



جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علم الاجتماع



عنوان المذكرة:

مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي

"الفيسبوك نموذجا"

دراسة ميدانية على عينة من طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة جيجل

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع

تخصص: علم اجتماع الاتصال

إشراف الأستاذ:

د/ جمال بوربيع

إعداد الطالبة:

• عواطف خشمون

لجنة المناقشة:

الصفة	الجامعة	الأستاذ (ة)
رئيسا	جامعة جيجل	- أ.
مشرفا ومقررا	جامعة جيجل	- أ. جمال بوربيع
مناقشا	جامعة جيجل	- أ.

السنة الجامعية: 2021/2020م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

# شكر و عرفان

الحمد لله ربي العالمين الذي وفقني في إتمام هذا العمل، فهو الله عز وجل أحق بالشكر والحمد لله سبحانه وتعالى.

يقودني شرف الوفاء وجميل النبل بعد ما أتممت هذا العمل المتواضع أن أتقدم بالشكر الجزيل إلى الأستاذ المشرف:

"الدكتور بوريع جمال"

لتفضله قبول الإشراف على مذكرتي وعلى ما بذله من جهد وتوجيه، ولا أملك أقول له جزاك الله خيرا وأبقاك منبع نور للعلم وطلابه

كما أقدم شكري إلى كل قريب أو بعيد ساهم في تقديم المساعدة وإقرارا بفضلهم واعترافا.

كما أشكر نخبة أعضاء المناقشة على تكريمهم بقبول مناقشة مذكرتي.

شكرا جميعا.

# عواطف



# إهداء

إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك ولا يطيب النهار إلا بطاعتك ولا تطيب اللحظات إلا  
بذكرك، ولا تطيب الآخرة إلا بغفرانك ولا تطيب الجنة إلا برويتك.

أهدي ثمرة عملي المتواضع هذا إلى:

من أعطاني الإحترام **أبي** حفظه الله

إلى ملاكي في الحياة ، إلى من كل دعائها سر نجاحي وحنانها سر عطائي ويلسم جراحي إلى

أغلى الحبايب "**أمي**"

إلى إخواني وأخواتي: "**رؤوف**"، "**مريم**"، "**سماح**"، "**إبراهيم**"، "**إكرام**"، "**رباب**"، "**نور الهدى**"

و"**زينو**"

إلى روح أخي الطاهرة "**سامي**" رحمه الله وجعله في الفردوس الأعلى

كما أهدي عملي إلى **زوجي** الذي ساندني في عملي ولم ييخل عليا من توجيهات ومساعدة

وإلى كل عائلته المحترمة

إلى كتاكت العائلة "**رواد**"، "**ملاك**"، "**فرح**"، "**محمد عبد الوهاب**" و"**إياد**".

إلى من ساعدوني من الزملاء والزميلات خاصة "**رحمة**" و"**ابتسام**".

## عواطف



الصفحة	العنوان
..	شكر وعرهان
..	الإهداء
..	فهرس المحتويات
..	فهرس الجداول
..	ملخص الدراسة
أ-ج	مقدمة
<b>الباب الأول: الإطار النظري</b>	
<b>الفصل الأول: الإطار الموضوعي للدراسة.</b>	
06	<b>تمهيد</b>
07	أولاً: إشكالية الدراسة
08	ثانياً: فرضيات الدراسة
08	ثالثاً: أهمية الدراسة
08	رابعاً: أهداف الدراسة
08	خامساً: أسباب اختيار الموضوع
09	سادساً: تحديد مفاهيم الدراسة
12	سابعاً: الدراسات السابقة
16	ثامناً: نظرية الدراسة
22	<b>خلاصة الفصل</b>
<b>الفصل الثاني: مدخل عام إلى مواقع التواصل الاجتماعي</b>	
24	<b>تمهيد</b>
25	أولاً: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي
25	ثانياً: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
27	ثالثاً: أهداف مواقع التواصل الاجتماعي
28	رابعاً: أهمية مواقع التواصل الاجتماعي
29	خامساً: بعض نماذج مواقع التواصل الاجتماعي
29	- الفاييبوك

31	- اليوتيوب
33	- التويتتر
35	- الواتساب
35	- الانستغرام
36	سادسا: إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي
37	سابعا: سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي
38	خلاصة الفصل
<b>الفصل الثالث: مدخل إلى الوعي البيئي</b>	
<b>40</b>	<b>تمهيد</b>
41	أولا: مفهوم الوعي البيئي
41	ثانيا: أنواع الوعي البيئي
42	ثالثا: مكونات الوعي البيئي
43	رابعا: خصائص الوعي البيئي
44	خامسا: أبعاد الوعي البيئي
46	سادسا: المؤسسات التي تساهم في نشر الوعي البيئي
47	سابعا: مراحل تنمية الوعي البيئي
47	ثامنا: علاقة الإنسان بالبيئة ومراحل تطورها
<b>الفصل الرابع: موقع الفيسبوك والتوعية البيئية المستدامة</b>	
<b>50</b>	<b>تمهيد</b>
51	أولا: الإعلام والوعي البيئي المستدام
52	ثانيا: أهداف الوعي البيئي المستدام
53	ثالثا: مساهمة الفيسبوك في نشر الوعي البيئي وتحقيق التنمية المستدامة
54	رابعا: الفيسبوك كإعلام بيئي
56	خامسا: الفيسبوك وأهم القضايا البيئية المثارة فيه
58	سادسا: ردود أفعال الطلبة الجامعيين لقضايا البيئة في الفيسبوك
59	خلاصة الفصل
<b>الباب الثاني: الإطار الميداني</b>	
<b>الفصل الخامس: الإجراءات المنهجية للدراسة</b>	
<b>62</b>	<b>تمهيد</b>

63	أولاً: مجالات الدراسة
63	1- المجال الجغرافي
63	2- المجال البشري
63	3- المجال الزمني
64	ثانياً: مجتمع البحث
65	ثالثاً: عينة الدراسة
66	رابعاً: منهج الدراسة
67	خامساً: أدوات جمع البيانات
68	1- الملاحظة
68	2- الإستمارة
69	سادساً: أساليب التحليل
70	خلاصة الفصل
<b>الفصل السادس: عرض وتحليل البيانات</b>	
72	تمهيد
73	أولاً: عرض وتحليل البيانات
86	ثانياً: مناقشة النتائج في ضوء فرضيات الدراسة
88	ثالثاً: مناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة
89	رابعاً: النتيجة العامة للدراسة
89	خامساً: إقتراحات والتوصيات
92	الخاتمة
94	قائمة المصادر والمراجع.
..	الملاحق.





رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	يمثل طبيعة الجنس	73
02	يمثل سن المبحوثين	73
03	يوضح توزيع المبحوثين حسب الطور الجامعي	74
04	يوضح توزيع المبحوثين حسب التخصص	74
05	يوضح مدى إملالك المبحوثين حساب على الفيسبوك	75
06	يمثل الفترة المفضلة لتصفح الفيسبوك	76
07	يوضح مدة التصفح على الفيسبوك	76
08	يوضح المواضيع التي تهتم بها عند تصفحك للفيسبوك	77
09	يوضح درجة إهتمامك بالجانب البيئي	78
10	جدول يمثل طبيعة المعلومات الموجودة في الفيسبوك حول الجانب البيئي	78
11	يوضح رأي المبحوثين في المعلومات البيئية الموجودة في الفيسبوك	79
12	تمثل مدى ثقتك في المعلومات البيئية الموجودة في الفيسبوك	79
13	يوضح إنجذابك للإعلانات البيئية على الفيسبوك لأفراد المبحوثين	80
14	يوضح كيف تستفيد من معلومات التي يقدمها الفيسبوك	81
15	يمثل مدى مساهمة الفيسبوك على الإهتمام بالجانب البيئي	81
16	يوضح أسباب إستخدامك للفيسبوك حول الموضوعات البيئية	82
17	يوضح دور الفيسبوك بالتعريف بالقضايا البيئية الموجودة في الجزائر	83
18	يوضح مدى مساهمة وانتقاء سلوكيات إيجابية تتعلق بالبيئة	83
19	يمثل أثر الفيسبوك في تغيير بعض سلوكياتك إتجاه البيئة وقضاياها	84
20	يوضح كيفية نجد الطلبة الجامعيين في تعاملهم مع قضايا البيئة	84
21	يوضح كيف يخدم الفيسبوك القطع البيئي	85
22	يمثل مدى مشاركة في نشاطات بيئية وحيويتها على صفحات الفيسبوك	85
23	يوضح مدى انتقاد المبحوثين للسلوكيات المضرة بالبيئة في ولايتك عبر صفحات الفيسبوك	86

## ملخص الدراسة:

أُتيحت شبكات التواصل الاجتماعي في بدايتها للخواص أي أن كل فئة من المجتمع لديهم موقع يتواصلون به وي طرحون اهتماماتهم عليه، وفي ظل التطورات الحاصلة التي يشهدها العالم أفرزت لتطبيقات الإعلام الجديد أدوارا غير التي خصصت لها بالأساس، فصارت تنسم بمزيد من النضج والوعي، ولعل الوعي البيئي وقضايا البيئة هو أحد هذه الأدوار المستحدثة وتأتي دراستي حول : مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي "الفايسبوك نموذجا"، حيث تتمحور إشكالية الدراسة "هل تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين"

وهي تساؤل رئيسي يندرج تحته مجموعة من الأسئلة الفرعية:

- ما مدى إهتمام مواقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" بقضايا البيئة؟
- ما مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" في نشر الوعي البيئي؟

تأتي أهمية الدراسة في إطار التعريف بالإعلام الجديد وخاصة موقع الفيسبوك من خلال تزايد استخدام الأفراد له وهمية التوعية البيئية وطرحها على أصعدة مختلفة، محليو ودولية، كما تهدف الدراسة إلى كيفية استخدام هذا الموقع "الفايسبوك" لخدمة البيئة وتنمية الوعي البيئي بين أفراد المجتمع من أجل تحقيق ثقافة ووعي بيئي، وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج الوصفي لتناسبه، وتم اختيار عينة عشوائية طبقية من مجتمع البحث الذي يتمثل في طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل وقدرت بـ: 70 مفردة، وتم استخدام أداتين من أدوات جمع البيانات وهما الملاحظة والاستمارة وهي موزعة على ثلاث محاور بغية الإجابة على إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، وتوصلت الدراسة الميدانية على مجموعة من النتائج أهمها:

- تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي.
- تعطي مواقع التواصل الاجتماعي فرص أكبر لنشر المعلومات والأفكار حول البيئة وقضاياها.
- يعتبر موقع الفيسبوك من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما لدى المبحوثين.
- إن أغلب المبحوثين يستخدمون موقع الفيسبوك في معرفة الأوضاع الاجتماعية والبيئة الراهنة ومشكلاتها.
- إن موقع الفيسبوك يساهم في نشر الوعي البيئي المستدام من خلال الاطلاع على المعلومات في شتى المجالات.

## **summary:**

In its infancy, social networks were made available for private individuals, meaning that each group of society has a site to communicate with and present their interests to. In light of the developments taking place in the world, new media applications have given rise to roles other than those originally assigned to them.

They have become characterized by more maturity and awareness, and perhaps environmental awareness and issues. The environment is one of these newly developed roles, and my study comes about: The contribution of social networking sites to spreading environmental awareness "Facebook is a model", where the problem of the study revolves around "Do social networking sites contribute to spreading environmental awareness among university students?"

" It is a main question that includes a number of sub-questions:

-What is the extent of the contribution of social networking sites "Facebook" in spreading environmental awareness and how to preserve it?

-Does Facebook care about environmental issues?

The importance of the study comes within the framework of introducing the new media, especially Facebook, through the increasing use of fake environmental awareness by individuals and putting it on different levels, locally and internationally. The study also aims at how to use this site "Facebook" to serve the environment and develop environmental awareness among community members in order to achieve Environmental culture and awareness, and in this study it relied on the descriptive approach to suit it, and a stratified random sample was selected from the research community, which is represented by students of the Faculty of Humanities and Social Sciences at the University of Muhammad Siddik bin Yahya Jijel. It was estimated at: 70 individuals, and two data collection tools were used, namely The observation and the questionnaire are divided into three axes in order to answer the problem of the study and its questions. The field study reached a number of results, the most important of which are:

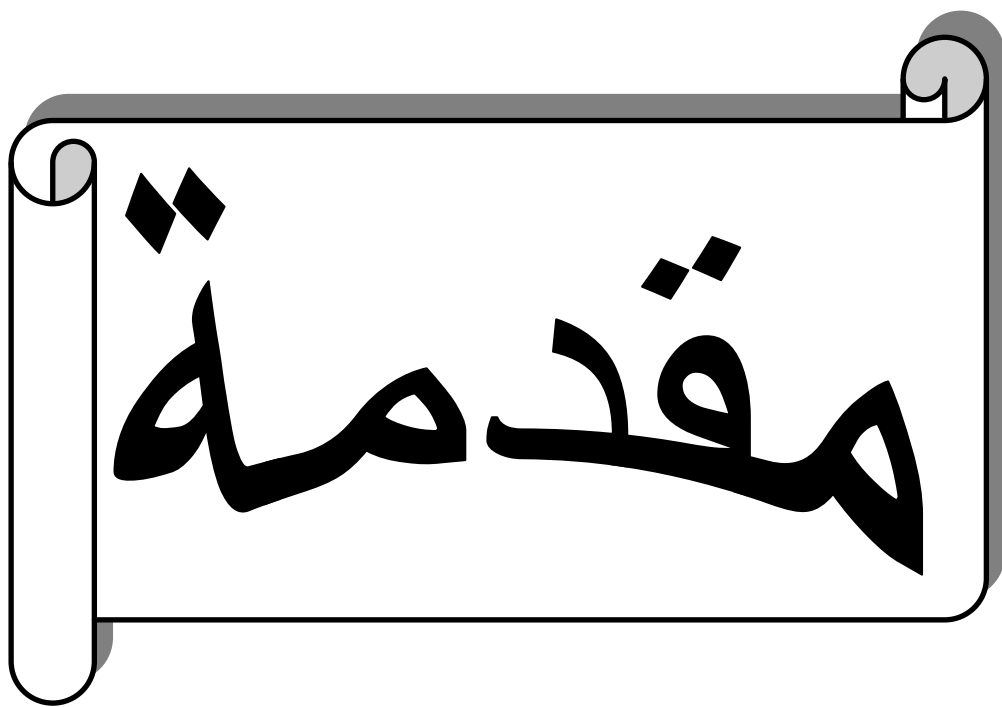
- Social networking sites contribute to spreading environmental awareness.

-Social networking sites give greater opportunities to spread information and ideas about the environment and its issues.

- Facebook is one of the most used social networking sites among the respondents.

- Most of the respondents use Facebook to know the social conditions and the current environment and their problems.

- The Facebook site contributes to spreading sustainable environmental awareness through access to information in various fields.



