

فاعلية إستخدام الرسوم المتحركة فى التوعية والإرشاد البيئى

Effectiveness of the use of animation in Environmental Awareness and Guidance

م.د/ أحمد سيد حمودة السيد

مدرس بقسم الإعلان- المعهد العالى للفنون التطبيقية - التجمع الخامس

Dr. Ahmed Sayed Hamouda El Sayed

Instructor at the Advertising Department Higher Institute of Applied Arts - Fifth Assembly

Ahmedh79@gmail.com

ملخص البحث:

تعد الرسوم المتحركة أحد الأساليب التكنولوجية التي تلعب دوراً هاماً في حياة الأفراد "جمهور المتلقي" لما لها من استخدامات واسعة وأساليب وتقنيات متعددة، وتستخدم في أي طريقة تقتضي تقديم خدمات أو نشر فكرة علمية حيث أنها تستطيع أن تظهر أشياء لا تستطيع وسائل الاتصال الجماهيري الأخرى أن تظهرها .

وحيث ان التوعية والإرشاد يهدف الى نشر ورفع مستوى الوعي البيئي لدى افراد المجتمع "الجمهور المتلقي" وتثقيفهم بأهمية حماية البيئة والاسباب التي تدعو الى الاهتمام بها في خلال برامج تعد لمخاطبة شرائح وفئات مختلفة من المجتمع لضمان ايصال الرسالة المرجو تحقيقها .

- لذا يتناول البحث فاعلية استخدام الرسوم المتحركة على برامج التوعية والإرشاد البيئي باعتبارها اداة هامة لرفع الوعي البيئي وذات تأثير ملحوظ على التوجيه السلوكي للفرد والمجتمع بشكل ايجابي وفعال.

الكلمات المفتاحية: (الرسوم المتحركة – التوعية – الإرشاد البيئى)

Abstract:

Animation is one of the technological methods that plays an important role in the lives of individuals, "the audience of the recipient" because of its wide uses, methods and techniques, and used in any way requires the provision of services or dissemination of a scientific idea as it can show things that other mass media cannot Show them.

As awareness and guidance is aimed at spreading and raising environmental awareness among the members of the "receiving public" and educating them about the importance of protecting the environment and the reasons that call for attention in programs that address the segments and different categories of society to ensure delivery of the message to be achieved.

- The study deals with the effectiveness of the use of animation on awareness programs and environmental guidance as an important tool to raise environmental awareness and have a significant impact on the behavioral guidance of the individual and society in a positive and effective.

Keywords: (Animation - Awareness - Environmental Guidance)

مقدمة :

الإعلام والتوعية البيئية هما أهم نقاط الارتكاز لانطلاق أي فكر أو قضية، ولأن القضايا والمشكلات البيئية تصدرت أجندة الاهتمامات الدولية الإقليمية والقومية للحد من النتائج والآثار السلبية المتوقعة لهذه المشكلات، وقد اتفقت غالبية المؤتمرات على ضرورة توعية الشعوب بها، لذا أُلقت مسؤولية التوعية والتبصير بالقضايا البيئية على كاهل الإعلام

باعتباره أداة الاتصال الجماهيري. ويقضي القانون رقم ٤ لسنة ١٩٩٤ في شأن حماية البيئة بضرورة التثقيف البيئي وإعداد برامج التثقيف البيئي للمواطنين، وإعداد التقارير الدورية عن المؤشرات الرئيسية للوضع البيئي ونشرها بصفة دورية، والاشتراك مع وزارة التربية والتعليم في إعداد برامج تدريبية لحماية البيئة في نطاق برامج الدراسة المختلفة.¹⁹ ولأن المشكلات البيئية ترتبط بالسلوك الانساني، وتفاعل الأفراد مع بيئتهم، لذا فإن الإعلام والاتصال البيئي بكافة الصور والأشكال يعد من المهام الرئيسية له، وبناء عليه تتوقف قدرته على تحقيق أهدافه في مجال تحسين نوعية البيئة في مصر و تنمية الوعي البيئي وتغيير القيم والاتجاهات السلبية إلى قيم واتجاهات ايجابية تؤدي إلى تغيير السلوكيات البيئية السلبية إلى سلوكيات بيئية ايجابية خاصة فيما يتعلق بسلوكيات الإدارة السليمة للمخلفات الصلبة وترشيد استهلاك الموارد، وحماية الثروات الطبيعية التي حباها بها الله دون غيرنا.¹⁵

مشكلة البحث:

تكمن مشكله البحث فى قصور دراسة العلاقة بين الرسوم المتحركة والوعى والإرشاد البيئى لدى المتلقى لذا يسعى البحث للإجابة على التساؤل الآتى :

_ كيف يمكن لإستخدام الرسوم المتحركة أن يكون لها دور فعال فى رفع الوعى والإرشاد البيئى وأثرها الإيجابى على الجمهور المتلقى ؟

أهداف البحث:

1. إلقاء الضوء حول فاعلية إستخدام الرسوم المتحركة على برامج التوعية والإرشاد البيئى ، وأثرها الإيجابى على الجمهور المتلقى .

2. يهدف البحث على تفعيل دور الرسوم المتحركة فى برامج الوعى والإرشاد البيئى .

منهج البحث: يتبع البحث المنهج التحليلى والتطبيقى لمناسبتها لتحقيق أهداف البحث .

حدود البحث:

الحدود الموضوعية : إقتصرت على الإستعانة بثلاث حملات توعية إعلانية بيئية تم تصميمهم من الباحث تناقش قضايا البيئة ومشكلات المجتمع .

الحدود الزمنية : من عام 2018م حتى تاريخ الإنتهاء من البحث .

الفئة العمرية : جميع فئات المجتمع .

إجراءات البحث:

عمل تصميمات للتوعية البيئية ودورها فى التعبير عن القضايا البيئية المختلفة ، ومدى إمكانية توظيف تصميمات الرسوم متحركة لرفع الوعى والإرشاد البيئى ونجاحها كوسيلة إعلانية إقناعية فى تحقيق أهدافها المطلوبة .

مصطلحات البحث:

البيئة: هي الوسط الذي يعيش فيه الكائن الحي (ونعني هنا الإنسان) أي كل ما يحيط بالكائن الحي (الإنسان) ويؤثر فيه ويتأثر به سلباً أو إيجاباً، أي أن البيئة مفهوم واسع جداً، وتشمل المكونات التالية:

البيئة المادية الطبيعية أو الفيزيائية مثل: الماء (مياه البحار، الأنهار، والبرك والمستنقعات، مياه الشرب، ومياه الصرف الصحي والهواء والطعام والأرض والفضلات والمخلفات والطقس (الحرارة والبرودة الرياح والسحب والأمطار)، والظواهر والكوارث البيئية (مثل الرعد والبرق).

البيئة الحيوية: أي الكائنات الحية من النباتات والحيوانات والكائنات الدقيقة.

البيئة المعنوية: هي البيئة النفسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية وتشمل العلاقات بين أفراد المجتمع.¹⁶

البيئة الصحية: هي البيئة التي تتوافق عناصرها بطريقة متوازنة بحيث يستطيع الإنسان العيش فيها.

الوعي البيئي: الوعي البيئي هو الوسيلة الأكثر فاعلية في ترشيد استخدام الموارد، وهو ما وضع المجتمع المصري بمختلف طوائفه وطبقاته أمام مسؤولياته في التعامل مع قضايا البيئة، حتى يمكن أن نحقق لهذا المجتمع التنمية المستدامة.

هناك أربعة محددات ومدخلات رئيسية لنشر الوعي البيئي وهي:

البُعد الاجتماعي: وهو وضع القضايا البيئية في إطار الثقافة الاجتماعية السائدة.

الإعلام البيئي: ويعني الإعلام عن كافة الأنشطة المتعلقة بقضايا البيئة ووضعها ضمن أولويات الاهتمام.

التربية البيئية: وهي إحداث التغيير في القيم والاتجاهات المؤثرة في السلوكيات البيئية بما يحقق اكتساب سلوكيات بيئية إيجابية.

المشاركة المجتمعية: وهي تحفيز الجمهور العام والمنظمات والمؤسسات المعنية بقضايا البيئة على المشاركة بفاعلية وتأكيد مبدأ المسؤولية المشتركة تجاه قضايا البيئة.

