة بالاضافة الى خدمات اخرى كالمدونات ونشر الصور والموسيقى و مقاطع الفيديو و المجموعات البريدية وملفات المواصفات الشخصية للأعضاء المسجلين¹.

5- موقع قوقل بليس: هي شبكة اجتماعية مثل موقع الفيس بوك و التويتتر حيث تكون عملية التواصل اكثر سهولة حيث تم اطلاق موقع في 2011 واصبح كل من يتعدى 18 عام له الحق في انشاء صفحة على قوقل بليس، حيث يتميز بسعة التخزين غير محددة على الموقع².

6- الاستغرام: يسمح للناس باكتساب النفوذ من خلال التدوين الفايسبوك يتيح المشاركة في المجتمعات بينما يوفر تطبيق WHAT APP ميزات المكالمات ورسائل نصية مجانية³. حيث تعتبر كافة وسائل الاعلام الحديثة اهم وسيلة من وسائل التأثير الجماهيري وقد لعبت دورا في حياة المجتمعات الانسانية بمختلف اماكن العالم حيث ان وسائل الاعلام لها القدرة على تشكيل عقول و افكار الافراد وتوجيه

1- اسامة غازي المدني، "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية"، جامعة او القرى نمودجا مجلة الاداب و العلوم الاجتماعية، جامعة السلطان قابوس، 2015 ص 400
2- جمال كانون، "دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم وترفيه الاراء منظمات المجتمع المدني في الجزائر" – دراسة ميدانية لعينة من المجتمعات بولاية ورقلة نمودجا اطروحة دكتوراه العلوم تخصص علوم الاجتماع السياسي، جامعة الجزائر 2016، 02 ص 124

4- history of media . " areview of literature student name" .university course . name date p22

الفصل الثاني: دور الحملات الاعلامية حول التوعية من مخاطر حرائق الغابات عبر مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الاول: المحاور التي تتبناها الحملات الاعلامية لتوعية بحرائق الغابات
المطلب 01: المحاور و الاسس التي تتبناها الحملات الاعلامية لتوعية من مخاطر حرائق الغابات

المطلب 02: اهمية الحملات الاعلامية في التوعية من مخاطر حرائق الغابات
المطلب 03: مزايا الحملات الاعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي للتوعية من مخاطر حرائق الغابات

المبحث الثاني 03: مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في توعية من مخاطر حرائق الغابات

المطلب 01: كيفية الاقناع بأهمية توعية حول حرائق الغابات عبر مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب 02: اهمية وسائل التواصل الاجتماعي في توعية بحرائق الغابات

المطلب 03: الدور الايجابي لمواقع التواصل الاجتماعي في توعية بحرائق الغابات

المبحث الثالث: دور الاعلام ووسائل الجديدة و مساهمته في التوعية حول حرائق الغابات

المطلب 01: الاعلام البيئي ودوره في بناء و تنمية الاتجاهات البيئي

المطلب 02: واقع الاعلام البيئي في الجزائر

المطلب 03: دور وسائل الاعلام البيئي في توعية البيئة

المبحث الاول: المحاور التي تتبناها الحملات الاعلامية لتوعية بحرائق الغابات تعتبر الحملات الاعلامية مفهوما حديثا يعبر عن ممارسة اعلامية ممنهجة ،يقوم توظيف وسائل الاعلام وأساليب الاتصال من اجل توجيه الجماهير الى مواقف محددة.

المطلب 01: المحاور والاسس التي تتبناها الحملات الاعلامية لتوعية من مخاطر حرائق الغابات.

يشير الباحث بايزليالي Paisley إلى أسس الحملة الاعلامية التي تقوم عليها وهي:

الاساس الاول : السيطرة الاجتماعية social control

ويرتكز على ثلاث محاور رئيسية وهي:

التعليم: يهدف الى تقديم كافة المعلومات و العناصر المرتبطة بالمشكلة

- **التدبير :** يركز على اتخاذ كافة الاجراءات الارشادية و التوجيه

- **التعزيز او التدعيم:** يقوم على اصدار القوانين و المعلومات التي تلزم الجمهور¹

اي اتخاذ كافة الاجراءات الداعمة و التأكيدية التي تدعو الى ضرورة اتخاذ التدابير اللازمة نلاحظ مما سبق ان المحورية الثاني والثالث ليسا قابلين للتطبيق في كل الاحوال، وان المحور الاول التعليم يبدو الاستراتيجية الاكثر اعتمادا او الاكثر تحقيقا لأهداف الحملة الاعلامية².

الاساس الثاني: العملية: يتضمن عمليات تخطيط الرسائل و الوسائل الاعلامية التي تتناسب مع خصائص الجمهور المستقبل لهذه الرسائل وذلك الى جانب وضع مخطط للإدارة الحملة وتقوم نتائجها³

المطلب 02: اهمية الحملات الاعلامية في التوعية من مخاطر حرائق الغابات

للحملة الاعلامية اهمية كبيرة من ناحية تطويع وتعديل السلوك الانساني في الاتجاه المرغوب فيه، ذلك ان الحملات اذا تم تخطيطها و تنفيذها من قبل الجهات المؤهلة فإنها تؤدي الى توعية الجهات المستهدفة منها استخدام السبل الصحيحة لتحقيق الاهداف المرجوة فهي تساعد على تعرف على نقاط القوة و الضعف الكامنة في قضية كما انها معينة بتصويب المسيرة الاجتماعية⁴.

يعد التغيير المستمر في البيئة المحيطة يعمل المؤسسات من الامور الداعية لتخطيط الحملات الاعلامية الرامية و تنفيذها لتحقيق اهداف مثل توعية حول حرائق الغابات⁵.

1 - سمية ام لرقاب ، "فعالية الحملات الاعلامية في مجال التوعية المرورية بالجزائر"، دراسة ميدانية بالمركز الوطني للوقاية و الامن عبر الطرق ، اطروحة دكتوراه في شعبة علوم الاعلام والاتصال ، تخصص اشهار و علاقات عامة 2021ص77

2 - رفعت عارف، الضبع مرجع سبق ذكره ص19

3- مصطفى كافي، مرجع سبق ذكره ص 27

4- جميلة قادم، "تصميم الحملات الاعلامية التوعية لمخاطر تعاطي المخدرات"، جامعة الجزائر 03، كلية الاعلام

والاتصال ، المجلد 37، العدد01، 2023ص136

5 - يوسف كافي، مرجع سبق ذكره ص 33

تعد الحملات الاعلامية وسيلة مهمة للوصول الى اكبر شريحة مهمة من الجمهور المستهدف وبتركيز عالي لأنها تراعى وسائل تلقيه ، ومناطق تواجده، واستخدام الاسلوب الامثل الذي يسهم في التأثير عليه، وتحقيق الاثر المطلوب احداثه ما يجعل من تصميم الحملات الاعلامية من اهم الخطوات التي من شأنها تحقيق النجاح لها¹.

- ظهور مشاكل او عراقيل حول مشاكل البيئية يستوجب اعداد الحملات الاعلامية.
- طرح افكار الجديدة حول موضوع يهم اغلبية افراد المجتمع من الامور التي تنشأ لها الحملات الاجتماعية².

- حيث تهدف هذه الحملة الى نشر الثقافة الوعي بأهمية الحفاظ على الثرة الغابية من الحرائق و التأكيد على اهمية الاقتداء الصارم بالسلوكيات الجيدة من خلال عدم اشغال النار ومواقد الشواء على مقربة المحيط الغابي وزراعي وكذا تفادي رمي اعقاب السجائر والمخلفات الزجاجية و عدم حرق الاعشاب بطريقة عشوائية ، الى جانب الامتناع عن اطلاق الالعاب النارية و تفادي الاشغال الخارجية المولدة للشرارات³.

حيث تنفيذ حملات اعلامية تعبر من اهم الموضوعات العلمية التي يجب ان تطرح على الساحة الاعلامية، من خلال استخدام مواقع التواصل سواء كانت لنشر افكار او معلومات او تعديل سلوكيات او تعميمها على شريحة معينة.

المطلب 03: مزايا الحملات الاعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي لتوعية من مخاطر حرائق الغابات:

وسائل الاعلام الاجتماعي وفق نظرية التسويق الاجتماعي تقوم بإثارة وعي الجمهور عنى طريق الحملات الاعلامية التي تستهدف تكثيف المعرفة لتعديل السلوك بزيادة المعلومات المرسله للتاثير على القطاعات المستهدفة من الجمهور، وتدعيم الرسائل الاعلامية بالاتصالات الشخصية، وكذلك الاستمرار في عرض الرسائل في وسائل الاتصال عندما يصبح الجمهور مهما بتكوين صورة ذهنية لربط الموضوع بمصالح الجمهور وتطلعاته⁴
عند رصد عدد من الحملات الاعلامية وجد ان الفيسبوك وتويتر واليوتيوب لا تزال تتربع على قائمة استخدامات تلك الحملات بصورة كبيرة⁵.

1- زكريا بن صغير، الحملات الاعلامية ، 2024/03/22، 46: 20
https://scholar.google.com/citations?user=_fjtd4aaaaaj&hl=ar

2 - يوسف كافي مرجع سبق ذكره ص33

3 - حرائق الغابات، "حملات توعية لكسب معرفة التحسيس و التشجير" ، الشعب 2024/03/25، 14،34
<https://www.echaab.dz/2023/07/24/حرائق-الغابات-حملات-توعية-لكسب-معرفة-التحسيس-و-التشجير-1>

4 - مهري شقشقة ، مروشي ابتسام ، "الدور التوعوي لشبكات التواصل الاجتماعي في مجال حملات الاتصال الاجتماعي ضد افة المخدرات" - نماذج لناشطين بموقع تويتر ، المجلة الدولية لاتصال الاجتماعي ، جامعة عبد الحميد بن باديس -

مستغانم، المجلد10، العدد01، 2023ص 396

5- على كنعان، مرجع سبق ذكره

اصبح بإمكانية اصال المعلومة بقضايا متعددة بسرعة متوفرة لدى الجميع حيث هذه الادوات متاحة لدى الجميع في كل توعيات وهذه الحملات يجب ان تقوم بوضع استراتيجيات من اجل ان تكون مفيدة وقابلة على التغيير¹.

حيث يسهل العمل عند قيام بنشر فيديوهات على تويتر و يوتيوب وغيرها من المواقع لتوعية بأهمية حرائق الغابات يتشكل فيها رأى العام وتنطلق حملات ويكون هناك تثير ثم تغيير هذه القضايا اصبحت اكثر تأثير و سهولة و صول وقدرة على المخاطبة لقد اهتمت حملات التوعية غير المنضبطة التي تقدم النار على انها العدو لمحاربتة بكل الوسائل المتاحة ، اثبتت هذه الحملات فعالة للغاية ، بمعنى انها جعلت من الممكن تقليل عدد الحرائق و اشتغالها.

الوعي بضرورة حماية الغابات من الحرائق الكارثية². نرى ان الحملات الاعلامية عملية اتصالية ضرورية في المجتمع قد يقوم بها افراد هيئات مؤسسات الى غير ذلك بهدف نشر قيم معينة او حفاظ عليها او تعديل سلوكيات معينة فيجب على حملات التثقيف والتوعية ان تستخدم وسائل متعددة للوصول الى الجمهور المستهدف لتوصيل رسائل تستند الى الادلة حيث حملات اعلامية عبر وسائل الاعلام الجديدة يكمن ان يكون لها تأثير اكبر للتوعية وذلك لقدرتها على الوصول الى عدد كبير من الجماهير.

1- محمود حربيات، مختص في اعلام الاجتماعي <https://m.ahewar.org/s.asp?aid=536910> ،2024/03/23

12:47

2- efirecom la communication sur les risques dimcendie de foret rocommandti ons operationnelles rom l'amélioration sociale2016 p11

المبحث الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في توعية بأهمية حرائق الغابات تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي اداة محورية من بناء منظومة فكرية متجددة وتفاعلية تزامنت مع تطورات البيئية الاتصالية التي تواجد فيها الفرد داخل النسق الاجتماعي واتضح تأثيرها خاصة بعد تداعيات انتشار ظاهرة حرائق الغابات في الجزائر والذي يتضمن التوعية من مخاطر انتشار و يستفيد من المضامين التوعية حول حرائق الغابات

المطلب الاول: كيفية الاقناع بأهمية توعية حول حرائق الغابات عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

لإقناع بأهمية توعية حول حرائق الغابات تعتمزم المديرية العامة للحماية المدنية اطلاق حملات توعية تمتد على مدار ازيد من اربعة اشهر و تركز على العمل الوقائي الميداني، لتحسيس المواطنين بمخاطر حرائق الغابات و المحاصيل الزراعية عبر كافة ولاية الوطن بالإضافة الى تكوين الفلاحين في مجال الوقاية من اندلاع الحرائق التي تهدد محاصيلهم و كيفية التعامل معها بالإضافة الى استغلال مواقع التواصل الاجتماعي من خلال بث ومضات اشهارية حول التحسيس بخطورة حرائق الغابات والمحاصيل الزراعية¹

- التركيز على تنمية الجانب الايماني عند الانسان اذ ان الجانب يؤكد على ضرورة تعامل الانسان مع البيئة من منطلق ايماني خالص يربي الانسان على اهمية احترام هذه البيئة وحسن التعامل مع مكوناتهم والحرص على عدم تدمير مواردها.

- العناية بتوفير المعلومات و الحقائق البيئية الصحيحة، و العمل على نشرها و ايصالها بمختلف الطرائق والوسائل التربوية والتعليمية والاعلامية والارشادية لجميع افراد وفئات المجتمع حتى تكون في متناول الجميع بشكل مبسط وصورة سهلة وميسرة².

المطلب 02: اهمية وسائل التواصل الاجتماعي في توعية بحرائق الغابات

يعتبر موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك باعتباره اكثر المواقع شعبية، محركا لخلق رأي العام و بناء اتجاهات عملية و صياغة و اقتراح حلول و يوسع الاعلام الجديد التفاعلي ان يتجاوز تدني اهتمام وسائل الاعلام بالبيئة ، فيمكننا ان نلجأ الى الفيسبوك والتويتر والمدونات لنقل مخالف الرسائل و يمكننا ان تساهم في ارسال الاف الرسائل الالكترونية للصحف و الاذاعات ومواقع الانترنت، نتحدث عن البيئة وتطالب بمناقشة قضاياها، منه تتحول مواقع التواصل الاجتماعي الى احد وسائط الضغط والمطالبة بتنفيذ القوانين واصلاح الخلل³.

- تكنولوجيا حديثة باتت يوم وسيلة فعالة لترويج لمختلف قضايا المجتمع بما فيها مشاكل البيئة التي اصبحت هاجسا يعيق شعوب عبر مختلف اقطار العالم وتنمية الوعي وثقافة

1- وكالة الانباء الجزائرية، "استراتيجية استباقية لمواجهة حرائق الغابات خلال موسم الصيف" <https://www.aps.dz/ar/societe/143121-2023-05-02-10-55-18>، 15:25، 2024/03/25

2- ندى بوجاجة ، "وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التوعية البيئية و تحقيق تنمية المستدامة"، موقع الفيسبوك نموذجاً، المجلة العربية للارشيف و التوثيق و المعلومات س23ع46، 2019، 399

3- سارة دربال ، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي المستدام و التوعية بقضايا التنمية المستدامة" ، جامعة تيسة ، الجزائر ، مجلة العلوم الانسانية لجامعة ام البواقي ، المجلد 6، العدد02، 2019ص303

البيئية عبر هذه المواقع ضرورية، وهي ضرورية لمحافظة على البيئة في قضية تمس اطراف المجتمع¹.

- باتت وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل واضح على صناعة الرأي العام، بل وحتى في مجرى الامور في الواقع بسبب انية البث التي تتمتع بها و انتشارها الواسع بين الجماهير ومثال على ذلك حرائق الغابات في فصل الصيف المنقضي ، حيث اسهمت وسائل التواصل في تجند المواطنين وبث الروح التضامنية²

اصبحت وسائل التواصل الاجتماعي جزء اساسيا من حياتنا اليومية فهي تستخدم التواصل مع الاصدقاء والعائلة ومشاركة المعلومات والتعبير عن الرأي وفي وقت الكوارث والازمات الطبيعية، يمكن ان تلعب وسائل التواصل الاجتماعي دورا هاما في مساعدة الناس على البقاء على اطلاع بالأحداث والحصول على المساعدة والتواصل مع الاخرين³.

حيث اكدوا ان اهتمام الشباب و المواطنين بمواقع التواصل الاجتماعي ساهم في تجسيد وانجاح عدة حملات بيئية خاصة بتوعية وتحسيس انعكس بشكل ايجابي على البيئة، حيث ان حملات التنظيف البيئية التي باتت تأخذ حيزا كبيرا في مواقع التواصل الاجتماعي حيث ان الوسائط الاعلامية الجديدة فرضت نفسها بقوة امام وسائل الاعلام الاخرى، واصبحت تساهم بشكل كبير في توعية وتحسيس الجمهور بالقضايا والمشكلات البيئية⁴.

كما ان وسائل الاعلام الجديدة اتاحت لفئات جديدة امكانية ممارسة دورها في نشر الوعي البيئي و لفت الانتباه الى القضايا البيئية وبرزت على شبكات التواصل الاجتماعي وعلى راسها فيسبوك ويوتيوب وتويتر، عدد من القنوات والصفحات التي تطرح قضايا **ومشكلات** بيئية ومشكلاتها والدعوة الى نشاطات وحملات تطوعية وتكوين الوعي البيئي لدي المستخدمين⁵.

وعلى اعتبار ان الفيس بوك يعد من بين الوسائل الفاعلة في تمكين دور الاعلام البيئي الالكتروني، فانه يستطيع في البيئة الجديدة ان يقوم بأدوار اساسية في حملات التوعية الاعلامية وهذا يأتي بنشر ثقافة التنمية المستدامة، خاصة اذا تم توظيفها ضمن منظومة الوسائل الاعلامية للحملة التوعوية وذلك لخصائص الكبيرة، ان الاعلام ووسائط الجديدة

1- الاخبار الوطنية ، "الثقافة البيئية من منظور مواقع التواصل الاجتماعي"

<https://www.youtube.com/watch?v=5idc5jmqxya>

2 - ياسين عبوبو ، جريدة النصر

<http://www.annasronline.com> 24/03/2024, 17 :20

3- محمد صلاح ، "الوجه الاخر لوسائل التواصل الاجتماعي وقت الازمات و الكوارث الطبيعية"، 2024/03/25،

<https://ae.linkedin.com/pulse/topics/home/?trk> 14: 21

4- مختصون يؤكدون: "مواقع التواصل الاجتماعي فاعلة في نشر الوعي البيئي"

<https://www.el-massa.com/dz/المجتمع/مواقع-التواصل-الاجتماعي-فاعلة-في-نشر-الوعي-البيئي/>

25/03/2024, 14 :21

5- زاهر هاشم، "الاعلام الالكتروني وقضايا البيئة و التنمية"

<https://www.envnews.com/indepth/articles/25069/html-الاعلام-الالكتروني-وقضايا-البيئة-وال>

يتصدى لمختلف المشاكل التنموية ويسهم في حلها بأسس علمية من خلال تحقيق العديد من الاهداف

- خلق وزيادة الوعي بقضايا البيئة
- امداد الفرد بالمعلومات المختلفة عن القضايا البيئية
- تغيير الاتجاهات السلبية للفرد نحو البيئة¹.
- يمكن اشترك الاعداد الكبيرة من المستخدمين في القضايا البيئية بشكل خاص وفي قضايا التنمية المستدامة بشكل عام.

هذا يشهد الواقع الافتراضي على مساهمة هذا الموقع في الانشطة الاتصالية البيئية التوعوية، وفي الحملات التطوعية للمحافظة على البيئة وفي التحسيس بمخاطر التلوث البيئي، اذ يزخر فضاء الفيسبوك في الفترة الراهنة بالمنشورات والتوجهات والفيديوهات والمحاضرات الموجهة من الخبراء و الاخصائيين و الجمعيات و الهيئات الرسمية ومختلف شرائح المجتمع لتوعية المواطن بمخاطر هذا وبكيفية الوقاية منه².

المطلب 03: الدور الايجابي لمواقع التواصل الاجتماعي في توعية بحرائق الغابات ان وسائل التواصل الاجتماعي كونها تلغى حدود الزمان و المكان وتضم ما يزيد 58 من المائة من سكان العالم لذين يتشاركون الافكار ويتبادلون وجهات نظرهم بشكل يومي وتلعب دورا هاما في التوعية.

اعتماد على دراسات علمية لمواقع عملها لتعرف على اهتمامات الناس واتجاهاتهم وتوجيههم نحو البيئة وتركيز نشاطها المجالات الثقافية والاعلامية المعتمدة على مختلف وسائل الاعلام الحديثة، حيث تهدف الى تغيير الاتجاه نحو البيئة من سلوك سلبي الى سلوك ايجابي، اضافة الى نشر المعلومات البيئية الخاصة والعامة لكافة فئات المجتمع، اضافة الى نشر كل ما يتعلق بالتطورات البيئية و الترشيد البيئي³.

- **استخدامات الاخبارية:** اتاحت الشبكات الالكترونية نقل الاخبار حال حدوثها ومن مصادرها الرئيسية وبصياغة المرسل نفسه بعيدا عن الرقابة ما يجعلها احيانا ضعيفة المصدقية لما قد يضاف اليها مبالغت مقصودة او غير مقصودة لتحويل الخبر⁴.

تستطيع وسائل الاعلام ان تخلق انماط جديدة من الايجابية لما لها من دور محوري في تنمية المواقف، والقيم المختلفة، اضافة الى اعداد جمهور يتقبل تغير مواقفه وقيمه التقليدية وسلوكياته المضررة بالبيئة والتأثير من اجل تحسينها.

1- بسمينة بن عمار، اسماء بوطرفة، "الاعلام البيئي الالكتروني بين تحقيق الوعي البيئي و تحديات التنمية الرقمية المستدامة في البيئة الجديدة"، اوراق المجلة الدولية للدراسات الادبية و الانسانية - مخبر الموسوعة الجزائرية الميسرة- جامعة باتنة1 - الجزائر ، المجلد02، العدد02، 2020، ص78

2- وردة خلاف، الهام خرشي، " دور الاعلام الالكتروني في نشر الوعي البيئي و تحقيق التنمية المستدامة" - موقع فايسبوك نموذجا ، مجلة الدراسات القانونية المقارنة ، المجلد07، العدد01، 2021، ص905

3- نبيهة صالح السمراني ، عالم النفس، " مفاهيم وحقائق و نظريات و تطبيقات"، 2006، ص11

4- عبد الرحمان بن ابراهيم الشاعر مرع سبق ذكره ص 68

- اتاحة الفرصة للأفراد والجماعات للمشاركة الفعالة في كافة المستويات في حل المشكلات البيئية¹.

غرس الشعور بالانتماء الصادق للبيئة في النفوس و الحث على ادراك عمق العلاقة الايجابية بين الانسان و البيئة بما فيها من كائنات و مكونات وهذا بدوره كفيل بتوفير الدافع الفردي والجماعي لتعرف كل ما من شأنه الحفاظ على البيئة وعدم تعرضها².

حيث تعد حرائق الغابات من التأثيرات البيئية التي تثير اهتمام المجتمع بشكل كبير ووسائل الاعلام حيث يوفر فرصة للاشتراك ووسائل الاعلام و تشجيعها على تحسين فهمها.

- الاستخدامات الاتصالية الشخصية: هو الاستخدام الاكثر شيوعا ولعل الفكرة الاول للشبكات الاجتماعية اليوم كانت بهدف التواصل الشخصي بين الاصدقاء في منطقة معينة او مجتمع معين، وهذا الهدف موجود ويمكن من خلال الشبكات الاجتماعية الخاصة تبادل المعلومات والصور ومقاطع التوعية و تحسيس حول ظاهرة حرائق الغابات³.

المبحث الثالث:

المطلب الاول: الاعلام البيئي ودوره في بناء و تنمية الاتجاهات البيئية
يعد الاعلام البيئي احد اهم اجنحة التوعية البيئية والرقى بالوعي البيئي ونشر الادراك السليم للقضايا بين الافراد.

ويعتبر دور الاعلام هو انجح الادوار التي يمكن ان يؤديها تجاه البيئية وقضاياها لهذا فان التخطيط للإعلام البيئي الناجح لابد ان يقيم علاقة حوار بين المرسل والمتلقي بما يتضمن ايجابية المشاركة الشعبية الذي يعتبر احد الاسس الهامة لنجاح اي برنامج اعلامي بيئي.

اولا: مفهوم الاعلام :

ثانيا: مفهوم البيئة: البيئة مصطلح شائع الاستخدام في الاوساط العلمية كما يشيع استخدامه ايضا عند عامة الناس وفي ضوء تلك العمومية نجد تعاريف عديدة من اهمها:
يقصد بالبيئة كل العناصر الطبيعية الفيزيائية و البيولوجية من هواء وفضاء وماء وتربة وحيوانات و نباتات بما فيها الانسان، وتشمل ايضا على العناصر الاصطناعية التي استحدثها الانسان ووضعها لينظم حياته و يدير من خلالها نشاطاته و علاقته⁴.

ثالثا: مفهوم الاعلام البيئي:

1- سامية اسامة وزوز، "اثر الاعلام المكتوب في تنمية الوعي البيئي"، دراسة تحليلية رسالة ماجستير ، جامعة القدس ، فلسطين 2014، ص23

2- صالح بن علي ابو عراء، "اهمية تنمية الوعي البيئي وكيفية تحقيقه" . 44 : 23 ، 26/03/2024، <http://www.saaid.org/Doat/arrad/65.htm>

3- عبد الرحمان بن ابراهيم الشاعر، مرجع سبق ذكره ص 68

4 - خليفة نصير ، الاعلام البيئي ، "واقع وافاق في الجزائر" ، جامعة ابن خلدون، تيارت ،مجلة البحوث في الحقوق و العلوم السياسية ، العدد02 ، 2015ص177.

هو اعلام لا يعبر عن وجهة نظر الكاتب او المرسل، بقدر ما يعبر عن اهمية القضايا البيئية وابعادها وخطورتها وهو إعلام ذو تعبير موضوعي بحيث يقوم بطرح الحقائق البيئية بين الجماهير¹.

ثالثا: مفهوم الاعلام البيئي: هو الذي يتناول مواضيع البيئة وكيفية ممارسة الحق البيئي والحفاظ عليه، ويسلط الضوء على كافة التطورات الحاصلة في الجانب القانوني المتعلق بممارسة الحق البيئي وطنيا، اقليميا ودوليا، وعلى الجهود المبذولة من قبل الفواعل الرسمية و غير الرسمية كمؤسسات الدولة التشريعية ، التنفيذية، و الفضائية، وكذا مؤسسات المجتمع المدني لاسيما الجمعيات البيئية الناشطة محليا و اقليميا ودوليا في سبيل تطوير ممارسة الحق في البيئة سليمة ونظيفة وكذا متابعة اراء المواطنين وردود افعالهم من السياسيات البيئية وتسليط الضوء على مواطنين قصور هذه السياسات².

حيث تعتبر من بين الاهتمامات الاساسية للمنظمات الدولية في علاقتهم بالمجتمع و تهجمهم الاول في التواصل وتحتوي البيئة على محتوى البيئي يستطيع الافراد التعامل معه³.

رابعا: دور الاعلام البيئي في بناء وتنمية الاتجاهات البيئية

يستطيع الاعلام البيئي كإعلام متخصص في مجال البيئة بناء وتنمية الاتجاهات البيئية داخل المجتمع من خلال عمليات : التربية البيئية، التوعية البيئية، الثقافة البيئية

1- التربية البيئية: حيث تعدد مفاهيمها ، حيث يقصد بالتربية تلك الجهود التي تبذلها الهيئات و المؤسسات الرسمية وغير الرسمية في توفير قدر من الوعي البيئي لكافة المواطنين في مختلف الاعمار والظروف البيئية، بحيث يكون الوعي البيئي اسهاما مباشرا في توجيه سلوك هؤلاء الافراد نحو المحافظة على بيئاتهم الطبيعية والمشيدة بثتى الاساليب و الوسائل التي تمكنهم من ذلك، اذ هي مجموعة من المعارف والاتجاهات والقيم اللازمة لفهم العلاقات المتبادلة بين المتعلم وبيئية التي يعيش فيها⁴.

وتهدف التربية البيئية كمفهوم الى بناء المواطن الايكولوجي الواعي بالمشكلات البيئية التي تزداد يوما بعد يوم، خصوصا مع التطور الاقتصادي والصناعي، وتنمية الوعي بأهمية البيئة وتنمية القيم الاجتماعية ودراسة المشكلات البيئية وتحليلها ومن خلال منظور القيم تنمية المهارات اللازمة لفهم وتقدير العلاقات التي تربط بين الانسان وبيئية الطبيعية، وتهدف ايضا الى اخلاق بيئية تسعى الى ايجاد التوازن البيئي، ورفع المستوى المعيشة للأفراد

1 - نعيمة عزوق ، "دور الاعلام البيئي في ترقية الحق البيئي" - الجزائر نموذجا، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو الجزائر ، المجلد 02، العدد02 ص 45

2- hammam cyla , tdres narima , la communication environnementale via les réseausc numérique , car des association de la ville de bejaia ene vie d'obtention de master en communication de relatio, publique ,2018p23

3 - ايمان جفال ، "اتجاهات الطلبة الجامعين نحو القضايا البيئية عبر مواقع التواصل الاجتماعي" ، دراسة ميدانية على عينة من طالبة جامعة العربي التبسي - تبسة- اطروحة دكتوراه علوم في علوم الاعلام والاتصال ، جامعة العربي التبسي - تبسة 2022 ص 108

وتنمية مفهوم جماهيري بكل المعلومات الدقيقة والمستجدة بالبيئة بهدف اتخاذ القرارات السليمة فيما يخص المشكلات البيئية¹.

التوعية البيئية: تعرف بانها العملية التي يتم من خلالها تهذيب سلوكيات الافراد نحو بيئتهم وذلك من خلال نشاطات توجههم نحو التعامل السليم مع البيئة ومفردتها وكيفية المحافظة عليها من المشكلات التي تواجهها، حيث تستهدف تسيير المعرفة البيئية وكشف الحقائق المتصلة بها، بالإضافة الى توليد الحماس من اجل غرس القيم البيئية لصياغة البيئة.

- **الثقافة البيئية:** وتقصدها خلق وعي بيئي عام علو مستوى الشعوب، وتبدا من توفير مصادر المعلومات ككتب والنشرات واشتراك المثقفين البيئيين في الحوارات والنقاشات المذاعة والمنشورة².