انتشرت في السنوات الأخيرة مواقع التواصل الاجتماعي انتشارا واسعا وصارت تلعب دورا بارزا في عملية جمع وتحليل الأخبار وتبادلها بين المستخدمين، نظرا لما توفره من خدمات فريدة للأشخاص وباعتبارها شبكة مفتوحة تجعل المشترك قادرا على الوصول إلى الوصول إلى مختلف المصادر والخدمات والمعلومات في شتى المجالات حيث يرجع الفضل الأكبر لمواقع التواصل الاجتماعي ميزة الجيل الثاني للويب، التي تعتبر أهم تطبيقاته، وهي عبارة عن مواقع تتيح للأفراد التواصل مع مجتمع افتراضي يعرفون فيه بأنفسهم ويتبادلون الاهتمام، كذلك يقومون من خلالها بنشر المواضيع والصور والفيديوهات وغيرها من النشاطات لكنها لم تقف عند هذا الحد فقط بل تعدته لتصل إلى مسائل ذات أبعاد مختلفة غيرت مصير شعوب الوطن العربي الذي لعبت فيه مواقع التواصل الاجتماعي أكبر الأدوار، مسدلتا بذلك الستار عن مرحلة التعتيم التي عاشها العالم مع الإعلام التقليدي، وكان لها أيضا تأثير كبير على جوانب أخرى ثقافية، اقتصادية واجتماعية وكذلك إنسانية وتوعوية كقضايا البيئة التي باتت تعرف مشكلات جسيمة ناجمة عن تصرف الأفراد.

كما تعتبر البيئة وقضاياها من المواضيع التي أثارت اهتمام العام والخاص، فلقد تلقت عناية متزايدة من طرف الكثير من الشعوب، خاصة بعد التقدم والتطور التكنولوجي خاصة في المجال العلمي الذي انحصر عنه ظهور علم البيئة، أما القطرة التي أفاضت الكأس التلوث البيئي بأشكاله وأنماطه المختلفة، ولقد قضايا البيئة محور حوار بالنسبة للأمم المتحدة أيضا، انطلاقا من جانب الإنسانية الذي أدلت فيه بحق الإنسان في بيئة نظيفة، تقع مسؤولية حماية البيئة على الأفراد مع المؤسسات على حد سواء للحد من المخاطر التي تلحقها، والعمل على إعطائها قدر كبير من الأهمية، حيث يعتبر محورا أساسيا وفاعلا في نشر الوعي البيئي ويرتبط ارتباطا وثيقا بخصائص المجتمعات الاجتماعية والثقافية.

ومن هنا كان لزمنا على وسائل الإعلام الجديد تحريك عجلة التوعية البيئية ودفعها إلى بر الأمان ولأنّ وسائل الإعلام لها صلة وثيقة بالحياة الخاصة للأفراد فهي التي بمقدورها أن تحدث تغييرا إيجابيا لأنّ حماية البيئة ليست مسؤولية الدولة فحسب أو المراكز التي تعمل في إطار البيئة وحدها ولكن استشعار الأهمية في الحياة اليومية، فحماية البيئة لم تعد خيارا يحتمل القبول أو الرفض بقدر ما هي مسألة بقاء لا يحتمل التأجيل أو النواحي في السعي نحو توفير كل المقومات لإنجاحها فالبيئة بمفهومها الواسع لا تعني شيئا أقر من حياة الإنسان ومستقبله،

وعليه فلا بد من توفير منظومة متكاملة للعمل البيئي الجاد بهدف ينشر الوعي البيئي وتعزيزه وخاصة عند فئة الطلبة الجامعيين باعتبارهم نواة المجتمع وما يتوفر لهم من الإحساس بالمسؤولية اتجاه البيئة.

ومن هذا المنطلق سنحاول تسليط الضوء على مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" وإسهامه في نشر الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين.

ولتحقيق ذلك قسمت الدراسة إلى جانبين:

**الجانب النظري: يتكون من أربعة فصول:**

الفصل الأول يتضمن إشكالية الدراسة وفرضياتها وكذا الأهداف التي سعت لتحقيقها وأهميتها وصولاً إلى تحديد المفاهيم وأخيراً الدراسات السابقة والنظريات المقاربة.

في حين خصص الفصل الثاني إلى مواقع التواصل الاجتماعي بالتعريف والنشأة والخصائص والعناصر لا تقل أهمية.

أما الفصل الثالث تناولنا فيه الوعي البيئي من خلال مفهومه وأنواعه ومكوناته وخصائصه وأبعاده ومؤسسته ومراحل تنمية الوعي البيئي، وعلاقة الإنسان بالبيئة.

أما الفصل الرابع فخصصنا فيه الفيسبوك والوعي البيئي في ظل التنمية المستدامة من خلال تعريف الوعي البيئي المستدام وأهدافه والفيسبوك كإعلام بيئي وكذا مساهمة الفيسبوك في نشر الوعي البيئي وتحقيق التنمية المستدامة وأهم القضايا البيئية التي يتناولها الفيسبوك وكذا ردود أفعال الطلبة الجامعيين لقضايا البيئة.

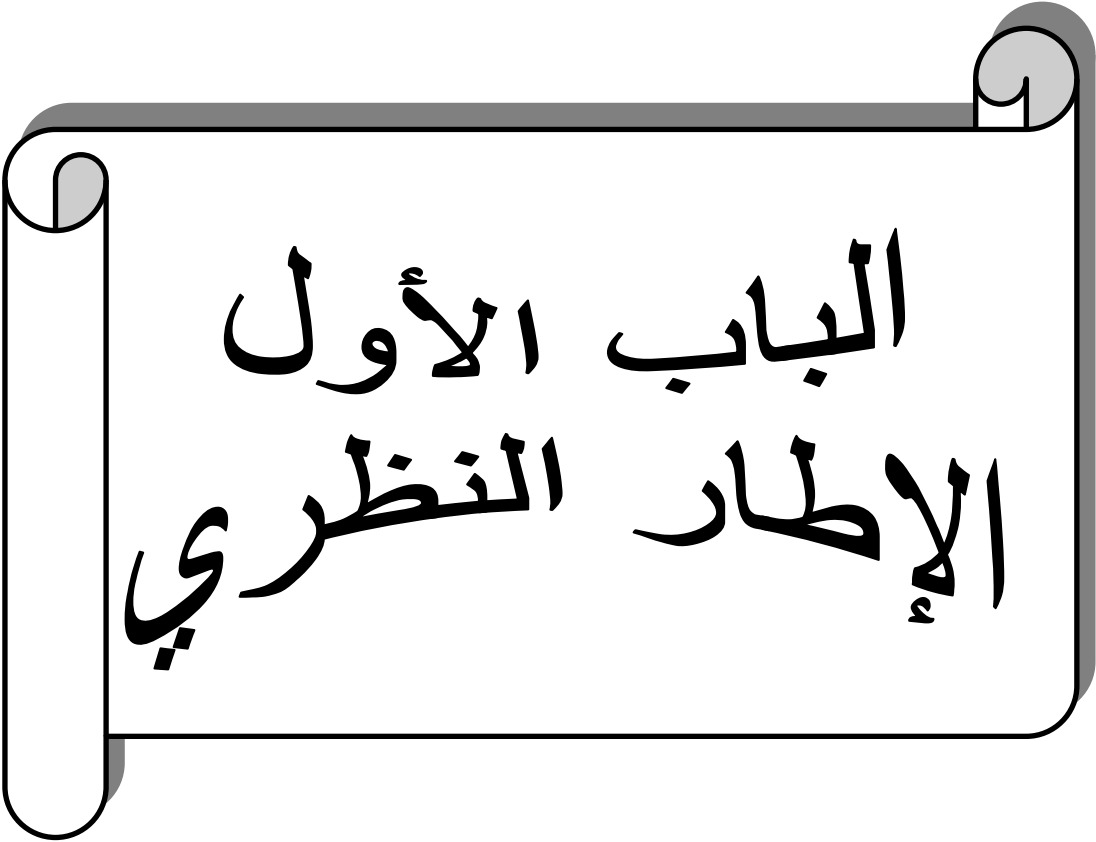
أما الجانب الميداني يتكون من فصلين :

الفصل الخامس خاص بالمؤسسة التي ستجري فيها الدراسة وهي جامعة محمد الصديق بن يحيى قطب تاسوست -جيجل- وتطرقت من خلالها إلى تعريفها.

تضمن الإجراءات المنهجية للدراسة من خلال التعرف على منهج الدراسة وأيضا مجالات وعينة الدراسة وأدوات الدراسة وأخيرا أسلوب التحليل.

الفصل السادس هو بمثابة محصلة الدراسة إلى عرض وتحليل البيانات ومناقشة النتائج في ظل الفرضيات والدراسات السابق، وأخيرا استخلاص النتائج العامة.





الباب الأول  
الإطار النظري

# الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة

## تمهيد

أولاً: إشكالية الدراسة

ثانياً: فرضيات الدراسة

ثالثاً: أهمية الدراسة

رابعاً: أهداف الدراسة

خامساً: أسباب اختيار الموضوع

سادساً: تحديد مفاهيم الدراسة

سابعاً: الدراسات السابقة

ثامناً: التعليق على الدراسات السابقة

تاسعاً: نظريات الدراسة

خلاصة الفصل

## تمهيد:

سنتناول في فصلنا هذا أحد المواضيع التي تطرح عناصرها في ظل التطور التكنولوجي وهو مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي وسنحاول في هذا الفصل إلى صياغة الإشكالية ومن ثم تحديد تساؤلات الدراسة وفرضياتها ومعرفة أسباب اختيار الموضوع إضافة إلى تحديد المفاهيم وصولاً إلى الدراسات السابقة والنظريات التي تخدم موضوع الدراسة.

## أولاً: الإشكالية:

لقد شهد العالم مؤخرًا تطورات وتغيرات مست جميع الأصعدة بفعل تكنولوجيا جديدة للإعلام والاتصال، حيث أنتشرت شبكات التواصل الاجتماعي في كافة أنحاء العالم والتي ألغت حدود الزمان والمكان وقربت المسافات بين الأفراد حيث جعلت العالم قرية صغيرة، فشبكات التواصل الاجتماعي تعد إحدى وسائل الاتصال الحديثة التي ظهرت بصفة سريعة والتي بدورها أبرزت تحولات جذرية في بنية العمليات الاتصالية وأتاحت للمهتمين أو للمتلقين إمكانية للاختيار و التفاعل معها أبرز ما أفرزته موقع الفايسبوك، الذي غير تماما من نمطية تدفق المعلومات، حيث بات الفرد المتلقي منتجا و مرسلا ومستقبلا في الوقت نفسه، هذا النمط الجديد أصبح أقوى وأبلغ وسيلة في التعامل والتفاعل مع قضايا المجتمعات كما شكل هذا الموقع أحد المصادر الأساسية لنشر وتنمية الوعي بشكل عام والوعي البيئي المستدام بشكل خاص، هذه التقنية الجديدة أصبحت من العوامل الأساسية للتغيير في المجتمع وعامل مهم في تهيئة متطلبات التغيير عن طريق تكوين الوعي وتشكل بفضل شبكة الأنترنت فضاءات التواصل عدة هي بمثابة أماكن إفتراضية، مفتوحة لتغيير الواقع السلبي المعاش بشتى الوسائل والإمكانيات المتاحة وذلك من خلال إحاطة الجمهور بكافة الحقائق والمعلومات الموضوعية حول موضوع البيئة، مما ساهم في توعية رأي سديد حول الموضوعات و المشكلات البيئية لاسيما بعد ما أزداد التأثير السلبي للإنسان على البيئة و المشاكل الناجمة عنها وأصبحت علاقة الإنسان بالبيئة ترتكز على نفعية الإقتصاد.

فالبيئة هو الحيز المكاني الذي نعيش فيه ولذلك وجب علينا المحافظة عليها وحمايتها من مختلف المشاكل التي تتعرض لها البيئة من تلوث وتصحر وإحتباس حراري وغيرها ... . وذلك عن طريق تنمية ونشر التوعية البيئية بين الأفراد والمجتمعات .

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي عامة والفايسبوك خاصة من بين الوسائل التي تساهم في التوعية البيئية، وعليه تدور إشكالية الدراسة حول:

هل يساهم مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي لدى طلبة الجامعيين؟

ويندرج تحت هذا التساؤل أسئلة فرعية تتمثل في:

- ما مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك في نشر الوعي البيئي ؟

- ما مدى إهتمام مواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك بقضايا البيئة؟

## ثانيا: الفرضيات

- تساهم مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" في نشر الوعي البيئي.
- يوجد إهتمام لمواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) بقضايا البيئة.

## ثالثا: أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية هذه الدراسة من كونها ظاهرة جديدة برزت نفسها ضمن متطلبات العصر، فمواقع التواصل الاجتماعي أخذت واحتلت مكانة بارزة في حياة الأفراد في شتى بقاع العالم وتكمن أهمية دراسة هذا الموضوع في تسليط الضوء على واقع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف الطلبة الجامعيين وكيفية استفادتهم منها في اكتساب المعلومات البيئية والتعريف بأهمية الوعي البيئي وكيفية معالجة مشاكلها.

## رابعا: أهداف الدراسة:

- التأكيد على الأهمية التي تلعبها مواقع التواصل الاجتماعي في المجال البيئي وضرورة استخدامها لتوعية الطلبة الجامعيين.
- التعرف على آراء الطلبة الجامعيين (المبحوثين) اتجاه مساهمة "الفيسبوك" في تزويدهم بالمعلومات والأفكار البيئية.
- المساهمة في رفع الوعي البيئي ونشر الثقافة البيئية.

## خامسا: أسباب اختيار الموضوع:

هناك أسباب ذاتية وموضوعية

## أ. الأسباب الذاتية:

- الرغبة في دراسة الموضوع لارتباطه بالعولمة والتكنولوجيا الاتصال الحديثة.
- الوزاع الإنساني والإيمان بالمحافظة على البيئة ونشر الوعي البيئي هي مهمة كل فرد في المجتمع لا سيما الفئات المتعلمة مثل الطلبة الجامعيين.

## ب. الأسباب الموضوعية:

- تزايد أهمية قضايا البيئة والحاجة إلى الوعي البيئي.

- الدور الإيجابي لموضوع الدراسة الذي حققه "الفايسبوك" في التواصل الاجتماعي لدى الطلبة الجامعيين في العديد من القضايا المختلفة.

سادسا: تحديد مفاهيم الدراسة:

الدور:

- لغة: من دار يدور، أي تحرك باتجاهات متعددة، وهو في مكانه وهو السلوك المتوقع من الفرد في الجماعة<sup>(1)</sup>.
- ويعرف بأنه الحركة أي الفعل والعمل<sup>(2)</sup>.

- اصطلاحا: يعرف الدور على أنه الوظيفة التي من خلالها يمكن تحصيل جملة من المعارف المرادة عن شيء ما أو وسيلة ما، وذلك للحصول على معرفة جديدة وهو مجموعة من المسؤوليات والأنشطة والصلاحيات الممنوحة لشخص أو منظومة ليقوم بمسؤولياته اتجاه نشاط ما<sup>(3)</sup>.

التواصل: هو تبادل أدلة بين ذات مرسله وذات مستقبله، حيث تنطلق الرسالة بين الذات الأخرى وتقتضي العملية جوابا ضمنيا أو صريحا كما تحدث عنه، أو بعبارة أشمل موضوعات العالم، ويتطلب نجاح هذه العملية اشتراك عناصر الاتصال<sup>(4)</sup>.