المتلقي: هو الجهة أو الشخص الذي توجه له الرسالة ويستقبلها من خلال أحد أو كل حواسه المختلفة (السمع والبصر والشم والذوق واللمس) ويقوم بتفسير رموزها ويحاول إدراك معانيها .

الإعلان: هو أحد الأنشطة الإعلامية التي لا غنى عنها للأنشطة الاقتصادية من صناعة وتجارة وخدمات وغيرها من الأنشطة الاقتصادية وكذلك بالنسبة للمؤسسات والمنظمات الخيرية والغير ربحية والتي بدون الإعلان عن مجهوداتها فلن تحصل على الدعم المجتمعي والتمويل المادي اللازم لاستمرارها في عملها وأدائها لرسالتها.

والإعلان فن يتطور تطوراً ذاتياً بالتطور التقني الذي نصل إليه، فمع التطور الكبير الذي أحدثته تكنولوجيا الحاسب الآلي في عالمنا اليوم، انعكس ذلك بدوره على عالم الدعاية والإعلان فأصبح تصميم الاعلانات وإخراجها به من التطور والجاذبية الشيء الكثير.

وليست صناعة الاعلانات من الفنون المستحدثة وإنما هي قديمة قدم التاريخ، فقد بدأ الاعلان على أشكال تطورت بمرور القرون حتى أصبح فن الاعلان كما نعرفه الآن.⁴

الإعلان الإرشادي أو الإخباري: و يتعلق بالسلع الجديدة أو الخدمات أو الأفكار أو المنشآت المعروفة للجمهور التي لا يعرف الناس حقائق كافية عنها أو لا يعرفون كيفية إشباعها لحاجاتهم بطريقة اقتصادية ، أو لا يعرفون كيف أو متى أو من أين يحصلون عليها.

و تتلخص وظيفة هذا النوع من الإعلان في إخبار الجمهور بالمعلومات التي تيسر له الحصول على الشيء المعلن عنه بأقل جهد و في أقصر وقت و بأقل النفقات بالإضافة إلى إرشاد الجمهور إلى كيفية إشباع حاجته.⁸

أولاً : الإطار النظري:

الوعي البيئي Environmental Awareness

مفهوم الوعي البيئي:

الوعي البيئي هو أن يدرك الفرد البيئة ومكوناتها والمشكلات المرتبطة بها، وهذا الإدراك يقوم علي المعرفة وعلي الإحساس والشعور الداخلي.¹⁷

وليس المقصود بالوعي قدرة الفرد علي استرجاع معلومات عن البيئة ومشكلاتها، بقدر أن الفرد قد أستثير أنتباهه لموقف أو ظاهرة مرتبطة بالبيئة وأحس بها.

موقع الوعي البيئي ضمن منظومة الأهداف التربوية (المعرفية / الوجدانية / المهارية)

الوعي البيئي هو الحلقة الرابطة بين الجوانب المعرفية والجوانب الوجدانية وهو أول درجات الجوانب الوجدانية وبداية التحرك نحو السلوك، فالسلوك الإنساني هو محصلة لجوانب معرفية / وجدانية/ مهارية.

أهداف الوعي البيئي:

هناك عدة أهداف للوعي البيئي تتمثل في:-

- إدراك (شعور) الفرد بالبيئة ومكوناتها وعلاقتها .
- إقناع الفرد بأهمية صيانة البيئة وحماية مواردها.
- تنمية دوافع الأفراد ومشاعرهم للاهتمام بقضايا البيئة .
- حفز الأفراد على المشاركة الفعالة في حل مشكلات البيئة وتحسينها وتطويرها.

مراحل تكوين الوعي البيئي:

لا يمكن للوعي كجانب وجداني أن ينمي بشكل تلقائي ولكنه عملية تحتاج إلى ضبط وتحكم وتتمر بالمراحل التالية :

1- المرحلة التمهيديّة (المعرفية) :

في هذه المرحلة تقدم خبرات معرفية بيئية جديدة للأفراد ليست متوافرة لديهم حول الموضوع المراد التوعية به ، ولتحقيق ذلك فلا بد أن نحدد تحديدا دقيقا ما يتوافر لدى الأفراد من معارف حول موضوع التوعية . ويمكن أن يتم ذلك من خلال التعامل المباشر مع الأفراد من خلال المناقشات والاستبيانات والمقابلات وغيرها ثم رصد استجابات الأفراد وتحليلها وتحديد الصورة الواقعية والحقيقية للأفراد فيما يمتلكون من معارف.

2- المرحلة التكوينية :

يتم في هذه المرحلة إثارة الدافع والتهيئة الفكرية والنفسية للأفراد لإقناعهم وذلك عن طريق تحديد الاهتمامات والحاجات . وتحديد الحاجات والاهتمامات هي نقطة البداية في مرحلة التكوين وفي هذه المرحلة يستخدم التوجيه والإرشاد والمشاركة والحماس والأمثلة والخبرات الذاتية والآراء الجماعية.¹⁸

3- مرحلة التطبيق :

في هذه المرحلة يجب أن تتاح المواقف المناسبة (كما وكيفا) للأفراد ليطبقوا ما سبق وان تعلموه ، أن ما وعى به الفرد يجب أن يجد فرصة للتطبيق والتحقق منه .

4- مرحلة التثبيت :-

هذه المرحلة خاصة بعملية الإثراء لما سبق وتعلمه الأفراد والتأكيد علي تأثيرها ، وفي هذه المرحلة يجب تخطيط مواقف عديدة ومناسبة من شأنها أن تعزز ما سبق تعلمه وتكون هذه الخبرات متصلة بالخبرات السابقة التي مر بها الأفراد في مرحلة التكوين والتطبيق مما يؤدي بالأفراد إلى التنبني والتحمس وهو مايمكن أن يمثل قاعدة انطلاق نحو السلوك البيئي المطلوب .⁶

الاساليب المختلفة للتوعية والارشاد البيئي :

هناك أساليب متعددة يمكن من خلالها تحقيق التوعية والارشاد البيئي لدي الأفراد أهمها:

1) في التعليم النظامي:

- إعداد أنشطة بيئية يمارسها الطلاب مثل (الالعاب – المحاكاة وتمثيل الأدوار – مجلات ... الخ).
- ربط قضايا البيئة بالمنهج الدراسية.

- إبراز مدلول المفاهيم البيئية في المناهج الدراسية.
- تصميم برامج بيئية قصيرة.
- تنظيم الرحلات ودراسة الحالة والزيارات الميدانية ودور الاستقصاء ... (الخ).
- **(2) في التعليم غير النظامي (الجمهور العام) :**
- تنظيم حملات التوعية في المجتمعات المحلية.
- بث رسائل وبرامج بيئية من خلال وسائل الإعلام.
- تنظيم ورش عمل، وندوات ومؤتمرات ثقافية.
- تنفيذ برامج بيئية للتوعية من خلال المؤسسات المختلفة (مراكز الشباب - دور العبادة - النوادي - مراكز الوعي بالمحميات الطبيعية - قصور الثقافة - هيئة الاستعلامات - المسارح - المكتبات (الخ).
- الزيارات المنزلية.
- الملصقات (بوسترات) والنشرات والكتيبات والسليدات CD.
- مواقع الإنترنت.
- المسابقات.
- المعسكرات.
- المناظرات.
- مسرح العرائس.
- شاشات العرض السينمائي / الأفلام.
- الخطب.

وفيما يلي عرض بعض الوسائل التي يمكن استخدامها مع فئات مختلفة من المجتمع.

أولاً : نماذج لبعض وسائل التوعية والارشاد البيئي الخاصة بالشباب

1- الملصق (البوستر) :

هو لوحة تحوي رسالة تجاه قضية معينة، يستخدم لعمل إعلان أو لتوصيل رسالة (معلومات معينة) بصورة مستمرة ولخدمة عدد كبير من الشباب. وشروط الملصق أن يكون مفهوماً - حجمه يتناسب مع المكان - لا يحمل أكثر من رسالة - ألوانه ظاهرة وثابتة - رموزه مفهومة - يحوي رسالة سهلة - مبتكر وجديد - بسيط.