ولعل الدور المهم للإعلام البيئي هو نشر الثقافة البيئية والرقى بالوعي البيئي من خلال الوسائل الاعلام المختلفة من اجل حماية البيئية والبحث عن سبل الحد من مشاكلها الحالية لان الانسان الذي لا يعرف بيئية سوف يدمرها وبالتالي فانه يدمر نفسه، وهنا يأتي دور الاعلام البيئي في توعية هذا الانسان، فوسائل الاعلام تضطلع بمهمة هامة تتمثل في تحريك الاهتمام الجماهيري بجرائم البيئية وبلورة رأي قادر على تصدي لها فوسائل الاعلام من اكثر المؤسسات التربوية قدرة على نشر الوعي البيئي بين افراد المجتمع³، لقد كرس قانون 10/03 المتعلق بحماية البيئة والتنمية المستدامة الحق في الاعلام والاطلاع البيئي بحيث اكد على اهمية من خلال اعتماده كمبدأ من المبادئ البيئية الذي يكون بمقتضاه لكل شخص الحق في ان يكون على علم بحالة البيئة، وقد اخص المشروع الجزائري في المسالة الاعلام والاطلاع البيئي في الباب الثاني من قانون 10/03 تحت عنوان ادوات تسيير البيئة وتتشكل من:

- هيئة الاعلام البيئي

- تحديد المقاييس البيئية

- تخطيط الانشطة البيئية لمشاريع التنمية

- نظام لتقييم الاثار البيئية لمشاريع التنمية⁴

ولذلك اصبح الاعلام البيئي دور في التغلب و التخفيف من حدة المشكلات البيئية فضلا عن دوره في تعزيز الوعي البيئي، واكتساب المعرفة ونقلها، وعلى ادراك البشرية لخطورة

4 - اميرة ايمان، "مدى مساهمة الاعلام الاخضر في حماية البيئية وترقية الحق البيئي"، مجلة وطنية للدراسات العلمية الاكاديمية، المجلد 05، العدد 02، 2022 ص 299

2 - نزيهة وهابي، "المعالجة الاعلامية لقضايا البيئية في الصحافة المكتوبة الجزائرية"، دراسة تحليلية مقارنة لصحفتي الشعب و الشروق اليومي خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي الى 31 ديسمبر 2016، اطروحة دكتوراه علوم في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، سنة 2020 ص 225

3 - الطيب عيساوي، "فعالية التكنولوجيات الاعلامية الحديثة في تنمية الوعي البيئي في الجزائر" - المواقع الاعلامية الالكترونتية

نموذجا، جامعة جيجل قطب تاسوست، مجلة المعيار مجلد 02، عدد 51، ص 556

4 - رحمانى خالد، "ممارسة الحق فب الاعلام البيئي واثره في حماية البيئة في الجزائر"، المجلة الجزائرية لاتصال، المجلد 18، العدد 02، جامعة قرطاج تونس ص 57

العبث بعناصر البيئة المختلفة، و استعدادهم للتفاعل معها فب التوعية لنشر القيم الجديدة الخاصة بحماية البيئة او الدعوة للتخلي عن سلوكيات ضارة بها، وان يكون للجامعات والشباب دور في التوعية البيئية، ويجب ان يتناول الاعلام البيئي الموضوعات التي تخص البيئة¹.

ويمكن دور الاعلام في مواجهة المشاكل البيئية عن طريق توجيه بجزارة وكثافة توعية للرسائل و المحتويات الاعلامية البيئية، وهو ما يزيد عن التنافس بين الوسائل الاخرى، اين تزداد الجمهور الجهود لتقديم محتويات اكثر لإقناع الافراد بالقضايا البيئية وضرورة حمايتها كما ان الظاهرة البيئية او المشكاة لها ابعاد نفسية اين يكون الانتباه وردود الافعال حول الحادثة لمعرفة اخر التطورات، كما يزداد الاستهلاك الاعلامي وهنا يمكن دور الاعلامي المتخصص والناجع في التغطية الحيادية للحدث دون تهويل او تهوين، والعمل على بث الطمأنينة وسط الافراد عن طريق المعالجة المنطقية².

المطلب 02: واقع الاعلام البيئي في الجزائر

تتعدد الرهانات و التحديات البيئية في الجزائر نظرا للمستويات القياسية التي بلغها الاضرار بالبيئة والذي انعكس بشكل مباشر على حياة المواطنين و على جهود التنمية بالبلاد، غير اننا سنسلط الضوء على تحديات البيئية الرئيسة الاكثر خطورة والاكثر استقطابا للجهود الرسمية من اجل معالجتها والتقليل من خطورتها، ان ولادة الاعلام البيئي في الجزائر تعد ظاهرة حديثة في الاعلام الوطني لذا كانت الكتابات حول البيئة بسيطة وغي مكثفة هذا من جهة ومن جهة اخرى نجد ان الجزائر لم تظهر فيها مشاكل بيئية خطيرة في السابق تستدعي تكثيف الجهود الاعلامية لخدمة القضايا البيئية، ولكن مع تطور الصناعة وازدياد السكان وانتشار النفايات الامر الذي ادى الى انجراف التربة والتصحر، وكل هذه المشاكل تتطلب معالجة حقيقة واقعية وموضوعية دقيقة من قبل وسائل الاعلام³.

لا يمكننا الحديث عن اعلام متخصص في قضايا البيئة في الجزائر رغم الحاجة الملحة بهذا النوع من الاعلام نظرا لتدهور البيئي الكبير الذي تشهده اذ ان جل ما يمكن ان نحصله هو تغطيات اعلامية منفردة التي تقوم بها مختلف وسائل الاعلام، المقروء والمسموعة لما قد يحصل من مشكلات بيئية⁴.

اظهرت الدراسات ان وسائل الاعلام تؤدي دورا مهما في عقلنة القضايا بسبب الطريقة التي تقدمها و تشرحها وتسهل في تحديد المخاطر وتقييمها كما ان استجابة الرأي العام لهذه

1- احمد ناجي قمحة ، "دور الاعلام في تنمية الوعي بكيفية مواجهة المشكلات البيئية من المجلة" - قضايا الديمقراطية، 01،07 ، 2024/04/06
<https://www.siyassa.org.eg/News/18404.aspx>
2 - كلثوم صدارتي ، "الاعلام البيئي كالية لحماية البيئة في ظل قانون حماية البيئة في اطار التنمية المستدامة" ، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية و الاقتصادية ، المجلد09 العدد01 ، 2020 ، ص 924
3- باديس: "دور الاعلام في نشر الوعي البيئي" ، كلية العلوم الاجتماعية و الانسانية ،مجلة البدر الحجم 08 ، العدد 03، 2016، ص92
4 - ايمان جفال ، بلخيرى رضوان ، "الاعلام البيئي في الجزائر ، الواقع و التحديات" ، مجلة الرسالة للدراسات الاعلامية ، المجلد03،العدد08،2019،ص37

المخاطر ناجمة عن تأثيرات اقتصادية و اجتماعية كما ان الاعلام البيئي هو احد اهم ادوات نشر وتعميم التنمية المستدامة القائمة على التناغم و الترابط بين البيئة وسلامتها كما يحسب للإعلام دوره في الضغط على حكومات بعض الدول للتعامل مع بعض مشكلات البيئية بما تقتضيه مصلحة المجتمع¹.

وينتضح حاليا ان الاعلام البيئي لابد ان يلعب دوره في هذه الظروف المهمة ويكون بمثابة الورقة الداعمة في ايجاد تنمية مستدامة تقوم على استغلال امثل للثروات والموارد البيئية الجزائرية، وذلك من خلال تحقيق وعي بيئي لدي الافراد ومناقشة وتحليل الخطط والاستراتيجيات المتبناة بغرض تقويمها و تعديلها او حتى تغييرها اذا تطلب الامر².

حيث تمثل الجزائر احد البلدان والدول المعينة بشكل كبير بالقضايا البيئية و مضطرة بالتالي الى العمل سريعا علة وضع خطط واستراتيجيات من المعلوم ان الدولة الجزائرية تبنت استراتيجيات عدة لمواجهة الازمات البيئية خاصة ظاهرة حرائق الغابات التي انتشرت في الآونة الاخيرة وادت الى خسائر كبيرة. ومن امثلة من معالجة اعلامية لقضايا البيئة

- صفحة الرسمية لوزارة الداخلية و التهيئة العمرانية والتي تعتبر مثل يقتدي بها لاهتمامات لقضايا البيئة من خلال حملات تحسيسية مستمرة في تلك الفترة عبر موقع الفيسبوك على مستوى التراث الوطني صفحة الرسمية لمديرية الغابات والحزام الاخضر لولاية الجزائر عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، والتي تعتبر مثلا يقتدي به لاهتمامات بالقضايا البيئية من خلال حملات تحسيسية مستمرة في تلك فترة من خلال تخصيص لها مدة لقيام بتلك الحملات لتوعية و تحسيس حول ظاهرة حرائق الغابات و كل ما يتعلق بمشكلات البيئية.

الحصيلة النهائية للحرائق المسجلة خلال موسم 2023 تم تسجيل اثنان وعشرون (22) بؤرة حريق بمساحة إجمالية قدرت بـ 03 ، هكتارات 66 آر و 20 سانتي آر (36620 م²) أغلبها أحرش وحشائش وهذا في الفترة الممتدة بين 2023/06/01 الى غاية 2023/06/31 أكبر مساحة تم تسجيلها من بؤرة واحدة كانت على مستوى غابة رمضان بلدية دويرة يوم 2023/07/18 بمساحة قدرت بـ 01 هكتار و 54 آر (15400 م²)

1 - سمير حمياز، ليدية تركي، نسمة نايلي، "الاعلام البيئي في الجزائر بين التشريع و التطبيق" ، مجلة الاناسة و علوم المجتمع ، المجلد 06، العدد 01 ص 47

2- رفيق عبد الكريم، غزالي محمد، "شبكات التواصل الاجتماعي اوعية جديدة لنشر الوعي البيئي في الجزائر" ، مجلة الرواق ، مجلد 04، عدد 01، 2018 ، ص 260

جدول يوضح بؤر اندلاع الحرائق مع المساحة المحترقة في الفترة الممتدة من 01/06/2023 الى غاية 31/10/2023.

المساحة المحترقة	التاريخ الذي وقع فيه الحريق	الغابة (المكان المسمى)	البلدية	المقاطعة الإدارية
50م ²	2023/06/17	واد غميديري	بني مسوس	بوزريعة
1500م ²	2023/06/18	سيدي منيف	زرالدة	زرالدة
100م ²	2023/06/25	بجانب غابة بن عكنون	حيدرة	بئر مراد رابيس
50م ²	2023/07/02	بحيرة رغاية	رغاية	روبية
60م ²	2023/07/10	حديقة التسلية	حيدرة	بئر مراد رابيس
1000م ²	2023/7/11	واد مزفران	معالمة	سيدي عبد الله
60م ²	2023/07/13	غابة بن عكنون (الأروية الذهبية)	حيدرة	بئر مراد رابيس
1400م ²	2023/7/17	القنطة (خارج الغابة	سيدي عبد الله	سيدي عبد الله
300م ²	2023/07/18	القرية السوداء	شراقة	شراقة
15400م ²	2023/07/18	رمضانية (قصابرية)	دويرة	درارية
10000م ²	2023/07/19	غابة النخيل (خارج الغابة)	الحراش	الحراش
200م ²	2023/07/23	غابة بن مراد 2	برج الكيفان	الدار البيضاء
2000م ² (1200م ² داخل الغابة)	2023/07/23	غابة خلوفي (واد خلوفي 2)	زرالدة	زرالدة
70م ²	2023/08/03	غابة 19 جوان	بوزريعة	بوزريعة
400م ²	2023/08/08	خارج الغابة (مخلفات مستثمرة فلاحية خاصة)	رغاية	روبية
400م ²	2023/08/27	خارج الغابة	شراقة	شراقة
200م ²	2023/09/08	حي 1016 مسكن (مفرغة) خارج الغابة	العاشور	درارية

250 م ²	2023/09/10	لاباز (حديقة الحيوانات) والتسلية	حيدرة	بئر مراد راييس
300 م	2023/09/17	بن عكنون (حظيرة الحيوانات المقترسة)	حيدرة	بئر مراد راييس
60 م	2023/09/17	حديقة الحيوانات والتسلية	حيدرة	بئر مراد راييس
50 م	2023/09/17	قاريدي 2	القبة	حسين داي
500 م	2023/09/27	19 جوان	الحمامات	شراقة
150 م	2023/10/01	باينام (شباط)	رايس حميدو	باب الواد
500 م	2023/10/06	واد الغولة	سحاولة	بئر مراد راييس
100 م	2023/10/08	واد الغولة	سحاولة	بئر مراد راييس
150 م	2023/10/12	حديقة بن عكنون	حيدرة	بئر مراد راييس
300 م	2023/10/17	بن عكنون	العاشور	درارية
800 م	2023/10/23	غابة بوشاوي (بارودي)	شراقة	شراقة
20 م	2023/10/26	ناطور 03	حمامات	شراقة
36620 م 3 هكتار 66 آر 20 سانتني آر	المساحة الإجماليّة			

المطلب 03: دور وسائل الاعلام البيئي في توعية البيئية

ان مهمة الاعلام البيئي تتمثل في استخدام وسائل الاعلام جميعها لتوعية الانسان، وتمده بكل المعلومات التي من شأنها ان ترشد سلوكه، و ترتقي به الى مستوى المسؤولية للمحافظة التلقائية على البيئة و العمل وقد صنف الباحثون وسائل الاعلام الى خمسة اصناف وهي: وسائل الاعلام المقروءة والمسموعة والمرئية، وسائل الاعلام البيئي، وسائل الاعلام المرئية وسائل الاتصال الشخصي¹

1- وسائل الاعلام المقروءة: الصحف والمجلات تعتبر وسيلة اعلامية فعالة، ولكن الصحف تتفوق على المجلات الدورية كونها تصدر بشكل يومي او اسبوعي وفي حين تسهل المجلات في الشرح و الوصف والتحليل.

2- وسائل الاعلام المسموعة: محطة الاذاعة الراديو حيث يعتبر وسيلة فعالة ويعد مصدر اعلامي موثوق خاصة عندما يكون مملوكا للدولة².

3- وسائل الاعلام المرئية: يساعد التلفزيون على زيادة جذب الانتباه للرسالة الاعلامية البيئية، وتدعيم الفكرة البيئية المتضمنة في الرسالة ترسيخها في ذهن المتلقي بالعديد من المشاهد المرئية، اضافة الى نشر الوعي البيئي بين الناس بطريقة مباشرة وغير مملّة، حتى يعرف الجمهور ان عليه دورا في التصدي لمشاكل البيئية و المساهمة في حلها³.

4- الندوات و المحاضرات و المؤتمرات: وهذه الوسيلة تفيد في نقل وجهات النظر التفصيلية وتتيح فرصة النقاش وطرح الاسئلة .

5- المنشورات و الملصقات : وهذه الوسيلة تمتاز بكونها سريعة التداول ويمكن الاحتفاظ بها لعرضها على الاخرين ، ويكون للمنشورات و الملصقات وقعا على نفس البشرية اذا ما اضيفت لها مؤتمرات مناسبة تساعد على سرعة التلقي⁴ .

كما يرى عدد كبير من الباحثين ان وسائل الاعلام تستطيع خلق اراء عن الموضوعات البيئية الجديدة، و التغطية البيئية ليست خبرا بيئيا وانما هي قضية اقتصادية وتجارية، وطنية وعلمية وسياسية، ولها ابعاد قانونية واجتماعية⁵.

ويتعامل الاعلام مع مشكلات البيئية بواسطة خلق الاحساس لدى المواطن بضرورة الاهتمام بها والمحافظة عليها من خلال تقوية اهتمام الجماهير بقضايا البيئية ومشكلاتها، وذلك

1- كرم حافظ، الاعلام وقضايا البيئة ، ط01 الجندارية للنشر و التوزيع ، 2014ص81

2- مصطفى درويش، " الاعلام البيئي " ، كتب الثقافة العامة الحطيب للنشر و التوزيع ، 2014ص70

3 -احمد العابد، ابو زهير عبد اللطيف عابد، "الاعلام البيئية بين النظرية و التطبيق" ، 2020، ص48

4- مصطفى درويش، مرجع نفسه ص70

5- صافية طالي ، "الاتصال الاجتماعي ودوره في نشر الوعي البيئي من خلال الجمعيات الايكولوجية المدنية

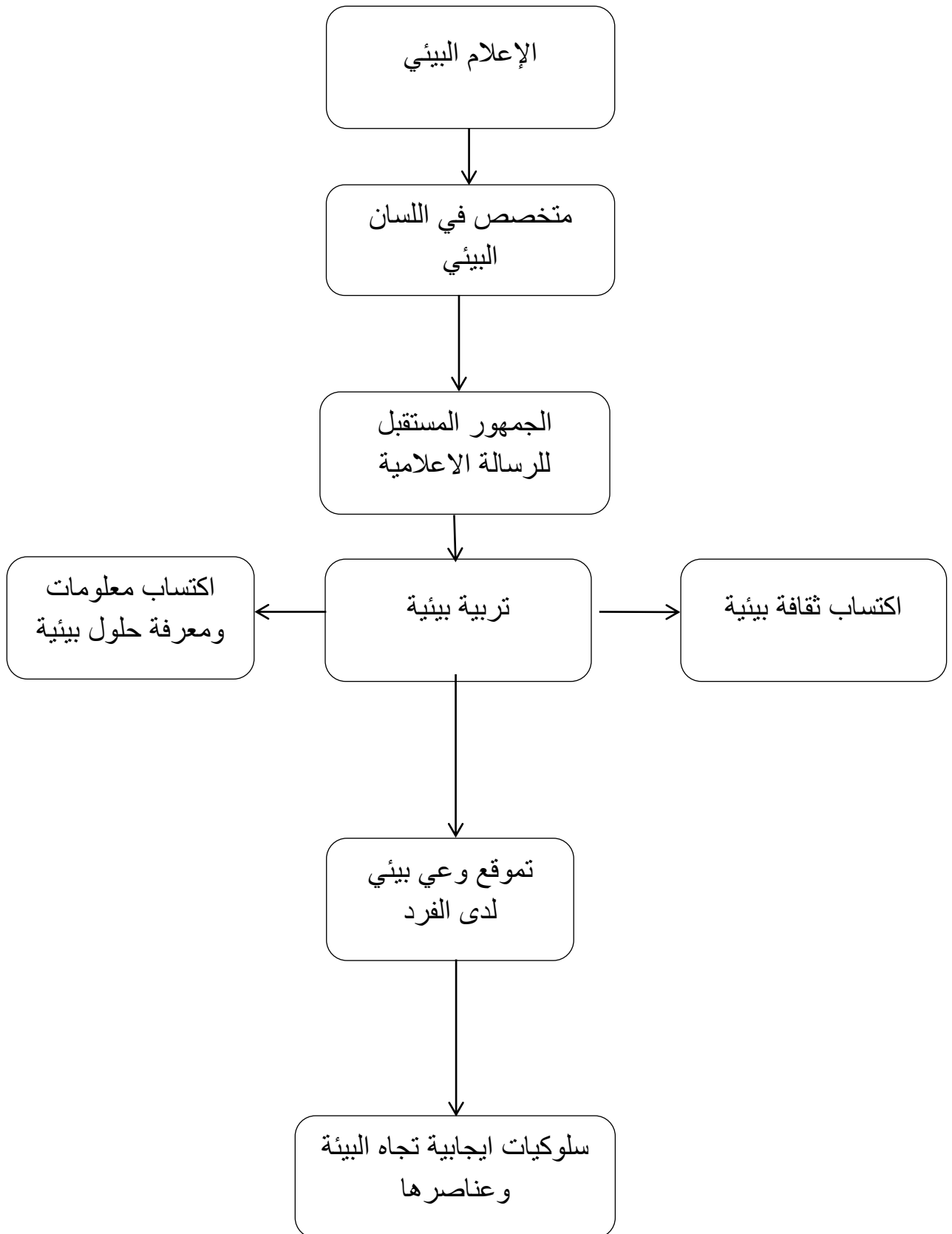
الجزائرية" ، ولاية تيبازة نموذجا، رسالة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال ، جامعة الجزائر 03،

2013/2014ص49

انطلاقاً من ان الانسان، هو الاكثر الكائنات الحية فاعلة وتأثير في النظام البيئي، وبالتالي تعمل وسائل الاعلام ان تكون العلاقة بين الانسان و البيئة¹.
اذ تعتبر وسائل الاعلام بكافة اشكالها المصدر الرئيسي للمعلومات حول البيئية ولها اثر كبير في تشكيل الاهتمامات البيئية لدى مختلف قطاعات السكان لذا يتعين على القطاع الاعلامي ان يتناول باستمرار قضايا البيئية المطروحة².
حيث ان وسائل الاعلام بكل انواعها المرئية، المسموعة، والمقروءة من شاشة التلفزيون الاذاعة، الصحف، والمواقع الاخبارية والالكترونية، تسعى لتأثير في الفرد من خلال نشر الثقافة البيئية كي يكتسب الوعي البيئي.
اي ان الاعلام البيئي يعمل كمتغير يهدف الى حماية المجتمع و البيئية من اجل العيش في بيئة بعيدة عن كافة المخاطر الشكل الاتي يوضح تأثير الاعلامي البيئي عبر الياته على سلوك الفرد.

1- فتحة يحل، "الاعلام الجديد ونشر الوعي البيئي" ، دراسة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي ، رسالة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال فرع الاعلام و تكنولوجيا الاتصال الحديثة ، جامعة الحاج لخضر باتنة 2012 ص108

2- كرم حافظ، مرجع سبق ذكره ص 81



الشكل 01: يمثل التأثير الإعلامي البيئي عبر ألياته على سلوك الفرد

وقد اجمعت الدراسات على اهمية الدور الذي ينبغي ان تقوم به وسائل الاعلام في تشكيل الوعي البيئي في مجال حماية البيئة ، وتحويل القضايا البيئية الى محاور الاهتمام الجماهيري وضرورة تأهيل و اعداد العاملين في مجال الاعلام، وتزويدهم بقاعدة معرفية عريضة عن مشكلات وقضايا البيئية ، حتى يحقق الاعلام البيئي الاهداف الموجودة¹.

لذا اصبحت وسائل الاعلام عامة والجديدة بشكل خاص تستخدم في التنظيم والبناء الاجتماعي المتكامل لأجل تحقيق مصلحة الفرد والمجتمع حيث ان وسائل الاعلام اي لها القدرة على تشكيل عقول وافكار الافراد و توجيه سلوكياتهم وتغيير معتقداتهم.

- ويتشكل المفهوم في التمثيلات التي تقدمها وسائل الاعلام وينبض بالحياة بقوة موضوعين المركزية، الكارثة البيئية والجنة المفقودة ومن خلال المعلومات تنقل وسائل الاعلام المخاوف المتعلقة بتدهور البيئة.

تشكل بطبعه قضية ومشهدا على حد سواء، وتشكل بوابة خاصة للتعليم الاعلامي قضية بيئية اخرى من قبل وسائل الاعلام للتساؤل عما تكشفه القضايا البيئية².

تهدف وسائل الاعلام الى المشاركة والالتزام والمشاركة ان يكون الفرد مساهما في المجتمع تمكين الناس ودمجهم في الجمعيات البيئية و تشجيعها على اتخاذ المبادرات.

تترجم مشاركة الفرد في الجهد الجماعي الوعي القوي تعكس تغير السلوكي، فوسائل الاعلام لتبادل الاجراءات البيئية الجديدة من المرجح ان تساعد الافراد على الاندماج في الوضع جماعي، حيث تلعب دورا حيويا في الحفاظ على البيئة³.

- وان نجاح اي استراتيجية اتصالية و اعلامية اليوم مرتبط بالضرورة بالاعتماد على البيئة الاعلامية الجديدة والوسائط الجديدة، وعدم الاكتفاء بالوسائل الاعلامية التقليدية، نظرا لما اصبحت وسائل الاعلام الجديدة تحتله من مكانه لدى افراد المجتمع اليوم، وكذلك بفضل الخصائص التي تمتع به هذه الوسائل التي جعلتها اشد التصاقا بالإنسان مقارنتها بالوسائل الاعلامية التقليدية، فخاصية التفاعلية والمشاركة جعلت اي رسالة اتصالية تنتشر بسرعة مذهلة بين كل افراد الكرة الارضية وفي وقت قصيرا جدا⁴.

1- بن مهرة نسيم، "الاعلام البيئي ودوره في المحافظة على البيئة" ، رسالة الماجستير في العلوم القانونية و الادارية ، فرع قانون البيئة، جامعة الجزائر 01 ، 2012ص24

2- ma médias, l'exploitation du thème de l'environnement dans plus vert que nature ,2023 p08

3- manel ben ayed ."role des médias écologiques dans l'émergence la conscience environnement ale .journal of economics & strategic management of business , faculte des sciences economique et de gestion de sfat 2016 ,p55

4- الزهرة بريك، "الاعلام البيئي و البيئة و البيئة الاعلامية الجديدة قراءة في خصائص الاعلام البيئي"، كلية علوم الاعلام والاتصال ، الجزائر 03، المجلة الجزائرية لاتصال المجلد 18، العدد 42 ص152

الإطار التطبيقي: التحليل السيميولوجي للحملات
التوعوية عبر صفحتي الفيسبوك : وزارة الداخلية
والجماعات المحلية والتهيئة العمرانية ووزارة
الفلاحة والتنمية الريفية.

تمهيد:

I. تحليل الحملات الاعلامية للصفحة الرسمية لوزارة الداخلية والجماعات المحلية والتهيئة العمرانية

أ- تحليل الحملة الاولى الخاصة ب : حملة تحسيسية "نحمي غابتنا - نحمي أرواحنا وثروتنا الغابية.

ب- تحليل الحملة الثانية الخاصة ب : حملة تحسيسية إرشادية للوقاية من خطر حرائق الغابات.

ج- تحليل الحملة الثالثة الخاصة ب : حملة تحسيسية للوقاية من المخاطر الكبرى " نحمي غابتنا ، نحمي أرواحنا وثروتنا الغابية الكبرى تحمي غابتنا - نهى أرواحنا وثروتنا الغابية

II. تحليل الحملات الاعلامية للصفحة الرسمية لوزارة الفلاحة والتنمية الريفية:

أ) . تحليل الحملة الأولى الخاصة ب حملة التحسيس ضد حرائق الغابات "حماية الغابات

مسؤوليتنا كامل # ما نخلوهاش تتحرق

ب) تحليل الحملة الثانية الخاصة ب : حملة للتحسيس ضد حرائق الغابات

ملخص تحليل الحملة الإعلامية الثانية

ج) تحليل الحملة الإعلامية الثالثة الخاصة ب: حملة ذات منفعة عامة حول "حماية الغابات" نتائج الدراسة.

تمهيد:

التحليل السيميولوجي للحملات الاعلامية التوعوية عبر الصفحة الرسمية لوزارة الفلاحة والتنمية الريفية والصفحة الرسمية للوزارة الداخلية والجماعات المحلية والتهيئة العمرانية.

تقف دراستنا في الجانب التطبيقي على الحملات الاعلامية التي تقدمها صفحتين عبر مواقع التواصل الاجتماعي لتحسين عن ظاهرة حرائق الغابات وذلك من خلال تحليل الحملات بالاعتماد على المقاربة السيميولوجية لأهم الحملات التي تبثها الصفحتين وتعد الملاحظات التي قمنا بها أهم الحملات الاعلامية التي تقدمها تلك الصفحتين والتدقيق أكثر على حملات التي تركز بشكل خاص على قضايا البيئة التي تمس المجتمع ومدى قدرتها على إيصال المعاني والدلالات من خلال الحملات وما تحمله من تعبيرات لقضية، وقد تم اختيارنا بصفة مقصودة على ست مفردات من عينة الدراسة.

ثلاث مفردات من الصفحة الرسمية للوزارة الفلاحة والتنمية الريفية.

- حملة للتحسيس ضد حرائق الغابات "حماية الغابة مسؤوليتنا كامل# ما نخلوهاش تتحرق.
- حملة للتحسيس ضد حرائق الغابات.
- حملة ذات منفعة عامة حول حماية الغابات.

ثلاث مفردات من الصفحة الرسمية للوزارة الداخلية والجماعات المحلية والتهيئة العمرانية.

- حملة تحسيسية "تحمي غابتنا تحمي أرواحنا وثورتنا الغابية".
- حملة تحسيسية ارشادية للوقاية من خطر حرائق الغابات.
- حملة تحسيسية للوقاية من المخاطر الكبرى تحمي غابتنا -نحمي أرواحنا وثورتنا الغابية.

حيث يوضح الجدول التالي العينات التي قمنا باختيارها وينطلق تحليلنا بداية من التقطيع التقني لمجمل الحملات والفيديوهات لعينة الدراسة والتي تم ذكرها، وتليه القراءة التعيينية لكل حملة التي تتمحور حول التعبير على أهم الرموز التي قام تم توظيفها في الحملات بشكل مباشر وصولاً إلى تحليلها بشكل عميق وتفسير أهم ما تحمله من دلالات ومعاني في القراءة التضمينية للحملات الاعلامية ومن ثم الوصول إلى أهم الجوانب الثقافية والاجتماعية.

رقم الفيديو	اسم الفيديو	الجهة الناشرة	مدة الفيديو	تاريخ النشر
1	حملة للتحميس ضد حرائق الغابات	وزارة الفلاحة والتنمية الريفية	1.10 د	2023/07/11
2	حملة اعلامية حول حماية الغابات	وزارة الفلاحة والتنمية الريفية	1.52 دقيقة	2023/05/07
3	حماية الغابة مسؤوليتنا كامل# ما نخلوهاش تتحرق	وزارة الفلاحة والتنمية الريفية	1.13 دقيقة	2023/07/10
4	حملة تحسيسية للوقاية من المخاطر الكبرى" تبع التعليمات تبقى سلامات	الوزارة الداخلية والجماعات المحلية والتهيئة العمرانية	4.00 دقيقة	2023/10/17
5	حملة تحسيسية نحمي غابتنا، نحمي أرواحا وثروتنا الغابية	الوزارة الداخلية والجماعات المحلية والتهيئة العمرانية	1.52 دقيقة	2023/08/09
6	نحمي غابتنا، نحمي أرواحا وثروتنا الغابية	الوزارة الداخلية والجماعات المحلية والتهيئة العمرانية	1.22 دقيقة	2023/07/06

I. بطاقة فنية للصفحة الرسمية للوزارة الداخلية والجماعات المحلية والتهيئة العمرانية

هي الفرع الوزاري في الحكومة الجزائرية المكلف عادة بإدارة الأمن الداخلي للبلاد والمحافظات على الحريات العامة الرقم الأخضر "1100" حيث تأسست في 5 يوليو 1962 منذ 61 سنة.

يحدد المرسوم الرئاسي رقم 94-247 المؤرخ في 10 أغسطس 1994 والنصوص اللاحقة مهام وزير الداخلية والجماعات المحلية التي تمارس في المجالات التالية:

إن مهام الوزارة الداخلية والجماعات المحلية يحكم الوظائف الأساسية المسندة إليها عادة تجعل منها أحد أهم الفاعلين في تطبيق برنامج الحكومة في المجالات الأمنية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية.



.II بطاقة فنية للصفحة الرسمية لوزارة الفلاحة والتنمية الريفية

هي الوزارة المسؤولة عن الفلاحة في الجزائر، تساهم في إعداد القواعد والقوانين الأساسية المطبقة على وظيفي القطاع، كما تساهم مع مجموعة القطاعات المعنية في إعداد وتنفيذ برامج التكوين وتحسين المستوى.

يحدد المرسوم التنفيذي رقم 22- 322 المؤرخ في 18 صفر عام 1444 موافق ل 15 سبتمبر 2022 يتضمن تنظيم الإدارة المركزية لوزارة الفلاحة والتنمية الريفية تحت سلطة الوزير ما يلي:

- رئيس الديوان.
- المفتشية العامة.
- المديرية العامة للغابات.
- المديرية العامة للإنتاج الفلاحي.
- مديرية حماية النباتات والرقابة التقنية.
- مديرية الاحصاءات والرقمنة والاستشراق.
- مديريةية الشؤون القانونية والتنظيم.



تحليل الحملات الإعلامية المبثّة في الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية والجماعات المحلية والتهيئة العمرانية

نوع الحملة: ضد حرائق الغابات

اسم الحملة : نحمي غابتنا نحمي أرواحنا وثورتنا الغابية

مدة الحملة: 1.22 دقيقة

عدد اللقطات: 31 لقطة

الحملة الأولى: حملة تحسيسية: " نحمي غابتنا نحمي أرواحنا وثورتنا الغابية"

وهي حملة تحسيسية حول حرائق الغابات التي صدرت في الصفحة الرسمية للوزارة الداخلية والجماعات المحلية والتهيئة العمرانية.