والتواصل علاقة بين فردين أو على أكثر على الأقل كل منهما يمثل ذات نشطة<sup>(5)</sup>، وكذلك هو العملية التي يتفاعل بها المرسل والمستقبل لرسالة معينة في سياق اجتماعي معين وعبر وسيط معين يهدف تحقيق غاية أو هدف محدد<sup>(6)</sup>.

(1) محمد عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع، ط1، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1995م، ص395.

(2) فؤاد أقوام البستاني، منجد الطلاب، دط، دار الشروق، دت، ص211.

(3) قباري محمد إسماعيل، علم الاجتماع الجماهيري وبناء الاتصال، دار نشأت للمعارف، مصر، 2008م، ص77.

(4) عمر أوكان، اللغة والخطاب،الدار البيضاء، المغرب، 2001م، ص36.

(5) محمد حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، الكويت، 2003م، ص30.

(6) يوسف قطامي، إدارة الصفوف، الأسس السيكولوجية، ط2، دار الفكر للطباعة والنشر، الأردن، دس، ص316.

مواقع التواصل الاجتماعي: يعرف "زاهر راضي" مواقع التواصل الاجتماعي منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن تم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها<sup>(1)</sup>.

- **التعريف الإجرائي:** نقصد بمواقع التواصل الاجتماعي في هذه الدراسة الشبكات الإلكترونية المستخدمة من طرف الطلبة الجامعيين في مجال الوعي البيئي، وكذلك تبادل الآراء والأفكار.

#### الفايسبوك:

- **لغة:** كتاب الوجوه وهو موقع الشبكات الاجتماعية يتيح للأشخاص العاديين والاعتباريين أن يبرزوا مكانتهم عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع<sup>(2)</sup>.
- **اصطلاحا:** الفاييسبوك هو موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجانا وتديره شركة فيس بوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم، كذلك يمكن للمستخدمين إضافة أفراد إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم وأيضا تحديث ملفاتهم الشخصية.

#### الوعي:

- **لغة:** الوعي وهو مفرد الأوعية وأوعى الزاد والمتاع أي جعله في الوعي، ووعي الحديث أي حفظه وفهمه وقلبه والوعي هو الحفاظ والتقدير والفهم وسلامة الإدراك<sup>(3)</sup>.
- **اصطلاحا:** عملية عقلية ووجدانية تشمل الجانبين المعرفي والوجداني، وإن كان الجانب المعرفي يحتل المقام الأول من الوعي لكنه ليس معرفيا بحتا، إذ أنه يقع في الجانب الوجداني<sup>(4)</sup>.

(1) نبيل الصادق، طريقة تنظيم المجتمع في الخدمة الاجتماعية، دط، دار الثقافة، القاهرة، 1983م، ص367.

(2) خالد غسان، يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس، ط1، عمان، الأردن، 2013م، ص34.

(3) الرازي محمد بن أبي بكر عبد القادر، مختار الصحاح، مكتبة لبنان، بيروت، 1986م، ص303.

(4) قمر عصام توفيق، الاتجاهات العالمية المعاصرة في ممارسة الأنشطة المدرسية البيئية في اليابان والولايات المتحدة الأمريكية وانجلترا، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2007م، ص21.

- **التعريف الإجرائي:** الوعي هو إدراك الطلبة الجامعيين لواقعهم وما يحيط بهم في بيئتهم الطبيعية وترجمته إلى أفعال وسلوكيات صحيحة اتجاه البيئة وعناصرها المختلفة من خلال التجارب مع قضايا البيئة والمشاركة في حلها.

#### البيئة:

- **لغة:** يعود أصل كلمة البيئة في اللغة العربية إلى الجذر (بؤأ) الذي أخذ منه الفعل الماضي (بأء) كما جاء في معجم لسان العرب لابن منظور جاء إلى الشيء أي رجع إليه وذكر المعجم نفسه معنيين قريبين من بعضهما البعض لكلمة تبرأ

**الأول:** إصلاح المكان وتهيئته للميت فيه.

**الثاني:** بمعنى النزول والإقامة<sup>(1)</sup>.

- **اصطلاحاً:** عرف الأستاذان "رشيد الحمد" و"محمد صباريني" إلى أنّ البيئة هي ذلك الإطار الذي يحي فيه الإنسان ويحصل منه على مقومات حياته من غذاء وكساء ودواء ومأوى ويمارس فيها علاقاته مع أقرانه من بني البشر<sup>(2)</sup>.
- **التعريف الإجرائي:** البيئة هي الوسط الحيوي الذي يعيش فيه الإنسان مؤثراً ومتأثراً بعناصره، وهي كذلك جملة من العناصر الطبيعية التي يستخدمها الإنسان في مجال تنميته وما يترتب عنها من قضايا ومشاكل جراء النشاط الإنساني المتعدد الأبعاد والتي يتم تداولها ومناقشة جوانبها من قبل الطلبة الجامعيين عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

**الطلبة الجامعيين:** هم الأشخاص الذي سمحت لهم كفاءتهم العلمية بالانتقال من مرحلة الثانوية إلى الجامعة لمتابعة دراستهم وفق تخصص علمي ما<sup>(3)</sup>.

(1) ابن منظور الإفريقي، لسان العرب، المجلد الأول، دار بيروت للطباعة والنشر، بيروت، 1956م، ص39.

(2) رشيد الحمد ومحمد صباريني، البيئة ومشكلاتها، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، العدد 22 من سلسلة عالم المعرفة، الكويت، 1979م، ص24.

(3) أحمد محمد مرسي، الشباب بين التهميش والتشخيص (رؤية إنسانية)، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، ط1، المنصور، مصر، 2009م، ص15.



- **التعريف الإجرائي:** يمثل الطلبة الجامعيين في هذه الدراسة المجتمع الذي سوف تجري حوله الدراسة بناء على كفاءتهم العلمية ومستواهم المعرفي.

#### سابعاً: الدراسات السابقة

- **الدراسة الأولى (ياسين بوذاع)<sup>(1)</sup>:** بعنوان الإذاعة المحلية في نشر الوعي البيئي دراسة ميدانية بجامعة منتوري قسنطينة، مذكرة ماجستير في علم اجتماع البيئة نوقشت سنة 2010م، تتدرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي تسعى إلى اكتشاف الواقع ووصف الظواهر وصفا دقيقا، وهي تتناول إشكالية محورية تتمثل في معرفة الدور الذي تلعبه إذاعة قسنطينة المحلية ومدى مساهمتها في نشر الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين؟

استخدم الباحث منهج المسح الاجتماعي نظرا لكون مجتمع البحث كبير نسبيا متخذا منهج المسح بالعينة بغية تحقيق أهداف الدراسة وغاياتها إلى جانب مجموعة من أدوات جمع البيانات منها المقابلة وقد استخدم الباحث العينة العشوائية الطبقية والتي شملت 103 مفردة من مجتمع البحث المتمثل في طلبة السنة الرابعة علم اجتماع الموزعين على ثلاث تخصصات وذلك بنسبة 40% من كل تخصص، جاءت نتائج الدراسة موافقة للفرضية العامة والتي تؤكد على أنّ إذاعة قسنطينة المحلية تولي أهمية بالغة لقضايا البيئة الطابع الغالب فيها.

- **الدراسة الثانية (فتيحة كحل 2012/2011)<sup>(2)</sup>:** بعنوان الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي، دراسة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي لجامعة الحاج لخضر باتنة، مذكرة ماجستير في فرع الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة نوقشت سنة 2012م.

تتدرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي تطرقت إلى طرق استخدام وأنماط المشاركة والتطبيقات الإعلامية لتكنولوجيا الإعلام الجديد وتأثيراته على المستخدمين الجزائريين، حيث تدور إشكالية الدراسة حول دور الإعلام الجديد بصفة عامة وموقع الفايسبوك بصفة خاصة حيال القضايا البيئية وضعت الباحثة إشكالية متمثلة في كيف يؤدي استخدام موقع الفايسبوك كإحدى تطبيقات الإعلام الجديد

(1) ياسين بوذاع، دور الإذاعة في نشر الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علم الاجتماع، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2010م.

(2) فتحة كحل، الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي، جامعة الحاج لخضر، باتنة، مذكرة ماجستير، الجزائر، 2011م/2012م.

إلى نشر الوعي البيئي لدى جمهور المستخدمين الجزائريين، واعتمدت في جمعها للبيانات على الملاحظة من أجل المتابع الموضوع عن قرب، حيث عمدت الباحثة إلى فتح صفحة عبر الموقع في الفايسبوك وشاركت المستخدمين اهتماماتهم وهو ما سهل عليها فرصة التحليل والتفسير وربط جوانب الدراسة النظرية والتطبيقية واعتمدت كذلك على أداة الاستبيان.

أما نتائج الدراسة فقد تمثلت في كون الفايسبوك أكثر المواقع استخداما لدى المبحوثين حيث يقضي المبحوثين عبر هذا الموقع ما يفوق الساعتين في معظم الأحيان خلال الفترة المسائية وبلغت بالنسبة المئوية لموقع الفايسبوك ومدى مساهمته في نشر الوعي البيئي 74.19%، كما أن غالبية الإشباعات المحققة للمبحوثين في المجال البيئي هي الاطلاع على الأحداث البيئية في العالم بنسبة 46.23% في حين قد لبت الإشباعات النفسية مؤخرة الترتيب وبهذا تميزت الدراسة بالعمومية إذ ركزت على الإعلام الجديد وأهم وسائله وهنا يمكن التشابه مع دراستنا التي خصصنا مواقع التواصل الاجتماعي، وموقع الفايسبوك بالخصوص في دوره في نشر المعارف والمعلومات التي تخص قضايا البيئة وترسيخ الثقافة والوعي البيئي لدى أكبر شريحة في مستخدمي هذا الموقع.

• **الدراسة الثالثة (William Allen)<sup>(1)</sup>:** استعرض الباحث تجربته باعتباره عالم بيولوجيا حول كيفية تعامل وسائل الإعلام في قضايا البيئة وأظهر في دراسته عن وجود حالة من افضاط في الشكل الذي تناول به وسائل الإعلام قضايا البيئة ويستعير الشيء الأكثر عقبة على التعليم البيئي هو أن تعيش وحيدا في عالم جريح.

وينطلق الباحث من أن نوعية البيئة ومعها التعليم من وجهة نظر علماء الأحياء والتنوع الحيوي يكتشفان عن عملية مهمة وهشة وتتفاقم بفعل الجهل واللامبالاة، حيث اقترح تدعيم مهمة علماء البيئة ووسائل الإعلام التي تتناول قضايا البيئة كما أن نشر الوعي البيئي يتطلب معرفة عمل وسائل الإعلام وتركيبها غير المتجانسة وسياستها التحريرية المختلفة، ويحذر الباحث من أن وسائل الإعلام قد تضعنا في حالة عدم الثقة في حال منحنا لمعلومات غير مكتملة نظرا لغياب الإعلاميين المهنيين الذين يهتمون بالحقيقة البيئية وتحت الدراسة على أهمية دور الإعلام في تبسيط المعلومات البيئية والاهتمام بالدقة والتفاصيل وهذا يتطلب بدوره تفعيلا في القائم بالاتصال نفسه.

<sup>(1)</sup>Allen William, « Anew media perspective on Enriommental communication, bioxienc,2001,N04.

- دراسة مريم بلخضر وسلمى بورنان<sup>(1)</sup>: تتمحور إشكالية هذه الدراسة حول معرفة الدور الذي يؤديه موقع "فايسبوك" في نشر الوعي والثقافة البيئية.

ومن خلال هذه الإشكالية قامت الباحثتان بطرح تساؤلات متمثلة في:

- ما هي عادات استخدام موقع "الفايسبوك".
  - ما هو دور موقع "الفايسبوك" في نشر الثقافة البيئية والوعي البيئي؟
  - كيف تفاعل الطلبة من خلال موقع الفاييسبوك إزاء قضايا البيئية؟
- حيث اعتمدت على المنهج الوصفي، تتدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تصدت لمعرفة طرق وعادات وأنماط استخدام "الفايسبوك" ودوره في نشر الوعي البيئي وكأداة اعتمدنا أيضا على استمارة استبيان والتي تم توزيعها على 60 منفردة بالاعتماد على العينة القصدية الطبقية حيث تفسير العنيد المختارة من قسم علوم الإعلام والاتصال إلى طلبة السنة الأولى ماستر والسنة الثانية ماستر.

توصلتا الباحثتان في الأخير إلى نتائج الدراسة فتمثلت في:

من خلال استخدام موقع الفاييسبوك بشكل كبير يعتبر الموقع الأول المفضل وذلك لخصوصيته وانتشاره الواسع.

أما فيما يخص أو يتعلق بالدور الذي يؤديه موقع "الفايسبوك" له دور فعال ومهم في تشكيل الوعي البيئي.

أما مت الجانب تفاعل الطلبة مع قضايا البيئية التي ينشرها موقع الفاييسبوك فقد قدرت بنسبة 61.7

حيث أنّ هناك بعض المستخدمين الذين قاموا بإنشاء مجموعات تنشط في التوعية بمخاطر ومشكلات البيئية وقضاياها، والمساهمة بكل الوسائل الممكنة من أجل نشر ثقافة الوعي البيئي لدى أفراد المجتمع وخصوصا الطلبة الجامعيين.

<sup>(1)</sup> مريم بلخضر، سلمى بورنان، دور الفاييسبوك في نشر الوعي البيئي، مذكرة ماستر، قسم الإعلام والاتصال، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2014م/2015م.

## تعليق على الدراسات السابقة:

تعد الدراسات السابقة التي تم إتمامها دراسات مشابهة للدراسة الحالية وذات علاقة مباشرة حيث تشترك معها في متغير أساسي هو الوعي البيئي فهناك تشابه في نقاط وإختلاف في نقاط أخرى تتمثل هذه النقاط متشابهة في:

## أوجه التشابه:

- تتفق جل الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية في الإهتمام بالبيئة وضرورة الحفاظ عليها وإيجاد الحلول للقضاء على المشاكل البيئية وذلك من خلال التوعية البيئية.
- تتفق الدراسة الحالية مع الدراسة السابقة حول مساهمة الفيسبوك في نشر الوعي البيئي.

## أوجه الإختلاف:

- هناك إختلاف من ناحية الموضوع فموضوع الدراسة الحالية يدور حول مساهمة مواقع التواصل الإجتماعي في نشر الوعي البيئي، فإن الدراسات السابقة تناولت:
  - دراسة ياسين بودراع بعنوان "دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعين"
  - دراسة فتيحة كيجل بعنوان "الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي" دراسة في استخدامات مواقع التواصل الإجتماعي.
  - دراسة مريم بلخضر وسلمى بورنان حول الدور الذي يؤديه موقع الفيسبوك في نشر الوعي والثقافة البيئية.
  - دراسة وليم آلان حول كيفية تعامل وسائل الإعلام في قضايا البيئة.
- بالرغم من أن الدراسات السابقة التي تم عرضها من حيث تركيزها على الوعي البيئية إلا أنها تختلف مع دراستنا من حيث المجال الزمني والمكاني.