الحملة الوطنية للنظافة العامة – وزارة البيئة – الاردن 2017

2- مجلة الحائط :

تستخدم لتوصيل مجموعة من المعلومات متعددة ومتنوعة إلى أشخاص متعلمين في أماكن التجمعات (المدرسة – الجمعيات الأهلية – مراكز الشباب) علي أن يتم تغيير المعلومات بها باستمرار وتنفذ بواسطة الأفراد انفسهم. ومجلة الحائط تنقل الفرد من متلقي إلي مشارك بالفكر والمجهود، وتنمي مواهب الكتابة والرسم وتعلم الفرد المعلومات والعادات والسلوكيات السليمة وتشجع مجلة الحائط الفرد البحث عن المعلومات بالمكتبات ومصادر المعرفة المختلفة، وتتكون المجلة من ابواب شأنها شأن المجلة العامة (خبر – حديث – مقال – تحقيق – كاريكاتير – قصة قصيرة – معلومة تهكم – هل تعلم الخ).

ويفضل أن يكون للمجلة :

– عنواناً ثابتاً جذاباً.

– موضوعات تتغير كل شهر بشكل منتظم، علي أن تكون موضوعات المجلة في مستوى يناسب الجميع لقراءته.



اعلان مجلة عن يوم البيئة العالمي 2010 – مصر 2010

3- المناظرات :

المناظرة هي شكل من اشكال النشاط الجماعي الاتصالي تقوم به مجموعتين من الأفراد بعرض موضوعات خلافية ومشكلات متصلة بها علي الشباب أو غيرهم من أفراد المجتمع المحلي تؤيد إحدى المجموعتين القضية موضع البحث

وتعارضها المجموعة الأخرى ويتاح لكل عضو بضع دقائق لعرض وجهة نظره وفي النهاية يقوم المشرف علي المناظرة بتلخيص المناقشات والوصول إلي ضرورة العمل البيئي السليم كحل محتمل أو ملائم للمشكلة وتساعد المناظرات علي تنمية الوعي والعديد من المهارات والقدرة علي اتخاذ مواقف مختلفة وتنمية الاتجاهات المناسبة.¹¹

4- المسابقات:

المسابقة سواء كانت علمية أو بيئية أو ثقافية هي أحد العناصر الرئيسة، فمن خلالها يتحقق تنمية شاملة لشخصية الفرد (المشارك)، سواء من الناحية المعرفية أو الوجدانية أو السلوكية، كما أنها تتيح للفرد ممارسة بعض المهارات وظيفياً، وهو بذلك يكتسب الخبرة بجوانبها المتنوعة اكتساباً متكاملاً يبسر له التفاعل مع كافة المواقف، كما أنها تتيح للفرد التعرف على ذاته وميوله وتنمية مواهبه وتشبع حاجاته، حيث يعيش في جو يتبادل فيه الخبرات مع الآخرين، فهي تشجع علي المنافسة الشريفة والإبتكار والإبداع.

ولإجراء المسابقة تقوم الجهة إجرائياً بالتالي:

- الإعلان عن المسابقة للمشاركين (للأفراد) باستخدام وسائل إعلان متاحة للجميع.
- يتقدم الأفراد بالاشتراك في المسابقة (لمن يرغب).
- تقبل الجهة من تقدم للمسابقة وفق الشروط المحددة.
- يتم إعداد الاسئلة الخاصة بالمسابقة أو ما يتم التسابق عليه.
- تجري المسابقة بين المشاركين (المتقدمين).
- تقوم لجنة التحكيم باستعراض ما تقدم به المشاركون.
- يعلن الفائز في المسابقة.



بوستر مسابقة التنوع البيولوجي - مجلة علاء الدين - مصر - 2018

5- المعسكرات :

المعسكر هو نشاط يمارس بصورة جماعية حيث يخرج الأفراد من الشباب أو الجماعات للمعيشة في الخلاء في منشآت تقيمها المؤسسات المختلفة بأماكن مناسبة حيث يكتسب الشباب خبرات تروحية وتربوية وإنماداً مع الجماعة وهي تتيح للفرد إكتساب المهارات والاخلاقيات وكثير من أمور الثقافة والوعي البيئي والسلوك وتحمل المسؤولية.

- ويجب أن يشتمل برنامج المعسكر على ثلاث مكونات اساسي:

الأول: مناقشة موضوعات بيئية من خلال أحد المتخصصين.

الثاني: تنفيذ أعمال خاصة بالبيئة (التشجير – إعادة استخدام المخلفات).

الثالث: تنفيذ أنشطة بيئية (إعداد مجلة بيئية – أبحاث وتقارير – جمع عينات وغيرها).

– ويجب أن تكون مدة إقامة المعسكر محدودة.



معسكر بيئي – مدينة مرسى علم – مصر 2018

ثانياً :- نماذج لبعض وسائل التوعية الخاصة بالأطفال :

1- مسرح العرائس:

هو أحد الوسائل التي تجذب الطفل وتأخذه إلى عالم ساحر يحيا معه وينطلق بخاليه ليعيش لحظات داخل هذا العالم.¹⁰

ومسرح العرائس :

- يساعد على إدراك الأطفال أن لهم دورا فى تغيير واقعهم.
- جذاب للأطفال وتثير انتباههم ، وتجعلهم يتواصلون مع العرض دون ملل من خلال شكل العروسة.
- يساعد على توصيل القيم والمبادئ السلوكية الايجابية للأطفال وتقديم الرسائل لتغيير السلوكيات السلبية بطريقة غير مباشرة.

– يساعد على تثبيت المعلومات للأطفال وتنمية خيالهم.

– ينمى القدرات الابداعية والمواهب للأطفال.

– يساعد على اكتساب مهارات التواصل والحديث والانصات للآخرين.

– الاقناع والتسلية.

– اشباع الحاجة إلى المغامرة.

ويجب في اختيار مسرحية العرائس أن تكون :

– مناسبة لسن وعقلية الطفل.

– هادفة وتحمل فكرة معينة.

– بها عنصر جذب وتشويق وإقناع.

– طريفة ومبسطة وقصيرة حتى يسهل على الأطفال متابعتها.

– مثيرة لعقل وفكر الطفل ليتفاعل معها.



شخصية كرتونية (بذرة) - مسرح عرائس للتوعية البيئية بالمدارس في مصر 2017

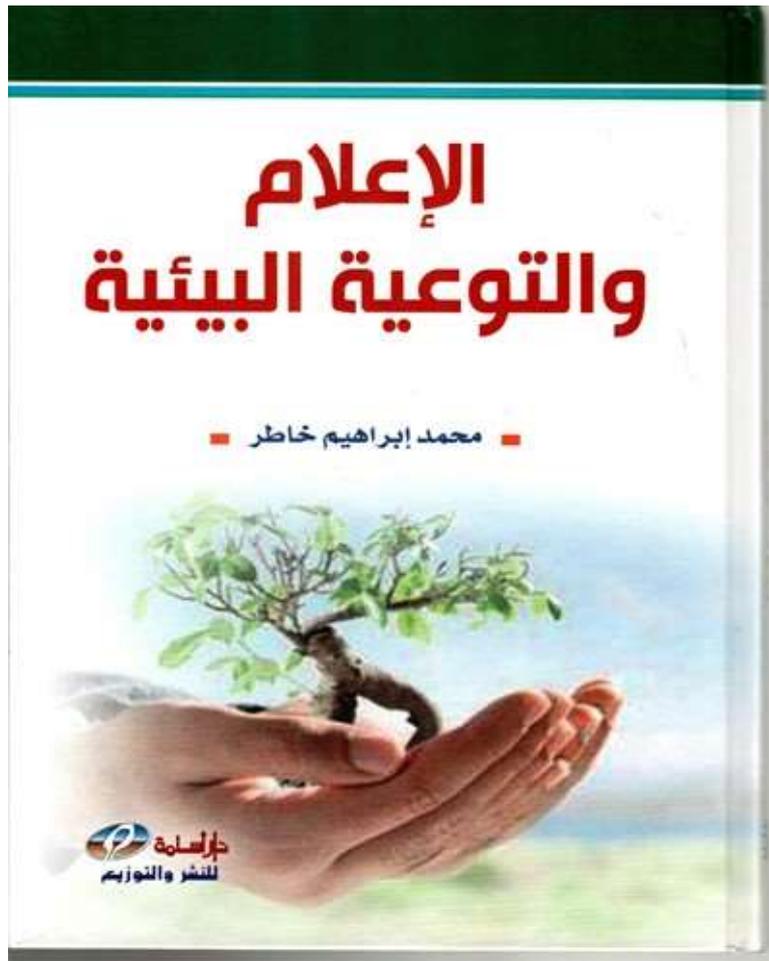
2- فصول التوعية البيئية : (من خلال المكتبات وقصور الثقافة ... الخ)