ملخص الحملة:

بعد تحليلنا للحملة الإعلامية "نحمي غابتنا نحمي أرواحنا وثورتنا الغابية" نقوم بتلخيص الحملة حيث في بداية الحملة التحسيسية أتت على شكل كاميرا سوداء ينبعث من شاشتها روح حول حرائق الغابات حيث نقوم بتذكير عن المأساة التي عاشوها في السنوات الأخيرة وما خلفتهم من خسائر وكذلك جسدت الحماية المدنية التي لها دور كبير في حماية الناس واطفاء النار، حيث يتعرضون إلى الكثير من التعب والحرارة من أجل اطفائها لكي لا تؤدي إلى خسائر كبيرة، كما ركزوا في هذه الحملة على مجموعة من الأشخاص من مختلف الأعمار يتعاونون فيما بعضهم البعض من أجل اطفاء الحريق وهذا يدل على أن التعاون يؤدي إلى الحفاظ على الثروة الغابية، كما استخدموا الأطفال في الحملة الإعلامية للدلالة على التعاون من أجل الحفاظ على الثروة الغابية لأنهم يمثلون جيل المستقبل، كما اعتمدوا في الحملة تخاطب فئات متنوعة ومستويات عديدة، إضافة اظهر اسم الحملة في الأخير وفي البداية، والذي يرمز إلى التعاون والاتحاد، كما اعتمدوا في هذه الحملة على أسلوب تعليمي من أجل معرفة الأخطار التي قد ينجم منها الحريق والتعاون من أجل مكافحة الحرائق ومواجهتها.

ينطلق تحليل الحملة من التقطيع التقني

شريط الصوت			شريط الصورة					
المؤثرات الصوتية	التعليق أو الحوار	نوع الموسيقى	مضمون الصورة	حركة الكاميرا	زوايا التصوير	سلم اللقطات	مدة اللقطة	رقم اللقطة
		هادئة	في بداية الحملة تظهر الكاميرا سوداء	ثابتة	جانبيهة	لقطة عامة	1ث	1
		موسيقى هادئة	يخرج ضوء من شاشة الكاميرا	بانورامية من اليمن إلى اليسار	جانبيهة	لقطة قرية	1ث	2
		هادئة	شريط الصور وتمر فيه صور حريق للغابات مختلفة ومشتعلة فيها النيران ومحتركة	بانورامية من اليسار إلى اليمن	أمامية	لقطة جزء صغير	6ث	3
		هادئة	تظهر شاشة سوداء ثم تظهر نيران مشتعلة في وسط الغابة	عادية	أمامية	لقطة عامة	3ث	4
		هادئة	قرية مشتعلة فيها النيران وكل جو القرية محمر بالدخان وحتى	ثابتة	جانبيهة	لقطة عامة	1ث	5

			السماء تغير لونها إلى البرتقالي					
		هادئة	سيارة حمراء تمر في طريق الغابة ومن جانبها شجرة وجو محمر من الحرائق	ثابتة	جانبيهة	لقطة عامة	1ث	6
		هادئة	رجل الحماية المدنية يركض بسرعة وفي يده مجرفة	بانورامية من اليسار إلى اليمين	جانبيهة	لقطة أمريكية	1ث	7
		هادئة	شبان يحاولون إطفاء النار المشتعلة في الأشجار	ثابتة	خلفية جانبيهة	لقطة متوسطة	1ث	8
		هادئة	رجلان يحاولان إخماد النار المشتعلة في الغابة بأغصان الأشجار	ثابتة	خلفية	لقطة متوسطة	2ث	9
		هادئة	رجل في يده دلو أبيض مملوء بالماء يحاول إطفاء النار المشتعلة في التبن وأغصان الأشجار التي هي أمام منزله	ثابتة	جانبيهة	لقطة جزء صغير	1ث	10
		هادئة	ثلاث رجال في الغابة المشتعلة بالنيران وهم حاملين دلو أبيض مملوء بالمياه يحاول إخماد النيران	ثابتة	خلفية	لقطة متوسطة	1ث	11

		المشتعلة						
		هادئة	في طريق الغابة شاحنات الحماية المدنية متجهة نحو الحريق والجو مغيم بدخان النيران	ثابتة	جانبيهة	لقطة جزء صغير	1ث	12
		هادئة	ثم بلقطة أخرى رجال الحماية المدنية داخل الغابة المحترقة	ثابتة	أمامية	لقطة جزء صغير	2ث	13
		هادئة	رجلان من الحماية المدنية في وسط الغابة المحترقة والمشتعلة بالنيران بأنبوب المياه متوجهان نحو النار المشتعلة	ثابتة	أمامية	لقطة ايطالية	1ث	14
		هادئة	داخل الغابة المحترقة ثلاث رجال الحماية المدنية يحملون أنبوب المياه من أجل إخماده وجو الغابة مغيم بدخان الحريق	ثابتة	أمامية	لقطة أمريكية	1ث	15
		هادئة	رجل الاطفاء في الغابة وأرضيتها مشتعلة بالنيران وهو يحاول اطفاءها حتى لا تنتقل إلى الأشجار وجو الغابة محمر من الحرائق	ثابتة	خلفية	لقطة متوسطة	1ث	16
		هادئة	طائرة صفراء محلقة في السماء مغيمة بدخان الحرائق وطائرة	متتالية	جانبيهة	لقطة جزء	1ث	17

			محملة دلو أحمر فيه المياه			صغير		
		هادئة	غابة خضراء مشتعلة بالنار ودخانها متصاعد إلى السماء وطائر فوق ترمي المياه لإطفاء النار	ثابتة	أمامية	لقطة عامة	1ث	18
		هادئة	طائرة في السماء تحلق اتجاه الحرائق لإطفاء النيران والسماء مغممة بالدخان	ثابتة	أمامية	لقطة عامة	1ث	19
		هادئة	ثلاث رجال يتجولون في كوخ الأغنام الذين وصلت إليهم النيران واحترقهم	ثابتة	جانبية خلفية	لقطة جزء صغير	2ث	20
		هادئة	غابة أشجارها كلها محترقة أصبحت تشبه الصحراء والحيوانات التي فيها ميتة بسبب النيران ورجل داخل الغابة يتجول بداخلها	ثابتة	أمامية	لقطة جزء صغير	2ث	21
		هادئة	سيارة مهتمة فسدت عجالات بسبب النيران و الأشجار محترقة أصبحت المنطقة قاحلة	ثابتة	جانبية	لقطة جزء كبير	1ث	22
		هادئة	حافلة محترقة بالكامل وسط الأشجار المحترقة وعامة الناس	ثابتة	جانبية	لقطة جزء	1ث	23

			حول هذه الحافلة يتفقدنها			كبير		
		هادئة	غابة محترقة بالكامل والدخان متصاعد بين الأغصان وفي وسط الغابة كوخ كما أصبحت أرضية الغابة صفراء من النيران	متتالية	أمامية	لقطة عامة	1ث	24
	هذه المأساة	هادئة	غابة شاسعة محترقة بالكامل أصبحت قاحلة ومنعدم فيها الحياة للحيوانات والسماء مغيمة وتظهر أسفل الفيديو كتابة بيضاء	متتالية	بانورامية من اليسار إلى اليمين	لقطة عامة	9ث	25
	مع بعض ما نخلوهاش تتكرر	هادئة	أيادي رجل تقوم بغرس شجرة صغيرة في التربة وتظهر أسفل الفيديو كتابة بخط كبير باللون الأبيض مع بعض ما نخلوهاش تتكرر	عكس غير غطسية من الأعلى إلى الأسفل	أمامية	لقطة قريبة	4ث	26
	منع اشعال النار ومواقد الشواء	موسيقى هادئة	تظهر غابة خضراء شاسعة وكبيرة تم تصويرها من الأعلى حتى تظهر بالكامل وفي شاشة الفيديو علامة تحذير من اشتعال	عكس غير غطسية من	أمامية	لقطة عامة	2ث	27

			النار وكتابة بلون أبيض منع اشعال النار ومواقد الشواء بالمساحات الغابية من 1 جوان إلى 31 أكتوبر	الأعلى إلى الأسفل ومتتالية				
	بالمساحات الغابية من 1 جوان إلى غاية	موسيقى هادئة	غابة خضراء وأشجارها طويلة وعالية وضباب فيها وهذا يعني على الرطوبة الموجودة فيها وفي وسط الغابة طريق السيارات وتظهر وكتابة بلون أبيض منع اشعال النار ومواقد الشواء بالمساحات الغابية من 1 جوان إلى غاية 31 أكتوبر 2023	ثابتة	أمامية	لقطة عامة	3ث	28
	31 أكتوبر 2023	موسيقى هادئة	غابة خضراء شاسعة وأشجارها طويلة والسماء زرقاء والضباب سائد في الغابة وتظهر علامة التحذير من اشتعال النار وتحت العلامة توجد كتابة منع اشعال النار ومواقد الشواء بالمساحات الغابية من 1 جوان إلى غاية 31 أكتوبر 2023	ثابتة	أمامية	لقطة عامة	2ث	29
	نحني غابتنا	موسيقى هادئة	تظهر كرة خضراء على شكل	ثابتة	أمامية	لقطة	4ث	30

	نحمي أرواحنا وثروتنا		غاية مليئة بالأشجار الصغيرة ومن أسفلها يدين مبسوطتين على كرة خضراء ثم تسود من حولها كتابة باللون الأخضر نحمي غابتنا ونحمي أرواحنا وثروتنا وأسفلها تحذير من إشعال النار باللون الأحمر وأسفل الشاشة الرقم الأخضر باللون الأخضر 1070			قريبة		
		موسيقى هادئة	شاشة بيضاء وكتابة بخط متوسط باللون الأخضر إنتاج، وأسفلها كتابة باللون الأخضر الوزارة الداخلية والجماعات المحلية والتهيئة العمرانية، وكتابة بخط صغير باللغة الأجنبية وباللون الأخضر ومواقع التواصل الاجتماعي interieur.gov.dz	ثابتة	أمامية	لقطة قريبة	12ث	31

I. القراءة التعيينية:

تبدأ الحملة التحسيسية بتسليط الضوء على كاميرا سوداء يخرج الضوء على شاشتها، وبعدها يظهر شريط الصور أسود وعليه سلسلة من الصور لحرائق الغابات كان حريقا مختلفا من غابة إلى أخرى، خلفية متعددة الألوان بين البرتقالي والأخضر والأزرق والرمادي، لتظهر لقطة أخرى مدينة يسودها ضباب برتقالي من كثرة الحرائق في تلك الناحية، سيارة في الطريق تسير متوجهة نحو الحرائق في جو مغمم بدخان الحرائق، وبعدها رجل الحماية المدنية يركض مسرعا وفي يده مجرفة ومجموعة من الرجال يحاولون اطفاء النيران بأدوات بسيطة، كما تظهر في هذه اللقطة اطفاء النار بأغصان الأشجار حتى لا تتفاقم النيران، ويرمون بدلاء بيضاء من المياه في مكان النار حتى تنطفئ، شاحنة حمراء اللون للحماية المدنية تسير في الطريق تقصد مكان الحريق لإطفاء النار، وفي مكان الحرائق مجموعة من أعوان الحماية المدنية يساهمون فيما بينهم لإطفاء نار الغابة، بلقطة قريبة يظهر ثلاثة رجال الحماية المدنية بحوزتهم أنبوب المياه وبتجاه النار، وبعدها أشجار الغابة بدت طويلة وجو برتقالي مغمم بدخان النيران وأرضية الغابة مشتعلة بالنار ورجل داخل هذه الغابة يحاول إخماد تلك النار، نرى



طائرة صفراء في السماء بحوزتها دلو أحمر ممتلئ بالماء، بلقطة عامة غابة مشتعلة فيها النار ودخان النار متصاعد إلى السماء، وظهور طائرة في السماء التي تساعد على إطفاء النيران، وبعدها تنتقل إلى لقطة أخرى حيث نرى مجموعة من الشباب داخل الحظيرة التي وصلت إليها النيران وأحرقت حتى الكباش التي كانت موجودة في الكوخ، ثم تنتقل الكاميرا حيث تظهر لنا غابة قاحلة أصبحت أغصانها وجذور أشجارها سوداء وأرضيتها رمادية والحيوانات التي كانت تأويها الغابة ماتت بسبب الحريق، ثم تنتقل الكاميرا لنرى الرجل يتجول بداخل الغابة المحترقة ونرى العربة أصبحت معطلة وصلت إليها النيران، والحافلة منحرفة على الطريق والرجال بجانبها يتفقدونها وهي مفحمة من النيران وغابة محترقة بكامل أشجارها أصبحت سوداء وأرضيتها رمادية مع دخان متصاعد إلى الفوق، وفي وسط الغابة منزل صغير، وبعدها تنتقل الكاميرا إلى لقطة عامة الغابة محترقة أغصان أشجارها وجو مغمم وهذا الجو يدل على الدمار وهلك الثروة الغابية وبلقطة قريبة جدا نرى يدين رجل يغرس شجرة صغيرة على التربة ويد أخرى تساعده، وبعدها ظهور غابات خضراء متنوعة ومختلفة وعلى خلفيه هذه الغابات تظهر علامات الحزن بلون الأحمر والنار مشتعلة باللون البرتقالي وأسفل هذه العلامة كتابة باللون الأبيض بخط صغير " منع اشتعال النار ومواقد الشواء بالمساحات الغابية من 01 جوان إلى 31 أكتوبر 2023، وفي نهاية الحملة على خلفية بيضاء رمز الوزارة وأسفل الرمز كتابة موسم الاصطياف 2023 كتابة ممزوجة باللون الأزرق والأصفر ثم يظهر شعار الحملة على الشكل

كرية غابة بالأشجار الصغيرة تدور أسفلها يدين مبسوطتين على الكرية الخضراء، الكتابة باللون الأخضر على شكل دائري نحى غابتنا بكتابة صغيرة نحى أرواحنا ثروتنا بخط متوسط، وفي الأخير يظهر على خلفية بيضاء، بالإضافة كتابة باللون الأخضر الانتاج، وأسفله كتابة متوسطة باللون الأخضر الوزارة الداخلية والجماعات المحلية والتهيئة العمرانية، وأسفله مواقع التواصل الاجتماعي.

II. القراءة التضمينية:

بعدها انتهينا من دراسة المستوى التعييني للحملة إن تحليل اللقطات لتنتقل بعدها إلى المستوى التضميني الذي يحمل العديد من الدلالات والايحاءات الرموز التي تنحصر في الحملة التوعوية.

(1) دلالات الأشياء:

إن دلالات الأشياء في هذه الحملة لم تأتي بصفة اعتباطية وإنما كل شيء لديه معاني وتفسيرات التي تحملها الحملة التوعوية من ايحاءات حتى ترسخ وتوضح الأفكار لكي لا تثير غموض المشاهد أن تقوم بفكها حتى يسهل الفهم للمتلقى، في بداية الحملة التحسيسية بدأت الكاميرا بسواد وينبعث ضوء من شاشتها وشريط الصور للحرائق الغابات بأشكال مختلفة، وأخذت اللقطات لبعض الأشياء، وتعتبر الكاميرا من اختراعات الانسان المتطورة والمواكبة للعصر، وشريط الصور يعبر عن المأساة التي مرت بها الفترة الزمنية للسلسلة من الحرائق الأخيرة وسيارات الحماية المدنية والشاحنات المدنية، وهي معدات مجهزة للكوارث سواء كانت طبيعية أو مدنية وخدمتها تسهيل الأمور والخدمات، والسيارات والشاحنات تدل على التقدم الازدهار الذي توصل إليه الانسان من ابتكارات الذي يخدم هذا العصر.

- رجال الحماية المدنية هم رجال يقومون بعدة أنشطة ومهام التي تخدم المواطنين والوطن في حالة الطوارئ وهدفهم الوقاية من المخاطر الكبرى وبالإضافة لديهم دور كبير في التضحية والقوه والصمد أمام الخطر.

حيث قامت بإجراء مقابلة مع الملازم الأول عبدوش حميد عن الأساليب التي يعتمدون عليها لتفادي ظاهرة حرائق الغابات حيث قال على مستوى غابات الولاية الفترة الممتدة من 01 جوان إلى 31 أكتوبر يقومون بحملات تحسيسية لتفادي حرق الغابات من أجل التوعية والتحسيس من شدة خطورته، وأن تلك الحملات قابلة للتديد إضافة إلى الجهاز الأمني والفرق المتنقلة، ووسائل بشرية مادية كل ما يتدخل فيه شاحنات الاطفاء الخفيفة وأعوان وضباط الحماية وأن الأعوان مزودين بوسائل خاصة لحرائق الغابات،¹ ولاحظنا من خلال قيامنا بتلك المقابلة أن

1- مقابلة مع السيد عبدوش حميد، ملازم أول للحماية المدنية، قسم المخططات في مكتب الحماية المدنية بالحراش ولاية الجزائر، يوم 2024/04/28 على الساعة 10:58

الحماية المدنية يساهمون بإطفاء نيران الغابات بأدوات بسيطة وأن هناك تفاهم كبير أثناء القيام بأعمالهم وان كل واحد لديه دوره يقوم به.

وفي نهاية الفيديو للحملة التحسيسية يدين رجل يقوم بغرس شجرة صغيرة في التربة.

وقمنا باستفسار على أن تكثيف الحملات تساهم في زيادة الوعي البيئي أم أن هناك أطراف أخرى، حيث صرح بأن الحملات الاعلامية تساهم في الوعي البيئي كما يوجد طرق أخرى كالأيام العالمية والمغربية يومين الأبواب مفتوحة على مستوى وحدات الحماية المدنية يقوم بعرض كل الوسائل المادية.

نجد في ذلك وسائل اطفاء مشتركة في مختلف البرامج الاذاعية والصحافة المكتوبة والتلفزيونية.

(2) دلالات الألوان:

إن دلالات الألوان لديها معاني وتفسيرات كثيرة والألوان تعتبر لغة غير منطوقة، فالألوان تجذب عين المتلقي مما يثير فيه الانفعال والانتباه، وهذه الحملة التوعوية تتضمن مجموعة من الألوان التي تحمل دلالات وايحاءات، فهناك اللون الأسود، البرتقالي، الأحمر، الأبيض، الأصفر، الأخضر والبني، فاللون الأسود كان بارزا في بداية فيديو الحملة في الكاميرا وشريط الصور ولباس الحماية المدنية وأغصان الأشجار، واللون الأسود يرمز إلى الحزن والألم، كما يدل على القوة والسمود، أما اللون البرتقالي كان بارزا في لهب النيران، كما يدل على المرح والطاقة ويرمز إلى النعومة.

أما اللون الأحمر تم تجسيده في لهب النيران وسيارة الحماية المدنية والشاحنات الحماية المدنية وقبعات رجال الحماية المدنية وقميص الرجل، واللون الأحمر يدل على الغضب والدمار والطيش كما يدل على قوة المشاعر والأحاسيس، أما اللون الأبيض تم استخدامه في هذه الحملة في الدلو والقميص والحافلة والكتابة التي تظهر أسفل الشاشة والشاشة البيضاء التي تظهر في آخر الفيديو والخطوط البيضاء في لباس الحماية المدنية واللون الابيض يرمز إلى النقاء والبهجة والسرور، كما يدل على الصفاء والأمل، أما اللون الأخضر تم استخدامه في هذه الحملة في أشجار الغابات والحشيش، ويدل على الطبيعة والراحة كما يدل على فصل الربيع، ويرمز إلى السكينة والابتهاج، أما اللون الأصفر يبرز في الطائرة ويدل على الدفء والفرح كما يرمز إلى الاحباط والغضب، أما اللون البني يظهر في التربة ويدل على الراحة والأمان، كما لديهم معاني أخرى والثروة.

(3) دلالات الإضاءة وعلاقتها بالأشياء:

الإضاءة تعتبر عنصر مهم وفني يعطي لمسة للحملة التوعوية، والإضاءة تلعب دور فعال ومهم في رسالة الحملة، حيث تحمل العديد من الدلالات والتفسيرات، حيث نلاحظ أن مصمم

الحملة ركز على الإضاءة الطبيعية المنتشرة في كل مكان وأن هذا من أجل جذب انتباه المشاهد أو المتلقي، بالإضافة إلى الغابات المحترقة والغابات الخضراء التي أصبحت قاحلة مما زادت من إنارة المكان مما أدى إلى خلق جو ملائم للحملة.

4) دلالات الديكور وعلاقتها بالأشياء:

حيث في هذه الحملة لم يعطي اهتمام كبير للديكور حيث تم اظهار حرائق الغابات ورجال الحماية المدنية وسيارة الحماية المدنية والشاحنات والناس يطفئون النيران في الغابات، حيث كان ديكور خارجي حيث تسلط الضوء على الثروة الغابية.

الحملة الثانية: حملة تحسيسية حول حرائق الغابات التي صدرت في الصفحة الرسمية للوزارة الداخلية والجماعات المحلية والتهيئة العمرانية

عنوان الحملة: "حملة تحسيسية للوقاية من المخاطر الكبرى تبع للتعليمات تبقى سلامات"
عدد اللقطات: 10 لقطات

مدة الحملة: 4.00 دقائق

ملخص الحملة:

ركز مصم الحملة على رسومات من أجل توضيح أكثر عن المخاطر التي تواجهه أثناء نشوب الحريق والاحتياطات التي يجب القيام بها قبل وأثناء وبعد اشتعال الحريق من أجل التقليل من الخطر وتوعية المواطنين، حيث ركز على إبراز الخريطة على معظم الأماكن التي وقع عليها الحريق أي أكثر المناطق المعرضة للخطر، حيث تم استخدام الرسومات المتحركة من أجل ترسيخها في أذهان الناس عن مدى الأضرار التي قد تنتج من الحرائق، حيث اعتمدوا في الحملة باللهجة العامية واستعمال العنصر الاعلامي فيدل على أن الحملة موجهة لعامة الناس من مختلف الأعمار وكيفية العناية بها من أجل الحفاظ على التراث البيئي.

كما أن في معظم الأحيان يكون الإنسان هو المسبب الرئيسي في حريقه من خلال عدم اللامبالاة، كما اعتمد على الأسلوب التعليمي والتوجيهي من أجل معرفة الأخطار التي قد تنجم منها الحرائق.

ينطلق تحليل الحملة من التقطيع التقني

شريط الصوت			شريط الصورة					
المؤثرات الصوتية	التعليق أو الحوار	نوع الموسيقى	مضمون الصورة	حركة الكاميرا	زوايا التصوير	سلم اللقطات	مدة اللقطة	رقم اللقطة
	يبدأ بتعليق ضوئي للحملة التحسيسية للوقاية من المخاطر الكبرى "تبع التعليمات تبقى سلامات" حرائق الغابات ظاهرة من الصعب التحكم فيها سواء مدة أو في توسيعها في بلادنا كل عام حرائق تقضي على عدة هكتارات الغابات في بعض الحالات الإنسان هو المسبب الرئيسي في الحرائق سواء بالمبالاة أو بإهمال غير قصد وفي 10 سنين الأخيرة تحرقت من ثورة غابية مع حوالي 3000 نقطة اندلاع حريق سنة وإذا بقت الأوضاع في هذا الحال فإن الثروة		حيث تظهر في الكاميرا خريطة الجزائر أي نسبة الحرائق في السنوات الأخيرة	ثابتة	زوم أمامي	لقطة عامة	45 ث	1

	الغابية في بلادنا راح تكون مهددة بشكل خطير							
	واش لازم ديرو أثناء وبعد وقبل الحرائق دائما كونوا مستعدين في الوسط إذا كنتم تسكنون في وسط ريفي أو قريبة للغابة في أوائل الصيف قوموا يقلع كل الأعشاب حول داركم والمنشآت الفلاحية وكل الطرق والممرات وضعوا كواد سريعة الالتهاب في أماكن آمنة وتفادوا حرق الأعشاب الزراعية والنفايات خلال فترة جافة وجدو كل وسائل لمكافحة النار وتجهيزات إطفائها وجهزوا خزانات وأحواض الماء قدام الدار وكل المنشآت الفلاحية		حيث نرى مجموعة من الشجيرات قريبة من المنزل إضافة إلى الحشيش في كل أطراف البيت	متتالية	أمامية	لقطة عامة	24ث	2
	إذا كنتم في غابة وقراب منها ما ترموش السجائر على الأرض وما ترموش النفايات		نرى في الغابة أشجار كثيفة ونجد أيضا سيارة	متتالية	أمامية	لقطة عامة	2ث	3

	في الغابة وعلى طول الطرقات تقدر تسبب في اندلاع حريق تجنبوا اشعال النار أو الشواء في الغابة علما أن اشعال النار ممنوعة منعاً باتاً		في وسط الغابة					
4	أثناء حدوث حرائق ضعوا أنفسكم في أمان إذا كنتم بالقرب من اندلاع الحريق وابتعدوا عنه وتوجهوا في أسرع ما يمكن في الاتجاه المعاكس للريح أحموا أنفسكم، توجهوا إلى منطقة مفتوحة أو محمية بصخرة كبيرة أو منحدر ومن الأفضل التوجه إلى أقرب مبنى لأنه أفضل ملجأ لكم هيكلاً متيناً ومحمياً بشكل جيد		نرى أشجار كثيفة مشتعلة بنار ونرى رجل يهرب من النار المشتعلة في الغابة	متتالية	أمامية	لقطة جزء صغير	25ث	
5	إذا كنتم في سيارة وشفتموا اندلاع الحريق ما تدخلوش للمنطقة غير آمنة ارجعوا من طريقكم وبقوا على اطلاع لكل		نرى في وسط الغابة سيارة وأشجار حولها مشتعلة بالنار	متتالية	زوم أمامية	لقطة عامة	5ث	

	الوسائل الممكنة للوضع، ثم تعود إلى طريق آمن وفي كالحالات لا تقربوا ما الحريق واتصلوا بالحماية المدنية							
6	إذا تسكنوا بالقرب من الغابة بمجرد اندلاع الحريق اتصلوا بالحماية المدنية وتأكدوا من كل أفراد العائلة والحيوانات الأليفة في أمان ورشوا الماء حول الدار وحول المنشآت الفلاحية	نرى أشجار في وسط الغابة أمامها منزل ورجل يقف أمامه مندهش من اشتعال النار أمام منزله	متتالية	أمامية	لقطة جزء صغير	15ث		
7	رشوا الماء حول الأبواب والنوافذ وسدوا الأبواب بطريقة قماش مشمخة وابقوا على إطلاع على الأخبار الصادرة من الجهات الرسمية لأن السلطات قد تدعوكم إلى عملية الإخلاء	نرى منزل في الغابة والشجيرات ملتفة أمام الدار ونرى رجل يحمل الماء لإطفاء النار	متتالية	أمامية	لقطة جزء صغير	25ث		
8	ما تغادروا منازلكم إلا إذا طلبت السلطات الإخلاء	نرى عائلة داخل المنزل من أجل المغادرة	متتالية	أمامية	لقطة جزء صغير	5ث		

	بعد الحرائق التزموا بردود فعل ملائمة قوموا بتهيئة كل الغرف ونظفوا المنزل وكل الأماكن من تربصات الرماد وما تنساوش رشوا بالماء كل نار صغيرة متبقية		نرى رجل يطل من نافذة المنزل	متتالية	أمامية	لقطة عامة	25ث	9
	" تبع التعليمات تبقى سلامات "		نرى شعار تلك الحملة	ثابتة	أمامية	لقطة عامة	1ث	10

القراءة التعينية: استهلكت هذه الحملة التوعوية من خلال الخلفية باللون الأزرق الداكن عليها كتابة باللون الأبيض لتظهر خلفية على شكل خريطة العالم والكتابة بخط كبير، "حرائق الغابات" ثم تظهر خريطة شمال الجزائر وعليها دوائر حمراء أكثر

المناطق تعرضا لحرائق الغابات، حيث بلغت حصيلة الحرائق خلال سنة حوالي 3000 حريق، بعدها بلقطة أخرى نرى فضاء خارجي طبيعي على شكل رسوم، سماء صافية و غابة أشجارها متنوعة ومنزل باللون الأزرق بجانبه أحواض المياه وأشجار طويلة على جهة اليمين، وفي وسط هذه اللقطة دائرة باللون الأزرق الداكن في داخلها علامة استفهام بالأبيض وأسفلها كتابة



"واش نديروا"، خلفية زرقاء فاتح وعليها كتابة باللون الأزرق "كونوا دايمن مستعدين" ودائرة بداخلها رسوم: شخص بالأسود يقوم بقلع الحشائش وهي تعليمة صحيحة لتفادي الحرائق، إضافة إلى الدوائر باللون البرتقالي وبداخلها رسوم: منزل وقارورة سريعة الالتهاب وشخص مرتدي أسود يحمل جرارة والنار مشتعلة أمامه وبعدها تظهر دوائر بداخلها رسوم قارورة الإطفاء باللون الأحمر وأحواض وتخزين المياه وهي تعليمات التي يجب على الشخص أن يقوم بها لتفادي الحرائق، وبلقطة أخرى غابة ممتلئة بالأشجار والحشائش وفي وسطها خيمة باللون الأصفر والبني ومن ورائها سيارة وخيمة، وظهور دوائر باللون البرتقالي وعليها رسومات باللون الأبيض والأسود وهي تعليمات لتجنب رمي السجائر في الغابة ومنع اشعال النار في التخميم وتركها ومنع الشواء وهي من مسببات اندلاع الحريق في الغابة، وتظهر دائرة باللون الأخضر وأسفلها علامة صحيح وبداخلها رسمة بالأبيض جمع النفايات وهي تعليمة صحيحة، وبعدها ظهور دوائر باللون البرتقالي وعليها كتابة باللون الأبيض "أوضعوا نفوسكم في أمان" وبلقطة عامة تظهر الغابة محترقة بالكامل وجذور الأشجار ملتهبية بالنيران، وشخص مرسوم بالأزرق يركض في الغابة المشتعلة بالحريق، ثم ظهور دوائر التعليمات باللون الأخضر وأسفلها علامة صحيح بالأخضر وبداخل الدوائر رسوم باللون الأسود فهي تعليمات يجب على الشخص أن يقوم بها عند حدوث الحرائق للحماية، وبعدها يظهر منزل أزرق في جو مغيم من الحريق، ويظهر شخص مرتدي أزرق بجوار المنزل، وتظهر دوائر على شكل تعليمات باللون الأخضر وأسفل علامه صحيح، وبداخلها رسومات بالأسود، أي يجب على المواطن أن يأخذ بهذه التعليمات حتى يتجنب الحريق، وبلقطة أخرى عائلة داخل المنزل والجو كله بالأزرق إلا اثاث المنزل بالأبيض، وتظهر التعليمات على شكل دوائر باللون الأخضر أسفلها علامة صحيح بالأخضر وبداخلها رسومات بالأبيض والأسود، وهذه التعليمات يجب أن يقوم بها أفراد العائلة بعد انتهاء الحريق حيث تكون في أمان، خلفية بالأخضر الفاتح وكتابه بالأزرق "التزموا بردود فعل ملائمة" ثم تظهر تعليمات على شكل دوائر باللون الأخضر مرسومة بالأبيض والأسود وأسفلها علامه صحيح ، بعد الحريق يجب فتح نوافذ المنزل ورمي الماء

وفي نهاية الحملة التوعوية خلفه خضراء عليها سحب والشمس وفي وسطها كتابة باللون الأبيض "تبع التعليمات تخرج سلامات" وفي الأخير يظهر رمز شركة إنتاج هذه الحملة كإبدال وأسفلها رمز بالأزرق الفاتح وفي الوسط علم الجزائر وعلم الاتحاد الأوروبي.