## الإستفادة من الدراسة:

إستفدنا من خلال الدراسات السابقة في بناء الإطار النظري للدراسة وصياغة الإشكالية وإختيار المنهج والعينة حيث اتفقت على اعتماد الإستمارة كأداة أساسية لجمع البيانات والاعتماد على العينة العشوائية إضافة إلى استخدام المنهج الوصفي

## ثامنا: نظريات الدراسة

## لمحة تاريخية عن نظرية الاستخدامات والإشباع:

من المنظور التاريخي نجد أن بحوث هذه النظرية قد بدأت تحت مسميات أخرى منذ بداية الأربعينيات وفي مجالات قليلة من علم الاجتماع والتي تتعلق بالاتصال الجماهيري التجريبي على دراسة مضمون وسائل الإعلام بشكل أكثر من تركيزها على اختلافات إشاعات الفرد<sup>(1)</sup>.

فخلال سنوات الحرب العالمي الثانية أصبح هناك كم وفير من المعلومات حول استخدامات وسائل الإعلام والإشباع التي تحققت واستمر الاهتمام بهذه الدراسات في الأربعينيات في أعمال "لازار سفيلد" و"ستاتون" و"بيرسون" وفي الخمسينيات في أعمال "ريليز" و"فريدسون" و"ماك كوبي" وفي الستينيات في أعمال "شرام وليل بارك"<sup>(2)</sup>

ظهرت هذه النظرية لأول مرة بطريقة كاملة من كتاب استخدام وسائل الاتصال الجماهيري تأليف "كاتز" و"بلومر" "Elihu Katz and Blumbejog" 1970م ودار هذا الكتاب حول فكرة أساسية مفادها الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب ودوافع الفرد من التعرض من جانب آخر<sup>(3)</sup>.

ويعد "كاتز" أول من وضع البنية الأولى في بناء مدخل الاستخدامات، والإشباع عندما كتب مقالا عن هذا المدخل عام 1909م ويمثل هذا المدخل تحولا للرؤية Shift offocus في مجال الدراسات

(1) بسام عبد الرحمن المشاقية، نظريات الإعلام ، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010م، ص84.

(2) حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998م، ص240.

(3) مصطفى يوسف كاني، الرأي العام ونظرية الاتصال، دار الحامد للنشر والتوزيع ، عمان، 2014م/2015م.

الإعلامية حيث تحول الانتباه من الرسالة الإعلامية وبذلك انتقى مفهوم قوة وسائل الإعلام الطاغية التي كانت تنادي به النظريات المبكرة مثل نظرية الطلقة السحرية **The Bullel théorie** (1).

هذه النظرية وانطلقت أيضا من أبحاث روادها الأوائل على رأسهم "أونهايم" الذي حاول الكشف عن الوظائف النفسية التي تؤديها المسلسلات لربات البيوت وكذلك إسهامات "بيريسون" استغل إضراب الصحافة للتأكد من الدوافع التي جعلت القراء ينتقدون يومياتهم المعتادة وقد انتشر هذا التوجه الوظيفي في السبعينات من القرن الماضي، حيث كشف الباحثون من مجهوداتهم حول دراسة رضا الجمهور محاولين وضع معاملات الارتباط الجبري بين طلبات الجمهور (2).

### مفهوم نظريات الاستخدامات والإشباع:

انطلق مفهوم النظرية من خلال تعرض الجمهور للمنتج لإشباع رغبات كامنة معينة استجابة لدوافع الحاجات الفردية (3).

حيث تهتم هذه النظرية بدراسة الاتصال الجماهيري ودراسة وظيفة منظمة وهي ترى أن الجماهير فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون مفضل من وسائل الإعلام وهي جاءت كرد فعل لمفهوم قوة الإعلام الطاغية (4).

تعتبر نظرية الاستخدامات والإشباع إتجاها سيكولوجيا تحت وتستقصي استخدامات الأفراد لوسائل الإعلام كذلك الإشباع التي يحققها الفرد من وراء تعرضه أو استهلاكه لوسيلة معينة.

### فروض نظرية الاستخدامات والإشباع:

ومن بين هذه الفرض التي وصفها لإليا هو كاتز تتمثل في:

✓ أن الجمهور في وسائل الإعلام يتسم بالإيجابية والفاعلية ويستخدم هذه الوسائل لتحقيق أهداف معينة خاصة به.

✓ تتنافس وسائل الإعلام مع مصادر أخرى في إشباع حاجات الأفراد المتعددة والمتنوعة.

(1) عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، نظريات الإعلام وتطبيقاته العربية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2011م، ص297.

(2) بسام عبد الرحمن المشاقبة، نظريات الاتصال، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011م، ص176.

(3) بسام عبد الرحمن المشاقبة، نظريات الاتصال، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010م، ص84.

(4) نضال فلاح طلاعين وآخرون، نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، دط، دار الإعصار العلمي، 2016م، ص245.

- ✓ إن جمهور وسائل الإعلام قادر على تحديد أهدافه واهتماماته ومن تم فهو قادر على تحديد واختيار المضمون الذي يلي حاجاته<sup>(1)</sup>.
- ✓ الأحكام حول قيمة العلاقة بين حاجات الجمهور واستخدامه لوسيلة ما أو محتوى معين يجب أن يحددها الجمهور نفسه لأن الناس قد يستخدم نفس المحتوى بطرق مختلفة بالإضافة إلى أن المحتوى يمكن أن يكون له نتائج مختلفة<sup>(2)</sup>.
- ✓ يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل فقط<sup>(3)</sup>.
- ✓ تحقيق منظور الاستخدامات والإشباع ثلاث أهداف رئيسية:
- ✓ تفسير كيفية استخدام الجمهور لوسائل الاتصال المختلفة لإشباع احتياجاتهم.
- ✓ فهم الدوافع التعرض لوسائل الإعلام وأنماط التعرض المختلفة.
- ✓ معرفة النتائج المترتبة على مجموعة الوظائف التي تقدمها وسائل الاتصال<sup>(4)</sup>.

#### عناصر نظريات الاستخدامات والإشباع:

- الجمهور النشط.
- دوافع الجمهور وحاجاته.
- الأصول النفسية والاجتماعية للإشباع.
- التعرض لوسائل الاتصال<sup>(5)</sup>.
- إشباع وسائل الإعلام.
- التوقعات من وسائل الإعلام.

(1) محمد منير حجاب، نظريات الاتصال، ط1، دار الفجر، القاهرة، مصر، د س، ص 229-300.

(2) محمد عبد الحميد، مناهج البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2000م، ص 220.

(3) حسن عماد مكاري، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، دط، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998م، ص 241.

(4) عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، دط، دار الفكر العربي، 2011م، ص 300.

(5) كمال خو رشيد مراد، الاتصال الجماهيري والإعلام والتطور الخصائص النظرية، دار الميسرة للنشر والتوزيع، عمان، 2011م

ويجدر الإشارة إلى أن هذه العناصر السابقة تتسم بالتداخل الشديد في الواقع العلمي ويرتبط كل منهما بالآخر ارتباطا وثيقاً<sup>(1)</sup>.

### نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

#### أ- نشأة النظرية وتطورها:

لقد كانت البداية الأولى لظهور نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على يد "ساندرا روكيتش" و"ملفين ديفلر" وزملائهما عام 1974م عندما قدموا ورقة بحثية بعنوان منظور المعلومات والتي طابوا فيها بضرورة الانتقال من مفهوم قوة الإقناع لوسائل الإعلام ثم إلى وجهة النظر التي ترى قوة وسائل الإعلام كنظام معلوماتي يعتمد في نشاطه على مصادر المعلومات الأخرى التي تضع النظام الإعلامي القائم في المجتمع ليتم فيما بعد ظهور الاعتماد على وسائل الإعلام من قبل "ساندرا روكيتش" و"ديفلر" في مؤلف بعنوان "تطبيقات وسائل الإعلام" الذي حاول من خلاله ملأ الفراغ وسد الثغرات التي خلفها نموذج الاستخدامات والإشباع التي أهمل تأثير وسائل الإعلام وقوتها في ذلك، لهذا فقد وضع "روكيش" و"دلفر" نموذجا لوضح العلاقة بين وسائل الإعلام والقوى الاجتماعية الأخرى، ويرى بأن المؤسسة الاعلامية في نظام اجتماعي ذو طبيعة تبادلية مع الأنظمة الأخرى الموجودة في المجتمع، وبالتالي يصعب فهم طبيعة أدوار وسائل الإعلام وتأثيرها ما لم يتم أيضا تحديد المجالات التي يعتمد فيها الجمهور على هذه المؤسسة من جهة أخرى<sup>(2)</sup>.

#### ب- فرضيات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

تتمثل فرضيات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام فيما يلي:

- يتراوح تأثير وسائل الإعلام بين القوة والضعف تبعا للظروف المحيطة والخبرات الخاصة بالجمهور.
- نظام ونشاط وسائل الإعلام جزء أو صورة مجزأة للنسق الاجتماعي للمجتمع.
- استخدام وسائل الإعلام وتأثيرها لا يحدث بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي الذي ينتمي إليه الجمهور ووسائل الإعلام.

(1) حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، مرجع سابق، ص243.

(2) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتاب، ط3، القاهرة، 2004م، ص264.



- حالات عدم الاستقرار والأزمات التي تحدث في النظام الاجتماعي تزيد من حاجة الجمهور للمعلومات وبالتالي تزيد من اعتماده على وسائل الإعلام لإشباع هذه الحاجة.
- اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام يزداد كلما كان النظام الإعلامي قادراً على الاستجابة لاحتياجات النظام الاجتماعي والجمهور.
- يختلف أعضاء الجمهور في اعتمادهم على وسائل الإعلام بين الصفوة التي تعتمد على مصادر خاصة كالبرقيات أو شريط وكالات الأنباء والتي ليست متاحة لكل الجمهور<sup>(1)</sup>.

### إسقاط نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على الدراسة:

بما أن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تنطلق من فرض رئيسي مفاده أن الجمهور يلجأ إلى وسائل الإعلام لتلبية حاجاته في الحصول على المعرفة وتعتبر مواقع التواصل الاجتماعي من أهم وسائل الاتصال والتي لها دور كبير في عملية نشر المعلومات والمعرفة بين الجمهور وبالأخص موقع الفيسبوك، وذلك لسهولة استخدامه فالفرد دائماً يسعى للحصول على المعلومات البيئية والتي تساعدهم في التعرف بالبيئة التي يعيشون فيها وكيف يقومون بتوعية الأفراد على أهمية البيئة من خلال المعلومات التي استفادوا منها حيث تساهم هذه المعلومات في نشر الوعي البيئي لدى الأفراد وهذا ما جعلني أعتمد على نظرية في فهم موضوع الدراسة.

### نظرية التماس المعلومات:

صاحب هذه النظرية هو " لويس دونهيو " و"تبتون" تركز هذه النظرية على سلوك الفرد في بحثه عن المعلومات ومصادر الاتصال المختلفة بدلاً من القائم بالاتصال، وهي تسعى إلى اختيار فرضية مفادها أن التعرض الانتقائي للأفراد يجعلهم يختارون المعلومات التي تؤيد اتجاهاتهم الراهنة.

ويرى "دونهير" و"تبتون" أن هناك عوامل عديدة يمكن أن يؤثر على اختيار الفرد للرسائل الاتصالية التي يتعرض إليها هي:

- إمكانية توظيف المعلومات لخدمة أهداف محددة.
- إشباع حاجات أساسية في موضوع معين.

(1) محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص 265.

- البحث عنها بسبب الحاجة للتنوع.
- البحث عنها بسبب حاجات شخصية.

### فروض النظرية:

يفترض نموذج التماس المعلومات وجود حوافز أو منبهات تؤدي إلى سعي الفرد للحصول على معلومات لمواجهة مشكلة ما أو مقارنتها بما لديه من قيم ومعارف سابقة بهدف القدرة على التعامل مع المواقف الجديدة وهناك عناصر أخرى ترتبط بالمواقف التي تؤثر على بحث الفرد عن المعلومات مثل: قيود الوقت ومحدوديته، ومدى توافر معلومات سابقة عن الموضوع.

فيما يتعلق بموضوع المعلومات التي يبحث عنها الفرد فقد يستخدم ما أطلق عليه "دونهيو" إستراتيجية البحث المجازف التي تعتمد على مصادر معينة أو على عدة مصادر أساسية أو إتباع كل ما يستطيع الفرد جمعه من معلومات ثم يتم تصنيف هذه المعلومات وتحليلها وربطها بالخبرة السابقة<sup>(1)</sup>.

### تطبيق نظرية إتماس المعلومات:

بما أن هذه النظرية تنطلق من فرضية رئيسية وهي وجود حوافز أو منبهات تؤدي إلى سعي الفرد للحصول على المعلومات لمواجهة أي مشكلة فإن مواقع التواصل الاجتماعي توصل وتقدم أي معلومة يردي الفرد الحصول عليها وبسرعة فائقة، وذلك راجع إلى التطورات والتغيرات التكنولوجية فمواقع التواصل الاجتماعي من خلال صفحاتها على الانترنت وخاصة موقع الفايسبوك تسعى إلى تقديم إغراءات وحوافز تجعل الفرد يتجه إليها مباشرة من أجل الحصول على معلومات بيئية توسع معارفه وإدراكه حول الطريقة التي تساعد على التوعية البيئية وكيف تساعد على الاستفادة منها فإن نظرية إتماس المعلومات تساعدنا على فهم موضوع الدراسة.

من خلال ما سبق عرضه في الفصل الأول تناولنا أهم المراكز التي بنت عليها الدراسة العلمية بداية بتحديد الإشكالية حيث قمنا بطرح مشكلة موضوع الدراسة مختومة بطرح التساؤل الرئيسي محل الدراسة، وذكر الأهداف وعرض المفاهيم والدراسات السابقة، بالإضافة إلى أهمية وأسباب قيامي بدراستي حول مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي وكل هذا يساعدني في إكمال ما تبقى لي من أطوار دراسة.

(1) حسن عماد مكاي، ليلي حسن السيد، الاتصال ونزرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، 1998م، ص 337-338.

## خلاصة الفصل:

من خلال ما سبق عرضه في الفصل الأول تناولنا أهم المرتكزات التي بنت عليها الدراسة العلمية بداية بتحديد الإشكالية حيث قمنا بطرح مشكلة موضوع الدراسة مختومة بطرح التساؤل الرئيسي محل الدراسة، وذكر الأهداف وعرض المفاهيم والدراسات السابقة، بالإضافة إلى أهمية وأسباب قيامي بدراستي حول مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي وكل هذا يساعدني في إكمال ما تبقى لي من أطوار دراسة.