وهي عبارة عن فصل يتكون من (15 إلى 25 طفلاً) ولهم أيام ومواعيد محددة كل أسبوع، ويقوم بالإشراف عليه ومتابعته منسق أو اثنان. ويتم تناول موضوع التوعية بأكثر من طريقة إما بالرسم أو كتابة قصة عنه أو تمثيل أو بعض الألعاب التي توصل بعض المعلومات. وقد يكون فيها شكل من أشكال التنافس في شكل مسابقات وألعاب ويمكن عمل زيارات ميدانية لشرح الموضوعات البيئية علي الطبيعة ويساعد ذلك الاطفال علي اتخاذ قرارات لتعديل السلوك السلبي والتأثير علي الاخرين من حولهم في الاسر والاصدقاء.¹

ثالثاً :- نماذج لبعض وسائل التوعية للرجال

1- الكتيبات والنشرات:

الكتيبات والنشرات هي إحدى وسائل الاتصال الجمعي قوامها الكلمة المكتوبة وكلاهما يقدمان مادة علمية منشورة تسهم في المعرفة والتوعية ونشر الثقافة في البيئة كما أنها توفر التسلية للأفراد المتعلمين في كل مكان وبالنسبة للكتيبات فيجب أن تكون صغيرة الحجم تتناول في الغالب موضوعاً واحداً وبشكل مفصل وتتميز بإنخفاض تكلفتها وإمكانية إنتاجها بشكل سريع أما بالنسبة للنشرات فتتكون من صفحة واحدة أو عدة صفحات مطوية مما يسهل حملها ومراجعة ما جاء فيها من موضوعات بسهولة ويسر وقد تطبع بشكل دوري أو غير دوري.



الإعلام والتوعية البيئية - كتيب توعية - مصر - 2014

2- الخطب الدينية (خطب الجمعة والمواعظ في الكنيسة) :

حيث يتم شرح الرسائل البيئية من خلال رجل الدين فتكون المعلومة من مصدر موثوق به. علي ألا تكون الرسالة طويلة مملة أو قصيرة جداً، فقط تركز علي الموضوع وتستوفيه حقه وأن تكون ذات أسلوب مناسب للمستمعين مع استخدام الجمل القصيرة والاستشهاد بالآيات والأحاديث وأقوال الحكماء للتدليل والتأكيد علي المعني المطلوب.

رابعاً :- نماذج لبعض وسائل التوعية الخاصة بالسيدات

1- الزيارات المنزلية :

وهي أن يقوم المسئول عن إعطاء الرسالة للسيدة في مكان وجودها في المنزل. ومن خلالها يتم البناء علي ما لدي السيدة من معارف والتركيز علي السلوكيات الخاطئة الخاصة بها كذلك التعرف علي ردود أفعال السيدة والتعامل مع هذه الردود مع سهولة متابعة تغيير السلوك وضمان حدوث التغيير.

2- فصول محو الأمية :

هي فصول منتشرة في أنحاء متعددة من الجمهورية يرتادها رجال ونساء غير متعلمين وذلك لمحو الامية الابجدية (القراءة والكتابة) وتسهم هذه الفصول في إعداد مواطنين قادرين علي مواجهة التحديات بتسليحهم بالعلم والاخلاق. ومن خلال تدريس موضوعات القراءة والكتابة يتم التوعية بقضايا البيئة من خلال الموضوعات المطروحة¹⁴.

خامساً : نماذج لبعض وسائل التوعية بشكل عام لمختلف الفئات

1- الندوات :

وتتضمن جانبين : يتمثل الأول في مجموعة من المتخصصين في مجال البيئة يقدمون معلومات أو يعرضون وجهات النظر المختلفة حول موضوع بيئي او مشكلة بيئية، في حين يتمثل الجانب الآخر في مجموعة من المستمعين (الجمهور) وتقوم هذه الطريقة علي أساس المناقشة المضبوطة، بمعنى أن يكون هناك موضوع أو مشكلة بيئية هي محور الندوة، فيعرض المختصون مختلف الآراء الواردة بشأنها علي أن يتبع ذلك إتاحة الفرص للمستمعين (المتلقين) للمشاركة في مناقشة مضبوطة، وتتميز الندوات بقدرتها علي التأثير وخاصة إذا كان الموضوع يهم الجمهور وليس لديه معلومات عنه وبالتالي فالندوة تساعد علي تنمية الوعي بقضايا البيئة ويمكن المشاركين الاستفسار من خلالها عن أي شئ غامض.

2- الفيلم التسجيلي (شاشات العرض السينمائي) :

الفيلم التسجيلي له إرتباطا موضوعي مباشر بالواقع وهو من أكثر الوسائل عمقاً ونفاذاً في الجمهور بما يملك من قوة تأثير مباشر فهو يعد من الفنون الجمعية لأنه يقدم ثقافة الصور المتحركة دون اللجوء الي السرد القصصي فالسينما هي المحاكاة الحقيقية للحياة اكثر من أي فن آخر.

والفيلم التسجيلي هو شكل مميز من الإنتاج السينمائي يعتمد كلية علي الواقع سواء في مادته أو في تنفيذه وهو يهتم بالدرجة الأولى بتحقيق أهداف خاصة ترتبط بالنواحي التعليمية والتنقيفية وحفظ التراث ويتسم بالمباشرة والوضوح ويخاطب العقل والوجدان.

ويقدم الفيلم التسجيلي الإحاطة الشاملة عن القضايا والمشكلات الملحة بموضوعية وحيادية دون تحريف فيسهم بذلك في تنوير الرأي العام وتنمية الإحساس بالجمال وتكوين سلوكيات إيجابية وتأسيساً علي ذلك فإن الفيلم التسجيلي يمكن أن تعالج بكفاءة الظواهر البيئية وتحللها وتفسرها دون اللجوء للتلقين الموجه.



فيلم تسجيلي عن محمية وادي الجمال - وزارة البيئة - مصر - 2013

3- المعارض والمتاحف :

المعارض والمتاحف وسائل تعتمد في توصيل الأفكار علي استخدام العينات والنماذج والمناظر المجسمة كذلك الصور والرسومات والملصقات وغيرها لمعالجة قضايا البيئة وذلك بترتيب هذه الأشياء ترتيباً مقصوداً بشكل يجذب الانتباه وتعتمد المعارض علي عرض انتاج ونشاطات أفراد أو مؤسسات أما المتاحف فتقوم علي عرض نماذج أو أشياء حقيقية قد تكون تاريخية أو علمية لحقبة معينة من الزمن أو لحقب متعاقبة.

وتوفر المعارض والمتاحف خبرات حسية غنية تثير أهتمام الأفراد وتزيد من خبراتهم وتنمي مهاراتهم فلها دور التنقيفي والترويحي والتوجيهي في حماية البيئة.⁷

4- الرحلات :