II. القراءة التضمينية

1) دلالات الأشياء:

إن وجود الأشياء ليست بمحل الصدفة لما لها من استخدامات رمزية، وأن العناصر والأشكال للأشياء كانت مختاره بدقة في هذه الحملة وإنما تحمل تفسيرات وإيحاءات ودلالات التي تقوم بلفت انتباه المتلقي.

بدأت الحملة التحسيسية بكتابة كبيرة: **حرائق الغابات** باللون الأحمر والأصفر، وهذا يدل على أن هذه الحملة مختصة للتوعية من حرائق الغابات، خريطة العالم باللون الأزرق الداكن ثم بالتحديد خريطة شمال الجزائر التي تشيع باللون الأحمر وهذا ما يؤكد على أن منطقة شمال الجزائر من أكثر المناطق التي تندلع فيها النيران، وبالتالي تم تحديد ولايات الوطن التي تكثر فيها حرائق الغابات ما يدل على الخطر الذي تواجهه الثروة الغابية، وفي هذه الحملة اعتمد مصممها على إعطاء تعليمات في شكل رسومات متحركة من أجل إيصال الأفكار للمشاهد التي يجب أن يكون على دراية لها من أجل السلامة والحماية، إذ كان يسكن بجوار الغابة في الصيف وما يجب أن يفعله أن يقلع كل الحشائش الموجودة بجوار منزله وإيضاح كل مستلزمات سريعة التفاعل والنهاب في الأماكن المخصصة حتى لا يصل إليها النار، وتقادي حرق الأعشاب والنفائات الزراعية خلال الفترة الجافة، ويجب على المشاهد أن يهيب كل المستلزمات لإطفاء الحريق وأن يجهز أحواض المياه بالقرب من المنزل وإذا كان المتلقي في الغابة أن يتجنب رمي فضلات السجائر على الأرض ومنع رمي النفائات في الطرقات لأنها تسبب الحريق حيث صرح النقيب "ساعد عبد العزيز": إن الإنسان يعتبر المسبب الرئيسي في حرائق الغابات والخراب البيئي وله دور كبير في نشوب الحرائق وانتشاره ومثال على ذلك عمليات الشواء في الغابة وفي موسم الحر الشديد وعدم إطفاء النار بعد الانتهاء منها، مما يؤدي إلى خراب البيئة¹ ولهذا يمنع منعاً باتاً إشعال النار في الغابة في الفترة المحددة، لذلك على المتلقي أن يعمل بكل التوصيات التي يلاحظها وعدم ترك النفائات في الأعشاب الجافة في الغابة لأن أنبوب السيارة ساخن ممكن أن يسبب في الحرائق، لذلك يجب على المتلقي أن يكون لديه العلم الكافي بهذه الإرشادات حتى لا يعرض نفسه للخطر، إذا كان بالقرب من الحرائق يجب الابتعاد والتوجه إلى منطقة مفتوحة ومحمية بالصخرة أو منحدر أو التوجه إلى مباني أكثر حماية، وإذا كان على السيارة ورأى الحريق ممنوع الدخول في منطقة غير آمنة، ويجب الاطلاع على كل وسيلة ممكنة والاتصال بالحماية المدنية وإذا كان المتلقي في المنزل بالقرب

1- مقابلة مع ساعد عبد العزيز، نقيب في الحماية المدنية، قسم التخطيط في مكتب الحماية المدنية الحراش ولاية الجزائر، الساعة: 10:58، 2024/04/28

من الحريق يجب عليه اتباع التعليمات ورش بالمياه على الأبواب والنوافذ ويتم غلقها واسداد الفراغات بقطع من القماش، والتنفس من خلال قطعة قماش مبللة وابقاء على إطلاع الأخبار الصادرة من الجهات الرسمية، منع من الخروج من المنزل إذا طالبت السلطات ذلك، بعد الحرائق يجب على المشاهد أن يقوم بأفعال ملائمة للتهوية على كل غرف المنزل من رماد الحرائق، ورش بالماء كل مواقع النار الصغيرة، حيث أن يمكن خلطة صغيرة يقوم بها الإنسان تؤدي إلى خسائر كبيرة، لذلك يجب الحيطة والحذر من كل المخاطر الناجمة من الحريق وتوعية المواطنين من هذه المخاطر، حيث أوضح النقيب "ساعد عبد العزيز" أن هناك وسائل يعتمد عليها لتوعية المواطنين وزيادة الوعي بالمسؤولية اتجاه البيئة منها وضع لافتات تشير إلى الحذر من الطريق، إضافة اتباع الارشادات الوقائية، أما فيما يخص البيئة، رمي النفايات في الأماكن المخصصة لها مع التحلي بالمسؤولية والتحضير¹ حيث من خلال تلك المقابلة التي أجريناها معه اتضح أن هناك تعاون وتفاهم مع المواطنين والاحترام المتبادل معهم، ويقومون بعملهم بأكمل وجه لتأدية واجباتهم.

(2) دلالات الألوان:

إن مصمم هذه الحملة اختار مجموعة من الألوان التي تتوافق مع الدلالات والمعاني والايحاءات التي تحملها هذه الألوان، كما أنها تخدم موضوع الحملة.

إن الألوان تساهم في إيصال الفكرة للمتلقي حتى يفهم ما يدور في إطار الحملة، ويتم اختيار هذه الألوان بدقة حتى تحقق هدف إيصال وإبلاغ الرسالة المستهدفة للجمهور، ومن بين الألوان المستخدمة في هذه الحملة هي كالتالي:

- اللون الأزرق الداكن: يبرز اللون الأزرق الداكن في هذه الحملة على خلفية الشاشة، خريطة العالم، خريطة شمال الجزائر، وفي الكتابة باللغة العربية، في قرميد المنزل، خزان المياه، العائلة، علم الاتحاد الأوروبي. واللون الأزرق الداكن يمثل العديد من الدلالات والتي هي الدقة والكرامة، كما يدل أيضا على السلطة والسيطرة.
- اللون الأزرق: يتمثل اللون الأزرق في هذه الحملة كالتالي: في السماء، المنزل، رجل يجري، حائط المنزل، خلفية الشاشة، كما يدل اللون الأزرق على النظافة والصفاء، ولديه معاني أخرى: السلام والقوة.
- اللون الأخضر: تم استخدام اللون الأخضر في هذه الحملة في أشجار الغابة والحشائش، دوائر الحيطة للتعليمات، علامات بإيجاب، خلفية الشاشة، كما استخدم اللون الأخضر في العلم الجزائري، ويدل هذا اللون على الطبيعة والحياة كما يرمز للهدوء والحنان.
- اللون الأخضر الداكن: يتمثل اللون الأخضر الداكن في هذه الحملة في أشجار الغابة والحشائش، واللون الأخضر الداكن يشير إلى الطموح والرغبة.

¹ - النقيب ساعد عبد العزيز، مقابلة سبق ذكرها.

- اللون البرتقالي: تم استخدام اللون البرتقالي في كتابة حرائق الغابات وفي العدد 3000 وفي الخلفية البرتقالية للشاشة، ودوائر الحذر للتعليمات والنيرون المشتعلة في أشجار الغابة السماء البرتقالية من شدة الحريق، وهذا اللون البرتقالي يدل على الحذر والخراب كما يرمز هذا اللون في الأصل إلى الحيوية واللعب والمتعة.
 - اللون الأحمر: استخدم اللون الأحمر في هذه الحملة في كتابة حرائق الغابات والعدد 3000 وفي القارورة الحمراء لإطفاء الحريق وفي علامة X للحذر وفي النجمة والهلال للعلم الجزائري، ويدل اللون الأحمر هنا في هذه الحملة على الحذر والخطر، كما يرمز إلى القوة والعاطفة.
 - اللون الأصفر: برز اللون الأصفر هنا في هذه الحملة في كتابة حرائق الغابات وفي العدد 3000 وفي الخيمة والشمس، كما أن للون الأصفر معاني وهي البهجة والانتعاش.
 - اللون الأسود: تم استخدام اللون الأسود في هذه الحملة في الأشخاص الموجودين داخل دوائر الحذر، وجذور الأشجار، الهاتف، الحيوانات، العائلة، والعديد من المعاني والإحياءات منها ما يرمز هذا اللون للحزن والظلم والموت، كما يرمز إلى القوة والسلطة.
 - اللون الرمادي: هذا اللون تم استخدامه قليلا في هذه الحملة وهي السيارة، ويرمز إلى الحياد كما يدل على الهدوء.
 - اللون الأبيض: تم استخدامه في الكتابة وأثاث المنزل والسحاب وفي علم الجزائر، ويدل اللون الأبيض على النقاء والأمان، كما يرمز إلى الصفاء والبهجة والسرور.
- (3) دلالات الإضاءة وعلاقتها بالأشياء:**

هذه الحملة التحسيسية جاءت على شكل رسومات وهذا ما أعطى طابع مختلف عن الحملة السابقة، والإضاءة حسب هذه الحملة وما يظهر من خلال الرسومات أن المخرج اعتمد على مصادر طبيعية واصطناعية للإضاءة، حيث برزت الإضاءة الطبيعية في البداية، وهذا من خلال الرسومات التي تظهر في الطبيعة والأشجار التي ينبعث منها ضوء النهار وهو دليل طبيعي لا يلتبس أي شيء اصطناعي، وأما بالنسبة للمصدر الاصطناعي للإضاءة تم ظهوره في نهاية الحملة التي اظهرت في جو عائلي داخل منزل، وعلى حسب هذا الرسم ينبعث مصدر الإضاءة من النافذة، كما ركز المخرج على اللون الأزرق من أجل اعطاء إضاءة حتى لا يبدو للمتلقي أنه يشاهد حملة على شكل رسوم، وكما ركز أيضا على الخلفيات مما زادت الألوان في عنصر الإضاءة.

(4) الديكور وعلاقته بالأشياء:

المخرج والمصمم لهذه الحملة لم يعطي أهمية كبيرة للديكور، في بداية الحملة يظهر ديكور طبيعي بأشجار كثافة وفي وسطها منزل وأمامه حشائش وخزائن للمياه، ويظهر مصدر الإضاءة الطبيعي مما يبرز على أنه ديكور طبيعي، وفي منتصف الحملة يظهر ديكور طبيعي في وسط الغابة ملائمة بالأشجار وفيها خيمة وبجانبا سيارة، وفي النهاية يظهر ديكور مغلق

داخل المنزل وهنا مصمم الحملة لم يعطي اهتمام كبيراً حيث ظهر جو عائلي: نافذة وأثاث المنزل والباب. وهذا ما تم التقاطه في جميع لقطات الحملة من أجل إبقاء ديكور واحد حتى يركز للمتلقي على التعليمات للوقاية من حرائق الغابات التي جاءت في النص المنطوق.

ومن خلال مشاهدتنا لهذه الحملة التحسيسية نلاحظ أن مصمم هذه الحملة التوعوية أعطى ديكور خاص على شكل رسومات وهو مختلف عن باقي الحملات التحسيسية السابقة، وهذا الديكور زاد جمالية للحملة وهي استراتيجية خاصة لجذب الجمهور للحملة دون تأثير.

(5) دلالات اللغة وعلاقتها بالأشياء:

تعتبر اللغة من أهم وسائل التواصل كما أنها تعتبر حلقة وصل بين الأفراد والجماعات، وفي هذه الحملة اعتمد مصممها على المزج بين اللغة العربية واللهجة الجزائرية، وهذا المزيج يثير الانتباه والانفعالية لدى المشاهد، فالرسالة المنطوقة جاءت على شكل تعليق بصوت امرأة وهذا لجذب أذن الجمهور بحيث يستخدم هذا الأسلوب كثيراً في الحملات والومضات الجزائرية، أما بالنسبة للرسالة المكتوبة جاءت في بداية الحملة باللون الأبيض بخط متوسط على خلفية زرقاء داكن حتى تلفت عين المتلقي "الوزارة الداخلية والجماعات المحلية والتهيئة العمرانية" حملة تحسيسية للوقاية من المخاطر الكبرى "تبع التعليمات تخرج سلامات"، وبعدها بداية الحملة التحسيسية جاءت الكتابة بخط كبير "حرائق الغابات" باللون مزيج بين الأحمر والأصفر والبرتقالي، وجاء رقم بخط كبير 3000 باللون ممزوج بين الأحمر والبرتقالي والأصفر، فكانت في لغة الحملة ممزوجة بشكل دقيق بين الرسالة المنطوقة والمكتوبة فجاءت كتابة أخرى "واش نديرو" بخط أزرق صغير ثم بخط كبير باللون الأزرق "كونوا دايمن مستعدين" وفي منتصف الحملة جاءت كتابته بخط متوسط باللون الأبيض "أوضعوا نفوسكم في أمان" على خلفية برتقالية وهذا يدل على الأخذ بالحدز والانتباه، ثم في نهاية الحملة التحسيسية جاءت كتابة باللون الأزرق على خلفية زرقاء فاتح وهذا ما يدل على الأمان، وذلك من أجل فهم الحملة أكثر من خلال والتي كان بروزها يعني الكثير من المعاني: الأخذ بالتدابير اللازمة، الحدز من الخطر والأمان.

وفي آخر لقطة من الحملة التحسيسية ظهرت لقطة بخلفية خضراء وعليها سحاب، والشمس صفراء بكتابة بيضاء "تبع التعليمات تخرج سلامات"، وفي أسفل الكتابة علم الجزائر وعلم الاتحاد الأوروبي، وظهور رمز للشركة التي ساهمت في إعداد هذه الحملة.

(6) دلالات الصوت وعلاقته بالأشياء:

صيغت أجزاء هذه الحملة بأسلوب ملائم أكثر وضوحاً، مما يدفع للمتلقي والجمهور إلى الانفعال والاستماع إلى الحملة فنجد أن القائم بالاتصال جاء بصوت امرأة رقيق وناغم مما يجذب أذن المشاهدين، وهذا ما يعطي جمالا أكثر للحملة، ومن خلال الصوت يساعدنا على فهم اللقطات التي جاءت بشكل رسوم وصوت كان في بداية الحملة حتى نهايتها.

(7) دلالات الموسيقى وعلاقتها بالأشياء:

تعتبر الموسيقى عنصرا فعالا في زيادة رونق وجمال لهذه الحملة التحسيسية، لما كان لها دور مهم في تنسيق وانسجام الصوت والموسيقى مع الصورة، ولكن الموسيقى جاءت هادئة وخفيفة مما خلقت جو مناسب للحملة، وكانت الموسيقى مصاحبة مع جميع اللقطات من بداية الحملة حتى نهايتها.

(8) دلالات الشخصيات وعلاقتها بالأشياء :

تم الاعتماد في هذه الحملة على أسلوب التنوع في اللقطات، حيث شكلت فئات متنوعة تجسدت في شكل رسومات والتي تمثلت في رجل وعائلته المتكونة من الأب والأم والأولاد، حيث في بداية الحملة في اللقطة الرابعة نرى رجل يهرب من النار المشتعلة في الغابة وفي فضاء خارجي، وبعدها تجسدت في اللقطة الثامنة نرى عائلة بأكملها عن احتياطات التي يجب القيام بها أثناء مواجهة الحريق، كما تجسد دور الرجل وهو ينزع الحشائش أمام المنزل من أجل أخذ كل الاحتياطات اللازمة من أجل تفادي الحريق.

الحملة الثالثة: حملة تحسيسية حول حرائق الغابات التي صدرت في الصفحة الرسمية للوزارة الداخلية والجماعات المحلية والتهيئة العمرانية

عنوان الحملة : حملة تحسيسية للوقاية من المخاطر الكبرى "نحمي غابتنا- نحمي أرواحنا وثروتنا الغابية

عدد اللقطات: 20 لقطة

مدة الحملة: 1.52 دقيقة

ملخص الحملة:

حيث جاءت الحملة على اعطاء توجيهات وتعليمات من أجل تفادي الحرائق في الواحات وجسدها على الشكل رسومات من أجل توضيح أكثر والتقليل من الخطر وتوعية المواطنين من أجل تفادي هذه الظاهرة حيث ركز في البداية على اظهار الخريطة على معظم الأماكن التي تشوب فيها الحرائق حيث جسدها على شكل تعليمات وخطوات التي يجب اتباعها من أجل تفادي الحرائق، كما جاءت الحملة باللهجة العامية واستعمال العنصر الاعلامي ما يدل على أن الحملة موجهة لعامة الناس حيث اعتمد مصمم هذه الحملة على أسلوب التعليمي لتحفيز الناس ويكونوا على دراية على كل ما يخص عن حرائق الواحات.

التقنى التقطيع من الحملة تحليل ينطلق

شريط الصوت			شريط الصورة					
المؤثرات الصوتية	التعليق أو الحوار	نوع الموسيقى	مضمون الصورة	حركة الكاميرا	زوايا التصوير	سلم اللقطات	مدة اللقطة	رقم اللقطة
	الوزارة الداخلية والجماعات المحلية والتهيئة العمرانية	موسيقى هادئة	خلفية بالأزرق الداكن عليها كتابة باللون الأبيض وبخط متوسط للوزارة الداخلية والجماعات المحلية والتهيئة العمرانية	ثابتة	عادية	لقطة قريبة	4ث	1
	حملة تحسيسية للوقاية من المخاطر الكبرى	موسيقى هادئة	خلفية بالأزرق الداكن عليها كتابة باللون الأبيض وبخط متوسط حملة تحسيسية للوقاية من المخاطر الكبرى وفوق الكتابة رمز كابدال الذي ساهم في إنتاج الحملة وأسفل الكتابة رمز بالأزرق وعلم الجزائر والاتحاد الأوروبي	ثابتة	عادية	لقطة قريبة	3ث	2

	تبع التعليمات تخرج سلامات	هادئة	خلفية بالأزرق الداكن عليها كتابة باللون الأبيض وبخط متوسط "تبع التعليمات تخرج سلامات" وفوق الكتابة رمز بالأخضر لشركة الإنتاج وأسفل الدوائر رمز بالأزرق وعلم الجزائر والاتحاد الأوروبي	ثابتة	عادية	لقطة قريبة	3ث	3
	كل عام في بلادنا حرائق داخل	هادئة	خلفية من خريطة العالم باللون الأزرق الداكن، كتابة حرائق الواحات بلون ممزوج بالأصفر والبرتقالي والأحمر	ثابتة	عادية	لقطة قريبة	2ث	4
	الواحات تقضي على آلاف من أشجار النخيل والإنسان هو المسبب الرئيسي في اندلاع هذا	هادئة	خريطة شما إفريقيا وبالتحديد خريطة الجزائر ودوائر برتقالية التي تدل على المناطق التي تكثر فيها حرائق الواحات، ثم تظهر على	ثابتة	عادية	لقطة قريبة جدا	7ث	5

	الحريق		الخريطة أشجار النخيل الموزعة على المناطق التي تملك أشجار النخيل					
	حريق البساتين لها تأثير كبير على السكان من الجانبين الاجتماعي والاقتصادي وكذلك على التوازن البيئي للواحات	موسيقى هادئة	منطقة أو قرية صحراوية وبجوارها أشجار النخيل ثم تظهر دوائر باللون البرتقالي وبداخلها رسومات بالأبيض التي تدل على الأخذ بالحذر لأن حرائق أشجار النخيل لديها تأثير على السكان والاقتصاد كما يتضح في دوائر برتقالية	ثابتة	أمامية	لقطة عامة	10ث	6
	واش لازم نديروا باش نحملو الواح من الحرائق	موسيقى هادئة	دائرة باللون الأزرق الداكنة بداخلها علامة استفهام بالأبيض وأسفلها كتابة باللغة العربية باللون الأزرق بخط متوسط "واش نديروا" على خلفية القرية في	ثابتة	أمامية	لقطة عامة	3ث	7

			اللقطه السابقة					
	كونوا يقظين	موسيقى هادئة	كتابة باللون الأزرق بخط كبير "كونوا يقظين" على خلفية أخضر فاتح	ثابتة	عادية أمامية	لقطة قريبة جدا	1ث	8
	قاموا بقلع كل الأعشاب الجافة داخل بساتين النخيل	موسيقى هادئة	بستان كبير من أشجار النخيل، رجل مرتدي الأزرق داخل البستان ويقوم بقلع الأعشاب الجافة لتفادي الحرائق وتظهر دائرة باللون الأخضر عليها رسوم بالأسود، رجل يقطع الأعشاب والتي تدل على تعليمة صحيحة	ثابتة	أمامية	لقطة جزء صغير	3ث	9
	نحيو الجلد الجاف	هادئة	رجل فوق شجرة النخيل يقوم بنزع العشب الجاف من الشجرة، ورجل أمام الشجرة مرتدي الأحمر يقوم بحمل تلك الأعشاب الجافة وتظهر دائرة	ثابتة	أمامية	لقطة جزء صغير	1ث	10

			باللون الأخضر عليها رسوم بالأبيض ونزع الأعشاب لشجرة النخيل تعلية صحيحة					
	أو نقلوه خارج البساتين أو ردوا بالكم ما تحرقوش الأعشاب الجافة والجلد أو أي نفايات زراعية أخرى داخل بساتين النخيل	هادئة	داخل بستان النخيل رجلان يحاولان نقل الأعشاب الجافة ووضعها في شاحنة ليتم نقلها خارج البستان وتظهر دائرة بالأخضر وبداخلها شاحنة مرسومة بالأبيض التي تدل على تعلية صحيحة، كما تظهر دائرة باللون البرتقالي بداخلها شعلة من النار التي تدل على تعلية الخطر ويجب الأخذ بعين الاعتبار بهذه التعليمات حتى تكون البساتين محمية من اندلاع النيران	ثابتة	أمامية	لقطة جزء صغير	9ث	11

	<p>وجدوا كل الوسائل اللازمة لمكافحة النيران وتجهيزات إطفاء الحريق</p>	هادئة	<p>منزل داخل بستان النخيل بجانبه الأيسر بئر وبجانبه الأيمن قارورة حمراء لإطفاء النار تظهر دائرة خضراء بداخلها قارورتين من وسائل إطفاء النار والتي تدل على تعلية يجب الأخذ بها للوقاية من الحريق</p>	ثابتة	أمامية	لقطة عامة	5 ث	12
	<p>جهزوا خزانات وأحواض للمياه في مواقع مختلفة داخل البساتين وجهزوها بمضخات قوية</p>	هادئة	<p>منزل داخل بستان النخيل بجوار هذا المنزل بجوار هذا المنزل غرس ويوجد أمام المنزل بئر من الحجر وخزان المياه وكما يظهر جزء من الشاحنة وتظهر دوائر خضراء مرسومة بالأبيض والأسود والتي تدل على تعليمات إيجابية التي يجب أن تكون في</p>	ثابتة	أمامية	لقطة عامة	6 ث	13

			كل الواحات وبساتين النخيل					
	قوموا بتهيئة مداخل ومسالك على حافة بساتين النخيل وداخلها باش تسهلوا عملية تدخل تاع رجال المطافئ	هادئة	بستان كبير من النخيل وعليه ممرات بالأسود وتظهر دوائر بالأخضر وعليها رسوم بالأسود، أشجار النخيل وممر الطريق بالأبيض وهذه تعليمة تدل على أنه يجب أن يكون داخل البستان ممرات حتى إذا وقع حريق يسهل عملية الإطفاء	ثابتة	أمامية	لقطة عامة	7 ث	14
	قوموا بتهيئة مسالك تاع 5أمتار على عرض على الأقل كل 100 متر طول	هادئة	بستان كبير من النخيل وعليه ممرات وطرق متعددة في الداخل بين شجرة وشجرة مسافة محددة وتظهر دائرة بالأخضر عليها الرسوم بالأسود تدل على تعليمة ترك مسافة محددة بين	ثابتة	عكس غطسية من الأعلى إلى الأسفل	لقطة عامة	4 ث	15

			أشجار النخيل					
	اتفاداو اشعال النار داخل البساتين النخيل وإذا شعلتها تحقق من انكم طفيتها مليح قبل ما تغادروا المكان	هادئة	رجال جالسون في بستان النخيل يشربون الشاي والنار مشتعلة وخلف الرجال بساط أحمر وتظهر تعليمة باللون البرتقالي بداخلها نار مشتعلة وعليها علامه X بالأحمر تدل على الخطر وبالجانب دائرة خضراء دلو من الماء يطفئ النار وهي تعليمة عدم ترك النار وهي تعليمة عدم ترك النار مشتعلة عند المغادرة يجب اطفائها بالمياه	ثابتة	جانبية	لقطة جزء صغير	7 ث	16
	ما تخزنوش البنزين أو أي مادة سريعة الالتهاب داخل بساتين النخيل	هادئة	منزل داخل بستان النخيل وتظهر تعليمة باللون البرتقالي التي تدل على الخطر بداخلها برميل من البنزين أي معناها عدم	ثابتة	أمامية	لقطة عامة	4 ث	17

			تخزين مواد سريعة الالتهاب داخل البساتين					
	قوموا بتهيئة نقاط مراقبة عالية في أماكن مختلفة من الواحات لملاحظة أي اندلاع حريق واعطاء تنبيه مبكر للتدخل	هادئة	منازل بجوارها أشجار النخيل وكثبان رملية من خلفها	ثابتة	أمامية	لقطة عامة	10 ث	18
	"تبع التعليمات تخرج سلامات"	هادئة	خلفية خضراء وجاءت عليه كتابة باللون الأبيض بخط متوسط "تبع التعليمات تخرج سلامات" حول هذه الكتابة سحب والشمس وأسفلها علم الجزائر وعلم الاتحاد الاوروبي	متتالية	أمامية	لقطة متوسط ة	8ث	19
	تم إعداد هذه الحملة من طرف برنامج كابدال الديمقراطية	هادئة	وفي آخر الحملة يظهر الرمز بالأخضر لشركة إنتاج هذه الحملة وداخل الرمز في الأعلى كتابة	ثابتة	عادية	لقطة مطافة	7ث	20

التشاركية للتنمية المحلية		بالأبيض بخط صغير الديمقراطية التشاركية للتنمية المحلية وأسفل رمز كتابة بالأبيض وخط متوسط كابدال وأسفل هذا الرمز علم الجزائر وعلم الاتحاد الأوروبي وحول هذا الرمز سحابة من اليسار ومن اليمين سحاب وشمس أصفر					
------------------------------	--	--	--	--	--	--	--

حسب مقابلة رولان بارت يتطلب علينا تقسيم القراءة إلى مستويين: المستوى التعييني الوصفي للصور كما هي، والمستوى التضميني تلك الصور تحمل دلالات ورموز وإيحاءات يجب تفسيرها.

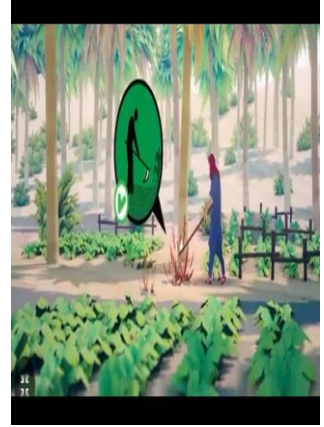
القراءة التعيينية: تعتبر هذه الحملة التوعوية للوقاية من المخاطر الكبرى التي جاءت بتعليق

صوتي اعلامي بصوت امرأة أتت هذه الحملة على شكل تعليمات، بدأت بلقطة قريبة بكتابة ممزوجة باللون الأحمر والأصفر والبرتقالي بخط كبير " حرائق الواحات " على خلفية زرقاء داكنة، ثم بنقطة أخرى مضافة خريطة شمال افريقيا باللون الأزرق الداكن وخريطة الجزائر باللون الأحمر، والتي تدل على كثرة اندلاع النيران في المناطق الجنوبية الجزائرية التي تمتلك أشجار النخيل، وبعدها بلقطة عامة منطقة صحراوية وسمائها صافية والمنازل بجانب بعضها البعض تكسي اللون البني الترابي، وأشجار النخيل بجوار تلك المنازل على جهة اليمين دائرة باللون الأسود وبداخلها اللون البرتقالي باللون



الأبيض تظهر أفراد العائلة التي تدل على أن حريق بساتين النخيل تؤثر سلبا على الجانب الاقتصادي والاجتماعي، كما يظهر في هذه الصورة بجهة اليمين دائرة باللون الأسود وبداخلها اللون البرتقالي وهذا يدل على الخطر، وأفراد العائلة باللون الأبيض وهذا يدل على أن حريق النخيل يسبب أضرارا للمجتمع، ومن الجانب الاقتصادي كما تظهر في وسط الصورة دائرة بالأسود وبداخلها البرتقالي وباللون الأبيض أعمد بيانية وسهام متنازل وهذا يدل على أن إذا أصاب النخيل حريق يصبح الاقتصاد الجزائري متدهور في جانب التمور التي تنتجها النخيل، وبعدها تظهر دائرة بالأزرق الداكن وبداخلها علامو استفهام بالأبيض وأسفلها كتابة باللون الأزرق الداكن بخط كبير "واش نديروا" والتي جاءت على خلفية تلك المتعلقة، وكتابة "كونوا يقظين" جاءت باللون الأزرق الداكن بخط كبير على خلفية أزرق فاتح ثم تنتقل الكاميرا إلى لقطة الجزء الصغير التي تتضمن بستان فيه أشجار النخيل بكم هائل وفي داخل البستان رجل يرتدي ملابس زرقاء وعلى رأسه عمامة حمراء وهذا يدل على أنه رجل من مناطق الجنوب وفي يده فأس يقلع الأعشاب الجافة أمام شجرة وبجانبه الأيسر توجد نباتات مغروسة في أرضية والحشائش، والنباتات المغروسة محاطة بأعمدة من الخشب، وبداخل البستان رجلان رجلا يرتدي أزرق متسلق على شجرة يقوم بنزع الجلد الجاف ورجل آخر يرتدي أحمر يقوم بحمل ذلك الجلد الجاف ويقوم بوضعه على شاحنة من أجل إخراجها خارج البستان، وتظهر دائرة بالأخضر وبداخلها مرسومة شاحنة بالأبيض والأسود وتظهر علامة وهذا يدل على الفعل الصحيح لتفادي الحرائق داخل بساتين النخيل، وبجهة اليسار تظهر دائرة باللون البرتقالي شعلة النار بالأبيض وأسفلها أعشاب بالأسود وعلامة باللون الأحمر، وهذا يدل على عدم حرق الأعشاب داخل البساتين لأنها السبب الرئيسي في الحرائق، وبلقطة عامة منزل باللون البني داخل بستان النخيل وعلى أرضيته حشائش، وتظهر في الوسط دائرة باللون الأخضر

التعليم للوقاية من النيران، بلقطة أخرى منزل داخل البستان بجواره بئر وخزان المياه وتظهر دوائر باللون الأخضر من جهة اليمين دائرة بداخلها أشجار النخيل مرسومة بالأسود وخزان المياه بالأبيض، ومن جهة اليسار دائرة بداخلها رسمة بئر وشخص بالأسود وبيده أنبوب مياه داخل دلو أبيض وهذه الرسومات على شكل تعليمات يجب على المواطنين في الجنوب اتباعها من أجل تفادي الحرائق داخل الواحات والبساتين، بلقطة عامة داخل البستان أشجار النخيل وتظهر دائرة باللون الأخضر مرسومة بداخلها أشجار النخيل، والطريق باللون الأسود في وسط تلك النخيل وهذا من أجل تسهيل عملية التدخلات من أجل إطفاء هذه الحرائق، وبلقطة عامة بزواوية التصوير عكس غطسيه من الأعلى إلى الأسفل يظهر بستان كبير من النخيل ولديه ممرات في كل الجوانب، وتظهر دائما خضراء بداخلها رسم باللون



الأسود بين شجرة، وبلقطة الجزء الصغير داخل بستان النخيل على أرضيته رملية فيها حشائش وفي وسط البستان مجموعة من الرجال أشعلوا النار وعلى خلفيتهم بساط باللون الأحمر، وتظهر الدوائر باللون البرتقالي شعلة النار باللون الأبيض وعلامة خطأ في الأسفل ودائرة باللون الأخضر بداخلها دلو أبيض مائل والمياه تخرج من ذلك الدلو يطفئ تلك النار، بلقطة أخرى منزل داخل ذلك البستان يظهر تظهر دائرة باللون البرتقالي وبرميل أبيض بداخله شعلة النار بالأسود، وبجانبه دلو أبيض فيه علامه X للبنزين وهذا يدل على الخطر إذا كان في البستان يسبب في الحريق، وبلقطة عامة تظهر قرية ومنازل بجانب بعضها البعض وبجوارها أشجار كثيرة من النخيل، وهذه المنطقة صحراوية فيها مباني مرتفعة للمراقبة إذا كان هناك حريق، كما تظهر دائرة خضراء فيها مبنى باللون البني وأسفلها علامه صحيح وهذا يدل على بناء مباني عالية للمراقبة أي خطر في الواحات.