# الفصل الثاني: مدخل عام إلى مواقع التواصل الاجتماعي

## تمهيد

- أولاً: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي
- ثانياً: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
- ثالثاً: أهداف مواقع التواصل الاجتماعي
- رابعاً: أهمية مواقع التواصل الاجتماعي
- سادساً: إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي
- سابعاً: سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي
- خامساً: بعض نماذج مواقع التواصل الاجتماعي

## خلاصة الفصل

## تمهيد:

مع التطورات التكنولوجية الهائلة في بداية القرن الحادي والعشرين مرت الدول الصناعية المتقدمة عبر مرحلة انتقالية غيرت تركيبها الاجتماعية والثقافية، وأعدت هيكله القوى العاملة بها ونقلها بما عرف بعصر الثورة الصناعية منتقلا على عصر جديد سمي عصر ثورة المعلومات، القائم على امتزاج تكنولوجيا الكمبيوتر مع تكنولوجيا الاتصال مما أدى إلى خلق إعلام جديد يعتمد على النشر الإلكتروني أفرو عدة تطبيقات أهمها مواقع التواصل الاجتماعي التي اعتبرت ركيزة جديدة للتواصل وبث المعلومات وتبادلها على نطاق واسع في فضاء إلكتروني قرب المسافات وألغى الحدود ومن أهم المواقع شهرة موقع الفيسبوك الذي بلغ غايات بعيدة في عمق الأثر وتغيير الاتجاهات لدى جمهوره من خلال خاصية التفاعلية المتبادلة.

ومن هذا المنطلق سنحاول في الفصل التعرف على نشأة مواقع التواصل الاجتماعي وخصائصها وأهدافها وأهميتها مع ذكر بعض نماذجها إيجابياتها وسلبياتها.

## أولاً: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي:

بدأت مجموعة من المواقع الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات مثل كلاس ميتس عام 1995م للربط بين زملاء الدراسة موقع سكس جريجيس (six glassmalescam) عام 1997م حيث ركز الموقع الأخير على الروابط المباشرة بين الأشخاص وكانت تقوم بفكرة بسيطة، يطلق عليها الدرجات الست لانفصال أي الافتراض أن أي شخص في العالم لا تفصله عن الآخر أكثر من ست درجات ويمكن التوصل لأي شخص في الدنيا عن طريق هؤلاء الأشخاص الستة في السنوات الأخيرة اللاحقة ظهرت بعض المحاولات الأخرى لكن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما تعرف اليوم مع بداية عام 2002م حيث ظهر موقع (فرندر frindsler) الذي حقق نجاحا دفع (جوجل) إلى محاولة شراءه سنة 2003م والنصف الثاني نفس العام ظهر في فرنسا موقع (سكاي روك Skeyrock) ومع بداية عام 2005م ظهر موقع (ماي سبي) الأمريكي الشهير الذي تفوق على جوجل.

ويعتبر هذا الموقع من أوائل المواقع الاجتماعية ومعه منافسه الشهير (فيس بوك) وتطور هذا الخير سنة 2007م واستطاع سنة 2008م التفوق على منافسه اللدود (ماي سبيس) عام 2008م<sup>(1)</sup>.

هذا الموقع الذي أسهم وسهل للمستخدمين تبادل الأخبار والمعلومات فيما بينهم وإتاحة الفرصة للأصدقاء للوصول إلى ملفاتهم الخاصة وأصبح الموقع الأخير الذي لا يؤثر فقط في نطاق المجتمع الافتراضي بل أثر على واقع حياة المتعاملين الاجتماعية والثقافية والسياسية وأيضا الاقتصادية وبعد ذلك توالى مواقع التواصل الاجتماعي وتشعبت أدواتها<sup>(2)</sup>.

## ثانياً: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

لمواقع التواصل الاجتماعي مجموعة من الخصائص تتمثل فيما يلي:

- المشاركة: فهي تتيح للمستخدمين مشاركة النصوص والصور ومقاطع الصوت والفيديو فيما بينهم.

(1) ليلي أحمد جرار، الفايبيوك والشباب العربي، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ط1، 2012م، ص39.

(2) عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي، دار العنقاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2015م، ص19.

- **التفاعلية:** فالفرد فيها أنه مستقبل وقارئ فهو مرسل وكاتب ومشارك فهي تلغي السلبية المقيمة في الإعلام القديم التلفاز والصحف الورقية وتعطي حيزا للمشاركة الفاعلة من المشاهد القارئ<sup>(1)</sup>.
- **التلقائية:** يقسم التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي بأنه تلقائي غير رسمي أو متوقع فليس هناك تخطيط أو تنسيق للتواصل بين الأعضاء وكذلك عدم وجود لوائح وقيود تنظيمية تحكم ذلك التواصل فهم يتسم بالتلقائية بين طرفي الاتصال<sup>(2)</sup>.
- **الإتاحة:** هي عبارة عن خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة وتبادل المعلومات والتعليقات ونادرا ما توجد حواجز أمام الوصول إلى المحتوى والاستفادة منه<sup>(3)</sup>.
- **العالمية:** شاملة حيث تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية تلغي من خلالها الحدود الدولية، حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في المغرب من خلال الشبكة بكل سهولة.
- **المحادثة:** حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الاجتماعية عن التقليدية خلال إتاحتها للمحادثة في اتجاهين أي المشاركة والتفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروضة.
- **المجتمع:** وسائل الإعلام الاجتماعية تسمح للمجتمعات المحلية بتشكيل موافقتها الخاصة بسرعة والتواصل بشكل فعال ومن تم ترتبط تلك المجتمعات في العالم أجمع حول مصالح أو اهتمامات مشتركة مثل حب التصوير الفوتوغرافي أو قضية سياسية أو للتعلم أو برنامج تليفزيوني مفضل ويصبح العالم بالفعل قرية صغيرة تحتوي مجتمعا إلكترونيا متقاربا<sup>(4)</sup>.
- **سهولة الاستعمال:** فوسائل التواصل الاجتماعي تستخدم بالإضافة للحروف وبساطة اللغة تستخدم الرموز والصور التي تسهل للمستخدم التفاعل.

(1) عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2015م، ص 67.

(2) حسين محمود صقيمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2015م، ص 85.

(3) حسين محمود صقيمي، مرجع سابق، ص 84.

(4) خالد يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها النفسية والاجتماعية، الاقتصادية،

الدينية والسياسية على الوطن العربي والعالم، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، 2013م، ص 27.

- **التوفير والاقتصادية:** اقتصادية في الجهد والوقت والمال، فهي مجانية الاشتراك والتسجيل<sup>(1)</sup>، كما تشترك مواقع التواصل الاجتماعي في خصائص أساسية بينما تتمايز لبعضها عن الأخرى بمميزات تفرضها طبيعة الشبكة ومستخدميها ومن أهم الخصائص هي:

**1. الملفات الشخصية:** والتي من خلالها يمكن للمستخدم التعرف على اسم الشخص ومعرفة المعلومات الأساسية عنه مثل: النوع، البلد، تاريخ الميلاد، الصورة الشخصية وغيرها من المعلومات التي يصفها المستخدم عن نفسه<sup>(2)</sup>.

**2. الأصدقاء والعلاقات:** هي بمثابة الأشخاص الذي يتعرف عليهم الشخص لغرض معين، حيث تنطلق المواقع الاجتماعية الخاصة بالمحترفين مسمى اتصال أو علاقة على الشخص المضاف للقائمة.

**3. إرسال الرسائل:** تتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسائل مباشرة للشخص سواء كان في قائمة الأصدقاء أم لم يكن<sup>(3)</sup>.

**4. ألبومات الصور:** تتيح هذه الخاصية للمستخدم إنشاء عدد لانتهائي من الألبومات ورفع مئات الصور وإتاحة المشاركة لهذه الصور الاطلاع عليها وتحويلها أيضا.

**5. المجموعات:** تتيح مواقع التواصل فرص تكوين مجموعات بهدف معين أو لأهداف محددة وتوفر هذه المواقع مساحة من الحرية للمؤسسين المتسببين لهذه المجموعات تكون أشبه بمنشآت الحوار المصغر<sup>(4)</sup>.

### ثالثا: أهداف مواقع التواصل الاجتماعي:

تسعى مواقع التواصل الاجتماعي إلى تحقيق أهداف شتى ومتنوعة بغية توصيل وتمكين الأفراد من التواصل مع بعضهم البعض ومن أهم هذه الأهداف ما يلي:

- إلغاء الحواجز بين الأفراد وهدم الفوارق العرقية والدينية التي جعلت الجميع في بوتقة واحدة تدعي الإنسانية برغم كسر هذه المواقع لهذه النقطة والمساس ببعض القيم المجتمعية.

(1) سلطان مسفر مبارك الصاعدي الحربي، دور شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة العمل الإنساني، ورقة مقدمة إلى: ملتقى العمل الإنساني بالمملكة العربية السعودية، 2014م، ص 09.

(2) وسام طایل البشاشة، دوافع استخدام الطلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي وأسبابها رسالة ماجستير، قسم الصحافة والإعلام، جامعة البتراء، الأردن، 2013م، ص 24-25.

(3) بسمة حسين عيد يونس، إيمان شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالاضطرابات النفسية لدى طلبة الجامعة في المحافظة غزة، رسالة ماجستير، قسم علم النفس، جامعة الأزهر، غزة 2013م، ص 17.

(4) سعادة حسبية، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تحرير الأخبار لدى الصحفيين الجزائريين، مذكرة ماستر، قسم الإعلام، جامعة الجزائر 3، 2018م، ص 59.



- سرعة التواصل بين البشر وإلغاء الفوارق الزمنية في نقل الخبر.
- الاستخدام المهني عن طريق توافر الشركات في هذه المواقع الشبكية واستخدامها في البحث عن الوظائف مما يعزز التواصل مع الكثير من الراغبين في العمل والاختيار الأفضل بينهم من قبل الشركات.
- إقامة الندوات الافتراضية تحت رعاية منظمات معروفة لزيارة عدد الأشخاص المستفيدين من هذه الندوات<sup>(1)</sup>.

#### رابعاً: أهمية مواقع التواصل الاجتماعي:

يمكن استخلاص أهمية مواقع التواصل الاجتماعي من خلال الخدمات التي تقدمها لمستخدميها حيث تعتبر نافذة ممتلئة على العالم وأكثر انفتاحاً على الآخر وأصبحت منبر الرأي والرأي الآخر وساهمت في التقليل من صراع الحضارات وزادت من تقارب العائلة الواحدة وقدمت فرص لإعادة روابط الصداقة القديمة<sup>(2)</sup>.

حيث تسمح للمستخدمين بالتفاعل مع الأصدقاء عبر المدونات والألعاب وتبادل الصور<sup>(3)</sup>. تعمل مواقع التواصل الاجتماعي أيضاً دوراً هاماً في نشر الوعي والسهولة والسرعة في تداول المعلومات فبعض المدونات والمنتديات توفر معلومات عن القضايا والموضوعات والأحداث السياسية التي تجري في العالم، بل تتيح الفرصة لتلقي أسئلة والإجابة عليها وتعمل على زيادة المعرفة والثقافة من خلال التواصل مع ثقافات جديدة وأخرى غير معروفة<sup>(4)</sup>.

(1) علي عبد الفتاح، الإعلام الاجتماعي، دط، دار البيازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2014م، ص 121-122.

(2) سلطان جدعان نايف الخريشة، أخلاقيات شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مدرسي الإعلام والقانون في الجامعات الأردنية، رسالة ماجستير، قسم إعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2016م، ص 30.

(3) زهير عابد، دور شبكات التواصل في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي، مجلة جامعة النجاح للأبحاث، العلوم الإنسانية، مج 26، 2012م.

(4) أحمد كاظم حنتوش، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في قطاع التعليم الجامعي، مجلة مركز بابل للدراسات الإنسانية، ع 04 مج 07، 2017م، ص 201.

تعمل مواقع التواصل الاجتماعي على تهيئة خدمة وضع المحاضرات الجامعية من خلال تحديد أحد المواقع التعليمية في الشبكة التي تضح الطلاب الفرصة للاستفادة من تلك الخدمات لمراجعة المادة الدراسية والإيجابية عن التفسيرات التي طرحها الأستاذ المقرر<sup>(1)</sup>.

وبهذا تقوم مواقع التواصل الاجتماعي بدور فاعل في جهود الإغاثة الدولية لضحايا الزلازل وذلك من خلال نشر رسائل الإغاثة والدعوة والتبرع حيث استخدم نجوم السينما والفن الذين يسجلون حضوراً في تلك المواقع بصفتهم التي يتبعها الملايين<sup>(2)</sup>.

كما تلعب مواقع التواصل الاجتماعي دوراً هاماً في إبراز الفردية وانعدام الوصاية في الاختيار والتعبير والنشر، حيث يستطيع أي شخص أن يستخدم وسائل التواصل الاجتماعي دون أي وصاية في طرح آرائه وأفكاره، ويتلقى التعليقات عليها ويناقش أصحابه فيها<sup>(3)</sup>.

#### خامساً: بعض نماذج مواقع التواصل الاجتماعي:

**1. الفاييسبوك:** هو موقع إلكتروني للتواصل الاجتماعي، أي أنه يتيح عبه للأشخاص العاديين والاعتباريين (كالشركات) أن يبرز نفسه وأن يعزز مكانته عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل مع مواقع تواصل أخرى وإنشاء روابط تواصل مع الآخرين.

- **النشأة والتطور:** انطلق موقع الفيسبوك في 28 أكتوبر عام 2003م عندما قام "مارك زوكربيرج" وهو طالب في السنة الثانية بجامعة "هارد فارد" الأمريكية بابتكار (فايس ماش) مع زميله في غرفة السكن "موسكو فثير" و"هيوز" حيث تم استخدام صور الطلبة المدينة الجامعية عن طريق وضع صورتين بجانب بعضهما البعض ودعوة الطلاب المستخدمين إلى اختيار الشخص الأكثر جاذبية<sup>(4)</sup>، ولقد لجأ "زوكربيرج" إلى اختراق مناطق محمية من شبكة الحاسوب الخاصة بجامعة "هارفارد" وقام بنسخ صور خاصة بالطلبة في السكن الجامعي، كي يتمكن من الحصول على تلك الصور التي وضعها بالموقع، ثم قام بتوجيه

(1) أسامة غازي المدني، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية، مجلة الأدب والعلوم الإنسانية، 2010م، ص 400.

(2) أسامة غازي المدني، مرجع سابق، ص 400.

(3) جمال سند السويدي، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية من القبيلة إلى الفيسبوك، ط 4، د ن، د م 2014م، ص 24.

(4) ليلى أحمد جرار، الفيسبوك والشباب العربي، مكتبة الفلاح، عمان، 2012م، ص 51.

الموقع إلى العديد من وحدات الخدمة الخاصة بالحرم الجامعي، لكن نتيجة ذلك الاختراق الذي قام به "زوكربيرج" بخرق قانون الحماية وانتهاك حقوق التأليف والنشر وكذلك انتهاك خصوصية الأفراد وكانت هذه التهم كافية لطرده من الجامعة ولكن تم إسقاط جميع التهم الموجهة إليه في نهاية الأمر، وفي 04 نوفمبر من عام 2004م قام "زوكربيرج" بتأسيس موقع "الفيسبوك" على نطاق جامعة "هاردفارد" تحت مسمى The facebook.com وكانت عضوية الموقع قاصدة في بداية الأمر قام أكثر من نصف الطلبة الذي لم يتخرجوا من الجامعة بالتسجيل في هذه الخدمة وبعد فترة وجيزة انظم كل من "إدوارد سافرين" (المدير التنفيذي للشركة) و"داستين موسكوفينز" (مبرمج) و"أندرماكلام" (رسام جرافيك)، وفي شهر مارس من عام 2004م فتح (الفيسبوك) أبوابه أمام جامعات "ستالفادور" و"كلومبيا"، بعد ذلك اتسع الموقع أكثر وفتح أبوابه أمام جميع كليات مدينة "بوسطن" وجامعة "إيفي ليج" وشيئا فشيئا أصبح متاحا للعديد من الجامعات في كندا والولايات المتحدة الأمريكية.