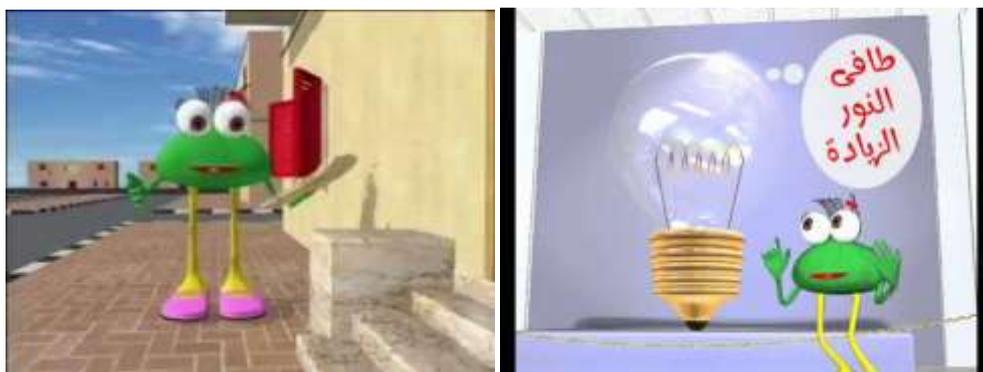
الرحلة هي نشاط يقوم به أفراد أو جماعات لزيارة مكان محدد لتحقيق أهداف تعليمية وتنقيفية وقد تكون ترفيهية. وتعد الرحلات من أولويات استراتيجيات الوعي البيئي لكونها وسيلة للملاحظة الدقيقة ولمعاشة البيئة علي حقيقتها فتساعد علي تنمية مهارات الاستكشاف والملاحظة وتشخيص الحالة واتخاذ قرارات ترتبط بالتحليل والتقييم وهي وسيلة فعالة لإستمالة الأفراد للمشاركة في الأعمال الجماعية الهادفة لحماية البيئة. والرحلات البيئية تشمل زيارات ميدانية لمناطق مختلفة (محميات طبيعية - الحياة البرية - الحدائق - الغابات - الشواطئ الخ).⁵

5- الرسوم المتحركة :

تعد أفلام وبرامج الرسوم المتحركة بأنواعها المختلفة من كارتون وصلصال وعرائس من أكثر البرامج جذباً للمتلقي، حيث تتميز برامج الكارتون بإمكانية تمثيلها للواقع المجرد الذي قد يصعب إدراكه بالحواس تمثيلاً حياً ملموساً كما تتميز الرسوم المتحركة بسعة الخيال الذي لا تقيدته القوانين الطبيعية المألوفة كما تعمل الرسوم المتحركة على إضافة الفكاهة إلى الحقيقة الجامدة وتبسيط الأحداث والأشياء.²⁰

كما تتميز الرسوم المتحركة بأنها تقدم عالماً سحرياً من الخيال الممتع الذي يعيشه المشاهد ، كما تقدم له شخصيات محببة لديه اعتاد عليها، تودى أدواراً مهمة وضرورية في توعيته وتنقيفه وتوسيع آفاقه الفكرية والعلمية وبلورة شخصيته الاجتماعية والوجدانية.²

ونظراً للأهمية القصوى لأفلام ومسلسلات الرسوم المتحركة في حياتنا ومع تنامي الإنتاج المصري في الرسوم المتحركة في السنوات الأخيرة بقيام التلفزيون المصري بإنتاج العديد من البرامج التربوية والترفيهية التي تخاطب فكر ووجدان الشباب وذلك لمواجهة طوفان الأفلام المستوردة من الرسوم المتحركة وبما تمثله من خطورة على النشأ حيث تشير الدراسات إلى الآثار الايجابية و السلبية لأفلام الرسوم المتحركة المعدة لرفع الوعي البيئي كالتالي :



كرتون بذرة للاطفال - وزارة البيئة المصرية - 2012

- إيجابيات الرسوم المتحركة على المتلقي

- تغرس هذه الأفلام اهتمامات جديدة لها تأثير على سلوك المتلقي وتكوين عاداته وقيمه وتكسبه الخبرات والمعارف .
- تحتوي الرسوم المتحركة على الحكايات التي يمكن أن تساعد المتلقي على تفهم طبيعة العلاقات الاجتماعية وإكسابه المهارات والخبرات مثل النظافة الشخصية وآداب الحديث وآداب المرور والتعاون مع الآخرين.
- تساعد على غرس التفكير العلمي وتشجعه على الاهتمام بالتكنولوجيا التي أصبحت من سمات العصر.
- تعلم المتلقي لغة عربية فصيحة لا يجدها في محيطه الأسري، ما يبسر له تصحيح النطق وتقويم اللسان وطريقة الكلام.

- تلبي بعض احتياجاته النفسية وحب الاستطلاع لدى المتلقي ؛ فتجعله يسعى لاستكشاف ما هو جديد، وغريزة المنافسة والمسابقة فتجعله يفكر في النجاح ويسعى إليه.
 - تنمي الخيال وتغذي قدرات المتلقي وتعرفه بأساليب مبتكرة متعددة في التفكير والسلوك.
- ولكن كما توجد هذه الإيجابيات، فإننا نقف أمام الكثير أيضًا من السلبيات التي تضر بالمتلقي إذا ما أخذناها في الحسبان.



تنويهات كرتونية شخصية بذرة (نظافة الطرق) - وزارة البيئة المصرية - 2012

– سلبيات الرسوم المتحركة على المتلقي

- تكون أحياناً هذه الرسوم المتحركة غريبة الصنع والهوية على عقولنا ، لأنها صممت لغير مجتمعنا وبعقلية غير عقليتنا وثقافتنا، ما يجعلها تعلم المتلقي بعض عادات وأخلاق تبعد كثيراً عن عاداتنا وأخلاقنا وعقيدتنا لا تتماشى مع طبيعة مجتمعاتنا العربية.
- تعرض بعض هذه الرسوم المتحركة أفلاماً تحث على العنف والإجرام وتجعل المتلقي يميل إلى العدوانية في تصرفاته.
- تجعل هذه الأفلام المتلقي يعتاد على التلقين وليس الاكتشاف أو الإبداع لأنه لا يشارك فيها ولا يكتسب مهارات.
- يقلل من درجة تفاعل المتلقين مع أفراد مجتمعهم حيث إنهم يشاهدون هذه الافلام لفترات طويلة.
- يضر الجلوس لفترات طويلة أمام التلفاز لمتابعة هذه الأفلام بصحة المتلقي وتؤثر على نظره وتضعف بصره وتجهد شبكية العين.¹²

– طريقة إنتاج فيلم رسوم متحركة

- لا شك بأن إنتاج الرسوم المتحركة يتطلب خبرة عميقة ودراية كبيرة ببرامج تصميم خاصة، يعمل عليها خبراء و شركات متخصصة في هذا المجال، و يتطلب كذلك تدريباً مستمراً وإتقاناً عالياً للعمل عليها و وقتاً طويلاً وجهداً كبيراً وذلك لإنتاج مشهد واحد فقط. لكن في الآونة الأخيرة ظهرت برامج وتطبيقات عديدة توفر قوالب وأدوات جاهزة يمكن من خلالها إنتاج فيلم رسوم متحركة جميل وجذاب وشيق بأقل جهد وبدون تكلفة عالية، ودون الحاجة لخبرة متقدمة في البرمجة، فلا شك بأن تعلم هذه المهارة الجديدة سيفتح عليك أبواباً من الإبداع والتميز في هذا المجال.³

واتجه عدد كبير من الشركات العالمية والمحلية إلى برامج وأفلام الكرتون لتسويق منتجاتها وخدماتها، واستخدم هذا الفن من قبل الهيئات الحكومية لتوعية المجتمع وشرح بعض الإجراءات باستخدام الرسوم المتحركة، مثل شرح طريقة إصدار الجواز وتجديده، وشرح خطوات إصدار سجل تجاري... كما استخدمت هذه التطبيقات من قبل الجمعيات والمؤسسات الخيرية وجمعيات الحفاظ على البيئة¹³.

ومن أسباب الإقبال على تطبيقات إنتاج الرسوم المتحركة في جميع المجالات حالياً هو سهولة وسرعة تعلمها، فهي لا تحتاج إلى وقت وجهد كبير في عملية إنتاجها، مع قلة التكلفة، وعدم الحاجة لممثلين ومصورين ومواقع تصوير، وسهولة نشر الأفلام المنتجة على وسائل التواصل الاجتماعي.

ومن أشهر مواقع إنتاج الرسوم المتحركة موقع Goanimate ، وكذلك موقع powtoon ، وبرنامج Video Scribe الخاص بإنتاج أفلام whiteboard ، هذه المواقع توفر العديد من القوالب والشخصيات والصور والأصوات مقارنة بغيرها، وهي سهلة وبسيطة يمكن تعلمها بسرعة. وما يميز أيضاً هذه المواقع هو التجديد والتطوير السريع والدائم للقوالب والأدوات، ويمكن تجربة هذه المواقع خلال فترة محددة بصلاحيات كاملة، كما أنها تقدم عروض خاصة للعاملين في مجال التعليم⁹.