وفي آخر الحملة تظهر الخلفية خضراء بسحاب أبيض وشمس صفراء وعليها كتابة باللون الأبيض بخط كبير "تبع التعليمات تخرج سلامات" وفي أسفلها علم الجزائر وعلم الاتحاد الأوروبي، وفي نهاية الحملة يظهر الرمز للشركة التي ساهمت في إنتاج هذه الحملة من طرف شركه كابيتال الديمقراطية التشاركية للتنمية المحلية.

I. القراءة التضمينية

1) دلالات الأشياء :

إن الأشياء الموضوعه في هذه الحملة ليست بمحل الصدفة وإنما تحمل العديد من التأويلات والايحاءات والمعاني، كما لها استخدامات رمزية التي تهدف لترسيخ الأفكار من أجل زيادة التنمية في الوعي البيئي، وتوضيح العديد من المعلومات للمتلقى التي جاءت على شكل تعليمات للوقاية من المخاطر الكبرى التي جاءت كالتالي: في بداية الحملة ظهرت كتابة حرائق الواحات على خلفية خريطة العالم، والتي تدل على الصورة لتوضيح المناطق الجغرافية في العالم، بعدها

خريطة شمال افريقيا وبالتحديد خريطة الجزائر بالأحمر التي تدل على أنها من أكثر المناطق عرضة للحرائق وبالتحديد في المناطق الصحراوية للبساتين وواحات النخيل، حيث نرى قرية فيها منازل وبجوارها أشجار النخيل وهذا المنظر يدل على أن هذه المنطقة صحراوية جنوبية، ودوائر باللون البرتقالي داخل هذه الدوائر رسومات باللون الأبيض وهي عبارة عن التعليمات التي تدل على الخطر الذي يمكن أن يصيب المجتمع والاقتصاد إذ كان الحريق في الواحات وجاءت التعليمات على شكل دوائر باللون الأخضر وبداخلها رسومات بالأسود للوقاية من الحرائق، وتنتقل الكاميرا لنرى رجل داخل البستان يقوم بنزع الأعشاب الجافة وبصورة أخرى نرى رجلان داخل بستان يقومان بوضع الأعشاب داخل الشاحنة لنقلها خارج البستان حتى لا يحصل الحريق، وتنتقل الكاميرا لنرى منزل في وسط البستان يجب توفير كل الوسائل لإخماد النيران مثل القار ورات لإطفاء النار والأحواض المائية وخزان المياه التي تظهر فيها كل هذه التعليمات على شكل رسومات داخل دوائر خضراء وهذه تدل على الوقاية من المخاطر التي تؤدي إلى الحرائق، ولكي تتوضح كل هذه الأفكار للمشاهد حتى يكون يقظاً، وداخل البساتين يجب القيام بالعديد من المسالك والطريقات لتسهيل عملية التدخلات السريعة ووضع مسافة محددة بين شجرة وشجرة، والتي جاءت على شكل تعليمات داخل دوائر الخضراء من أجل تفادي الحرائق داخل البساتين والواحات، داخل البساتين النخيل جماعة من الرجال جالسين أمام النار المشتعلة حيث يجب قبل مغادرة البستان إطفاء النار المشتعلة حتى لا يكون سببا في اندلاع النيران ولا يجب تخزين مواد سريعة الالتهاب داخل البستان والواحات، كما تظهر تعليمات داخل دوائر برتقالية تدل على الخطر التي قد ينجم منه، حيث نلاحظ أن هناك عدة أسباب التي تؤدي إلى انتشار الحرائق، حيث قال ساعد عبد العزيز أن هناك عدة عوامل منها عوامل بشرية مثال على ذلك رمي بعض الأشخاص للسجائر المشتعلة بالدخان وذلك باللامبالاة إضافة إلى الزجاج عند تعرضه لأشعة الشمس بسبب اتصال جانب من الحشائش اليابسة وبالتالي حرق الغابة¹، وأضاف الملازم الأول عبدوش حميد أن هناك عدة أنواع من المخاطر الناجمة من حرائق الغابات منها تدهور وتدمير المادة الخشبية، حيث ينتج عن حريق الغابات اتلاف الأشجار أو التقليل من نوعيتها، تدمير البذور الشتلات الصغيرة وبالتالي يعطل النمو، إضافة إلى ذلك في حالة نشوب حريق متكرر في نفس المساحة الغابية قد يؤدي ذلك إلى تدهور خصوبة التربة.

كما نرى أن هناك مباني عالية لديها أبراج عالية المراقبة وهي مخصصة للمراقبة عند اندلاع النيران داخل البساتين والواحات والتي جاءت كأمر تعليمية للحملة يجب بناء الأبراج للمراقبة، وهذه التعليمات التي جاءت على شكل رسومات كان لها دور كبير في نشر اسهامات الوعي البيئي والزيادة في التنقيف في المشاهد والمحافظة على الممتلكات البيئية والوقاية من حرائق الواحات.

1- مقابلة مع ساعد عبد العزيز، مقابلة سبق ذكرها.

(2) دلالة الألوان:

نجد بأن رسالة الحملة العديد من الدلالات اللونية وهي اللون الأزرق الداكن والبرتقالي والأخضر والبنّي والأسود والأزرق والأبيض، حيث نرى أن اللون الذي كان بارزاً في هذه الحملة اللون الأزرق الداكن الذي تم استخدامه في خلفية الشاشة وخريطة العالم وخريطة شمال أفريقيا وفي الدائرة نرى كتابة " واش نديروا" و"كونوا يقظين" ملابس وخزان المياه وعالم الاتحاد الأوروبي، واللون الأزرق الداكن لديه العديد من الإيحاءات والتي هي الثقة والسلطة والسيطرة، أما اللون الأحمر تم توظيفه في خريطة الجزائر وفي الأسهم وملابس الرجل وقارورة لإطفاء النار وفي علامة الخطأ وفي البساط والنجمة والهلال في علم الجزائر، وفي كتابة حرائق الواحات، كما أن للون الأحمر الكثير من المعاني وهي القوة والثقة كما يدل على الحذر والخطر، وتم استخدام اللون الأخضر والذي برز في أشجار النخيل والحشائش وفي الدوائر بالأخضر وعلامات صحيح وفي علم الجزائر، كما يرمز اللون الأخضر إلى الراحة والاسترخاء ويدل على الانتعاش والحيوية، وكما تم توظيف الأزرق الفاتح في السماء وفي خلفية الشاشة، واللون الأزرق الفاتح لديه العديد من الدلالات والتي تدل على السلام والنقاء، وتم استخدام اللون البنّي في البيوت وعلى أرضية البستان والأعشاب وفي جذور الأشجار، واللون البنّي يرمز إلى الاستقرار والاطمئنان كما يدل على الأمان والحماية، اللون البرتقالي تم استخدامه في هذه الحملة في الدوائر البرتقالية وفي كتابة "حرائق الواحات"، وتم توظيف اللون الأسود في العديد من الأشياء في هذه الحملة وهي شخص مرسوم بالأسود والدوائر وعجلات الشاحنة وباب المنزل والنوافذ ورسومات أشجار النخيل والطرقات والممرات واللون الأسود يدل على الظلم والدمار كما يدل على السيطرة والعظمة والقوة، واللون الأبيض تم توظيفه في رسومات العائلة وأعمدة والبيانات والسهم والشاحنة وشعلة النار والبئر والدلو والبرميل البنزين، وكما تم استخدامه في السحاب وفي كتابة باللون الأبيض "الوزارة الداخلية والجماعات المحلية والتهيئة العمرانية"، حملة تحسيسية للوقاية من المخاطر الكبرى"، "تبع التعليمات تخرج سلامات" ورمز الشركة، ثم كتابة باللون الأبيض الديمقراطية التشاركية التنمية المحلية كابدال، واللون الأصفر تم استخدام في كتابة "حرائق الواحات" ونار مشتعلة عبر الولايات والشمس، واللون الأصفر يرمز في هذه الحملة إلى الخطر والحذر كما يدل على البهجة والسرور.

(3) دلالات الإضاءة وعلاقتها بالأشياء:

الإضاءة تحمل العديد من الدلالات والتفسيرات التي سنحاول التركيز عليها في هذه الحملة خاصة من حيث الاستعمال، فالإضاءة المستعملة هنا هي إضاءة طبيعية التي أعطت هذه الأخيرة وضوحاً وجمالاً والتي تظهر في لون السماء التي ينبعث منها النور وهو دليل على إضاءة طبيعية وفي ألوان أشجار النخيل والحشائش التي هي مريحة، وهذا ما زاد من واقعية مكان الإضاءة الطبيعية وبالإضافة إلى تفاصيل الأشياء الموجودة في هذه الحملة، كما يظهر في

هذه الحملة الاستخدام المتوازن للإضاءة مع الألوان من أجل لفت انتباه عين المشاهد، وبالإضافة بجانب متوازن مع جميع اللقطات فهو ما يزيد من نجاح وفعالية هذه الحملة.

(4) دلالات الديكور وعلاقته بالأشياء:

يعتبر الديكور عنصر مهم في ابلاغ الرسالة وتوضيحها للجمهور، ولا بد من الديكور أن يكون متناسق مع النص اللغوي الذي يعتبر مساعدا له، وفي هذه الحملة الديكور موظف منسجم انسجاما كبيرا مع الإضاءة، وهذا من أجل ابقاء المتلقي مركزا مع تفاصيل الحملة، وقد اعتمد مصمم على ديكور طبيعي في رسمه الجو البيئي بامتياز الذي يعكس جمالية المكان وهذا ما زاد رونق وحيوية للحملة التوعوية.

(5) دلالات اللغة وعلاقتها بالأشياء:

عندما يتم اختيار لغة مناسبة في مخاطبة الجمهور مما يزيد في نجاح وانفعالية المتلقي مع الحملة، حيث أن اللغة برزت بشكل واضح في هذه الحملة التحسيسية وهنا جاءت اللغة بصوت انسان جذاب وهذا ما يستهدف أذان المشاهد لكي تكون لديه القدرة على الاستجابة وحتى لا يشعر بالملل، ولقد جاءت اللغة ممزوجة باللغة العربية واللهجة الجزائرية العامة أي تم الاعتماد على النص المنطوق في بداية الحملة حتى نهايتها من أجل ابقاء الجمهور متابعا إلى نهايتها. أما بالنسبة للنص المكتوب مع وجود نص لغوي منطوق والنص المكتوب كان في بداية الحملة "الوزارة الداخلية والجماعات المحلية والتهيئة العمرانية" "حملة تحسيسية للوقاية من المخاطر الكبرى" "تبع التعليمات تخرج سلامات" حيث جاءت باللون الأبيض بخط متوسط وبعدها النص مكتوب حرائق الواحات وبالألوان الممزوجة بين الأحمر والبرتقالي والأصفر بخط عريض، وجاءت كتابة "واش نديروا" باللون الأزرق الداكن بخط متوسط وواضح "كونوا يقظين" باللون الأزرق بخط كبير، وفي نهاية الحملة يظهر نص مكتوب "تبع التعليمات تخرج سلامات" باللون الأبيض وبخط كبير، يظهر في رمز التي انتجت هذه الحملة، الكتابة "الديمقراطية التشاركية التنمية المحلية" هذه الكتابة جاءت فوق الرمز وأسفل الرمز حملة كابدال.

(6) دلالات الصوت وعلاقته بالأشياء:

إن الصوت عامل مهم يساعدنا على فهم ما يدور في كل لقطات الحملة، وصوت كان بارزا منذ بداية الحملة الذي جاء بصوت امرأة ذات نغمات جميلة وهادئة حتى نهاية الحملة، حيث أن الصوت في الومضات يلعب دورا فعالا في جذب انتباه المشاهدين.

(7) دلالات الموسيقى وعلاقتها بالأشياء:

إن الموسيقى لعبت دورا مهما في تركيب وتنسيق العام للحملة التوعوية، والموسيقى التي تم استخدامها في هذه الحملة ذات طابع مريح ومميز التي جاءت مصاحبة مع جميع اللقطات أي

من بداية الحملة حتى نهايتها، وجاءت منسجمة مع الصوت إلى الموسيقى ظلت مرافقة لتعليق جذاب لانتباه المتلقي لموضوع الحملة التحسيسية، فلا يمكن تخيل الحملة بدون موسيقى، لأن الموسيقى تزيد نجاحا للحملة من خلال الايقاعات والنعومات الموسيقية.

(8) دلالات الشخصيات وعلاقتها بالأشياء:

إن مصمم هذه الحملة لم يعطي أهمية بالغه للشخصيات لأن دور الشخصيات في هذه الحملة لا تخدم توعية هذه الحملة لأنها جاءت على شكل تعليمات توضح كيفية اتباع التعليمات للوقاية من حرائق الواحات، حيث ظهرت مجموعة من الشخصيات جاءت على شكل فلاحين، حيث ظهر في بداية الحملة رجلان يشتعلان النار داخل بستان النخيل رجل المرتدي أزرق يقلع الأعشاب الجافة في البستان والرجل الثاني مرتدي أحمر يقوم بنقل الأعشاب الجافة ويضعها في الشاحنة لإخراجها من البستان، وهنا نرى التعاون بين الفلاحين وهذا ما يدل على التعاون من أجل الحفاظ ووقاية البساتين والواحات من اندلاعات النيران، وفي نهاية الحملة تظهر مجموعة من الرجال داخل البستان جالسين حول النار وهذه اللقطة جاءت على الشكل تعليمية لتفادي اشتعال النار داخل البستان وعند اشتعالها يجب اطفائها قبل الرحيل لأنها من المسببات الرئيسية في اشتعال النيران داخل البستان.

وهذه الشخصيات التي تم اختيارها من أجل الايضاح وتوصيل الفكرة للمتلقي.

تحليل الحملات الاعلامية المبثثة في الصفحة الرسمية لوزارة الفلاحة والتنمية الريفية

حملة الأولى: وهي "حملة تحسيسية حول حرائق الغابات" التي صدرت في الصفحة الرسمية لوزارة الفلاحة والتنمية الريفية

عنوان الحملة : حماية الغابات مسؤوليتنا كامل # ما نخلوهاش تتحرق

عدد اللقطات: 26 لقطة

مدة الحملة: 1.13 دقيقة

ملخص الحملة:

ركز مصمم الحملة على إعطاء صورة عن الأضرار التي قد يسببها الإنسان من خلال اللامبالاة، وجسدت من خلال الحملة التحسيسية التي قام بها الشباب للتوعية من أجل إيصالها لذهن الفرد عن مدى خطورة الأضرار الناجمة من الحرائق، حيث ركز في إظهار بعض الصور والمشاهد التي قد يكون الإنسان هو المسبب الرئيسي في الحريق واتلاف البيئة، حيث اعتمدوا في هذه الحملة على أسلوب تخويفي لتنبية المشاهد من أجل لا يلحق الضرر بالثورة الغابية، كما اعتمدوا على أسلوب تعليمي من خلال توجيه النص من أجل التوعية والتحسيس.

ينطلق تحليل الحملة من التقطيع التقني

شريط الصوت			شريط الصورة					
المؤثرات الصوتية	التعليق أو الحوار	نوع الموسيقى	مضمون الصورة	حركة الكاميرا	زوايا التصوير	سلم اللقطات	مدة اللقطة	رقم اللقطة
زقزقة العصافير		هادئة	منظر طبيعي للغابة	بانورامية من اليمين إل اليسار	أمامية	لقطة عامة	3ث	1
زقزقة العصافير		موسيقى هادئة	ثلاث شبان داخل الغابة يحملون قفة للتنزه	متتالية	أمامية	لقطة جزء صغير	3ث	2
زقزقة العصافير		هادئة	ثلاث شبان يتجولون في الغابة	متتالية	جانبية	لقطة جزء صغير	2ث	3
خرير الماء		هادئة	غابة فيها شلال يتدفق منه الماء	عادية	أمامية	لقطة قريبة	1ث	4
خرير الماء		هادئة	شاب أمام الشلال يقوم بغسل وجهه بالماء	عادية	جانبية	لقطة متوسطة	1ث	5
قطرات الماء		هادئة	نهر	ثابتة	عادية	لقطة قريبة	1ث	6
زقزقة العصافير		هادئة	ثلاث شبان يتجولون	متتالية	زوم	لقطة	2ث	7

			داخل الغابة		خفي	نصف مقربة		
زقزقة العصافير		هادئة	شبان يقومون بتجهيز الفطور داخل الغابة	ثابتة	أمامية	لقطة جزء كبير	4ث	8
زقزقة العصافير		هادئة	شباب يقوم بتهيئة الحطب	ثابتة	جانبية	لقطة متوسطة	2ث	9
زقزقة العصافير		هادئة	ثم يقوم بشعل النار على الحطب	ثابتة	غطسية من الأعلى إلى الأسفل	لقطة قريبة	1ث	10
زقزقة العصافير		هادئة	شباب يقومون بتهيئة الأكل	ثابتة	عادية	لقطة جزء صغير	2ث	11
صوت الشواء		هادئة	شباب يقوم بشواء اللحم على الحطب	ثابتة	جانبية	لقطة قريبة	2ث	12
		هادئة	شباب يحمل في يده اللحم الذي قام بشوائه متجه نحو أصدقائه	ثابتة	جانبية	لقطة جزء صغير	2ث	13
		هادئة	شباب يتناولون الأكل في	ثابتة	جانبية	لقطة	2ث	14

			الغابة			قريبة حتى الصدر		
		هادئة	تسليط الضوء على الأشجار	بانورامية عمودية من الأسفل إلى الأعلى	عكس غطسية من الأسفل إلى الأعلى	لقطة قريبة	1ث	15
		هادئة	يقومون الشباب بجمع كل ما هو موجود على المائدة	ثابتة	أمامية	لقطة متوسطة	2ث	16
		هادئة	شباب يغادرون الغابة	متتالية	زوم أمامي	لقطة متوسطة	3ث	17
		هادئة	شباب يقومون بأخذ صورة تذكارية في الغابة	ثابتة	أمامية	لقطة متوسطة	2ث	18
		هادئة	شباب جالسون في المقهى يتبادلون الحديث فيما بينهم	متتالية	أمامية	لقطة متوسطة	8ث	19
		هادئة	يشاهدون في الهاتف تلك الصورة التذكارية التي	ثابتة	أمامية	لقطة نصف	2ث	20

			قاموا بالتقاطها في الغابة			مقربة		
		هادئة	شباب يشاهدون في التلفزيون خبر عاجل اندلاع حرائق الغابات بالجزائر في نفس المكان الذي كانوا فيه	ثابتة	جانبية	لقطة نصف مقربة	1ث	21
		هادئة	تسليط الضوء على خبر عاجل لحرائق الغابات التي تم عرضه في شاشة التلفاز	ثابتة	أمامية	لقطة قريبة	2ث	22
		هادئة	شباب في حالة حصره من الخبر الذي يشاهدونه في التلفزيون	ثابتة	جانبية	لقطة قريبة حتى الكتف	2ث	23
			يتذكر الشاب بأنه قام برمي سيجارة على أرضية الغابة التي قد تكون سببا في الحريق	متتالية	أمامية	لقطة قريبة	2ث	24
	في الغابة غفلة صغيرة تقدر تولى مصيبة كبيرة	هادئة	شاب يقوم بتذكر كل ما فعله في الغابة وترك نفايات وموقد الشواء	متتالية	أمامية	لقطة قريبة	13ث	25

			مشتعل					
			في نهاية الحملة يظهر شعار مكتوب باللون السود وبخط متوسط "حماية الغابة مسؤوليتنا كامل ≠ ما نخلوهاش تتحرق" وأسفلها يظهر الرقم أخضر 1070 وبعدها يظهر الرمز باللون الأزرق وفي الوسط علم الجزائر أسفلها كتابة باللون الأسود بخط صغير "الجمهورية الجزائرية الديمقراطية وزارة الفلاحة والتنمية الريفية، وبجانب العلم رمز إدارة الغابات باللون الأخضر.	متتالية	أمامية	لقطة قريبة	2ث	26

I. القراءة التعيينية

استهلكت هذه الحملة التوعوية بفضاء خارجي على منظر طبيعي للغابة، على ثلاثة شباب يتجولون داخل الغابة، وبلقطة عامة في الغابة شلال يتبع منه المياه ويتساقط على أرضية الغابة، وأحد الشباب بلباس أزرق يغسل وجهه بماء الشلال، وبعدها يظهر أظهر الشباب وهم يتحدثون فيما بينهم ويتجولون داخل الغابة، وتأتي اللقطة الموالية شباب يقومون بتحضير مائدة الفطور في جو غابي مليء بالأشجار الكثيفة، لنتنقل إلى الشاب المرتدي الأزرق يقوم بتجهيز الحطب واشعال النار فيه، وشباب على طاولة الأكل يقوم بترتيب المائدة، ولتعود بنا للقطة إلى الشاب مرتدي الأزرق وهو يحضر الشواء لحم على موقد النار، وشاب آخر مرتدي الرمادي متوجه إلى الطاولة، ثم يجتمع الشباب الثلاث على مائدة الأكل وهم يتناولون الأكل في جو مرح وهادئ، وبعدها تظهر كثافة الأشجار وطولها، وتعود اللقطة إلى الشباب وهم بصدد الانتهاء من الأكل ثم يجمعون أغراضهم التي أحضروها معهم، ثم يلتقطون صورة جماعية في الغابة لكي تبقى ذكرى، ثم ينتقل بنا مصمم الحملة إلى فضاء داخلي على الشباب يجتمعون داخل المقهى ويشربون عصير البرتقال وهم في تجمع ما قاموا به في الغابة وأحد الشبان يمسك الهاتف بيده ويريهم الصورة الجماعية التي أخذوها في الغابة هم في جو مليء بالحديث والضحك والدردشة فيما بينهم، وبعدها أحد الشبان بلباس أحمر مرتدي النظارة ينظر إلى الخلف في التلغاز المعلق داخل المقهى يظهر خبر عاجل حرائق مهولة تتدلع في غابات الجزائر والصورة النيران المشتعلة في الغابة ثم تعود القطة إلى شبان مذهولون ومنصدمون من الخبر وأحد شبان سارح يقوم بتذكر كل ما فعل في تلك الغابة: ترك النفايات وترك الفحم مشتعل بالنار وقام برمي السيجارة على أرضية الغابة وتعود اللقطة إلى شاب مرتدي النظارة وهو في صدمة، وفي نهاية الحملة تظهر خلفية بيضاء وعليها كتابة بالأسود "حمية الغابة مسؤوليتنا كامل # ما تخلوهاش تتحرق" وأسفلها رقم الأخضر 1070 باللقطة الموالية يظهر رمز بالأزرق وعلم الجزائر وأسفله الجمهورية الديمقراطية الشعبية وزارة الفلاحة والتنمية الريفية بخط صغير ورمز إدارة الغابات بالأخضر.



II. القراءة التضمينية

بعدما انتهينا من دراسة المستوى التعييني للحملة التوعوية أي تحليل اللقطات لنتنقل بعدها إلى المستوى التضميني وهو جملة من الدلالات والايحاءات والتأويلات التي تختصر معنى الحملة.

1) دلالات الأشياء:

إن الأشياء الموظفة في هذه الحملة التوعوية لم يكن وجودها اعتباطي وإنما تحمل عده دلالات وقراءات وتفسيرات، فكل شيء مستخدم في هذه الحملة له رمز يدل عليه سنحاول التطرق إليها.

- منظر الغابة يدل على الطبيعة والهدوء المكان الشباب يتجولون في الغابة هذا التجول يدل على استكشاف، وزقزقة العصافير تجلب الراحة والنفسية والطمأنينة، الشلال الذي ينبع يرمز إلى النقاء والسكينة والاستقرار الذي يعم الغابة.
- الشاب الذي يغسل وجهه بالماء الشلال هذا يدل على صداقة الطبيعة بالإنسان، وماء الشلال يشكل بحيرة وهذا يرمز إلى السلام، وصوت خرير المياه الذي ينبعث في النفس الحيوية والاسترخاء.
- شاب في مكان مكتظ بالأشجار الطويلة وأشعه الشمس الذهبية مما زادت جمالية في المكان وشباب يتعاونون فيما بينهم لتحضير مائدة الأكل هذا يدل على قوة الصداقة بينهم.
- الشاب لباس أزرق يقوم بإشعال النار في الحطب وشاب آخر يقوم بتجهيز طاولة الفطور وتعود لقطة للشاب مرتدي أزرق يقوم بشواء اللحم في موقد النار ويجتمع الأصدقاء على مائدة الافطار في جو مليء بالتفاهم والاحترام المتبادل فيما بينهما.
- بعد انتهاء من الأكل شباب يقومون باستعداد للرحيل وموقد النار مشتعل ودخان ينتشر باتجاه الرياح وهذا يدل على إهمال الشباب في حق الغابة، والأصدقاء قاموا بأخذ صورة تذكارية في الغابة وهذا يرمز على أن الشباب استمتعوا بالتنزه، وبعدها الشاب في المقهى بديكور عصري والأصدقاء في جو من المرح والفكاهة ما يبينهم ويشاهدون الصور التذكارية التي أخذوها في الغابة حتى ينصدموا بالخبر على التلفزيون حريق في الغابة التي كانوا فيها وعلامة الصدمة بادية على وجوههم، وشاب مرتدي نظارة يذكر كل ما قاموا به داخل الغابة منها رمي السيجارة على أرضية الغابة، ترك كيس النفايات وترك موقد الشواء مشتعل وكل هذه الأفعال من مسببات الرئيسية في اندلاع الحريق في الغابة، والشاب الذي يذكر كل ما فعل في الغابة علامة على الندم والحسرة بادية على وجهه وهذا يدل على إهمال واستهتار الشاب وعدم وضع في الحسبان أن كل فعل صغير قد يسبب خطر على الثورة الغابية.

(2) دلالات الألوان:

- نجد في هذه الحملة التوعوية استخدام مجموعة من الألوان وهي:
- اللون الأخضر: استخدم هذا اللون بقوة في هذه الحملة حيث برز في الغابة والحشائش، فتوظيف اللون الأخضر لم يكن اعتباطيا وإنما كان دال على الطبيعة والهدوء وهو لون نابض بالحياة يوحي بالتبدد والحيوية (علم الجزائر)، رمز إدارة الغابات.
- اللون الأزرق: ظهر اللون الأزرق في ملابس شباب وفي حقيبة الأكل، وهذا اللون لديه العديد من المعاني منها الاستقرار، كما يرمز إلى السكينة والاسترخاء.
- اللون البني: برز هذا اللون في أرضية الغابة، جذور الأشجار، الحطب والسيجارة وفي أثاث المقهى، ويرتبط هذا اللون من الناحية النفسية بالراحة والأمان كما أنه مرتبط بالصدق والجدية.

- اللون الأحمر: وُصف هذا اللون في هذه الحملة ليس بصورة كبيرة ولكن ظهورها يحمل العديد من دلالات والرموز تمثل في اللحم المشوي وقميص الشاب وشريط خبر عاجل وفي علم الجزائر، وهذا يرمز بالطاقة والحب العاطفة وكما يدل على العنف والدمار.
- اللون البرتقالي: ظهر هذا اللون في النار المشتعلة في الحطب وفي كأس العصير وفي الحريق المندلح على شاشة التلفاز، يوحي بمشاعر الانتعاش كما يرمز إلى البهجة والايجابية.
- اللون الأصفر: يبرز هذا اللون في علبة كبريت وفي البطيخ وفي جدران المقهى ولون أشعة الشمس، ويستخدم هذا اللون للفت الانتباه، كما يرتبط بالتفاؤل والفرح والأجواء السعيدة والمبهجة.
- اللون الأبيض: حيث استخدم هذا اللون في كيس النفايات، خلفية قميص الشاب، طاولة الأكل وفي علم الجزائر، ويرمز اللون الأبيض للبراءة والصفاء والنقاء كما يدل على النور والطهارة والملاحم والإيمان.
- اللون الأسود: تم توظيف اللون الأسود في هذه الحملة في الفحم وفي الهاتف وكتابة ويدل اللون الاسود على القوة والسلطة كما يرمز إلى الكآبة والموت والحزن.
- اللون البنفسجي: تم استخدام هذا اللون البنفسجي في قميص الشاب، يرمز اللون البنفسجي إلى حمل الحكمة والفخامة كما يدل على الطموح والرفاهية والكرامة.

(3) دلالات الإضاءة

تعتبر الإضاءة عنصر أساسيا في تبليغ الرسائل للمتلقي، فهي ليست عنصر فنيا فقط وإنما تحمي العديد من الدلالات والايحاءات وفي هذه الحملة نتلمس استخدام الإضاءة بين طبيعة واصطناعية، في بداية الحملة التوعوية برزت إضاءة طبيعية نظرا لطبيعة المكان، وذلك من أجل إبراز صور جمالية للغابة، فقد ساهم ضوء النهار في إظهار تفاصيل الأشياء أكثر وكما كان ملامح شخصيات واضحة، بالإضافة إلى ضوء الشمس الذي أضاء المكان بصورة طبيعية، أما الإضاءة الاصطناعية فقد تم استخدامها في فضاء معلق أي داخل المقهى، كراسي، طاولات والتلفاز، أي تم التركيز على وجوه الشخصيات الممثلة في هذه الحملة تم توظيفها كمصدر جذب وإثارة المتلقي لمشاهدة الحملة.

(4) دلالة الديكور وعلاقته بالأشياء:

تم الاعتماد في هذه الحملة التحسيسية على ديكور طبيعي الموظف عند تصوير الفضاء الخارجي للغابة، حيث يتواجد شباب يتجولون في الغابة أيضا ينتقلوا بهم مصمم الحملة إلى ديكور طبيعي لنرى مجموعه من الشباب جالسين يتناولون أكالات على الطاولة في الغابة مما

أعطى ديكورا مميّزا لفت الانتباه المتلقي، أما الديكور الداخلي يتمثل في ديكور المقهى الذي ظهر في أشكال طاولات وكراسي وفناجين القهوة على طاولة وكأس العصير، وفي هذه الحملة لقد التمسنا نوعين من الديكورات ديكور طبيعي وديكور اصطناعي فقد وفق مصمم في توظيفهما.

(5) دلالات اللغة:

تمثل اللغة عاملا هام وفعالا في بناء الرسالة الاتصالية، إذ أنها تعتبر وسيلة وأداء لتحقيق غاية التواصل، إذ أن وضوحها يعني وضوح هذه الرسالة الاتصالية وإيصالها للمتلقي إلا أننا لاحظنا غياب هذا العنصر المهم في بداية الحملة أن الرسائل الألسنية المنطوقة برزت في نهاية الحملة جاءت باللهجة الجزائرية بصوت رجل قوي، أما بالنسبة للرسالة الألسنية المكتوبة فقد ظهرت في آخر الحملة، والتي جاءت على الشكل شعار "حماية الغابة مسؤوليتنا كامل # ما تخلوهاش تحرق" باللون الأسود وخط كبير مما زاد وضوح هذه الرسالة الألسنية المكتوبة بخلفية بيضاء.