هذا النجاح السريع جعل "زوكربيرج" يرفض عرض تلقاه لشراء موقعه بمبلغ مليار دولار وقد علل "زوكربيرج" رفضه للعرض إلى أن قيمة موقعه أعلى بكثير من المبلغ المعروض<sup>(1)</sup>.

أهم مميزات الفيسبوك: ومن بين هذه المميزات ما يلي:<sup>(2)</sup>

- **الملف الشخصي (profile):** فعندما تشترك بالموقع أن تنشأ ملفا شخصيا على معلوماتك الشخصية صورك، أمور مفصلة لك وكلها معلومات مفيدة من أجل التواصل مع الآخرين كذلك يوفر معلومات للشركات التي تريد أن تعلن لك سلعا بالتحديد.

- **إضافة صديق (Add friend):** وبها يستطيع المستخدم إضافة أي صديق وأن يبحث عن أي فرد موجود على شبكة الفيس بوك بواسطة بريده الإلكتروني.

- **إنشاء مجموعة (Groups):** تستطيع من خلال خاصية إنشاء مجموعة إلكترونية على الانترنت أن تنشأ مجتمعا إلكترونيا حصريا بالعائلة أو الأصدقاء أو عامة يشترك بها من هو مهتم بموضوعها.

- **النكزة (Pokes):** منها يتاح للمستخدمين إرسال نكزة افتراضية لإثارة انتباه بعضهم البعض وهي عبارة عن إشعار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.

(1) ليلي أحمد جرار، المرجع السابق، ص53.

(2) المرجع نفسه، ص41.

- الصور (Photos): هي التي يمكن للمستخدمين من تحميل الألبومات والصور من الأجهزة الشخصية إلى الموقع وعرضها.
- التعليقات (Facebook nals): هي سمة متعلقة بالتدوين تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها وتمكن المستخدمين من جلب المدونات من المواقع الأخرى التي تقدم خدمات التدوين.
- إنشاء صفحات خاصة على الموقع "Facebook": يتيح لك أن تروج لفكرتك أو جريدتك وبتيح الموقع أدوات لإدارة وتصميم الصفحة ولكنها ليست أدوات متخصصة كما في المدونات، وكذلك تتيح أدوات لترويج الصفحة مع Face book adds والتي تدفع مقابل كل مستخدم يرى هذا الإعلان الموصل على صفحتك في الفيس بوك.

## 2. اليوتوب "youtube":

- تعريفه: اختلف الآراء حول موقع "يوتوب" وما إذا كان هذا الموقع شبكة اجتماعية أولاً، حيث تمثل بعض الآراء إلى اعتباره موقع مشاركة الفيديو "Video Shring site" غير أن تصنيفه كنوع من مواقع التواصل الاجتماعي نظراً لإشراكه معها في عدة من الخصائص جعلنا نتحدث عنه كأهم هذه المواقع نظراً لأهميته الكبيرة التي يقوم بها في مجال نشر الفيديوهات واستقبال التعليقات ونشرها بشكل واسع<sup>(1)</sup>.

بمعنى أن اليوتوب موقع إلكتروني يسمح ويدعم نشاط تحميل وتنزيل ومشاركة الأفلام بشكل عام ومجاني وهو يسمح بالتدريج في تحميل وعروض الأفلام القصيرة من أفلام عامة يستطيع الجميع مشاهدتها إلى أفلام خاصة يسمح فقط لمجموعة معينة بمشاهدتها.

- **النشأة والتطور:** تأسس هذا الموقع سنة 2005م بواسطة ثلاث موظفين سابقين في شركة "باي بال" وهم "تشاد هيرلي" و"ستيف تشين" و"جاود كريم" في مدين كاليفورنيا ويستخدم الموقع تقنية الادوبي فلاش لعرض المقطع المتحرك، حيث أن محتوى الموقع يتنوع بين مقاطع الأفلام والتلفزيون ومقطع الموسيقى والفيديو المنتج من قبل الهواء وغيرها.

(1) حلمي خضر ساري، تأثير الاتصال عبر الانترنت في العلاقات الاجتماعية (دراسة ميدانية في المجتمع القطري) مجلة الجامعة دمشق، المجلة 24، العدد الأول والثاني، 2008م، ص302.

وبعد الفيديو المدفوع من قبل "حياة كريم" بعنوان أن في حديقة الحيوان metothe zoo أول فيديو يتم رفعه على موقع اليوتوب، وكان بتاريخ 23 أبريل 2005م وبلغ مدته 0.19 ثانية ومنذ ذلك الوقت رفع المليارات من الأفلام القصيرة وشاهده الملايين من أبناء المعمورة وبكل اللغات ليصبح الموقع رئيسي للفنانين والسياسين والهواة على حد سواء لبيت مقاطع الأفلام الخاصة بترويج أفلامهم وأغانهم ومنتجاتهم للعامة ومجانا بل تطور اليوتوب لتستخدم الجامعات والخدمات لبث البرامج النوعية أن الحصص الإلكترونية عبره<sup>(1)</sup>.

### مميزات اليوتوب:

يعتبر موقع اليوتوب من أبرز المواقع ابتكارا وذلك بسبب مميزات المتعددة وأهميتها:<sup>(2)</sup>

- **عام ومجاني:** من خلال هذا الموقع يستطيع تحميل وتنزيل ما تشاء من الأفلام سواء كانت تعليمية أم ترويجية، وكل ذلك مجانا مقابل التسجيل في المواقع فقط، وعلى أن تلتزم بشروط التحميل بأن لا تحمل أفلام لها حقوق النشر الخاصة.

- **داعم لتحميل الأفلام:** فالموقع يوفر مجانا خدمات مساحة غير محدودة تستطيع من خلال تحميل الأفلام من جميع الأنواع (MP3) (MP4-AVI-WMV) وتحويلها إلى أفلام من نوع فلاش صغيرة الحجم مما يترك درجة حرية كبيرة لتحميل العديد من الأحداث المباشرة والمحلية سواء عبر الكاميرات الرقمية أو الهاتف المحمول.

- **سهل الاستعمال من قبل العامة:** فالموقع سهل الاستعمال بالنسبة لتحميل وتنزيل الأفلام مقارنة لغيره من المواقع ويوفر أداة داعمة لذلك.

- **سهل المشاهدة:** فبمجرد ضغطك على وصلة الفلم فإنك تستطيع مشاهدة بث حيا ومباشر من الموقع بل تستطيع أن تحتفظ به إن أردت من خلال برنامج موسيقى مثل: RELPLAYR.

- **الرقابة:** فالموقع يسمح بتحديد من يشاهد الفيلم فأنت تستطيع أن تجعل مشاهدته حصريا على خاصة من المشاركين أو العامة وكل ذلك يظهر بحركات البحث غوغل.

(1) المرجع نفسه، ص307.

(2) حلمي خضر ساري، المرجع السابق، ص311.

- ميزة البث المباشر (Live Stream): لا تحتاج بواسطة هذه الميزات أن تنزل الفيلم حتى تشاهد بل لمجرد الضغط على وصلة الفيلم من مشاهدته.

**3. التويتر:** يرى أحد الباحثين أنه إحدى شبكات التواصل الاجتماعي التي انتشرت في السنوات الأخيرة ولعبت دورا كبيرا في الأحداث السياسية في العديد من البلدان وخاصة الشرق الأوسط وأخذ التويتر اسمه من مصطلح "تويت" الذي يعني التغريد واتخذ من العصفور رمزا له وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى 140 حرفا للرسالة الواحدة ويجوز للمرء أن يسميها نصا مكتفا لتفاصيل كثيرة، ويمكن لمن لديه حساب في موقع تويت أن يتبادل مع أصدقائه تلك التغريدات أو التويترات من خلال ظهورها على صفحاتهم الشخصية أو في حالة دخولهم على صفحة المستخدم صاحب الرسالة، وتتيح شبكة تويت خدمة التدوين المصغرة وإمكانية الردود والتحديثات عبر البريد الإلكتروني، كذلك أهم الأحداث من خلال خدمة "RSS" عبر الرسائل النصية SMS<sup>(1)</sup>.

- **النشأة والتطور:** ظهر هذا الموقع في 2006م كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة "Obvius" الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو بعد ذلك أطلقتها الشركة رسميا للمستخدمين بشكل عام في أكتوبر 2006م وبعد ذلك بدأ الموقع في الانتشار كخدمة جديدة على الساحة في 2007م من حيث تقديم التدوينات المصغرة وفي تكوين شركة جديدة باسم "Twitter" ومع ازدياد أعداد من يستخدمه التدوين أحداثهم اليومية فقد قرر محرك جوجل أن يظهر ضمن نتائجه للتصريحات الشخصية سواء كانت صادرة عن سياسيين أو ممثلين أو صحافيين أو وجهاء المجتمع الغربي والعربي على حد سواء<sup>(2)</sup>.

ويتوقع مستقبلا مصدرا معتمدا للتصريحات الحكومية والإخبارية وقناة التواصل مع الشعب كما يحدث اليوم في الأحداث العربية عقب الربيع العربي وتأثير التويتر القوي فيه.

- **مميزات التويتر:** للتويتر مميزات عديدة منها<sup>(3)</sup>:

(1) محمد المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقي، دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية "العربية نموذجا"، رسالة ماجستير الأكاديمية العربية المفتوحة في الدانمارك، 2012م، ص 20.

(2) سليمة راجي، الحملات الانتخابية وشبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر بين وسائط الاتصال الجديدة وأنماط التبليغ التقليدية ملتقى دولي حول شبكات التواصل الاجتماعي بسكرة 10/09/سبتمبر 2012م، ص 201.

(3) سليمة راجي، المرجع نفسه، ص 11.

- سهل وسريع: فبمجرد إدخاله لبريدك الإلكتروني تصبح مشتركا من الموقع وتستطيع أن تبدأ بتدوين وإرسال الرسائل القصيرة، كما يتيح لك الموقع إرفاق صورة شخصية لك أو شعار من كل تدوينة قصيرة.
- محمول ومتحرك: فموقع التويتر يعتبر من مواقع التواصل الاجتماعي المحمولة، أي أن الموقع التي تدعم وتتيح أدوات التدوين لإرسال الرسائل والصور القصيرة عبر الهواتف المحمولة ومن أي مكان في العالم.
- مجاني: فإرسال التدوينات القصيرة عبر التويتر هو مجاني بعكس الرسائل القصيرة عبر المحمول وخاصة مكنت الملايين من تدوين وإرسال الرسائل الفورية عن كل مجرياتهم وهذا ما ساهم في نشر التويتر حقا.
- أداة فعالة للتواصل مع العالم: فكون التدوين الخاص بالتويتر يمكن إرساله من الحاسوب المحمول أو الهاتف المحمول بسهولة ويسر مما يتيح التواصل مع مجموعة كبيرة من المعارف والأصدقاء أو المتابعين لك على الموقع في لحظات.
- مناسب لتواصل الشخصي: فالتويتر يتيح لك أن تدون ما تفعله الآن فهي تعطي طابعا شخصيا للرسالة القصيرة التي تريد إخبارها للمهتمين بك فالهدف هو التواصل على صعيد شخصي باستخدام هذا الموقع.
- أداة فعالة لتعريف الناس بك وباهتماماتك: فالتدوين القصير والقوي عبر التويتر يسمح لك بنشر ما تفعله أو إرسال الرسائل السريعة الفورية عن موضوع تهتم به إلى جميع المتابعين لك كما يساهم بنشر أفكارك أو بمشاركة الغير لاهتماماتك كذلك فإن اليوم مع محركات البحث كغوغل فإن تدويناتك القصيرة على تويتر ستظهر على محرك البحث ضمن النتائج فور إرسالها مما يضاعف من إمكانيات نشر أفكارك أو رسائلك لأكثر عدد ممكن من المهتمين.
- أداة تسويق فعالة: صار التويتر اليوم يستخدم من قبل الشركات المعلنين للترويج عن منتجاتهم وعرضهم الجديدة فبرسالة قصيرة ومجانية تستطيع أن تعلن عن منتجك للعالم أجمع مجانا كما يسمح لك بنشر شعارك الشخصي مع كل رسالة.

**4. الواتساب Whats App:** تأسست Whats App سنة 2009م من قبل الأمريكي "بريل أكنون" والأكراني "جان كوم" وكلاهما من المظفين السابقين في موقع "ياهو" ويقع مقرها في "سانتاكلارا" بكاليفورنيا ويتنافس Whats App مع عدد من الخدمات الرسائل الأصرية مثل: Kako Talk و line wechat وتم إرسال عشر مليارات رسالة يومية على الواتساب في 2012م كما زادت بمليارين في أبريل 2012م وأعلنت الواتساب على تويتر يوم 13 جوان 2013م أن سجلاتهم اليومية والجديدة وصلت إلى 27 مليار رسالة وقامت شركة الفيسبوك بشراء الواتساب في 19 فيفري 2014م بمبلغ 19 مليار دولار أمريكي والواتساب مناخ لكل من أي فون وبلاك بيري وأندرويد سيمسان وبندون فون فقط، ويتزامن مع جهات الاتصال في الهاتف ولذلك لا يحتاج المستخدم لإضافة السماء في سجل منفصل<sup>(1)</sup>.

**5. الأنستغرام Instagram:**<sup>(2)</sup> هو تطبيق مجاني لتبادل الصور وشبكة اجتماعية أيضا أطلق في أكتوبر عام 2010م وهو موقع مجاني تماما ويمكن لأي شخص فتح حساب عليه، قام بتأسيسها "كيقين سيستروم" و"مايك كريجر"، حيث أتاح للمستخدمين النقاط الصور وإضافة فلتر رقمي إليها ومن تم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك، التويتر... وقد استحوذت فيسبوك على الأنستغرام عام 2002م مقابل مليار دولار عندما هم الاستحواذ على من قبل الفيسبوك كان عدد موظفي إنستغرام 13 موظفا فقط.

ويوجد طريقتين لإنشاء حساب على الأنستغرام هما:

**1-التسجيل عبر البريد الإلكتروني:** وهو وضع حساب في الجمايل @gmail.com ووضع الباسور الخاص بالجمايل وسيتم الدخول على الأنستغرام بسهولة.

**2-التسجيل عبر إيماءك على الفيسبوك:** بالدخول إلى انستغرام تدوس على التسجيل عبر الفيسبوك وبذلك يكون لك حساب على الأنستغرام.

(1) <https://ar.m.wikipedia.org/wiki/05/06/2021/10:04h>.

(2) <https://ab7as.net/05/06/2021/10:16h>.