ثانياً : الإطار التطبيقي :

_ تم تصميم ثلاث اعلانات رسوم متحركة مختلفة تناقش قضايا ومشكلات بيئية مختلفة معاصرة ، حيث عبرت الفيديوهات عن ابرز القضايا البيئية من جوانب مختلفة مع مراعاة الفئة العمرية الموجه لها اعلان الرسوم المتحركة كما ذكرنا سابقاً .

الاعلان الاول يناقش قضية تلوث الهواء تحت شعار "Save your Environment" . شكل رقم (1-1)
الاعلان الثاني يناقش قضية التلوث بالمخلفات الصلبة تحت شعار "ايه رايبك تصحى الصبح تلاقى كده" . شكل رقم (2-1)

الاعلان الثالث يناقش قضية سلوكيات الأفراد الشارع المصرى تحت شعار "إتجاه" . شكل رقم (1-3)

الاعلان الاول

اعلان توعية عن تلوث الهواء

نوع الاعلان: اعلان توعية انيميشن على شبكة الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي

مدة الاعلان: 7 ث

هدف الاعلان: اقناع المواطنين بخطر ادخنة المصانع على الحياة والطيور

الفئة المستهدفة: جمهور عام

فكرة الاعلان: التوعية والتوجيه والارشاد لمخاطر الانبعاثات الناتجة من المصانع.

الاداة البصرية المتضمنة لجذب الانتباه : صور مع حركة مع تعليق صوتي للتوعية.



مشهد رقم (1-1) : منظر عام لصورة مصنع يتصاعد منه ادخنة ملوثة للبيئة



مشهد رقم (2-1) : منظر لطائر جميل يطير اتجاه الادخنة المتصاعدة من المصعد



مشهد (3-1) : الطائر يقترب من المدخنة التي يتصاعد منها الدخان الملوث للهواء



مشهد (4-1) : الطائر يقع ميت من أثر الاذخنة الملوثة المتصاعدة من المصنع

الاعلان الثاني

اعلان توعية عن التلوث بالمخلفات الصلبة

نوع الاعلان: اعلان توعية متحرك على شبكة الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي

مدة الاعلان: 8 ث

هدف الاعلان: اقناع المواطنين بخطر التلوث بالمخلفات الصلبة وما تسببه من امراض واوبئة.

الفئة المستهدفة: جمهور عام

فكرة الاعلان: التوعية والتوجيه والارشاد لمخاطر المخلفات الصلبة .

الاداة البصرية المتضمنة لجذب الانتباه: صور مع حركة مع تعليق صوتي للتوعية.



مشهد رقم (1-2) : منظر لصندوق قمامة ملئ بالمخلفات الصلبة ومتناثرة في كل مكان



مشهد رقم (2-2) : منظر لصندوق قمامة نظيف ولا أثر للمخلفات الصلبة



مشهد رقم (3-2) : مشهد اخير بالعبارة الاعلانية لحماية البيئة

الاعلان الثالث

اعلان توعية عن التلوث بالمخلفات البلاستيكية

نوع الاعلان: اعلان توعية متحرك على شبكة الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي

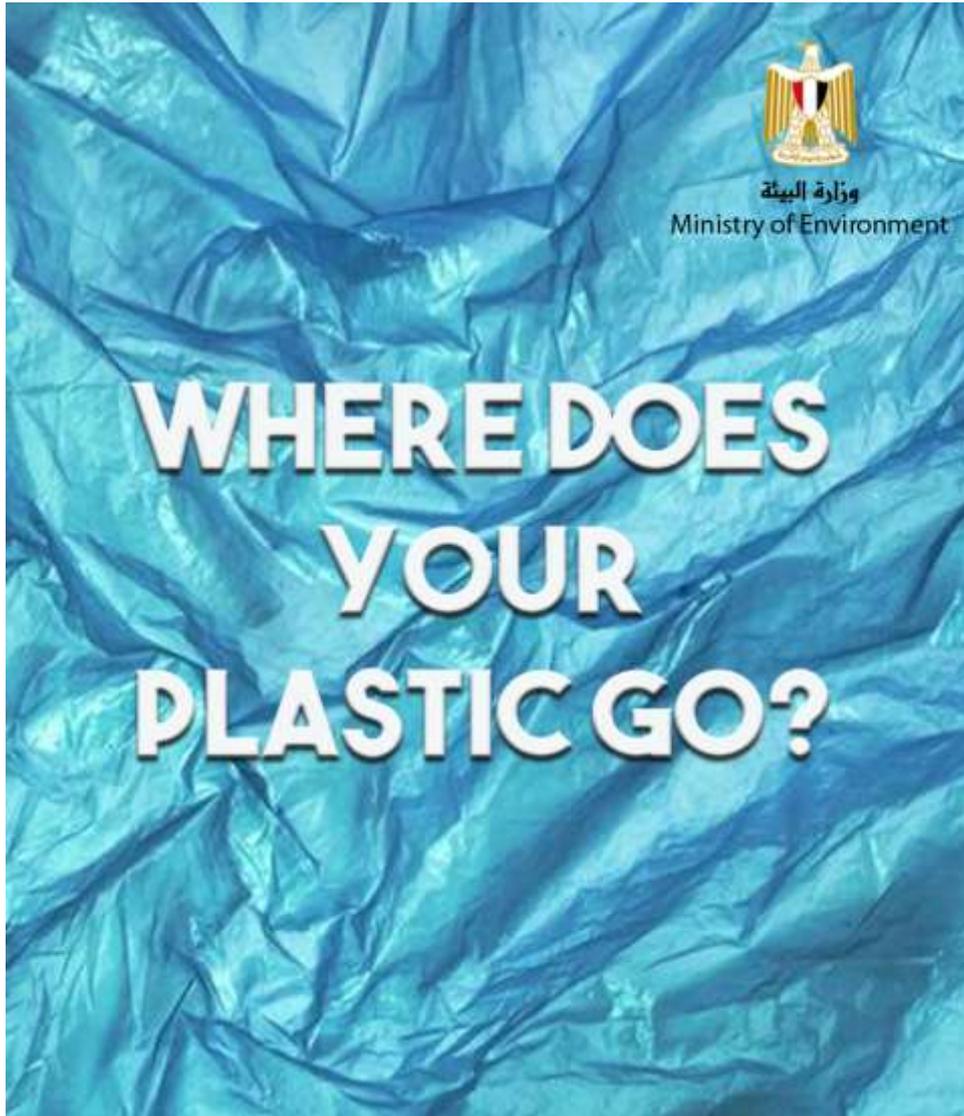
مدة الاعلان: 18 ث

هدف الاعلان: اقناع المواطنين بخطر التلوث بالمخلفات البلاستيكية وانها تذهب لجسم الانسان مرة اخرى.

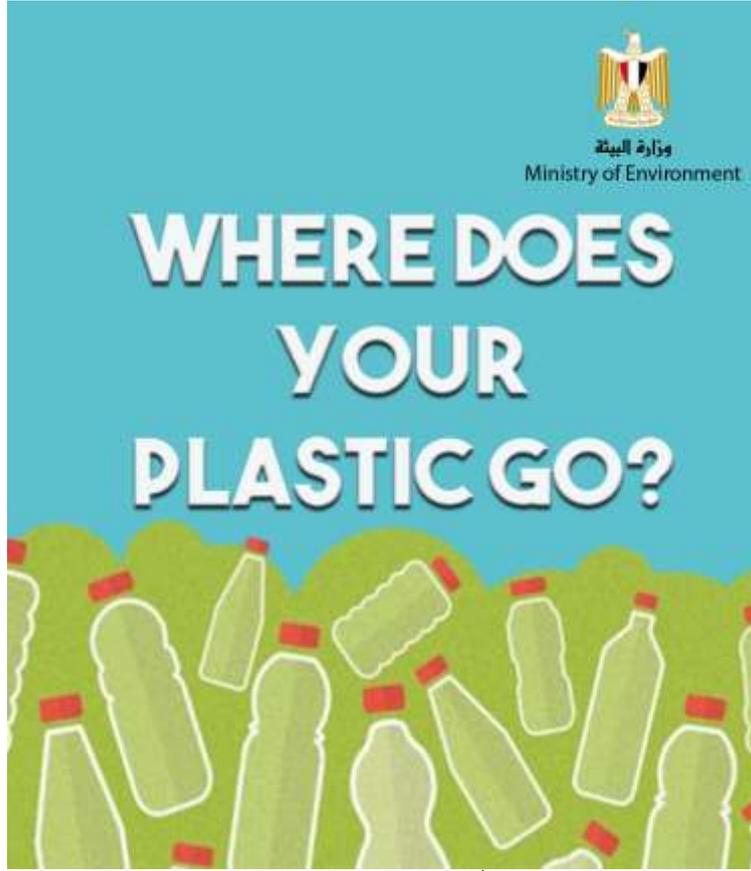
الفئة المستهدفة: جمهور عام

فكرة الاعلان: التوعية والتوجيه والارشاد لمخاطر التلوث بالمخلفات البلاستيكية .