(6) دلالات الصوت:

الصوت هو عبارة عن عنصر أساسي يساعد على فهم الأحداث أو اللقطات التي تجري داخل الحملة، حيث نلاحظ تعدد الأصوات منها زقزقة العصافير التي أعطت إحساسا عاطفيا وخرير الماء الذي زاد من جمالية الحملة، حيث صيغت هذه العناصر بصيغة جذابة، حيث يتدفع المتلقي للمشاهدة بالإضافة إلى صوت الرجل في التعليق الذي جاء في نهاية الحملة مما زاد أكثر جمالا ورونقا للحملة.

(7) دلالات الموسيقى:

الموسيقى المستخدمة في هذه الحملة هادئة وحيوية، مما تساهم في جذب السمع المتلقي حيث جاءت الموسيقى من البداية إلى النهاية التي حققت إيقاع جمال للحملة كما نجد الانسجام والتضايق بين الموسيقى الموظفة والصور.

(8) دلالات الشخصيات:

اعتمد المصمم في هذه الحملة خصيصا بفئة الشباب لأنها تحسّن صورة تنزه من أجل إيصال فكرة هادئة للمتلقي وخاصة الشباب، في بداية اللقطات الأولى للحملة ظهرت مجموعة من الشباب يتجولون في الغابة وفي آن واحد يقومون بتجهيز مائدة الإفطار في الفضاء الخارجي وينتقل بنا المخرج مباشرة إلى الفضاء المعلق وتبرز لنا نفس الشخصيات جالسين في المقهى متجمعين يتبادلون أطراف الحديث، فالشخصيات الموظفة في هذه الحملة زادت رونقا من خلال الحركات التي قام بها الشباب ونوع الملابس وملامح وجوه شخصيات البارزة في الحملة هذا من أجل إثارة الانتباه المتلقين وجذب انتباههم في مشاهدة الحملة.

تحليل حملة تحسيسية ضد حراق الغابات

الحملة الثانية:

اسم الحملة : حماية الغابات مسؤوليتنا كامل # ماتخلوهاش تتحرق

مدة الحملة الاجمالية: 1.10 دقيقة

عدد اللقطات: 29 لقطة

وهي حملة تحسيسية حول حرائق الغابات" التي صدرت في الصفحة الرسمية لوزارة الفلاحة والتنمية الريفية

عنوان الحملة : حماية الغابات مسؤوليتنا كامل # ماتخلوهاش تتحرق

عدد اللقطات: 26 لقطة

مدة الحملة: 1.13 دقيقة

العنوان: حملة حول دور الاستاذة في التوعية والتحسيس في حماية البيئة

ملخص الحملة:

بدأت الحملة التحسيسية بلقطة الجزء الصغير وهو جو مدرسي أستاذة تشرح للتلاميذ عن أهمية الحفاظ الثورة الغابية ومدى أهميتها حيث تقوم بغرس القيم الايجابية لدى الأطفال لكي تكون لهم صورة ايجابية في أذهانهم على محافظة على البيئة، حيث ركزوا في هذه الحملة على مجموعة من التلاميذ الصغار تقوم الأستاذة بتوجيههم حيث يرمز التلاميذ على الجيل الصاعد، كما اعتمدوا في هذه الحملة على مخاطب فئات متنوعة من أجل توصيل لهم الفكرة، كما كانت لغة بسيطة لعامة الناس كما اعتمدوا على أسلوب تعليمي حيث جسدوا في صورة التلاميذ وأسلوب التخويف حيث تجسد في إظهار الغابة وهي مشتعلة بالنار واتلافها من أجل معرفة مدى خطورتها.

ينطلق التحليل من التقطيع التقني:

شريط الصوت			شريط الصورة					
المؤثرات الصوتية	التعليق أو الحوار	نوع الموسيقى	مضمون الصورة	حركة الكاميرا	زوايا التصوير	سلم اللقطات	مدة اللقطة	رقم اللقطة
		هادئة	داخل القسم، أستاذة أمام السبورة تشرح لتلاميذها	بانورامية من اليمين إلى اليسار	جانبية	لقطة جزء صغير	2ث	1
		هادئة	في هذه اللقطة يظهر التلاميذ جالسين في أماكنهم	بانورامية من اليسار إلى اليمين	جانبية	لقطة جزء صغير	1ث	2
		هادئة	أستاذة تشرح لتلاميذها	بانورامية من اليمين إلى اليسار	جانبية	لقطة جزء صغير	2ث	3

4	1ث	لقطة قريبة	جانبية	ثابتة	يد أستاذة موضوعة على صورة الملصقة على الجدران وفي صورة رسمة أطفال يغرسون شجرة	هادئة
5	1ث	لقطة جزء صغير	جانبية	ثابتة	تلاميذ جالسين في مقاعدهم وأيديهم مربعة فوق الطاولة ومنتبهون للأستاذة	هادئة
6	2ث	لقطة إيطالية	جانبية	ثابتة	أستاذة في وسط الصفوف في يديها ورقة الرسم توضح لتلاميذها	هادئة
7	2ث	لقطة جزء صغير	جانبية	ثابتة	تلاميذ في أماكنهم يرسمون بأقلامهم على أوراق بيضاء	هادئة
8	1ث	لقطة قريبة حتى الصدر	جانبية	ثابتة	تلميذ بمنزر أزرق شعره مجعد مرتدي نظارة زرقاء ويديه اليمنى يمسك قلم أخضر يرسم في ورقته البيضاء وهو جالس في مقعده	هادئة
9	2ث	لقطة جزء صغير	جانبية	ثابتة	أستاذة تدور حول الصفوف وتلاميذها جالسين في أماكنهم يرسمون بأقلامهم	هادئة
10	2ث	لقطة قريبة	خلفية	ثابتة	ذراع تلميذ يظهر وهو يرسم في ورقته البيضاء بقلم أزرق	هادئة
11	1ث	لقطة	جانبية	ثابتة	تظهر تلميذة شقراء ترسم في ورقتها	هادئة

			بقلمها وهي مركزة على رسمتها			قريبة حتى الكتف		
		هادئة	يظهر وجه ويد تلميذة وهي ترسم في ورقة بيضاء بقلم أحمر نار في الغابة وعلى طاولتها أقلام مختلفة الألوان	ثابتة	جانبية	لقطة قريبة	2ث	12
		هادئة	تلميذة ترسم في ورقها البيضاء بقلنها ثم ترفع جبهتها وتبقى شاردة الذهن لمدة قصيرة	ثابتة	جانبية	لقطة قريبة حتى الكتف	4ث	13
		هادئة	تلاميذ ينهضون من أماكنهم إلى الأستاذة لإعطائها رسوماتهم	ثابتة	جانبية	لقطة قريبة جزء صغير	2ث	14
سيارة إسعاف		هادئة	تلميذة تعطي رسمتها للأستاذة	ثابتة	جانبية	لقطة أمريكية	1ث	15
سيارة إسعاف		هادئة	تظهر بلقطة عامة غابة مشتعلة فيها نيران	ثابتة	أمامية	لقطة عامة	2ث	16
سيارة إسعاف			تظهر قرية وصلت إليها النيران وأحرقت كل شيء والغابة مخترقة	ثابتة	جانبية	لقطة جزء كبير	2ث	17

18	1ث	لقطة قريبة	جانبية	ثابتة	أستاذة حاملة بين يديها ورقة رسم تلميذتها وتنظر إلى رسمتها التي هي عبارة عن غابة مشتعلة بالنيران		صغار وكبار	سيارة إسعاف
19	1ث	لقطة أمريكية	جانبية	ثابتة	أستاذة تضع تلك الرسمة على المكتب	ثابت	كاين	
20	2ث	لقطة أمريكية	أمامية	ثابتة	استاذة تتحني إلى تلميذتها وتضع يدها على رأس التلميذة ثم تمر بيدها على ذراعها حتى تصل إلى يدها	هادئة	صور مانحيش نشوفهوم وأحداث	
21	1ث	لقطة قريبة جيدا	جانبية	ثابتة	تظهر يد الأستاذة متمسكة بيد تلميذتها داخل القسم	هادئة	ما نحيش نعاودهم	
22	2ث	لقطة قريبة جيدا	جانبية	ثابتة	تظهر يد أستاذة متمسكة يد تلميذتها في الفضاء الخارجي	هادئة		
23	1ث	لقطة قريبة	جانبية	ثابتة	تظهر في هذه اللقطة يد أستاذة وتلميذة يحملون شجرة صغيرة	هادئة		
24	2ث	لقطة جزء صغير	جانبية	ثابتة	الأستاذة والتلميذة في فضاء بيئي يغرسون شجرة	هادئة		
25	1ث	لقطة قريبة	جانبية	ثابتة	تظهر تلميذة بقميص أخضر تبتسم بابتسامة جميلة	هادئة		

26	1ث	لقطة قريبة حتى الكتف	أمامية	ثابتة	وتظهر الأستاذة بقميص وردي تضحك مع تلميذتها	هادئة
27	2ث	لقطة متوسطة	جانبيهة	ثابتة	في فضاء بيئي الأستاذة والتلميذة يقومون بسقي شجرة بمرش الماء والأطفال من ورائهم أيضا يقومون برش الأشجار التي غرسوها	هادئة
28	4ث	لقطة أمريكية	جانبيهة	ثابتة	تظهر الأستاذة والتلميذ تحملان مرش الماء الأبيض ويخرج منه الماء	هادفة
29	9ث	لقطة عامة	أمامية	ثابتة	في نهاية الحملة يظهر نص مكتوب بخط كبير بلون أسود "حمية الغابة مسؤوليتنا كامل * ماتخلوهاش تتحرق * وتحت النص يظهر رمز الشجرة في إطار وعليه الكتابة بلون أبيض بخط صغير تجديد الغابة يتطلب مئات السنين وفي الأسفل تحذير والرقم الأخضر مكتوب باللون الأبيض و1070 بالأخضر داخل إطار	

حسب مقاربة "رولان بارث" يتم تقسيم القراءة إلى مستويين:

القراءة التعيينية وهي وصف شامل لما يتضمنه الفيديو، والقراءة التضمنية هي قراءة معمقة. سنحاول في هذا الجزء دراسة دلالات وتفسيرات الأشياء من حيث الألوان الموظفة وطبيعة الإضاءة وعلاقة الصوت بالأشياء والشخصيات الموجودة في الحملة واللغة وعلاقتها بالأشياء والموسيقى.

I. القراءة التعيينية

استهلت هذه الحملة التحسيسية بلقطة بجزء الصغير في فضاء داخلي مدرسي داخل القسم، أستاذة مرتدية مئزر أبيض وتحت المئزر مرتدية فستان أخضر شعرها أسود حتى كتفها وهي بجانب سبورة تشرح لتلاميذها، وتلاميذ كلهم جالسين في مقاعدهم ينتبهون للأستاذة وبعدها يبدأ التلاميذ في الرسم بأقلامهم الملونة على الأوراق البيضاء ثم انتقلت الكاميرا إلى تلميذ مرتدي مئزر أزرق ومرتدي نظارة شعره متجدد جالس في مكانه يرسم حامل قلم أخضر بيده اليمنى ويرسم على ورقته البيضاء، والأستاذة تدور بين صفوف القسم على تلاميذها ترى كيف يرسمون ليظهر ذراع تلميذ مرتدي مئزر أزرق يرسم في ورقته بيضاء بقلم أزرق وكل الأقلام منتشرة فوق الطاولة، وبعدها بلقطة قريبة للكثف لتلميذة بمئزر وردي ومرتدية قميص أبيض بخطوط حمراء ذات بشرة حنطية وشعر أشقر ترسم بيدها اليمنى بقلم أحمر على ورقتها البيضاء أشجار مشتعلة فيها نيران، ثم هذه التلميذة تركز النظر لمدة طويلة بعينيها الخضراء، ثم يقوموا التلاميذ من أماكنهم باتجاه الأستاذة وهي واقفة أمام مكتبها لكي يعطوا لها رسومات التي قاموا برسمها وثم تعطي تلميذة رسمها للأستاذة بجانب مكتب ونافذة مفتوحة يدخل منها الضوء، وتأخذ الأستاذة رسمة التلميذة التي رسمت غابة مشتعلة فيها نيران وبعدها بلقطة عامة تظهر غابة مشتعلة بنيران وبعدها بلقطة الجزء الكبير القرية في وسط الغابة محترقة بكامل حتى المنازل وصلت إليها النيران، وأحرق كل شيء كما يبدو وفي هذه اللقطة، ثم تعود إلى نفس لقطة تلك الرسمة لتضعها الأستاذة في المكتب، وتنحني الأستاذة للتلميذة لتضع يدها على رأسها حتى تقبل يديها الصغيرة، لتظهر بلقطة قريبة جيدا الأستاذة تمسك يد تلميذة بحنان ومودة وبنفس لقطة الأستاذة والتلميذة متمسكتا الأيدي تظهران في فضاء بيئي خارجي تقومان بغرس شجرة صغيرة، وبعدها بلقطه قريبة للوجه تبدو طفلة فرحانة بابتسامتها الجميلة وبنفس اللقطة تظهر الأستاذة بقميص وردي تتبادل الابتسامة مع تلميذته، وبلقطة متوسطة الأستاذة والتلميذة تحملان مرش من الماء يسقون تلك الشجرة الصغيرة.

II. القراءة التضمنية:

بعدها انتهينا من دراسة المستوى التعييني للحملة التحسيسية أي تحليل الدلالات لننتقل بعدها إلى المستوى التضمني وهو جملة من الصيغ الدلالية التي تختصر معنى الحملة التحسيسية.

(1) دلالات الأشياء

الأشياء الموضوعية في هذه الحملة التحسيسية ليست اعتباطية، وإنما هذه الأشياء تحمل الكثير من التفسيرات والتأويلات والدلالات التي تريد في ترسيخ وتوضيح الفكرة التي تحملها الحملة التحسيسية، وأيضا وضع المشاهد أمام إحياءات وتميزات غير لفظية لفكها، ومن ثم الإطار العام للحملة التحسيسية رسم تلاميذ المدرسة الأشجار مشتعلة فيها النيران وهنا أراد مصمم الحملة يعبر عن مدى بشاعة الجريمة المرتكبة في حق البيئة.

وكل شيء مستخدم في الحملة له دليل ورمز يدل عليه سنحاول التطرق إليه:

- الأستاذة بالمنزر الأبيض داخل القسم أمام السبورة وتشرح لتلاميذها وهذا يدل على الأستاذة أنها تعطي العلم والتوعية والثقافة.
- التلاميذ المرتدين منزر في اللون الأزرق والوردي وجالسين في أماكنهم يدل على البراءة والنقاء، وأيضا رمز لتلميذ يدل على الطموح والكفاح من أجل بناء حضارة متقدمة.
- الرسم: التلاميذ داخل القسم يرسمون بأقلام ملونة يرمز الرسم على المشاعر الدافئة المكبوتة في القلب والأقلام الملونة تدل على تخطيط والتسيير وأيضا ترمز إلى التعليم والنور.
- غرس الشجرة : أستاذة وتلميذة صغيرة تغرسان شجرة صغيرة في الفضاء البيئي أو الغابي وهذا يرمز إلى زرع أمل جديد في الحياة.
- (1) في لقطة جزء كبير تظهر الغابة محترقة وهذا يدل على الخراب والحزن.
- (2) وثم قرية في وسط الغابة محترقة بكامل وهذا يرمز على الدمار و أسئ والندم، كما يدل أيضا على انعدام الحياة في تلك الغابة.
- (3) تلميذة وأستاذة تسقيان شجرة بمرش الماء وهذا يرمز على انبعاث الروح من جديد، كما أن الماء يشير إلى الصفاء، وفي الأخير يظهر النص المكتوب بلون الأبيض والخط الأسود.

(2) دلالات ألوان الأشياء

من خلال هذه الحملة التحسيسية يوجد بعض الألوان تساهم في ابلاغ رسائل ودلالات من حيث جلب الانتباه وخلق جو ملائم وانفعالي عند المشاهد، وفي هذه الحملة تم التركيز على الألوان التالية وهي: الأبيض، الأزرق، الزهري، الأخضر البرتقالي، الرمادي، الأحمر، البني والأسود.

- اللون الأبيض: اللون الأبيض أكثر الألوان راحة للنفس، ويدل على البراءة والسلام والوضوح، وفي هذه الحملة استخدم كثيرا في منزر الأستاذة ، السبورة، الأوراق والصور المعلقة في الجدران وفي أوراق الرسم ودلو المياه وظهر اللون الأبيض أيضا في آخر لقطة صفحة النص المكتوب، ما تنعكس الكتابة باللون الأبيض على السبورة وبجانبتها الأستاذة بمنزرها على

مشاعر المتعلم والتلاميذ فيشعرون بالراحة والهدوء والتلقائية، كما أن اللون الأبيض يدل على الصفاء والنور والسلام.

- اللون الأزرق: يرمز اللون الأزرق إلى الهدوء والسعادة والتفاؤل، واستخدام هذا اللون في هذه الحملة في منزر التلاميذ واستخدام في تزيين حواشي القسم المجسمات الموجودة في القسم وبعض الصور والرسومات المعلقة في حائط القسم والقلم التلوين بالأزرق وإناء باللون الأزرق الذي يضعون فيه الأقلام، كما أن اللون الأزرق يضفي مساحة من الوضوء والسكينة والراحة النفسية.

- اللون الزهري: يرمز اللون الزهري إلى الحب والرومانسية، ويدل أيضا على الحب البراءة، استخدم في هذه الحملة في منزر التلاميذ (البنات) وقميص الأستاذة، واللون الوردي يعني العواطف الرقيقة.

- اللون البرتقالي: يدل على الاعتدال في المزاج والشعور بالرضا واستعمل في هذه الحملة في جدران القسم والمربعات الموجودة على حائط القسم وقلم التلوين وكل هذا له صلة بتنمية الجوانب الفنية والتزينية، أما لهب النيران تدل على الدمار والخراب.

- اللون الأخضر: هو لون الربيع والطبيعة ولكن استخدم في هذه الحملة اللون الأخضر للمربعات الموجودة على السبورة، قلم أخضر، مقلمة خضراء فاتح، المربعات الموجودة على حائط القسم، الأشجار المرسومة الملونة بالأخضر فهذا ما يجعل التلاميذ يشعرون بالراحة والانجذاب والاستجابة الطوعية، وقميص الطفلة، الشجرة المغروسة والمحيط البيئي الأخضر وهذا يجعل الإنسان يشعر بالراحة والسعادة والثقة.

- اللون الأحمر: لون قوي يثير الانتباه والفعالية النفسية وله علاقة بالطاقة الحيوية، واللون الأحمر استخدم في هذه الحملة لعدة دلالات من بينها مربعات الحمراء الموجودة في الجدران، المجسم على شكل منزل قرميده أحمر، قلم تلوين أحمر، الخطوط الحمراء في قميص التلميذة، قميص أحمر ارتداه طفل وأظافر الأستاذة حيث يجعل الإنسان يشعر بالدفء والبهجة كما له من أهمية كبيرة في ايقاظ الانتباه والاستحواد في الشعور، أما بالنسبة لنيران يدل على الحريق والدمار.

- اللون الرمادي: ظهر هذا اللون في الدخان كما يرمز هذا اللون إلى الحيادية والتلاحم والانسجام.

(3) دلالات الإضاءة وعلاقتها بالأشياء

تحمل الإضاءة عدة دلالات والتفسيرات سنحاول التركيز عليها في هذه الحملة التحسيسية من حيث الاستعمال، فالإضاءة المستعملة هنا داخل القسم هي الإضاءة الطبيعية تلتبسها عند ظهور الأفراد والأشياء دون التأثير، حيث دخل الضوء الطبيعي من نوافذ القسم، أما في محيط البيئي أو الغابي فالإضاءة هنا طبيعية أي صادرة من الفضاء الخارجي للطبيعة تندرج ضمن خانة إضاءة النهار.

(4) دلالة الديكور وعلاقتها بالأشياء:

يعتبر الديكور عنصرا مهما من عناصر التوصيل للرسالة التحسيسية وتبسيطها للجمهور المشاهد، يقوم الديكور بوظيفته التي تؤديها كل من الصورة والصوت والكلمات والموسيقى والمؤثرات الصوتية في هذه الحملة التوعوية، ويظهر في تطوير لقطات داخل القسم حيث نلاحظ وجود أستاذة بجانب سبورة ومكتب وطاولات وكراسي وصور معلقة على جدران القسم ووجود مجسمات على شكل منزل، ويوحى بأنه ديكور مدرسي تعليمي، وأما بالنسبة للديكور الخارجي في ساحة بيئية توجد تلميذة وأستاذتها تغرسان شجرة ومجموعة من التلاميذ يغرسون أيضا في تلك المساحة وهذا الديكور يوحي إلى ديكور طبيعي أي بيئي.

(5) دلالة اللغة حملة تحسيسية وعلاقتها بالأشياء

اختيار اللغة واللهجة المناسبة لمخاطبة الجمهور المتلقي من المفاتيح الأساسية لنجاح الحملة التحسيسية، فاللغة جاءت في هذه الحملة باللهجة العامية للمجتمع الجزائري من أجل القدرة على الاستجابة مع المتلقي والحملة التحسيسية، وهذه الحملة جاءت صيغتها بصوت رجل لأن صوته مناسب مع هذه الحملة، وموسيقى كانت هادئة وخفيفة، وجاءت الحملة بأسلوب ليس بطيء وليس بسرير وكان الصوت المنطوق في منتصف الحمل في نهاية الحملة مع وجود نص لغوي منطوق ومكتوب بالخط العريض والكبير حمله الغابة مسؤوليتنا كامل # ما تخلوهاش تتحرق # جاءت هذه الكتابة باللون الأسود على خلفية بيضاء من أجل البروز أكثر، بالإضافة الرمز باللون الأخضر " تجديد الغابة يتطلب مئات السنين " باللون الأبيض مع التحذير الرقم الأخضر مكتوب بالأبيض 1070 مكتوب الأخضر.

(6) دلالات الأصوات بالأشياء

ظهرت في هذه الحملة صوت منطوق حيث جاء هذا الصوت في وسط الحملة وفي نهايتها والمتمثل في صوت رجل قوي ومسموع باللهجة الجزائرية، اعتمد مخرج في هذه الحملة على لغة سهلة وبسيطة لأن اللغة المنطوقة أو المكتوبة تساهم في عملية توعوية حرائق الغابات.

(7) دلالات الموسيقى وعلاقتها بالأشياء

إن الموسيقى الموظفة في هذه الحملة غير صافية وإنما موسيقى هادئة القالب التي وظفت فيها هذه الحملة عرض تمثيلية داخل القسم من خلال رسم التلاميذ للغابات محترقة وهذا القالب يتطلب موسيقى هادئة، ومن خلال تطابق الموسيقى الصورة في هذه الحملة تخلق نوع من التوافق والانفعال الصورة فلميت مع الموسيقى هادئة.

(8) دلالات الشخصيات وعلاقتها بالأشياء:

تم الاعتماد في هذه الحملة على أسلوب التنوع في الشخصيات حيث تشكلت من فئة متنوعة بنات أولاد استاذ ولكن هذه الحملة اعتمدت على شخصيتان بارزتان وهي الأستاذة والتلميذة،

وفي بداية الحملة في اللقطات الأولى ظهرت الأستاذة بمنزر أبيض أمام السبورة تشرح لتلاميذها في فضاء مغلق داخل القسم ليبرز لنا شخصيات في جو علمي وتوعوي وثقافي، ثم في آخر اللقطات تظهر الأستاذة والتلميذة في فضاء بيئي تغرسان الشجرة ، وهنا قام المخرج بتوظيف هذه اللقطة من أجل تحسيس التوعية لحماية الغابة.

تحليل حملة تحسيسية ضد حرائق الغابات

الحملة الثالثة:

نوع الحملة: ضد حرائق الغابات

اسم الحملة: حملة إعلامية حول حماية الغابات

مدة الحملة الاجمالية: 1.10 دقيقة

عدد اللقطات: 42 لقطة

بثت الحملة على: الصفحة الرسمية لوزارة الفلاحة والتنمية الريفية

العنوان: حملة تحسيسية لتوجيه عامة الناس في المحافظة على الغابات

ملخص الحملة:

ركز مصمم الحملة على إعطاء تعليمات وتوجيهات التي يجب اتباعها من أجل تفادي ظاهرة حرائق الغابات في موسم الصيف، حيث ركز في اظهار بعض الصور والمشاهد التي قد ينجم من الحريق، حيث اعتمد في هذه الحملة على أسلوب تخويفي وجسده من خلال رؤية الغابة في الخراب، كما اعتمدوا على أسلوب تعليمي وتجسد في صوت المرأة وهي تخاطب الناس من أجل التوعية والتحسيس من الخطورة باعتبار أن الإنسان هو المسبب الرئيسي في الحرائق، حيث اعتمد على اللهجة العامية، أي موجهة لمختلف الفئات والشرائح.

ينطلق التحليل من التقطيع التقني

شريط الصوت			شريط الصورة					
المؤثرات الصوتية	التعليق أو الحوار	نوع الموسيقى	مضمون الصورة	حركة الكاميرا	زوايا التصوير	سلم اللقطات	مدة اللقطة	رقم اللقطة
		مرتفعة قليلا تدل على الحذر	غابة خضراء ذات أشجار طويلة وحشائش وسائد على الغابة سحب أبيض سماء زرقاء ذات سحب طفيف	ثابتة	أمامية	لقطة عامة	7ث	1
	صوت امرأة كلنا نعرف أهمية الغابة	موسيقى هذه اللقطة تظهر مخيفة ولكنها خفيفة	غابة خضراء لونها يلفت الانتباه وجوارها جبال	بانورامية من اليسار إلى اليمين	غطسية من الأعلى إلى الأسفل	لقطة عامة	3ث	2
	صوت امرأة كلنا نعرف أهمية الغابة	الموسيقى خفيفة	تبدو الكاميرا على وضعية في أعلى وتصور إلى أسفل غابة الصنوبر كبيرة وفي وسط الغابة توجد طريق السيارات	ثابتة	غطسية من الأعلى إلى الأسفل	لقطة عامة	2ث	3
	ونعرف أن العدو أولى	موسيقى خفيفة	زوايا الكاميرا من الأسفل إلى الأعلى تظهر في غابة خضراء ذات	بانورامية من اليمين إلى اليسار	غطسية من الأعلى إلى	لقطة عامة	2ث	4

			شجرتان طويلتان قتبندو سماء مغيمة بسحاب أبيض ويظهر ضباب عل الأشجار		الأسفل			
	هو حريق	موسيقى خفيفة	تظهر غابة الصنوبر مشتعلة فيها نيران ودخان رمادي داكن متصاعد إلى السماء	ثابتة	أمامية	لقطة عامة	1ث	5
		موسيقى خفيفة	غابة خضراء مشتعلة فيها نيران	ثابتة	جانبية	لقطة عامة	2ث	6
	وهذا راجع أساسا	موسيقى خفيفة	غابة ملتهبة بالكامل بنيران ورجل الإطفاء يحاول إطفاء النيران في الغابة	ثابتة	خلفية	لقطة جزء صغير	1ث	7
	للتغيرات	موسيقى خفيفة	تظهر كرة أرضية تدور وتظهر في الكرة الأرضية الدول أكثر تعرضاً للحرارة	ثابتة	أمامية	لقطة مضافة	1ث	8
	مناخية	موسيقى خفيفة	تبدو في هذه اللقطة رياح قوية جدا وأشجار تزعزعها الرياح وتظهر	ثابتة	جانبية	لقطة جزء كبير	1ث	9

			خلاف أشجار مبالي ضخمة					
10	2ث	لقطة عامة	جانبية	ثابتة	يظهر في هذه اللقطة قطب متجمد من الثلوج ذائب حتى أصبح بحر وسماء تبدو متغيمة	موسيقى خفيفة	التي يشهدها العالم	
11	1ث	لقطة جزء الكبير	جانبية	ثابتة	قريبة فيها غابة محترقة ودخان النيران متصاعد في السماء	موسيقى خفيفة		
12	2ث	لقطة عامة	أمامية	ثابتة	أشجار الغابة وصلت إليها النيران	موسيقى خفيفة	ففي السنوات الأخيرة	
13	4ث	لقطة عامة	أمامية	ثابتة	غابة محترقة ونيران منتشرة في وسط الغابة حتى أصبحت السماء رمادية اللون	موسيقى خفيفة	عرفت بلادنا	
14	2ث	لقطة إيطالية	جانبية	ثابتة	يظهر رجال الحماية المدنية يسارعون في إطفاء النيران في الغابة بأنبوب الماء	موسيقى خفيفة	العديد من	
15	2ث	لقطة جزء	غطسية من الأعلى	بانورامية من الأعلى إلى	تظهر في هذه اللقطة رجل بلباس اسود في	موسيقى خفيفة	حرائق الغابات	

			وسط الغابة بالدلو أخضر يرمي سائل سيع الالتهاب على جذور أشجار الغابة	الأسفل	إلى الأسفل	صغير		
16	2ث	لقطة قريبة	عكس غطسية من الأسفل إلى الأعلى	ثابتة	في طريق الغابة رجل داخل سيارته سوداء أخرج يده من نافذة السيارة ورمى سيجارته في الغابة	موسيقى خفيفة	يعتبر	
17	1ث	لقطة قريبة جدا	أمامية	ثابتة	تظهر سيجارة قريبة التي رماها الرجل من سيارته	موسيقى خفيفة	الإنسان	
18	2ث	لقطة قريبة	أمامية	ثابتة	تظهر في هذه اللقطة سيجارة مرمية على أغصان الأشجار في الأرض ثم تشتعل النار في تلك الأغصان	موسيقى خفيفة	هو متسبب رئيسي بقصد	
19	1ث	لقطة قريبة	غطسية من الأعلى إلى الأسفل	جانبية	الإنسان في الغابة يقوم بشواء اللحم على الحطب	موسيقى خفيفة	أو بغير قصد	
20	1ث	لقطة	أمامية	ثابتة	غابة مشتعلة بالكامل	موسيقى خفيفة	يستلزم	

			بالنيران			قريبة		
	علينا أن	موسيقى خفيفة	تظهر في هذه اللقطة طائرة حمراء تحلق في السماء ترمي المياه إلى الغابة المشتعلة بالنيران	بانورامية من اليسار إلى اليمين	أمامية	لقطة عامة	1ث	21
	ندوق ناقوس الخطر	موسيقى خفيفة	طائرة صفراء اللون تحلق في السماء فوق غابة محترقة ترمي المياه في النيران المشتعلة	ثابتة	أمامية	لقطة جزء صغير	1ث	22
	أختي المواطنة أخي المواطن	موسيقى خفيفة	في غابة خضراء واسعة تظهر امرأة أمام شجرة طويلة وطفل يمشي وبساط وردي فوقه أغراض العائلة	بانورامية من اليمين إلى اليسار	خلفية	لقطة جزء الصغير	1ث	23
	كلنا	موسيقى خفيفة	في غابة ذات جذوع طويلة وفي وسط الغابة شبان يحملون فوق أظهرهم محافظ التخميم	ثابتة	خلفية	لقطة جزء صغير	1ث	24
	مسؤولون على	موسيقى خفيفة	غابة خضراء فيها شلال ينبع منه الماء وتتساقط المياه على الصخور ذات	ثابتة	أمامية	لقطة جزء صغير	1ث	25

			الحجم الكبير وتشكل بحيرة صغيرة ومن جانب تلك البحيرة يمر رجل مرتدي أسود يحمل محفظة صفراء					
26	1ث	لقطة قريبة جدا	أمامية	ثابتة	عصفور بريشه ذات الألوان الجميلة داخل عشه	موسيقى خفيفة	هذا المورث	
27	2ث	لقطة عامة	أمامية	متتالية	غابة خضراء ذات أشجار طويلة وشاسعة	موسيقى خفيفة	الطبيعي للأجيال القادمة	
28	1ث	لقطة متوسطة	أمامية	ثابتة	رجل مرتدي قميص أبيض يتجول داخل الغابة	موسيقى خفيفة	وزارة	
29	1ث	لقطة أمريكية	أمامية	ثابتة	رجل داخل الغابة أخرج هاتفه أسود اللون	موسيقى خفيفة	الفلاحة والتنمية	
30	1ث	لقطة قريبة	عكس غير عكسية من الأعلى إلى الأسفل	ثابتة	أيادي الرجل بحوزته هاتف وعلى شاشة الاتصالات يكتب في هاتفه 1070	موسيقى خفيفة	الريفية تضع تحت	
31	1ث	لقطة	عكس غير	ثابتة	على المكتب يوجد	موسيقى خفيفة	تصرفكم الرقم	

	الأخضر		هواتف نقالة ويد تحمل الهاتف للاتصال ويظهر أسفل الشاشة الرقم الأخضر 1070		عكسية من الأعلى إلى الأسفل	قريبة		
32	2ث	لقطة قريبة	أمامية	ثابتة	يظهر وجه رجل حماة الغابة يتكلم بهاتف	موسيقى خفيفة	1070 وذلك	
33	2ث	لقطة قريبة حتى الصدر	جانبية	ثابتة	يظهر رجل من حماة الغابة يتكلم في الهاتف وبجانبه مكتب فيه أوراق بيضاء وهواتف سوداء وأمامه نافذة	موسيقى خفيفة	على مستوى مديرية الغابات	
34	1ث	لقطة جزء صغير	أمامية	ثابتة	خروج رجالان من حماة الغابة يركضان نحو السيارة	موسيقى خفيفة	يتسنى لهم التدخل	
35	1ث	لقطة الجزء الكبير	أمامية	ثابتة	سيارة حماة الغابة في غابة خضراء تسير نحو الحريق الذي هو مشتعل في الغابة	موسيقى خفيفة	فورة التبليغ	
36	1ث	لقطة الجزء الكبير	جانبية	ثابتة	تظهر الأشجار مخترقة في الغابة وبجانباها سيطرة مستطفية على	موسيقى خفيفة	على كل خطر أو تجاوزات	

			طريق الغابة					
	تمس بسلامة الغابة	موسيقى خفيفة	سيارة خضراء لحماة الغابة يقوم الرجال بإطفاء النار في الغابة	ثابتة	جانبية	لقطة الجزء الكبير	2ث	37
		موسيقى خفيفة	رجلان يحاولان إطفاء النيران المشتعلة في الغابة بأنبوب المياه ومن ورائهم سيارة على طريق الغابة	ثابتة	جانبية	لقطة جزء الصغير	1ث	38
		موسيقى خفيفة	رجلان حماية الغابة في الغابة مشتعلة بنار يحاولون إيصال إليها من أجل إخمادها	ثابتة	جانبية	لقطة الجزء الصغير	1ث	39
		موسيقى خفيفة	تظهر في آخر الحملة غابة خضراء ذات أشجار طويلة	ثابتة	أمامية	لقطة عامة	1ث	40
		موسيقى خفية	تظهر في آخر الحملة غابة خضراء	ثابتة	أمامية	لقطة عامة	1 ث	41
	حماية الغابات مسؤوليتنا جميعا	موسيقى خفيفة	في الأخير يظهر رمز إدارة الغابة وأسفله كتابة باللون الأبيض بخط	بانورامية من اليسار الى اليمين	أمامية	لقطة عامة	7 ث	42

			متوسط، حماية الغابات مسؤوليتنا جميعا وأسفلها كتابة باللون الأبيض بخط صغير الرقم الأخضر والعدد باللون الأخضر 1070 وفي أسفل الشاشة شعارات الاتصالات على خلفية صورة الغابات					
--	--	--	--	--	--	--	--	--

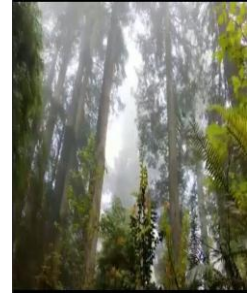
حسب مقاربة "رولان بارث" يتم تقسيم القراءة إلى مستويين:

القراءة التعيينية التي تتضمن الوصف الكامل للفيديو كما هو، والقراءة التضمنية هي قراءة معمقة.