سادسا: إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي:

- إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي:

- وجد مجتمع الشباب في مواقع التواصل الاجتماعي نافذة ممتلئة على العالم ومساحة التغيير وإبداء الرأي وفي التواصل ومشاركة الأصدقاء تفاصيل حياتهم والاطلاع على أفكار ولغات وثقافات العالم بأسره.

- يسعى الناس دائما إلى إقامة علاقات اجتماعية جديدة والتواصل مع العلاقات القديمة فجاءت مواقع التواصل الاجتماعي كحل سحري من خلال العالم الافتراضي.

- تسهل على المستخدم متابعة أخبار أفراد عائلته خاصة وأنها أرخص من غيرها من وسائل الاتصال المختلفة<sup>(1)</sup>.

- أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة للإعلان عن المنتجات المختلفة.

- تساعد المستخدمين على المشاركة ودعم الحملات والنشاطات الخيرية عبر الانضمام إلى المجموعات الخاصة لهذه الخدمة وغيرها<sup>(2)</sup>.

- مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة للاتصال بالدعاة وطلب علم والأدباء والإعلاميين والمؤثرين في المجتمع مباشرة.

- كسر الهوية الثقافية والحضارية وذلك من خلال ثقافة التواصل المشتركة بين مستعملي تلك المواقع من أبناء العالم المتقدم وأبناء العالم المتخلف مما أدى إلى التقارب الفكري على صعيد الأفراد والجماعات والدول.

- فرصة لإعادة روابط الصداقة القديمة كالبحت عن أصدقاء الدراسة أو العمل ممن اختفت أخبارهم بسبب تباعد المسافات<sup>(3)</sup>.

(1) وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفيسبوك على المجتمع، دط، المكتبة الوطنية للنشر والتوزيع، السودان، الخرطوم، 2012م، ص 23-24.

(2) مشطري مرسي، شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية، نظرة في الوظائف، مجلة المستقبل العربي، لبنان، العدد 359، ص 160-161.

(3) خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، ط1، دار النفاس للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2013م، ص 68.

سابعاً: سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:

- الإدمان: يعد الإدمان من أخطر سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي ومن المشكلات الشائعة لمستخدمي هذه المواقع فبعض الدارسين الأمريكيين لا يستطيعون ينتزعوا من أمام أجهزة الكمبيوتر مضي 12 ساعة<sup>(1)</sup>.

وإدمان مواقع التواصل الاجتماعي يؤدي إلى تلف الخلايا الدماغية حيث يؤدي إلى إتلاف البصر وإلى تلف جزئي للخلايا الدماغية ويربط الإدمان على الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي بتغيرات متشابهة لتلك التي تحدث عند المدمنين على الخمر والمخدرات على المستوى الخلايا الدماغية<sup>(2)</sup>.

- عوائق اللغة والثقافة: توجد صعوبة جمة في فهم اللغات الخاصة الصينية واليابانية والاختلاف الكبير في الثقافات<sup>(3)</sup>.

- إمكانية تعرض هذه المواقع لحالات القرصنة: أو الفشل في الأنظمة والحماية وهذا يعني إمكانية وصول بعض الأشخاص لمعلوماتك الكاملة.

- فساد العلاقات الاجتماعية الطبيعية: فقد درست دراسة تؤكد تسبب مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك والماي سبيس بنسبة تقوت 20% من حالات الطلاق وغيرها من المشاكل الاجتماعية التي تحدثها بعض المواقع جراء الاستعمال السلبي لها<sup>(4)</sup>.

- حدوث مشاكل زوجية: بعض الأمهات والآباء في هذه الأيام أصبحت لديهم حساب على شبكات التواصل الاجتماعي وبالتالي قد يؤدي إلى محادثات لا ضرورة لها وقد يتطور الأمور لتهدد الحياة الزوجية كالطلاق<sup>(5)</sup>.

(1) شريف درويش البان، تكنولوجيا الاتصال المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية، د ط، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة 2000م، ص40.

(2) دراسة صينية تحت عنوان: "إدمان الانترنت يؤثر على الدماغ"، الجزيرة متوفر على الرابط:

<https://www.aljazeera.net/news/persstaur>.

(3) بشير عباس العلاق، تطبيقات الانترنت في التسويق، ط 1، دار المناهج، عمان، 2003م، ص242.

(4) سلمان بكر بن كران، الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية، وسائل التواصل الاجتماعي، د ط، دار الراجحة للنشر والتوزيع الأردن، 2015م، ص160.

(5) شريف درويش اللبان، مرجع نفسه، ص41.

خلاصة الفصل:

في ختام فصلنا هذا عن مواقع التواصل الاجتماعي نستخلص أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت تشكل حيزا كبيرا في حياة الأفراد والمجتمعات لتشمل جميع نواحي الحياة هذه المواقع وما أتاحه من مميزات عدة جعلتها محط أنظارهم لأنها سرعت من الاستفادة من المعلومات وقللت التكاليف وقربت المسافات وألغت الحدود، حيث مهدت لظهور ثورة معلوماتية غيرت أنماط استهلاك المعلومات وبناءها واسترجاعها وبهذا تكمن أهمية مواقع التواصل الاجتماعي من بينها الفيسبوك تكمن في كونها أتاحت مجالا واسعا أمام الإنسان للتعبير عن أفكاره وآراءه أمام الآخرين

# الفصل الثالث: مدخل إلى الوعي البيئي

## تمهيد

أولاً: مفهوم الوعي البيئي

ثانياً: أنواع الوعي البيئي

ثالثاً: مكونات الوعي البيئي

رابعاً: خصائص الوعي البيئي

خامساً: أبعاد الوعي البيئي

سادساً: المؤسسات التي تساهم في نشر الوعي  
البيئي

سابعاً: مراحل تنمية الوعي البيئي

ثامناً: علاقة الإنسان بالبيئة ومراحل تطورها

خلاصة الفصل

## تمهيد

يلعب الوعي البيئي دورا كبيرا في تكريس سلوك معين للإنسان اتجاه البيئة والمحافظة عليها وهذا الوعي ينمو دوره من خلال التربية البيئية التي تعرف بأنها منهج تربوي يهدف إلى تكوين الوعي البيئي من خلال تزويد الفرد بالمعارف والمهارات والقيم والاتجاهات التي تنظم سلوكه وتمكنه من التفاعل مع بيئته الاجتماعية والطبيعية مما يسهم في حمايتها وحل مشكلاتها واستثمارها استثمارا مرتدا.

### أولاً: مفهوم الوعي البيئي

**تعريف الوعي البيئي:** تعددت التعريفات التي تناولت مفهوم الوعي البيئي نظراً لصلته الوثيقة بمفهوم البيئة.

فيعرف الوعي البيئي أنه: إدراك الفرد لدوره في مواجهة البيئة ويعرف الوعي البيئي أيضاً بأنه الإدراك القائم على الإحساس بالعلاقات والمشكلات البيئية من حيث أسبابها وآثارها ووسائل حلها<sup>(1)</sup> ويعرف أيضاً بأنه عبارة عن إدراك الفرد لمتطلبات البيئة عن طريق إحساسه ومعرفته بمكوناتها وما بينهما من العلاقات، وكذلك القضايا البيئية وكيفية التعامل معها والوعي البيئي لا يمكن أن يتحقق فقط من خلال التعليم، إنما يتطلب خبر حياتية طبيعية وهناك فرق أساسي بين التربية والوعي فربما يتعلم الفرد بمعلومات كثيرة عن نبات من النباتات النادرة ويعرف الكثير عن صفاته لكنه في نفس الوقت يقتلعه ولا يهتم به<sup>(2)</sup>.

هو حالة عقلية مستندة إلى المعرفة بالقضايا البيئية ينتج عنه سلوك واع إيجابي<sup>(3)</sup>.

وفي نفس السياق يعرف الوعي البيئي بأنه "يشير إلى درجة الإدراك على المستويين الفردي والمجتمعي لأهمية المحافظة على البيئة وحمايتها والتعامل معها دون الجور عليها لتطويعها من أجل تحقيق غايات فردية سريعة للإنسان في المدى القصير تلحق بالبيئة أضراراً على المدى الطويل<sup>(4)</sup>، وبالتالي فإن الوعي البيئي هو الإحساس بالمسؤولية وإدراك كيفية التعامل مع البيئة وصيانتها من الأخطار التي تهددها.

### ثانياً: أنواع الوعي البيئي

يعتبر الوعي البيئي من أهم عناصر الثقافة السائدة في المجتمع وبالتالي هو إدراك الفرد لذاته وللوعي البيئي أنواع عدة تتمثل فيما يلي<sup>(5)</sup>:

(1) عصام توفيق قمر، الأنشطة المدرسية والوعي البيئي، الأطر النظرية الأدوار الوظيفية، التجارب الدولية، دار السحاب للنشر والتوزيع، 2004م، ص25.

(2) ليلي عبد المجيد، توظيف الصحافة لتكوين الاتجاهات والميول ونشر الوعي البيئي والوسائل والآليات المستخدمة للتغطية الصحفي، الدورة التدريبية للإعلاميين البيئيين: برنامج الأمم المتحدة للبيئة والهيئة الاتحادية للبيئة أبو ظبي، نوفمبر 1969م، ص22.  
3-Simmons Bara Other, Environmental, Education Materials, Guide lines for Excellence Work book, Bridging theory and practice, North American Association for, Via, Internet. (ERIC)2003, p37.

(4) السيد عبد الفتاح عفيفي، بحوث في علم الاجتماع المعاصر، دار الفكر العربي، القاهرة، 1996م، ص222.

(5) حسن إيمان محمد، دور البرامج البيئية بالتلفزيون المحلي في تنمية الوعي البيئي لدى المراهقين، رسالة ماجستير، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين الشمس، القاهرة، 2004م، ص176.

- الوعي الكامل (الوقائي): وهو الذي يمنع حدوث مشكلة.
- الوعي العلاجي: وهو الذي يواجه به الفرد المشكلات الفعلية الناجمة عن سوء الاستخدام وتتمثل الأضلع الثلاثة للوعي البيئي في:
  1. الحكومة وأجهزتها.
  2. المجتمع بكامل هيئاته ومؤسساته.
  3. الأفراد الذين يشكلون حماية البيئة في حالة توافر المعرفة ولإدراك والفهم الصحيح اتجاه البيئة أي أن الوعي البيئي العلاجي والوقائي كلا منهما يكمل الآخر.
- ويرى بعض المؤلفين أخرى للوعي البيئي كالتالي:<sup>(1)</sup>
- الوعي الغريزي: هو الذي يتكون لدى الفرد نتيجة لممارسات وخبرات عديدة يكتبها الفرد من خلال حياته اليومية ويكون مدفوعا فيها بدوافع.
- الوعي العقلي: هو القائم على أعمال العقل والفهم والإقناع، حيث يتم الوصول إلى هذا الوعي عن طريق جهد مخطط ومقصود لكي يصل الفرد إلى مستوى الاهتمام والتبني والتحمس والدفاع عن فكرة ما ويختلف من شخص إلى آخر حسب عدة عوامل كالسن ومستوى الذكاء والخبرات السابقة نحو الإنسان ومحيطه إلى أن يصبح المواطن العادي ملما بالعلاقات الأساسية بين مكونات البيئة ومدى تأثير كل منها على الأخرى ومدى تأثير الإنسان عليها<sup>(2)</sup>.

### ثالثا: مكونات الوعي البيئي:

للوعي البيئي مكونات ثلاثة أساسية وهي:

- التعليم البيئي: هو العملية التي تهدف إلى تطوير القدرات والمهارات والوعي البيئي لدى الأفراد المهتمين بالبيئة وقضاياها والذي من خلاله يحصلون على المعرفة العلمية والبيئية و التوجيهات الصحيحة واكتساب المهارات اللازمة للعمل بشكل فردي أو جماعي في حل المشكلات البيئية القائمة، والعمل أيضا قدر الإمكان للحيلولة دون حدوث مشكلات بيئية جديدة<sup>(3)</sup>.

(1) حسينة علوان، البيئة ودورها في تنمية المجتمع المحلي، مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص تنظيم وتنمية، كلية الإنسانية والاجتماعي، جامعة تبسة، 2013م، ص38.

(2) فتيحة محمد حسن، مشكلات البيئة، مكتبة المجتمع العربي، الأردن، 2005م، ص12.

(3) نادية محمد صفار، مستوى الوعي البيئي لدى طلبة جامعة مؤتة في ضوء بعض المتغيرات، رسالة ماجستير، قسم الإرشاد والتربية الخاصة في علم النفس التربوي، الأردن، 2007م، ص24.

- **الثقافة البيئية:** تبدو على أنها فهم أساسيات التفاعل بين الإنسان والبيئة بمكوناتها الحية وغير الحية حيث يتضمن هذا التفاعل الأخذ والعطاء بين الإنسان والحيوان<sup>(1)</sup>.
- كما أنها: الموجه لسلوك الأفراد والمجتمع في مواجهة مختلف القضايا البيئية وهي التي تحدد السلوك البيئي المرغوب فيه من وجهة نظر الأفراد والمجتمع<sup>(2)</sup>.
- **الإعلام البيئي:** هو أحد أجنحة التوعية البيئية وهو أداة إذ حسن استثمارها كان لها المردود الإيجابي للوعي البيئي ونشر الإدراك السليم للقضايا البيئية ويعمل الإعلام البيئي في تسيير فهم وإدراك المتلقى لقضايا البيئة المعاصرة وبناء قنوات معينة اتجاه البيئة وقضاياها<sup>(3)</sup>.

#### رابعاً: خصائص الوعي البيئي:

للعوعي البيئي خصائص متعددة ومتنوعة من بينها<sup>(4)</sup>:

- الوعي البيئي هدف رئيسي من أهداف التربية البيئية.
- تنمية الوعي البيئي لدى الأفراد يتطلب ثلاثة أنواع مهمة من الضبط وهي: (الضبط المعرفي، الضبط السلوكي، وضبط اتخاذ القرارات والحلول اتجاه البيئة).
- الأساس الأول في تطوير الوعي البيئي هو توافر خلفية معرفية واسعة عن البيئة وأهم مواردها ومشكلاتها، وأفضل السبل لمواجهتها والحد من آثارها.
- فهم وإدراك العلاقة التفاعلية المتبادلة بين الإنسان والبيئة على أنها عامل أساسي في تكوين الوعي البيئي.
- الوعي البيئي لدى الأفراد يحدد سلوكياتهم نحو البيئة.

<sup>(1)</sup>نادية محمد صفار، المرجع السابق، ص24.

<sup>(2)</sup> محمد الجوهري وآخرون، علم اجتماع البيئة، دار الميسرة، الأردن، 2010م، ص18.

<sup>(3)</sup> نايف بن صالح الشلهوب، الإعلام والتوعية البيئية، الملتقى الإعلامي الأول للتنمية المستدامة، القاهرة، 28-30 نوفمبر 2006م ص05.

<sup>(4)</sup> نايل نبيهة السيد، صحة البيئة الطفل، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، القاهرة، 2009م، ص211.