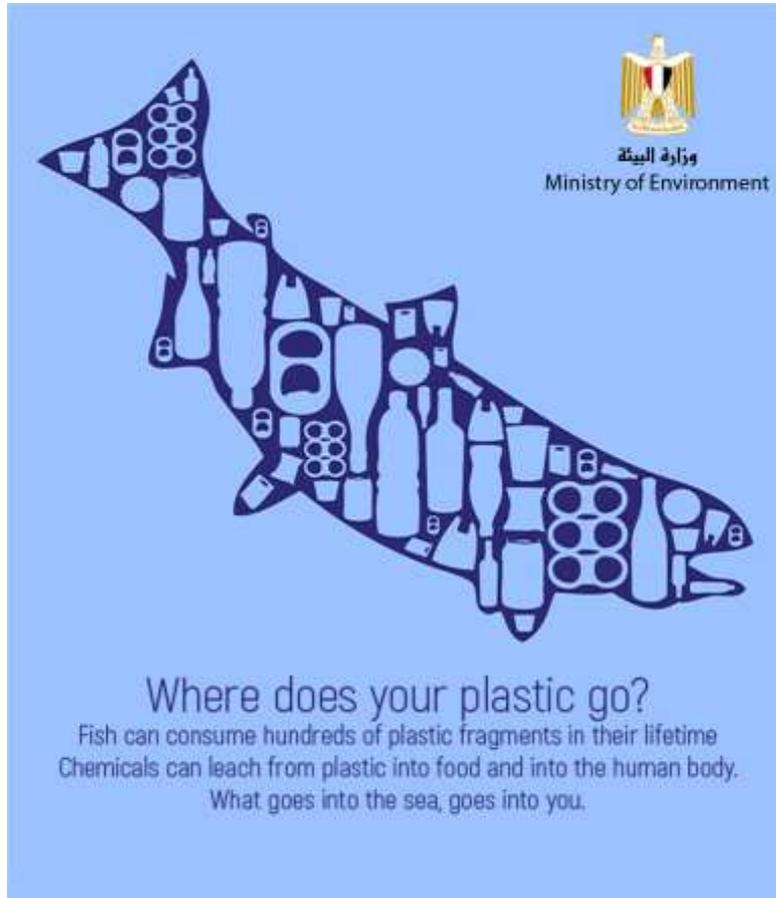
الاداة البصرية المتضمنة لجذب الانتباه : صور مع حركة مع تعليق صوتي للتوعية.



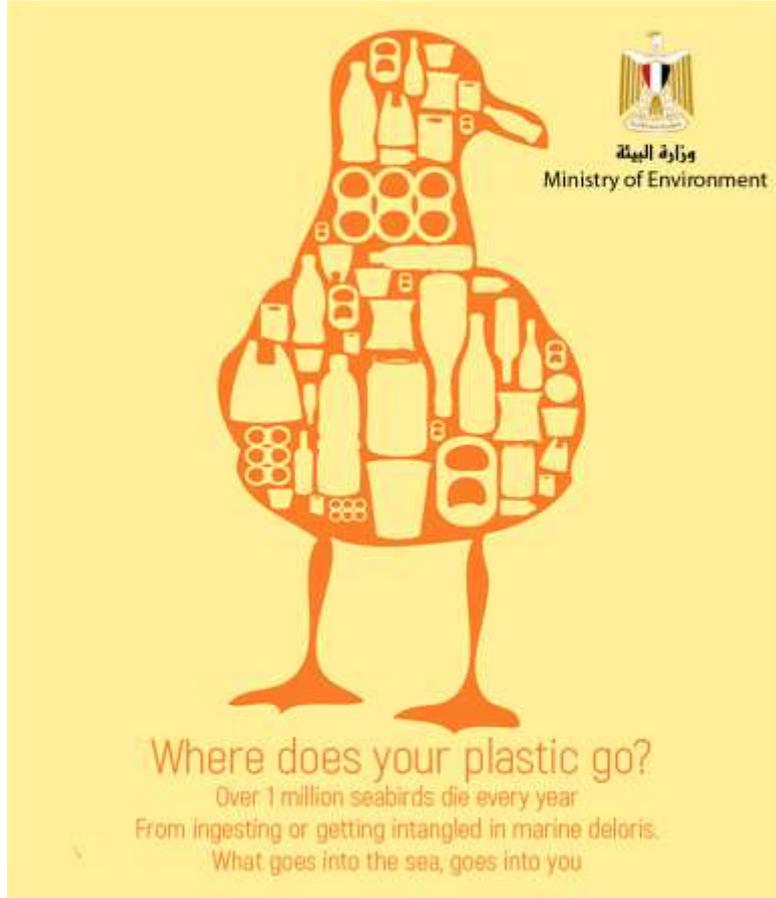
مشهد رقم (1-3) : منظر لخلفية زرقاء كأنها موج البحر مع عبارة استفهامية



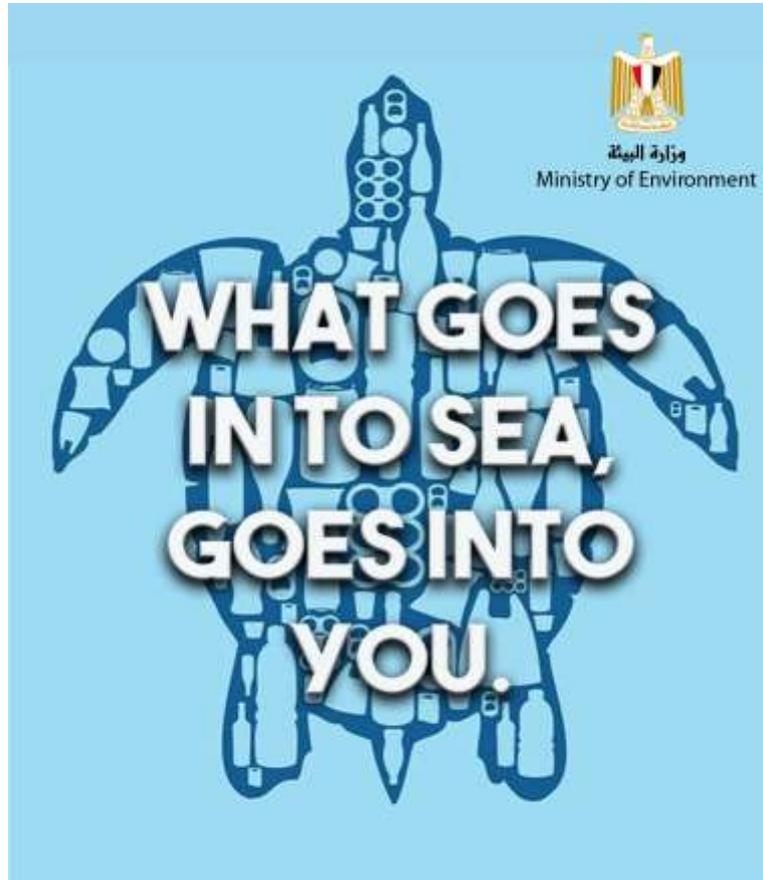
مشهد رقم (2-3) : تأكيد للسؤال الاول مع مشهد قوارير البلاستيك



مشهد رقم (3-3) : مشهد البلاستيك وهو يتسرب داخل الاسماك



مشهد رقم (3-4) : مشهد البلاستيك وهو يترسب داخل الطيور البحرية التي تاكل الاسماك



مشهد رقم (2-1) : سلحفاة بحرية داخلها عبوات بلاستيكية وعبارة اعلانية تعبر عن الاعلان

■ النتائج :

1. نجاح الرسوم المتحركة كوسيلة اعلانية توعوية في تحقيق أهداف التوعية والارشاد البيئي وإنتشارها مجتمعياً يعتبر مؤشراً لإمكانية إستخدامها في مجال اعلانات التوعية البيئية كوسيلة فعالة .
2. توظيف اعلانات الرسوم المتحركة للتوعية البيئية يعتبر إتجهاً فكرياً وتصميمياً يخرج بها من الحيز النمطي ليفتح آفاقاً جديدة في مجال التوعية والارشاد البيئي .
3. هناك علاقة بين الإستخدام لعناصر البيئة ومؤثراتها في اعلانات التوعية البيئية وبين الرسالة الإعلانية وتغير السلوك والإتجاهات بين الجمهور المستهدف .
4. هناك إرتباطاً وثيقاً بين نجاح الرسالة الإعلانية لاعلانات الرسوم المتحركة لغرض رفع الوعي البيئي وكيفية توظيفها على الوسيلة المناسبة بما يحقق التفاعل ويحدث الإستجابة المطلوبة .