سنقوم في هذا الجزء دراسة دلالات ومعاني الأشياء التي تظهر الحملة التحسيسية من حيث الألوان التي تم توظيفها في الحملة والإضاءة وعلاقة الصوت بالأشياء والشخصيات الموجودة في الحملة التوعوية.

I. القراءة التعيينية

جاءت هذه الحملة التوعوية بلقطة عامة لغابة ممتلئة بالأشجار الخضراء وسماء فيها سحب، ثم تظهر غابة واسعة ذات اللون الأخضر يجلب النظر إليه وتتجول الكاميرا في الغابة لتبرز أهمية جمال الغابة ثم الانتقال إلى غابة أخرى ذات أشجار طويلة وعالية وفي وسط الغابة الصنوبر، يوجد طريق للسيارات، وتتجول الكاميرا أعلى الغابة وهذا يدل على أن الغطاء النباتي لديه العديد من الفوائد للإنسان من أهمها أكسجين، والتنزه حتى للحيوان



فالغابة توفر له مأواه، ثم بلقطة أخرى زاوية الكاميرا من الأسفل إلى الأعلى حتى تبرز أشجار عملاقة وطويلة وبعدها انتقلت إلى لقطة عامة تظهر الغابة مشتعلة بالنيران ثم يظهر رجل الاطفاء في وسط الغابة الملتهبة بالنيران يطفئ النار ثم يتم انتقال إلى لقطة أخرى كرة أرضية تدور باللون البرتقالي يدل على المناطق أكثر تعرض للحرائق في العالم، وبعدها جاءت لقطة عامة يظهر التغيرات المناخية حيث يظهر رياح قوية جدا تزعزع الأشجار ثم تليها لقطة أخرى يبدو قطب متجمد أصبح البحر فيه ثلوج مكدسة بيضاء دليل على الذوبان و ثم تظهر قرية فيها منازل أمام بعضها وفي الجهة اليسرى يوجد طريق فيه سيارة بلون أزرق داكن وشاحنة بيضاء، ويظهر على الجهة اليسرى رجل يرتدي قميص أبيض وخلف هذه القرية غابة محترقة بالكامل دخان الحريق إلى القرية، وبعدها تظهر أشجار الغابة وصلت نيران إليها ورجال الحماية المدنية يسرعون في إطفاء النيران، ثم انتقلت لقطة إلى رجل يركض في وسط الغابة بين الأشجار مرتدي أسود لم يظهر وجهه وفي يده دلو أخضر يقوم برش الأشجار بسائل سريع الالتهاب ولتظهر سيارة سوداء في طريق الغابة ثم يقوم سائق السيارة بإخراج يده من نافذة السيارة ويرمي سيجارته على طريق الغابة لتصل سيجارته على أرضية الغابة، وهذا ما يساهم في اندلاع نيران و ثم بلقطة قريبه جيدا رجل يقوم بشواء اللحم في الغابة وهذا من مسببات اشتعال النيران في الغابة، وبعدها تظهر طائرة حمراء تحلق في السماء بحوزتها المياه من أجل إخماد النار وبعد بنفس لقطة طائرة صفراء تم برمي المياه على غابة ملتهبة بالنيران ثم بلقطة الجزء الصغير تظهر غابة أرضيتها مفروشة بالعشب الأخضر وشجرة طويلة وشاسعة، أمام الشجرة امرأة مرتدية لباس أسود وخيمار أبيض معها طفل صغير وبجانب الشجرة بساط وردي مفروش على أرضية الغابة،

أنهم سيقومون بنزهة والتخييم في الغابة وبعدها في لقطة أخرى يظهر الرجل مرتدي أسود على ظهره محفظة صفراء في غابة خلابة وهادئة فيها شلال تنبع مياهه على صخور عملاقة مما شكلت تلك الصخور بحيرة صغيرة من المياه ثم انتقلت الكاميرا إلى لقطة قريبة جدا لعصفور ذات ألوان جميلة بين الأسود والأصفر والذهبي في عشه ثم في غابة أخرى ذات أشجار عملاقة يخرج منها رجل كان يتجول بداخلها مرتدي قميص أبيض وسروال أزرق ثم قام بإخراج هاتفه النقال كتب فيه جهة الاتصالات رقم 1070 وبعدها تنتقل الكاميرا بلقطة قريبة جدا يدرج في هاتف الموضوع على مكتب وبجانب ذلك هاتف العديد من الهواتف الأخرى سوداء للاتصال في أسفل الشاشة اتصال برقم 1070 هو الرقم الأخضر إذا كان هناك حريق في الغابات، وبعدها بلقطة قريبة لصدر رجل لحماية الغابات جالس على مكتبه وهو يتكلم في هاتف الذي على أذنه وأمامه توجد نافذة ثم خرج رجلان للحماة الغابات يركضان مسرعان اتجاه سيارة خضراء ثم تظهر تلك السيارة وسط طريق الغابة ونار مشتعلة وفي السيارة يوجد خلفها مخزن المياه ويقوم الرجلان بمد الأنبوب المائي ويحاولان إخماد النيران، وفي آخر الحملة التحسيسية يظهر الرمز إدارة الغابة وأسفلها شعار حملة الغابات مسؤوليتنا جميعا وأسفل الشعار يوجد الرقم الأخضر بلون أبيض وأخضر ومن أسفل الرقم الأخضر يوجد ماركات لشركات شرائح موبيليس وجيزي وأوريدو.

II. القراءة التضمينية:

بعدما انتهينا من دراسة المستوى التعييني للحملة التحسيسية أي تحليل الدلالات لننتقل بعدها إلى المستوى التضميني وهو جملة من الصيغ الدلالية التي تختصر معنى الحملة التحسيسية.

1) دلالات الأشياء

حيث كان ظهور الأشياء في الخطاب المرئي يحقق التعبير من خلال دلالات وتفسيرات الرمزية فهذه الأشياء الموظفة في الحملة لم يكون وجودها بشكل اعتباطي وإنما تحمل العديد من الدلالات والأبعاد وكل شيء تم استخدامه في هذه الحملة التحسيسية له رمزا سنحاول التطرق إليه:

- غابة خضراء في هذه الحملة التحسيسية تنوعت الغابات منها الغابات الكثيفة والعملاقة والغابات ذات أشجار الصنوبر والغابات متنوعة الأشجار ولونها أخضر داكن وقد ترمز الغابة بصفة عامة للعضوية لأنها تتكون من أشجار باسقة ممتدة جذورها في الأرض وأيضا في الغابة الخصبة يحضر السلم والتعايش والتسامح والتلقائية، وهنا المخرج قام بتوظيف الغابات المتنوعة من أجل إبراز أهمية الغطاء النباتي لما فيه من فوائد متعددة للإنسان .
- النار.
- الرياح.

- الثلوج في وسط البحر ذائبة وهذا يدل على أنه قطب متجمد بسبب التغيرات في المناخ أصبح قابل للذوبان.
- الكرة الأرضية تم توظيفها في هذه الحملة باللون البرتقالي وهذا يدل على أكثر مناطق المتعرضة للحرائق الغابات في العالم.
- السيارة تعتبر من وسائل المواصلات العامة في الحياة نستخدمها للانتقال من مكان إلى مكان وتدل السيارة على التطور والتكنولوجيا التي تتماشى مع هذا العصر.
- السجارة تجسيد الانحراف الشديد والانحلال الأخلاقي وأيضا ترمز السجارة بالموت البطيء وللسجارة أضرار أخرى كما تبين في هذه الحملة، رجل يرمي سيجارته في أرضية الغابة مما تتسبب في اشتعال النار داخل الغابة وهي سبب رئيسي الذي يساهم اندلاع حريق في الغابة.
- الطائرة وهي وسائل التنقل التي يسافر من خلالها الأفراد عبر مختلف دول العالم وهي تعتبر أحدث التطورات والتقنيات الحديثة التي توصل إليها الإنسان في هذا العصر.
- العصفور يرمز إلى اليقظة والإبداع والحكمة لأنه قوي وهو دائما منشغل في بناء الأعشاش وحماية صغاره، كما يرمز للهدوء والسكينة يبدو مظهره هادئ وحركاته البطيئة تعطي السلام والاسترخاء داخل الغابة.
- المياه هي عنصر جوهري الذي يولد الحياة لا يستطيع لأي كائن حتى الاستغناء عنه ومن الماء تولد الروح.
- الهاتف النقال يدل على التقدم والازدهار مما يسمح بالتواصل الفرد مع الآخرين من أجل تلبية الحاجات.
- مكتب مملوء بالكراريس والأقلام والهواتف النقالة وهذا عبارة عن دلالة على العمل وحب المواظبة.

(2) دلالات ألوان الأشياء

- اعتمد مخرج في هذه الحملة التحسيسية توظيف مجموعة من الألوان والتي لديها العديد من الدلالات والمعاني ومن أهم الألوان التي كانت بارزة في هذه الحملة ما يلي:
- اللون الأخضر: كان بارز في أشجار الغابة وعلى سيارات حماة الغابات وعلى لباس حماة الغابة، ولقد يرمز اللون الأخضر إلى لون الربيع والطبيعة، ولقد يدل أيضا على السكينة والراحة، كما هو من أكثر الألوان استخداما في هذه الحملة.
 - اللون البرتقالي: ظهر اللون البرتقالي في النيران المشتعلة في أشجار الغابات وفي الكرة الأرضية، ويرمز اللون البرتقالي إلى الاعجاب والعظمة والرضا ولكن في هذه الحملة التوعوية تم استخدام اللون البرتقالي للنيران، هذا يدل على الخراب والدمار.

- اللون الأبيض: يبرز اللون الأبيض في الثلوج ومياه وعلى قميص الرجل وعلى الأوراق الموجودة على المكتب وفي العلم الجزائري، حيث يرمز اللون الأبيض للسلام والصفاء والنقاء.
- اللون الأحمر: وجد هذا اللون الأحمر في النيران والطائرة وفي العلم الجزائري (النجمة والهلال) واللون الأحمر يدل على القوة والحب والمشاعر الصادقة، ولكن في هذه الحملة يرمز للخطر والموت.
- اللون الأسود ظهر اللون الأسود في هذه الحملة التحسيسية على سيارة سوداء وقميص رجل يمشي في الغابة وعلى الهواتف النقالة وعلى ريش العصفور والرجلان مرتديا لباس أسود يطفئ النيران ويدل اللون الأسود على المعاني وهي الحزن والتشاؤم والحرص، كما يرمز إلى العظمة والقوه والتضحية.
- اللون الأزرق: وجد اللون الأزرق في السماء وعلى البحر وعلى سروال الرجل وهو لون البرودة والهدوء، كما يرمز أيضا إلى الإخلاص والوفاء.
- اللون الأصفر يظهر هذا اللون على الطائرة وفي المحفظة وعلى ريش العصفور ويرمز اللون الأصفر إلى الذكاء والبهجة، كما لديه معاني أخرى مثل المرح والفرح والصفاء.
- اللون الرمادي: ظهر اللون الرمادي على دخان المتصاعد من النيران وهذا يدل على احتراق والقلق والتوتر والخوف والرعب.

(3) دلالات الإضاءة وعلاقتها بالأشياء

اعتمد المخرج في هذه الحملة التحسيسية على مصدر الإضاءة، وهي إضاءة طبيعية إذ كانت الحملة على فضاء خارجي من أجل لفت انتباه المشاهد بحملات طبيعية، كما ركز على اظهار مدى خطورة حرائق للغابات حتى المتلقي يستجيب لكل التعليمات والاستشارات من أجل التفادي بالأفعال التي كان يقوم بها في الغابة، لكي يعمل على الحيطة والانتباه عندما يذهب إلى الغابة، كما استعمل الإضاءة الاصطناعية وهي داخل ديكور مغلق في غرفة عمل لرجل حماة الغابات، حيث كان مصدر الضوئي يدخل من النافذة الموجودة أمام المكتب.

(4) دلالة الديكور وعلاقتها بالأشياء:

المخرج في هذه الحملة لم يعطي اهتمام بشكل كبير للديكور، حيث قام بتصميم والاعتماد على الديكور الخارجي والطبيعي الذي تجسد هذا الديكور في الغابات المتنوعة والغابات المحروقة بأشكال مختلفة، وتم التركيز في هذه الحملة على نفس لقطات وزاوية التصوير، من أجل اظهار أن حماية الغابات مسؤوليتنا جميعا.

(5) دلالة اللغة حملة تحسيسية وعلاقتها بالأشياء

اللغة تشكل أداة من أدوات المعرفة يهدف التواصل والتعبير، وتعتبر اللغة من أحد الخصائص الأساسية التي تم تقديم بها هذه الحملة التوعوية، وتم استخدام التعبيرات المنطوقة والمكتوبة حتى يعبر بها المخرج عما يريد إيصاله للمتلقي، فالرسالة المنطوقة جاءت بداية حتى نهاية الحملة، من أجل إبقاء الجمهور في متابعة الحملة حتى نهايتها، وفي هذه الحملة جاءت صيغتها بصوت لساني واضح ومميز تصغى إليه آذان المتلقي حتى لا يشعر بالملل، وتم الاعتماد على الأسلوب المنطوق باللغة العربية حتى يفهمها جميع الفئات العمرية مع وجود نص مكتوب الذي جاء في بداية الحملة بخط أسود متوسط "حماية ذات منفعة عامة" وكما جاء النص في نهاية الحملة مع الصوت المنطوق، بخط أبيض كبير "حماية الغابات مسؤوليتنا" وتحت هذا الشعار خط مكتوب وجاءت كتابة أخرى الرقم الأخضر بخط متوسط لونه أبيض ورقم 1070 مكتوب بخط متوسط باللون الأخضر.

(6) دلالات الأصوات بالأشياء

إن العمل على الأصوات يساعدنا على فهم ما يجري من الأحداث في الحملة التوعوية، حيث ظهر في هذه الحملة صوت منطوق تجلى في تعليق مصاحب في كل لقطات الحملة، المتمثل في صوت امرأة قوي ومسموع باللغة العربية حتى تكون الحملة مفهومة، مما اعتمد المخرج على لغة سهلة وبسيطة لأن اللغة المنطوقة والمسموعة تساهم في عملية الاستيعاب لدى المتلقي.

(7) دلالات الموسيقى وعلاقتها بالأشياء

للموسيقى دور فعال في الحملات التحسيسية من أجل جذب انتباه المشاهد إليها، وفي هذه الحملة تم توظيف مقطع موسيقي واحد الذي تم اختياره عن باقي المقاطع الصوتية الأخرى، ولقد جاء إيقاع الموسيقى ذات الطابع الخطي في جميع اللقطات، واختيار هذا المقطع ليس بمحض الصدفة وإنما لما له من دلالات ترمز إلى الانتباه والحيطه والحذر والحركة التي رفقت جميع لقطات الحملة التوعوية التي انسجمت مع هذا المقطع الموسيقي.

(8) دلالات الشخصيات وعلاقتها بالأشياء:

برزت هذه الحملة شخصية رئيسية وهي الحماية المدنية، التي كان لها أول ظهور في هذه الحملة، وعمل الحماية المدنية كان دوره هو إطفاء النيران وحرائق الغابات، وأيضا برزت شخصيات السواح الذين يخيمون في الغابات لما يدل على أن المخرج قام بتوظيف هذه الشخصيات لما أعطت دلالة ورونقا وبينت أهمية الغابة وجمالها، كما ظهرت شخصية في منتصف الحملة رجل يرتدي قميص أبيض داخل الغابة يتصل بالرقم 1070 لحماية الغابة.

وفي نهاية الحملة برزت شخصيات حماة الغابة الذي كان مهامهم التدخل السريع عند حرائق الغابات وحمايتها من كل الأضرار، وهذه الشخصيات تدل على القوة والشجاعة والتدخلات الخطيرة عند حدوث مشكلات وقضايا بيئية.

الأشياء التي تحتويها جميع الحملات التحسيسية المختارة

حملة إعلامية حول حماية الغابة	حماية الغابة مسؤوليتنا كامل# مانخلوهاش تتحرق	حملة تحسيسية ضد حرائق الغابات	حملة تحسيسية للوفاية من المخاطر الكبرى	حملة تحسيسية للوفاية من المخاطر الكبرى	حملة نحمي غابتنا نحمي أرواحنا وثروتنا الغابية
أشجار، حريق، رجل الاطفاء، نشرة الأخبار، دخان، طائرة، رجال للتنزه، عصافير، شاحنات، أجهزة لإطفاء النار، الهاتف، تعليق صوتي، مكتب، الأوراق، الثلوج، البحر	تلاميذ، رسومات، أستاذة، أقلام التلوين، محفظة، منزر، منزل محترق، تعليق صوتي، دلو، حشائش، صور معلقة على الحائط، شجرة صغيرة، طاولات، سبورة	أشجار، مائدة الإفطار، أواني، فحم، نار، هاتف، تلفزيون، ماء، ملاعق، سلة الخبز، فناجين، سكاكين، فواكه، مناديل، كؤوس، سلة الفواكه، لحم، تعليق صوتي	بساتين النخيل، حشائش، عربة، منزل، أجهزة لإطفاء النار، أحواض المياه، خزان، تعليق صوتي، قارورة، دلو	تعليق صوتي، خريطة الجزائر، أشجار، منزل، سيارة، بئر، خزانات الماء، مخيم، نفايات، أجهزة الاطفاء، رجل، هاتف، حيوانات، أواني، نوافذ، أبواب	شريط، صور، سيارة، دلو، ماء، تعليق صوتي، أشجار محترقة، نار، مجرفة، سيارة الاطفاء، طائرة، رجال الاطفاء، شجرة صغيرة، أيادي، غابات خضراء

1- نتائج تحليل الحملات للصفحة الرسمية لوزارة الفلاحة والتنمية الريفية :

* تعتمد مصمم الحملة أن يستهل الحملة بتعليق صوتي حول مخاطر الناجمة من الحريق لإضفاء طابع اجتماعي.

- اعتمد على المؤثرات الصوتية والموسيقى في تدعيم المعاني ولقد ساهم الحوار في توصيل المعلومات عن حرائق، حيث أدت تعبيرية.

- اعتمد على توقيف اللقطات المتنوعة والحركات المتعددة والزوايا المختلفة حسب دلالاتها والمعاني التي توصلها من خلف صورة واقعية.

- وظّف مقدم الحملة مزج بين ديكور خارجي في طبيعة وديكور داخلي مما ساهم في توصيل المعلومات و الحقائق.

- اعتمد على الألوان الهادئة والمريحة والغامضة، اللون الأسود، الأحمر الأخضر.

- استخدام الأطفال في الحملات للدلالة على تناقل الموروث الثقافي بين الأجيال والحفاظ عليه من إندثاره.

- ان اختيار اللغة مناسبة لمخاطبة الجمهور المتلقى من المفاتيح الأساسية للإقناع. حيث جاءت باللغة العربية ممزوجة باللهجة الجزائرية لكي يسهل الفهم على المشاهد.

2- نتائج تحليل حملات الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية والجماعات المحلية والتهيئة العمرانية : بعد مرحلة التقطيع التقني والقراءة التعيينية والتحليل التضميني وتفكيك الرموز والتدقيق توصلنا إلى النتائج التالية:

*حملت الصورة السيميولوجية الموظفة في الحملات العديد من الدلالات الصريحة والضمنية، حيث رسمت صورة سلبية مشوهة لهم بغية ترسيخها في أذهان الرأي العام.

*استخدام البيانات المكتوبة كأداة تعبيرية.

*وظف مصمم الحملة ديكور خارجي مما ساهم في توصيل المعلومات و الحقائق.

*ووفق في توظيف الموسيقى وذلك بغية ملأ فترات الصمت، وتدعيم الصورة لإيصال المعنى المراد إيصاله بالإضافة إلى المؤثرات الصوتية، الألوان الأكثر بروزا في الحملة اللون الأحمر، الأسود، الأخضر.

عالج مصمم الحملة موضوعات اجتماعيا واقتصاديا.

- النتائج العامة للدراسة:

من خلال تحليلنا للصفحتين، الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية والجماعات المحلية والتهيئة العمرانية توصلنا في الأخير إلى النتائج العامة التالية:

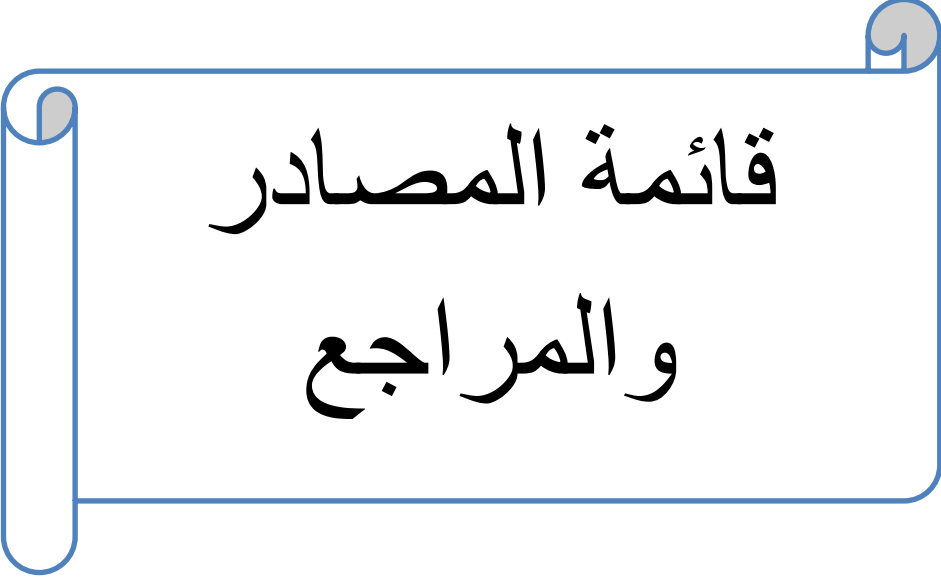
- بينت نتائج الدراسة بأن المواطن مسؤول يتمتع بحق في بيئة سليمة وآمنة، ويلتزم بواجباته في حمايتها وهو ما يعكس وعيهم واستيعابهم كمفهوم المواطنة البيئية وفي مقابل التزامه بواجباتهم في حماية مكوناتها وعناصرها.
- أكدت الدراسات أن الحملات التحسيسية بمثابة استثمار على المدى البعيد بهدف غرس قيم التفكير من أجل الحصول على جيل واعي في المستقبل.
- أكدت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في الترويج للسلوكيات البيئية من خلال حملات توعوية مدعمة بالصور والفيديو.
- أكدت نتائج الدراسة أن الفئة الأكثر متابعة لهذه الحملات هم الشباب الأكثر تعرضاً للصفحة، والتجاوب والتفاعل متوسط وفي ارتفاع تدريجي وهذا ينمّي حب الطبيعة وبالتالي التعاون وتفاذي مسببات الحريق.
- أثبتت الدراسة أنها لا تهدف إلى إلغاء حدوث وإنما إلى سرعة التدخل و التقليل من المخاطر والحد من الحرق العمدي ولهذا تسعى إلى تغيير السلوكيات وهذا يتطلب وقت.
- مواقع التواصل الاجتماعي وحدها لا تكفي لتحقيق التوعية حول حرائق الغابات، لذا لا بد من استعمال مزيج من الوسائل والدعائم الإتصالية للتعريف بهذه الحملات ومنه توعية الجماهير المستهدفة ، كالأيام العالمية والمغربية يوميا الأبواب مفتوحة على مستوى وحدات الحماية المدنية تقوم بعرض كل الوسائل المادية، نجد في ذلك وسائل إلقاء مشتركة في مختلف البرامج الإذاعية والصحافة المكتوبة والتلفزيونية.
- الشباب يعتمدون على الحملات والومضات التحسيسية التي تبثها عبر صفحة الفيسبوك كمصدر للمعلومات.
- تثير الحملات الاعلامية حول حرائق الغابات بالتحسيس لرفع الوعي بما تقدّمه إلى أن انعكاس هذه القناعة على القيام بالسلوك المرجو لم يكن على أكمل وجه، لم تكن سوى ردود أفعال وبالتالي تزول ، إضافة إلى ضرورة احترام القانون ومعاينة المخالفين ومرتكبي التعديات.
- أكدت الدراسة أن أغلب الحملات التحسيسية تؤدي وظيفة اجتماعية من ناحية الى الإهتمام بقضايا البيئة والنجاح في عرض الرسائل التوعوية.
- ان الحملات الإعلامية في هذه الصفحتين، اهتمت بقضية حرائق الغابات في عرض الأسباب والحلول ليس فقط نشر الوعي البيئي.

خاتمة

خاتمة :

توصلنا من خلال الدراسة التطبيقية إلى أن الجزائر تعاني كثيرا من حرائق الغابات وأن هذه الظاهرة استفحلت وباتت تشكل خطرا لحياة الانسان وفي جميع المجالات، وقد حاولت هذه الدراسة التعرف على طبيعة الحملات الاعلامية حول التحسيس بحرائق الغابات عبر مواقع التواصل الاجتماعي في عرض تنمية الوعي الثقافي البيئي لدى كافة أفراد المجتمع، ومن خلال تحليلنا لصفحتين مختلفتين وهما "الصفحة الرسمية لوزارة الفلاحة والتنمية الريفية والصفحة الرسمية لوزارة الداخلية الجماعات المحلية والتهيئة العمرانية، توصلنا إلى أن طبيعة هذه الحملات الاعلامية، التوعوية والتنقيف والارشاد وتعليم الجمهور والتقليل من مخاطر الحرائق التي تعتبر طريقة لتوصيل المعلومات ورفع درجة الوعي لدى الفرد، وتختلف باختلاف الجمهور المستهدف حيث توضح منافع الثروة الغابية وبالمقابل تقليل المخاطر، وفي الأخير التذكير بضرورة التبليغ.

ويمكن القول من خلال التحليل الذي توصلنا إليه الدراسة التطبيقية أن الحملات الاعلامية عبر الصفحتين المدروستين اعتمدت على وسائل اعلامية متعددة ومتنوعة، (فيها وسائل رديعية مثل الشرطة، وسائل بشرية أعوان وضباط الحماية المدنية، وفرق متقلّة والدعائم المساندة من مطويات وملصقات)، مما أدى للتقليل من فعالية الوسائل الاعلامية وساهمت بدرجة كبيرة في نشر الوعي البيئي لدى الجمهور، وقد استطاعت أن تلبي احتياجات الأفراد من معلومات حول ظاهرة حرائق الغابات.



قائمة المصادر
والمراجع

قائمة المراجع:

1- الكتب:

• الكتب باللغة العربية:

1- عبد الحميد محمد، البحث العالمي في الدراسات الاعلامية، ط1، عالم الكيمياء القاهرة سنة 2000م.

2- محمد العيسوي عبد الفتاح، عبد الرحمان العيسوي، مناهج البحث العلمي في الفكر الإسلامي، دار الفكر الحديث ، جامعة الاسكندرية، دار الراتب الجامعية، مصر، سنة 1996 - 1997.

3- حمداوي جميل، السيولوجيا بين النظرية والتطبيق، ط1، مطبعة الوارق للنشر والتوزيع، عمان الاردن، سنة 2011م

4- يخلف فايزة، مناهج التحليل السيميائي، دار الخلدونية للنشر و التوزيع، الجزائر سنة 2012م.

5- ذوقان عبيدات، عدس عبد الرحمان، قايد عبد الحق، البحث العلمي، مفهومه، وأدواته وأساليبه، (د.ط)، (ده بلد) ، سنة 1984م.

6- المشهدانى سعد سلمان، منهجية البحث العلمي ، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع الاردن عمان، سنة 2019.