■ التوصيات :

1. يجب الإستفادة من الرسوم المتحركة في نشر الوعي البيئي بين فئات المجتمع .
2. إرساء ثقافة التغيير السلوكي والإتجاهي بين أفراد المجتمع وتطبيقها من خلال تقديم اعلانات تعتمد على الرسوم المتحركة وتكون مدروسة ومخطط لها جيداً لتعمل على تطور المجتمع سلوكياً وإتجاهياً بما يحقق التنمية المستدامة للمجتمع.

■ المراجع :

أولاً : المراجع باللغة العربية :

1. بن عمر، سامية. " تأثير البرامج التلفزيونية الموجهة للأطفال على التنشئة الاسرية في المجتمع الجزائري." دكتوراه ، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية ، جامعة محمد بن خيضر ، الجزائر ، (2013) : ص 204 .
1. Bin omar , samya. "de albaramij altilfizyuniat almuajahat lil'atfal ealaa tatwir aleayilat fi almujtamae aljazayiri." dukturah , kuliyyat aleulum al'iinsansiat , jamieat muhamad bin khaydr , aljazayir , (2013): s 204.
2. الحديدي ، منى - إمام على، سلوى. الإعلام والمجتمع . القاهرة : الدار المصرية اللبنانية ، 2016 .
2. Alhadidi, munaa - 'imam ealaa , salwaa. al'iiealam walmujtamae. alqahrt: aldaar almisriat allubnaniat , 2016.
3. حسان ، محمد محمد غالب. " منهجية إنتاج أفلام رسوم متحركة في الإعلام العربي الإسلامي." الاردن : المجلة الاردنية للفنون، مجلد 6 ، عدد 2 ، 2013.
3. Hassan, muhamad muhamad ghalb. "mnahtit 'iintaj 'aflam rusum muthrat fi al'iiealam alearabii al'iislami." alardn: almajalat al'urduniyat lilfunun , mujalad 6 , eadad 2 , 2013.
4. خبيش ، عاطف. " واقع الإعلان في المؤسسة الخدمية " . الجزائر : جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2015.
4. Khibysh , eatf. "waqe al'iiealan fi almuasasat alkhdmly". aljzayr: jamieat qasidi mirbah waraqlat , 2015.
5. سليمان ، جمال عبده محمد. " دور الرسوم المتحركة وبرامج العرائس في التلفزيون المصري في إمداد الطفل بالمعلومات والقيم." ماجستير، كلية الاعلام ، جامعة الزقازيق ، مصر، 2006.
5. Suleiman , jamal eabdah mhmd. "dwr alrusum almutaharikat walearayis fi altilfizyun almisrii fi 'iimdad altifl bialmaelumat walqim." majstyr , kuliyyat al'iiealam , jamieat alzaqaziq , misr , 2006.

6. سمعان عبد المسيح ، عبد المسيح . " دليل مهارات وأسابيل التوعية البيئية . " القاهرة : جامعة عين شمس، 2015.
6. Samaean eabd almasih , eabd almasih. "dlyl mhhilat wa'asaliab altaweyat albiyyata." alqahirt: jamieat eayan shams , 2015.
7. عبد الباقي ، عيسى. المدخل الإجتماعى لوسائل الإعلام . القاهرة : كلية الإعلام ، جامعة بنى سويف ، خبراء الكتاب للنشر والتوزيع ، 2017 .
7. Abd albaqaa , eisaa. almudkhal al'ijtima'aa luasayil al'ielami. alqahrt: kuliyyat al'ielam , jamieat banaa sawif , khubara' qasas llnashr waltawzie , 2017.
8. عبد العزيز ، سامي. كتاب مقدمة الإعلان. القاهرة : الدار العربية للنشر والتوزيع ، 2000.
8. Abd Aleaziz , sami. kitab muqadimat al'ielani. alqahrt: aldaar alearabi'at llnashr waltawzie , 2000.
9. العزى ، وديع . الإعلام الجديد (المفاهيم والنظريات) . القاهرة : دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع ، 2015.
9. Aleizezaa , Wadi'eu. al'ielam aljadid (alimafahim walnzryat). alqahrt: dar alkitub aleilmiat llnashr waltawzie , 2015.
10. عماد مكاوى ، حسن - حسين السيد، ليلي. "الإتصال ونظريات المعاصرة." القاهرة : الدار المصرية اللبنانية ، 2012 .
10. Emad makawaa , Hasan - husayn alsyd , laylaa. "al'iitsal wanazriaat almueasr." alqahrt: aldaar almisriat allubnaniat , 2012.
11. لطفى أحمد، محسن. " العمل بروح الفريق الجماعي. " الرياض : جامعة الاميرة نورة بنت عبد الرحمن ، 2016 .
11. Iotfyi 'ahmad , muhasin. "aleamal biruh alfariq aljamaei." alryad: jamieat al'amirat nurat bnt eabd alrahmin , 2016.
12. المليجي ، شيماء . " الرسوم المتحركة ... إيجابياتها وسلبياتها على الاطفال . " القاهرة : بحث منشور مجلة الامن والحياة ، العدد 376 ، 2013.
12. Almaliji , shima'. "alrusum almutaharika ... 'ijabiatuha wasalabayha ealaa alatfal." alqahrt: bahath manshur majalat al'amn walhayat , aleadad 376 , 2013.
13. موسى، كاسحي . " آليات استفادة المؤسسات الاقتصادية المحلية من المهارات التسويقية للشركات المتعددة الجنسيات." الجزائر: جامعة الامير عبد القادر للعلوم الاسلامية، 2016.
13. musaa , kashy. "mwsaa , kasihi." aljzayr: jamieat al'amir eabd alqadir lileulum al'iislatiat , 2016.
14. هانى، سمر. " فاعلية عملية الإتصال الإقناعى فى تصميم إعلان الموقع الخدمى." المؤتمر الدولى الثانى بكلية الفنون التطبيقية ، جامعة حلون، (2012) : ص 12 .
14. Hany , Samar. "faelit eamaliat al'iitsal al'iqnaea fa tasmim 'ielan almawqie alkhidmaa." aljhd almsry althany , jsm mhly , (2012): s 12.
15. وزارة البيئة المصرية . " الاعلام والتوعية البيئية." القاهرة : 2014.
15. Wizarat albiyaa almasria. "alaelam waltaweiat albiyyat." alqahirt: 2014.

ثانياً : المراجع الأجنبية :

16. Alexis Armenakis, MSIV- Christie Kiefer. *Social & Cultural Factors Related to Health Part A*. San Francisco, 2007.
17. Barnard, Helen. "NATURE, HUMAN NATURE AND VALUE." Cardiff: A Study in Environmental Philosophy Submitted to the University of Wales in fulfilment, 2006.
18. Barrett, Richard. *The Metrics of Human Consciousness*. London: Fulfilling Books, 2015.
19. UNESCO. *Sustainable Tourism Development in UNESCO Designated Sites in South-Eastern Europe*. 2014.

ثالثاً : مواقع الإنترنت :

- 20 <https://kenanaonline.com/users/Education-Learning/posts/444172>, (7-9-2018)