7- عبيدات محمد واخرون، منهجية البحث العلمي، القواعد والمراحل والتطبيقات ، ط 2 دار وائل للطباعة والنشر، عمان، سنة 1999م.

8- أبو زائدة حاتم، مناهج البحث العلمي، ط2، شباط، 2018، لواء البتراء سنة 2001/2000م.

9- الطويسى زيادة، مجمع الدراسة والهيئات، مديرية التربية، لواء البتراء سنة 2001/2000

- 10- كافي مصطفى، **تغطية الحملات الإعلامية والإعلانية**، ط1، دار و مكتبة الحامة للنشر والتوزيع ، عمان، سنة 2015.
- 11- كنعان علي عبد الفتاح، **إدارة الحملات إعلامية**، دار المجد للنشر والتوزيع، عمان سنة 2014.
- 12- هشام طه، **سلسلة عالم بلا حدود الجزء الاول**، أسباب وأنواع الحرائق وأساليب الإطفاء، خبير إدارة الازمات والكوارث، 2021.
- 13- الشهيري علي بن عبد الله، **حرائق الغابات والاسباب وطرق المواجهة**، ط1، جامعة تاييف العربية للعلوم الامنية، الرياض، سنة 2010.
- 14- عارف الضبع رفعت، **الحملات الاعلامية**، ط1، رئيس قسم الإعلام التربوي بجامعة طنها، مؤسس علوم الاعلام النوعي، مكتبة المصري للمطبوعات، سنة 2012.
- 15- المقدادي كاظم، **حماية البيئة البحرية**، ط 1 ، مركز الكتاب الاكاديمي سنة 2016.
- 16- صالح السراني نبيهة، **علم النفس البيئي**، مفاهيم وحقائق ونظريات وتطبيقات سنة 2006.
- 17- كرم على حافظ، **الاعلام وقضايا البيئة**، ط1، الجنادرية للنشر والتوزيع، سنة 2017
- 18- درويش مصطفى، **الاعلام البيئي**، كتب الثقافة العامة الخطيب للنشر والتوزيع، سنة 2014.
- 19- العابد أبو السعيد أحمد، **زهير عبد اللطيف، إعلام البيئة بين النظرية والتطبيق**، دار البارودي العلمية للنشر والتوزيع سنة 2020.
- 20- فتحي عبد المحسن ايمان، **حملات التوعوية الاعلامية بقضايا المجتمع للشباب**، ط1، المكتب العربي للمعارف، مصر القاهرة، سنة 2016.

- 21- كافي يوسف، تخطيط الحملات الإعلامية والإعلانية، ط1، دار ومكتبة الحامة للنشر والتوزيع، عمان، سنة 2015.
- 22- الشهيري علي بن عبد الله، أساليب التدابير الميدانية لمواجهة حرائق الغابات، الرياض، سنة 2011.
- 23- حلمي خضر ساري، التواصل الاجتماعي، الأبعاد والمبادئ و المهارات، ط1، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان سنة 2013.
- 24- هيثمي حسن محمود، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع الأردن، عمان، سنة 2015.
- 25- المقدادي خالد يوسف، ثورة الشبكات الاجتماعي، ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية الاجتماعية، الاقتصادية، الدينية والسياسية على الوطن العربي والعالم، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، الاردن، سنة 2013.
- 26- بن إبراهيم الشاعر عبد الرحمان، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، سنة 2015.
- 27- شنفرة علي خليل، الاعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الاردن، عمان، سنة 2014.
- 28- إدوارد بلانباك وآخرون، الحرائق الغابية، دليل موجه للإعلاميين الصحفيين، سنة 2016.
- 29- إدوارد بلانباك و آخرون، التبار و الحرائق الغابية بمنطقة البحر الأبيض المتوسط، تاريخ العلاقة بين الغابات والمجتمع، خمس أساطير وحقائق لمعرفة المزيد، سنة 2016.

30- دون اسم، مجموعة عمل الانتوساي حول الرقابة البيئية (WGEA)، حول الرقابة على الغابات، دليل الاجهزة العليا للرقابة، ترجمة، ديوان المحاسبة بالمملكة الاردنية الهاشمية ، 2010 / 2011.

31- بن سلمان الفيبي عيسى، برامج التواصل الاجتماعي archiving، 1432.

• كتب باللغة الاجنبية

32- Incendios forestales en espaina; su impacto dobre •
medioambiente; la econoniag el empleo di agencetico. Y-
propuestas; 2006

33- Roberto gerrantes martinez, Incendios forestales enel estado de México y sus emisiones ala atmosfera, secretaria del medio ambiente, direccions general de preevention bront nol delacontanimation atmosferica, 2009.

34- Louafi noor el houda, analyse des réseaux sociaux et d'élection de communautés, mémoire de fin d'étude master faculté de mathématiques; d' l'informatique; 2019.

35- Review of social network sites: definition expérience and, applications.

36- efixom; la Communication sur les risques d'incendie de forêt, recommandations opérationnelles nom l'amélioration de la prévention sociale, 2016.

37- médias, l'exploitation du thème de l'environnement dans medias plus verts que la nature, 2023.

38- efirecom, la communication sur les risques d'incendie de forêt, recommandation opérationnelles nom l'amélioration de la prévention sociale, 2016.

II. مجلات:

39- حنتوش أحمد كاضم، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في قطاع التعليم الجامعي.

Journalofbabylom fenten for hummnilives volume7 issue 04

40- بلخيري رضوان ، جابري سارة، إشكالات تطبيق منهج التحليل السيميولوجي، مجلة العلوم الإجتماعية، العدد 12 ، سنة 2016م.

41- المحرصاوي محمد، مجلة البحوث الإعلامية ، مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر ، لكلية الاعلام ، القاهرة - مدينة نصر ، سنة 2017.

42- إسماعيل زياد طارق هاية، المقاربة السيميولوجية لرولان بارت في تحليل الصورة، مجلة الإعلام والمجتمع ، المجلة (2)، العدد 01 السنة 2018.

43- سالم أشواق، لصلح عائشة، دور الحملات الإعلامية لوزارة الصحة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بمخاطر فيروس كورونا، دراسة ميدانية على عينة من شيا لولاية سطيف، جامعة محمد دباغين، مجلة وحدة البحث في تنمية الموارد البشرية، المجلد 17، العدد(03). سنة 2022.

44- عاصم محمد ، فخري ناصر محمود عبد الفتاح، إستخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بإتجاهاتهم نحو الشائعات، مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية ، المجلد التاسع ، العدد 45.

45- قادم جميلة، تصميم الحملات الإعلامية التوعوية لمخاطر تعاطي المخدرات (جامعة الجزائر 01، كلية علوم الاعلام والاتصال المجلة 37، العدد 12 ، 2023.

46- مهري شفيقة، مروشي ابتسام، الدور التوعوي لشبكات التواصل الاجتماعي في مجال حملات الاتصال الاجتماعي ضد آفة المخدرات - نماذج لناشطين بموقع تويتر، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي ، جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم - المجلة 10، العدد01، سنة 2023.

47- بوجاية ندى، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التوعية البيئية وتحقيق التنمية المستدامة موقع الفيسبوك نموذجا، المجلة العربية للأرشيف والتوثيق والمعلومات ، س 23، العدد 46، ديسمبر 2019.

48- دربال سارة، دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي المستدام والتوعية بقضايا التنمية المستدامة، جامعة تبسة، الجزائر مجلة العلوم الانسانية، جامعة أم البواقي، المجلة 06، العدد2، سنة 2019.

49- محمد صالح، الوجه الاخر لوسائل التواصل الاجتماعي وقت الأزمات والكوارث الطبيعية.

50- حلاف وردة، خرشي الهام، دور الاعلام الإلكتروني في نشر الوعي البيئي وتحقيق التنمية المستدامة، موقع فيسبوك نموذجا، مجلة الدراسات القانونية المقاربة ، المجلة 07، العدد 01 ، سنة 2021.

51- بن عمار يسمينة، بوطرفة أسماء، الاعلام البيئي الإلكتروني بين تحقيق الوعي البيئي وتحديات التنمية الرقمية المستدامة في البيئة الجديدة، أوراق المجلة الدولية للدراسات الادبية والانسانية، مخبر الموسوعة الجزائرية الميسرة، جامعة باتنة، الجزائر، المجلة02، العدد 02 سنة 2020.

52- خلفه نصير، الاعلام البيئي واقع وآفاق في الجزائر، مجلة البحوث في الحقوق والعلوم السياسية، العدد02 ، جامعة ابن خلدون تيارت، 2015.

- 53- أميرة إيمان، مدى مساهمة الإعلام الأخضر في حماية البيئة وترقية الحق البيئي، مجلة وطنية للدراسات العالمية، الأكاديمية، المجلة 05، العدد، سنة 2022.
- 54- عيساوي الطيب، فعالية التكنولوجيات الإعلامية الحديثة في تنمية الوعي البيئي في الجزائر، الموقع الإلكتروني نموذجاً، مجلة المعيار ، مجلد 24، العدد 51، جامعة جيجل قطب تاسوست، سنة 2020.
- 55- دحماني خالد، ممارسة الحق في الاعلام البيئي وأثره في حماية البيئة في الجزائر المجلة الجزائرية للإتصال، (المجلد) 18، العدد 2 ، جامعة قرطاج تونس.
- 56- صيدراني مكتوم، الاعلام البيئي كألية حماية البيئة في ظل قانون حماية البيئة في إطار التنمية المستدامة، مجلة الإجتهد للدراسات القانونية دال والاقتصادية المجلد 09، العدد 01.
- 57- باديس، دور الاعلام في نشر الوعي البيئي مجلة البدر، الحجم 08، العدد 03 ، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية ، سنة 2016و.
- 58- حفال ايمان، بكيري رضوان، الإعلام البيئي في الجزائر الواقع والتحديات مجلة الرسالة الدراسات الإعلامية، المجلد 03، العدد 08، السنة 2018.
- 59- حمياز سمير، تركي ليدية، نايلي نسيمة، الإعلام البيئي في الجزائر بين التشريع والتطبيق، مجلة الأناسة وعلوم المجتمع، المجلة 06، العدد 1 سنة 2022.
- 60- رقيق عبد الكريم، غزالي محمد، شبكات التواصل الاجتماعي أوعية جديدة البيئي في الجزائر، مجلة الوراق، مجلد 04، عدد 04، سنة 2018.

- 61- بريك الزهرة، الاعلام البيئي والبيئة الإعلامية الجديدة قراءة في خصائص الاعلام البيئي. المجلة الجزائرية للاتصال، المجلة 18 العدد 02، كلية علوم الاعلام والاتصال، الجزائر 03.
- 62- أحمد سليم حنان، الحملات الاعلامية عبر الإعلام الجديد، مجلة الرأي العام.
- 63- جاعد محسن حميد، الباحث الإعلامي، مجلة علمية أكاديمية محكمة تصدر عن كلية الإعلام، عدد 04، جامعة بغداد، العراق، سنة 2005.
- 64- بوكريشة عائشة، الحملات الإعلامية ودورها في التوعية والتحسيس بظاهرة الغش في الامتحانات، جامعة الجزائر 03، مجلة جسور المعرفة، مجلة 08، العدد 03، سنة 2022.
- 65- حجلة مريم، حرائق الغابات بين تأثير العوامل المناخية وتداعيات الجريمة البيئية، مجلة سوسولوجيون، المجلد 02، العدد 02.
- 66- ميمي محمد، توفيق عبد المنعم، شبكات التواصل الاجتماعي، مجلة كلية التربية، العدد 24، الجزء الثاني، جامعة عين شمس، سنة 2018.
- 67- عبادة نور الهدى، شبكات التواصل الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية الغرض والتحديات، مجلة الساوره للدراسات الانسانية والاجتماعية، العدد 02، جامعة الجزائر 3، سنة 2016.
- 68- بدون إسم، أثر وسائل التواصل الاجتماعي على سلوكيات وقيم الشباب من منظور التربية الاسلامية، مجلة كلية التربية، العدد 19، الجزء 3، جامعة الأزهر، سنة 2016.
- 69- شاوي ليديا، استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية السياسية بحق الشعوب في قرير مصيرها، دراسة في اقبال لطالب الجامعي الجزائري على الفيسبوك في تقصي

أخبار القضية الفلسطينية، مجلة التطوير العلمي للدراسات والبحوث، المجلد 03، العدد 07،
كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، سنة 2022.

70- إبراهيم سامية، تأثير الاتصال عبر مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية للأسرة
الجزائرية من وجهة نظر أساتذة العلوم الاجتماعية في جامعة أم البواقي وتبسة، مجلة
الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد 02، العدد 08، سنة 2018.

71- بن صغير كريمة، واقع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية لدى
الطلبة الجامعيين، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، المجلد 05، العدد 02، جامعة
قالمة، الجزائر، سنة 2022.

72- لحول فطوم، بن وليد نعمار خالد، دور مواقع التواصل الاجتماعي في نجاح استراتيجية
الترويج لدى المؤسسات، دراسة لصفحة مؤسسة الاتصالات الجزائرية موبيليس عبر موقع
الفيسبوك، مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية، المجلد الرابع، العدد 02، جامعة
وهران 03، سنة 2018.

73- غازي المدني أسامة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى
طلبة الجامعات السعودية، مجلة الأداب والعلوم، جامعة السلطان قابوس، سنة 2015.

الرسائل والأطروحات:

74- يخلف فايزة، دور الصورة في التوظيف الدلالي للرسالة الاعلانية، رسالة ماجستير في
علوم الاعلام والاتصال، معهد علوم الاعلام والاتصال، سنة 1996.

75- آيت الحاج أمينة، صورة المسلم في الأفلام الهوليوودية، دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة
من الأفلام المنتجة بعد أحداث الحادي عشر سبتمبر 2001، أطروحة دكتوراه الطور الثالث

في علوم الإعلام والاتصال، تخصص السينما ووسائل الاتصال التفاعلية، جامعة الجزائر3، 2021.

76-رحموني لبنى، صورة الذات والآخر في السينما الجزائرية، أطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، تخصص صحافة، كلية علوم الاعلام والاتصال، جامعة قسنطينة 3، سنة 2017.

77-صيد عادل، الكاريكاتير والتنشئة السياسية في الجزائر من منظور سيميولوجي، أطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، قسم العلوم الانسانية، جامعة باتة 1، سنة 2017.

78-بوخاري حفيظة، قيم فيلم لخيال العلمي الأمريكي وتأثيرها على ثقافة الطفل العربي المسلم، تحليل نصي سيميولوجي للفيلمين، الرجل الوطواط الى الأبد وهاري بوتر وحجر الفيلسوف، رسالة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، سنة 2011/2010.

79-بوعون أحمد، الاعلان الموجه للطفل في القنوات الفضائية العربية، دراسة سيميولوجية لعينة من الومضات الاعلانية في قناتي Spacetoon160 و Toyereljanna، أطروحة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، جامعة قسنطينة 3، سنة 2018.

80-شيقر سليمة، صورة المجاهد في السينما الجزائرية، دراسة تحليلية سيميولوجية للإفلام المنتجة ما بين 2009-2016، خارجون عن القانون 2016، أطروحة الدكتوراه، الطور الثالث في علوم الاعلام والاتصال، تخصص السينما ووسائل الاتصال الجديدة، جامعة الجزائر3، سنة 2020.

81- عز الدين عتيقة، الابعاد الفنية والجمالية في الفيلم القصير الروائي الجزائري ، دراسة وصفية تحليلية لخمسة أفلام 4 سكتوا (2008)، قارقوز (2009) ، الجن (2000)، العابر الأخير (2011) ، أعاهد (2010)، أطروحة الدكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال ، تخصص السينما ووسائل الاتصال الجديدة ، جامعة الجزائر3، سنة 2020.

82- محجوب حليلة، دور الحملات الإعلامية التلفزيونية في التوعية الصحية، مذكرة الماستر في علوم الاعلام والاتصال ، تخصص إتصال وعلاقات عامة (جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، سنة 2014/2015).

83- طيبي إبراهيم الخليل، تحليل و تمنجبة الاخطار الطبيعية الكبرى في ولاية البليدة مقارنة باستعمال تقنيات الجيرماتيك، أطروحة دكتوراه فى الجغرافيا وتهيئة الاقليم، جامعة باتنة، سنة 2021.

84- عنيسال صافية، مبروكي رانيا : دور مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالسياحة في جنوب الجزائر، مذكرة ماستر في علوم الاعلام والاتصال ، تخصص صحافة مطبوعة و الالكترونية ، جامعة أجمد درارية، أدرار، سنة 2021.

85- زياهاة وهابي، المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة في الصحافة المكتوبة الجزائرية، دراسة تحليلية مقارنة لصفحتي الشعب والشروق اليومي خلال الفترة من 01 جانفي إلى 31 ديسمبر 2016، أطروحة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر03، 2020.

III- رسائل أطروحات

86- جفال ايمان، اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو القضايا البيئية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة العربي التبسي - تبسة ، أطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة العربي التبسي - تبسة، السنة 2021/2022.

87-بوسالم زينة، المعالجة الإعلامية لمشكلات البيئة في الصحافة الجزائرية جريدة الشروق نموذجاً، مذكرة الماجستير في علوم الاجتماع تخصص البيئة ، جامعة منتوري قسنطينة، 2010/2011.

88-دحمار نور الدين، قضايا البيئة في الصحافة المكتوبة ، دراسة تحليلية" لجريدتي وقت الجزائر والشعب، مذكرة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال تخصص اتصال بيئي، جامعة الجزائر3، سنة 2012،2011.

89-ام لرقاب سمية، فعالية الحملات الاعلامية في مجال التوعية المرورية بالجزائر، دراسة ميدانية بالمركز الوطني للوقاية والامن عبر الطرق، أطروحة دكتوراه في شعبة علوم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، سنة 2021.

90-وزوز سامية، أثر الاعلام المكتوب في تنمية الوعي البيئي، رسالة ماجستير، جامعة القدس، فلسطين، سنة 2014.

91-طالي صافية، الاتصال الاجتماعي ودوره في نشر الوعي البيئي من خلال الجمعية الايكولوجية المدينة الجزائرية، ولاية تيبازة نموذجاً، رسالة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، سنة 2013/2014.

92-كيحل فتيحة، الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي، دراسة استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، فرع الاعلام وتكنولوجيات الاتصال الحديثة. جامعة الحاج لخضر باتنة، سنة 2011.

93-بن مهرة نسمة، الاعلام البيئي ودوره في المحافظة على البيئة ، رسالة الماجستير في العلوم القانونية والإدارية، فرع قانون البيئة، جامعة الجزائر 01، 2012/2013.

- 94-فقيري ليلي، الحملات الإعلامية في مكافحة مظاهر إنحراف الشباب نحو تصميم حملات إعلامية تطبيقية، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة بالجزائر، سنة 2017.
- 95-حراي هادية، اتجاهات المستهلك الجزائري نحو اشراك المنتج الغذائي ، دراسة تحليلية ميدانية، حملة نستهلك جزائري ، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال تخصص اشهار وعلاقات عامة، جامعة محمد لمين دباغين سطيف، سنة 2020.
- 96-حامدي كنزة، الحملات الإعلامية التوعوية الصحية لسرطان الثدي، دراسة ميدانية لمديرية الصحة والسكان بولاية سيطف ، أطروحة دكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد لمين دباغين سطيف، سنة 2020.
- 97-بوكوموش عيني، استراتيجية الاتصال في الحملات الإعلامية ، دراسة وصفية لإستراتيجية التوعية المرورية ولاية غرداية نموذجا ، رسالة الماجيستر في علوم الاعلام والاتصال ، فرع إتصال إتصالي إستراتيجي، جامعة الجزائر3، سنة2012/2013.
- 98-قباني عبير، الحملة الاذاعية الخاصة بالتوعية المرورية في و الجزائر، دراسة ميدانية على عينة من جمهور السائقين بولاية سطيف، رسالة ماجيستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد خيضر، بسكرة، سنة 2012.
- 99-دباب فراج أمال، الحماية القانونية للغابات في الاتفاقيات الدولية التشريع الوطني أطروحة الدكتوراه في الطور الثالث ، تخصص قانون فرع قانون العام المقارن، جامعة جيلالي ليايس سيدي بلعباس، سنة 2020.
- 100-مرهج علاء علي، تقييم تغييرات استعمالات الأراضي وخطورة الحرائق على غابات البابر والبسيط، المحافظة اللادقية، أطروحة دكتوراه في الجراح والبيئة، من كلية الزراعة ، في جامعة تشرين سنة 2017.

101- بن إبراهيم فهد، المرشد، مهارات التحقيق في حوادث الحريق العمدي، دراسة مسحية على ضباط التحقيق في مدينة الرياض، رسالة ماجستير في التحقيق الجنائي الرياض، سنة 2004.

102- كانون جمال، دور منظمات المجتمع المدني في الجزائر دراسة ميدانية لعيّنة من المجتمعات الوطنية ورقلة نموذجاً - أطروحة دكتوراه العلوم تخصص علوم الاجتماع السياسي، جامعة الجزائر 2 سنة 2017.

* مذكرات بالغة الأجنبية:

103- Hammam cylvia, idres narine la communication environnementale. via les réseaux sociaux numériques, par des associations de la ville de bejaia, une vie d'obtention masles en communication de la relation publique, 2018.

104- Manel Ben ayed : Rôle des médias écologiques journal l'émergence la conscience environnementale, faculté des Sciences économiques et de gestion de sfax.2016.

IV- قواميس ومعاجم:

105- بدون مؤلف، المزج في اللغة العربية، ط 2 ، درا الشرق للطباعة، الأردن، سنة 2001.

106- ابن منظور، لسان العرب، ط1، دار المعارف، 2018.

107- جبران مسعود، الراصد معجم لغوي عصري، دار العلم للملايين، بيروت لبنان سنة 1992

108- جبران مسعود، الراصد معجم ألف، بائي في اللغة والاعلام، ط3، دار النشر للملايين، لبنان سنة 2012.

V- المحاضرات:

109- بن شعيب أحمد، محاضرات مقياس منهجية - البحث العلمي - معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضة، جامعة محمد خيضر - بسكرة.

110- حمون عبد الكريم، تحليل مضمون السمعى البصري، المحاضرة العاشرة ماستر 2 سمعي بصري كلية علوم الإعلام والاتصال جامعة تيزي وزو. سنة 2023

111- بوقذيرة بلال، محاضرات في مقياس الحملات الإعلامية، السنة الثانية ماستر سمعي بصري، كلية علوم الاعلام ولا الاتصال قسم الاعلام والاتصال، جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل.

112- العامري سلمان، عامر حسن، محاضرات الحملات الإعلامية، جامعة المستنصرية.

VI- المقابلات:

113- عبدوش حميد، ملازم أول للحماية المدنية، قسم المخططات بمكتب الحراش ولاية الجزائر، 2024/04/28. 10:58

114- ساعد عبد العزيز، نقيب في الحماية المدنية، قسم المخططات بمكتب الحراش ولاية الجزائر، 2024/04/28، 10:58

VII- مواقع الانترنت:

115- سمير السيد احمد - "دراسة لطرق الحماية و الوقاية من اثار الحرائق في المباني" 2024/03/25، 15:15

https://jaes.journals.ekb.eg/article_266228_6d5d4f3d0a1a9e213666eb288e79b49d

116- الجمهورية اليمنية رئاسة الجمهورية، المركز الوطني للمعلومات للحرائق، 20/03/2024، 18:21

<https://www.yemen-nic.info/procesafe/bales/Fires>

117- زكريا بن صغير، الحملات الاعلامية ، 2024/03/22، 46:20
<https://scholar.google.com/citations?user=fjtd4aaaaaj&hl=ar>

- 118- حرائق الغابات، "حملات توعية لكسب معرفة التحسيس و التشجير" ، الشعب
14:34 ، 2024/03/25
<https://www.echaab.dz/2023/07/24/حرائق-الغابات-حملات-توعية-لكسب-معرفة-التحسيس-و-التشجير/>
- 119- محمود حريبات، مختص في اعلام الاجتماعي ، 12:47 ، 2024/03/23 ،
<https://m.ahewar.org/s.asp?aid=536910>
- 120- وكالة الانباء الجزائرية، "استراتيجية استباقية لمواجهة حرائق الغابات خلال موسم الصيف" ، 2024 /03/25 ،
<https://www.aps.dz/ar/societe/143121-2023-05-02-10-55-18>
- 121- الاخبار الوطنية ، "الثقافة البيئية من منظور مواقع التواصل الاجتماعي"
<https://www.youtube.com/watch?v=5idc5jmqxya>
- 122- ياسين عبوبو ، جريدة النصر، 20: 17 ، 24/03/2024 ،
<http://www.annasronline.com>
- 123- محمد صلاح ، "الوجه الاخر لوسائل التواصل الاجتماعي وقت الازمات و الكوارث الطبيعية" ، 14: 21 ، 2024/03/25 ،
<https://ae.linkedin.com/pulse/topics/home/?trk>
- 124- مختصون يؤكدون: "مواقع التواصل الاجتماعي فاعلة في نشر الوعي البيئي" ،
25/03/2024, 14 :21
<https://www.el-massa.com/dz/المجتمع/مواقع-التواصل-الاجتماعي-فاعلة-في-نشر-الوعي-البيئي/>
- 125- زاهر هاشم، "الاعلام الالكتروني و قضايا البيئة و التنمية" 17:30/03/25
<https://www.envnews.com/indepth/articles/25069-الإعلام-الإلكتروني-وقضايا-البيئة-وال>
- 126- صالح بن علي ابو عراء، "اهمية تنمية الوعي البيئي وكيفية تحقيقه".
26/03/2024, 23 :44
<http://www.saaaid.org/Doat/arrad/65.htm>
- 127- احمد ناجي قمحة ، "دور الاعلام في تنمية الوعي بكيفية مواجهة المشكلات البيئية من المجلة" - قضايا الديمقراطية، 2024/04/06 ، 13:17 ،
<https://www.siyassa.org.eg/News/18404.aspx>

الملاحق



اللوحة الأولى: جانب من الحملات الإعلامية بأهمية الحفاظ على البيئة على صفحة الفيسبوك لوزارة الفلاحة والتنمية الريفية



اللوحة الثانية: جانب من الحملات الاعلامية عن المخاطر الناجمة من الحريق على صفحة فايسبوك وزارة الداخلية والجماعات المحلية والتهيئة العمرانية.



اللوحة الثالثة: جانب من الحملات الاعلامية منع الشواء في الغابة من صفحة فايسبوك
وزارة الفلاحة والتنمية الريفية.



الفهرس

الفهرس:

كلمة شكر

الإهداء

خطة البحث

مقدمة

الجانب المنهجي

إشكالية.....4

تساؤلات الدراسة.....5

أسباب اختيار الموضوع.....5

أهمية الدراسة.....6

أهداف الدراسة.....6

منهج الدراسة ومقاربات التحليل.....6

تحديد المفاهيم والمصطلحات.....17

الدراسات السابقة.....19

الجانب النظري

الفصل الأول: مدخل حول الحملات الاعلامية وحرائق الغابات

المبحث الأول: ماهية الحملات الاعلامية.....28

المطلب الأول: تعريف الحملات الاعلامية.....28

المطلب الثاني: خصائص الحملات الاعلامية.....29

المطلب الثالث: أنواع الحملات الاعلامية.....31

المبحث الثاني: ماهية حرائق الغابات.....33

المطلب الاول: مفهوم حرائق الغابات.....33

المطلب الثاني: العوامل والاسباب الرئيسية المؤثرة في حرائق الغابات.....34

المطلب الثالث: أنواع المخاطر الناجمة من الحرائق.....36

المبحث الثالث: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي.....37

المطلب الأول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي.....37

المطلب الثاني: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي.....39

المطلب الثالث: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي.....39

الفصل الثاني: دور الحملات الاعلامية حول التوعية من مخاطر حرائق الغابات

عبر مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الأول : المحاور التي تتبناها الحملات الاعلامية للتوعية بحرائق الغابات.....43

المطلب الأول: المحاور والأسس التي تتبناها الحملات الاعلامية للتوعية بحرائق

الغابات.....43

المطلب الثاني : أهمية الحملات الاعلامية في التوعية بحرائق الغابات.....43

المطلب الثالث : مزايا الحملات الاعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي للتوعية بأهمية

حرائق الغابات.....44

المبحث الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التوعية بأهمية حرائق الغابات...46

المطلب الأول: كيفية الإقناع بأهمية توعية حول حرائق الغابات عبر مواقع التواصل

الاجتماعي.....46

المطلب الثاني: أهمية وسائل التواصل الاجتماعي بالتوعية بحرائق الغابات.....46

المطلب الثالث: الدور الإيجابي لمواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بحرائق الغابات..48

المبحث الثالث: الدور الإيجابي لمواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بحرائق الغابات..49

المطلب الأول: الاعلام البيئي ودوره في بناء وتنمية الاتجاهات البيئية.....49

المطلب الثاني: واقع الاعلام البيئي في الجزائر.....52

المطلب الثالث: دور وسائل الإعلام البيئي في التوعية البيئية.....56

الإطار التطبيقي: التحليل السيميولوجي للحملات التوعوية عبر: "الصفحة الرسمية لوزارة الفلاحة والتنمية الريفية والصفحة الرسمية لوزارة الداخلية والجماعات المحلية والتهيئة العمرانية"

تمهيد.....	62
1) البطاقة الفنية لصفحة الرسمية لوزارة الداخلية والجماعات المحلية والتهيئة العمرانية.....	64
2) البطاقة الفنية للصفحة الرسمية لوزارة الفلاحة والتنمية الريفية.....	65
1- التحليل السيميولوجي لحملات الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية والجماعات المحلية والتهيئة العمرانية.....	66
1. تحليل الحملة الأولى:.....	66
1- التقطيع التقني.....	67
2- التحليل التعييني.....	74
3- التحليل التضميني.....	75
4- ملخص الحملة.....	77
2. تحليل الحملة الثانية:.....	78
1- التقطيع التقني.....	79
2- التحليل التعييني.....	84
3- التحليل التضميني.....	85
4- ملخص الحملة.....	89
3. تحليل الحملة الثالثة:.....	90
1- التقطيع التقني.....	91
2- التحليل التعييني.....	101
3- التحليل التضميني.....	102
4- ملخص الحملة.....	106
2- التحليل السيميولوجي لحملات الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية والجماعات المحلية والتهيئة العمرانية.....	107
1. تحليل الحملة الأولى:.....	107
1- التقطيع التقني.....	108
2- التحليل التعييني.....	113
3- التحليل التضميني.....	113
4- ملخص الحملة.....	117
2. تحليل الحملة الثانية:.....	118

119	1- التقطيع التقني
124	2- التحليل التعييني
124	3- التحليل التضميني
128	4- ملخص الحملة
129	3. تحليل الحملة الثالثة:
130	1- التقطيع التقني
139	2- التحليل التعييني
140	3- التحليل التضميني
144	4- ملخص الحملة
145	النتائج الجزئية للصفحة الرسمية لوزارة الداخلية والجماعات المحلية والتهيئة العمرانية
146	النتائج الجزئية للصفحة الرسمية لوزارة الفلاحة والتنمية الريفية
146	النتائج العامة
149	خاتمة
151	قائمة المصادر

الملاحق

ثانيا: فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجداول	الرقم
13	نموذج التقطيع التقني لألان رونييه	1
154	جدول يوضح اندلاع الحرائق مع المسافة المحترقة في الفترة الممتدة من 2023/06/01 الى 2023/10/31	2
63	جدول يوضح العينات التي قمنا باختيارها	3
144	الجدول يوضح الأشياء التي تحتويها جميع الحملات التوعوية المختارة	4

ثالثا: فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
58	يوضح تأثير الاعلام البيئي عبر آلياته على سلوك الفرد	1