**خامسا: أبعاد الوعي البيئي:**

يشمل الوعي البيئي ثلاث أبعاد أساسية وهي:

**أولاً: المعرفة البيئية**

وهي التي تمثل هدفا أساسيا للتربية البيئية وجانبا مهما من جوانب تعلمها وتشمل المعلومات الأساسية المرتبطة بالبيئة والإسهام في حل مشكلاتها<sup>(1)</sup>.

إن هذا يعني أن المعرفة البيئية وقضاياها تكتسي مكانة هامة في تحديد نوع السلوك اتجاه البيئة وهي دعامة أساسية في الوعي البيئي وتعزيزه لأنه سيكون عن قناعة ويساهم بدور فاعل في حماية البيئة والمحافظة عليها.

**ثانياً: الاتجاه البيئي**

يعرف الاتجاه البيئي بأنه موقف الفرد اتجاه المشكلات والقضايا البيئية والذي يكون ليده خلال احتكاكه وتفاعله مع مكونات وعناصر البيئة ومواردها المختلفة وهذا الموقف يظهر في صورة الموافقة أو الرفض وينعكس ذلك على سلوك الفرد السلبي أو الإيجابي اتجاه بيئته<sup>(2)</sup>.

ويعرف "مصطفى سريف" بأنه عبارة عن استعداد نفسي أو تهيئ عقلي متعلم الإجابة الموجبة أو السالبة نحو أشخاص أو أشياء أو موضوعات أو مواقف أو رموز في البيئة التي تشير هذه الاستجابة وهكذا الكون لدى الفرد خلال التنشئة والتطبيع الاجتماعي اتجاهات نحو الأفراد والجماعات لمؤسسات والمواقف الاجتماعية ولهذا تعتبر الاتجاهات من أهم السلوك الإنساني ومؤشرا هاما من مؤشرات نمو الشخصية<sup>(3)</sup>.

(1) محمد صابر سليم، التربية البيئية ونشر الوعي البيئي من خلال وسائل الإعلام، مجلة النيل، القاهرة، العدد40، يناير 1990م ص15.

(2) أحمد إبراهيم شليبي، وحدة مقترحة للمشكلات البيئية في الريف المصري وأثرها على اكتساب طلاب الصف الرابع الابتدائي للوعي البيئي، المؤتمر الخامس للطفل المصري، مركز دراسات الطفولة، المجلد الأول، جامعة عين شمس، 28-30 أبريل 1992م ص138.

(3) أحمد علي حبيب، علم النفس الاجتماعي، ط5، عالم الكتب، مصر، 2000م

## ثالثاً: السلوك البيئي

يعتبر السلوك ذلك النشاط الذي يصدر من الكائن الحي كنتيجة لعلاقته بظروف بيئة معينة والمتمثل في محاولاته المتكررة للتعديل والتغيير في هذه الظروف حتى يتناسب مع مقتضيات حياته ويرتبط غالباً بالتصدر النظري وعليه فالتصور النظري لحقيقة البيئة هو الذي يقرر التصرف السلوكي إزائها لأنه لو كان الإنسان يعتقد أن عناصر البيئة من أنهار وجبال وحيوانات آلهة مقدسة فإن سلوكه إزائها سيكون مسترضياً لها القاعد عن استثمارها بما يطور حياته أي الحفاظ عليها وفي مقابل ذلك لو كان الإنسان يعتقد في أن البيئة عدو له حائلاً دون ممارسة حياته وتطويرها فإن سلوكه نحوها سوف يكون سلوك المعادي لها المصارع لعناصرها مع ما يتبع ذلك من آثار التدمير الناتجة عن روح العداء وممارسة الصراع<sup>(1)</sup>.

وعليه فالسلوك البيئي هو محصلة للبعدين السابقين المعرفة والاتجاه، بل إنه منبثق من معرفته الواعية وإحساسه العميق بقضايا البيئية ومشكلاتها ومسؤولياته الشخصية نحو علاجه كحوصلة نهائية لمعادلة متغيراتها المعرفة والاتجاه والسلوك ليتكون الوعي البيئي والذي بات يكتسي أهمية بالغة في حماية البيئة والمحافظة عليها.

فما إن تجتمع هذه العناصر الثلاثة لدى الفرد إلا وقد حصلنا على وعي بيئي فردي وبانتشارها لتشمل أغلب أفراد المجتمع نحصل على وعي بيئي جماعي وهو أساس حماية البيئة.

كما ورد في بعض الدراسات والبحوث البيئية مجموعة من الأبعاد التي يمكن من خلالها قياس وعي الأفراد اتجاه بيئتهم: <sup>(2)</sup>

1. الأسباب والمشكلات المرتبطة بالمشكلات البيئية والمحلية والعالمية.
2. الأضرار والمخاطر المرتبطة بكل مشكلة من المشكلات البيئية.
3. القيم والاتجاهات والسلوكيات الإيجابية اللازمة لحماية البيئة والمحافظة عليها.
4. اقتراح قرارات وحلول البعض للمشكلات البيئية ووجود رغبة في المشاركة والمساهمة الفعالة في حل هذه المشكلات لحماية البيئة والمحافظة على مواردها.

(1) عمر عبد المجيد النجار، قضايا البيئة من منظور إسلامي، مركز البحوث والدراسات الإسلامي، الدوحة، قطر، 1999م، ص 79.

(2) نايل نبيهة السيد، المرجع السابق، 2009م، ص 212.

## سادسا: المؤسسات التي تساهم في نشر الوعي البيئي

إن مسؤولية حماية البيئة هي مسؤولية يتشارك فيها الأفراد والجماعات والمؤسسات على المستوى الرسمي وغير الرسمي وحتى يفهم الإنسان حقائق عن بيئته ويعيها فإنه يحتاج إلى من يقوم بتوعيته ليصبح هذا الوعي سلوكا يتبعه ومنهجا يسير عليه في تعامله مع مكونات البيئة ومن بين المؤسسات التي تساهم في نشر الوعي البيئي هو (1)

- الأسرة.
- المدرسة.
- المسجد
- وسائل الإعلام.

المؤسسات المرتبطة بمجال البيئة المنظمات، الجمعيات الحكومية والتطوعية وعليه يتبين لنا ذلك أن هذه المؤسسات تمثل حجما اجتماعيا كبيرا ويمكن من خلالها التأثير بشكل فعال في سلوكيات الأفراد كما يمكن أن يتم التنسيق بين هذه المؤسسات من أجل التعاون فيما بينها وذلك قد يعود بفائدة أكبر من خلال التأثير المتعدد في تعديل سلوكيات الأفراد وزيادة وعيهم البيئي.

إن الوعي مفهوم مشترك بين العديد من العلوم والاختصاصات فهو يمثل حلقة ربط ويجسد صور التكامل والترابط فيما بينها لأنه عبارة عن حالة إدراك تعبر عن خلفيات فكرية وتربوية ومعرفية لدى الإنسان ويتمظهر في صور سلوكية لها تأثيرات على المحيط الطبيعي والاجتماعي للمجتمع وهو المظهر الذي تجلى من خلاله الاهتمام السوسولوجي بمختلف طرقه واتجاهاته النظرية بموضوع الوعي، وهذا الاهتمام له جذور تاريخية لازلت مستمرة إلى يومنا هذا وما ترتب عليها من تراكم معرفي، فالوعي البيئي يمثل مجالات من مجالات الوعي بصفة عامة وليكتسي أهمية وهو معرفة الفرد لأهمية البيئة وإدراكه لخطورة أثار مشاكلها على حياته، لأن الوعي البيئي ناتج عن التربية البيئية، فهذه الأخيرة يمكن تصنيفها

(1) سيد إبراهيم، دراسات في الفكر التربوي، وكالة المطبوعات، 1974م، ص54.

إلى نوعين تربية مقصودة وأخرى غير مقصودة والتربية الغير مقصودة تكون موجهة دون استثناء في حين التربية المقصودة توجه لفئة التي تستهدفها في المجتمع.

### سابعاً: مراحل تنمية الوعي البيئي

تم تحديد إجراءات تكوين الوعي البيئي في خمس مراحل أساسية وهي كالتالي: (1)

**1. المرحلة التمهيديّة:** وفي هذه المرحلة تحديد لابد من تثبيت دقيق لما يتوفر له لدى المتعلم من المعرفة والسلوكيات المتعلقة بالبيئة.

**2. مرحلة التكوين:** ويتم في هذه المرحلة تحديد المداخل المناسبة لتكوين الوعي لدى المتعلمين من خلال إثارة الدافعية لديهم.

**3. مرحلة التطبيق:** تتاح في هذه المرحلة المواقف المناسبة للمتعلمين لكي يطبقوا ما تعلموه من مفاهيم وما تكون لديهم من وعي للتأكد من بقاء أثر التعليم.

**4. مرحلة التثبيت:** هي عملية إثراء تعلمه الطالب سابقاً والتأكد من تأثير ما تم تعلمه في عقول الطلاب وسلوكياتهم.

**5. مرحلة المتابعة:** يتم في هذه المرحلة التخطيط لأنشطة جديدة يشارك فيها الطلاب، وهي ما تسمى بأنشطة المتابعة وتهدف إلى تهيئة مرافق تساعد المتعلم على ممارسة ما تم تعلمه من أجل تدعيم الخبرات التي مر بها.

### ثامناً: علاقة الإنسان بالبيئة ومراحل تطورها

إن العلاقة بين الإنسان والبيئة ليست جديدة لأنه يعيش ضمن وسط حيوي لا غنى عنه بل هو ضروري لوجوده ومن ناحية أخرى ضرورة للإنسان لضمان التوازن البيئي، حيث لا تصح الحياة ولا تستقيم دونه فعلاقة الإنسان بالبيئة هي علاقة ضرورية اقتضتها الحياة وما يلزمها من مقومات.

مرت علاقة الإنسان بالبيئة عبر العصور بمراحل متعددة كل مرحلة منها ترسم شكلاً معيناً لعلاقة الإنسان بالبيئة، يعكسها وعيه وثقافته وخبراته المتراكمة في الحياة وهذه المراحل تكمن فيما يلي:

(1) ظفر سمية، أثر الالتحاق برياض الأطفال في تنمية الوعي البيئي لدى عينة من الأطفال، رسالة ماجستير، جامعة أم القرى السعودية، 2010م، ص ص71-27.

**1. المرحلة الأولى:** هي التي كان الإنسان يتعامل فيها مع البيئة بشكل مبسط رقيق دون أن يؤثر على المكونات البيئية.

**2. المرحلة الثانية:** هي المرحلة التي تمثلت بازدياد النشاط البشري أو زيادة المتطلبات الأساسية للإنسان إذ تحول الإنسان من مرحلة الاعتماد الشبه الكامل على النبات إلى مرحلة صيد الحيوانات وأخذ باستخدام أساليب الصيد وطورها واكتشف النار وأصبحت لديه القدرة على التأثير على البيئة بشكل أكبر هذا التأثير محدود في تلك المرحلة.

**3. المرحلة الثالثة:** مرحلة الزراعة والاستقرار إذ قام الإنسان باستغلال مياه الأنهار في الزراعة كما توسع في الاستغلال عن طريق إنشاء السدود والقنوات وطور أساليب الزراعة والحرث والري والحصاد، وبدأت التغيرات البيئية تأخذ شكلها على الأرض وبدأت النفايات الطبيعية المرتبطة بالنشاط البشري في الظهور وقد استطاعت الدورات الطبيعية استيعابها.

**4. المرحلة الرابعة:** هي مرتبطة بشكل خاص بالثورة الصناعية التي شهدتها أوروبا الغربية إذ استطاع الإنسان باستخدام التكنولوجيا الحديثة تحويل المواد الطبيعية إلى سلع وخدمات مختلفة وصاحب ذلك مواد ونفايات غريبة عن النظم البيئية الطبيعية، كالغازات الصناعية والمبيدات الكيميائية والبلاستيك وغيرها من المواد التي لم تكن ضمن مكوناتها الأساسية فظهرت مشكلات بيئية خطيرة أخذت تأثيراتها السلبية تمتد إلى العناصر البيئية الحية وغير الحية وظهرت مشكلات التلوث بمختلف أنواعها ومازال العالم يعيش هذه المرحلة.<sup>(1)</sup>

تدرجت العلاقة بين الإنسان والبيئة هو أن الإنسان بدأ حياته على الأرض وهمه الأكبر حماية نفسه من مشاكل البيئة خاصة ما يعايشه من حيوانات مفترسة وكذلك هم الإنسان بحماية البيئة من فوائد فعل الإنسان وهي حماية البيئة من تهديد الإنسان وما يفعله بالبيئة من قطع الأشجار ورمي النفايات وغيرها.

(1) حسينة طه نجيم وآخرون، البيئة والإنسان ودراسات في الإيكولوجيا البشرية، ط3، وكالة المطبوعات، الكويت، 1984م، ص

# الفصل الرابع: موقع الفيسبوك والتوعية البيئية المستدامة

## تمهيد

أولاً: الوعي البيئي المستدام

ثانياً: أهداف الوعي البيئي المستدام

ثالثاً: مساهمة الفيسبوك في نشر الوعي البيئي

وتحقيق التنمية المستدامة

رابعاً: الإعلام البيئي

خامساً: مهام الإعلام البيئي

سادساً: الفيسبوك كإعلام بيئي

سابعاً: الفيسبوك وأهم القضايا البيئية المثارة فيه

ثامناً: ردود أفعال الطلبة الجامعيين لقضايا البيئة

في الفيسبوك

خلاصة الفصل

## تمهيد:

يشكل الوعي البيئي المستدام ضرورة إستراتيجية لبناء وتغيير السلوك البشري الإيجابي وتنميته اتجاه البيئة ومختلف عناصرها بغية الحفاظ عليها وصيانتها فالبيئة تمثل الإطار الذي يمارس فيه الإنسان نشاطه وحياته.

ولهذا يعتبر موقع الفيسبوك من أهم أدوات التغيير الموجه نحو بلوغ مجتمع متوازن قادر على التفاعل مع بيئته بشكل إيجابي من خلال تنمية مهارات الشباب وخاصة فئة الطلبة الجامعيين وكذا تنمية شعورهم بالمسؤولية اتجاه بيئتهم مما يكون سببا في تغيير حقيقي لسلوكهم اتجاه البيئة من خلال وعي بيئي مستدام وإرادة حرة لتحقيق انضباط ذاتي للأفراد، فالفيسبوك بخصائصه المختلفة يمكن أن يساهم بشكل كبير في نشر التوعية في القضايا البيئية عبر تشكيل صفحات ونوادي وجمعيات بيئية.

## أولاً: الإعلام والوعي البيئي المستدام

إن الوعي البيئي المستدام هو ذلك المفهوم الذي يهتم بتزويد الأفراد بالمعارف البيئية الأساسية والمهارات والاتجاهات البيئية المرغوبة، بحيث تمكنهم من الاندماج الفعال مع بيئتهم التي يعيشون فيها، في إطار تحملهم للمسؤولية البيئية الموجودة التي تضمن الحفاظ على البيئة من أجل الحياة الحاضرة والمستقبلية.<sup>(1)</sup>

وقد حدد "عصام توفيق" الملامح الرئيسية للوعي البيئي المستدام في مجموعة عناصر أن الوعي لابد أن يجمع بين الجانبين المعرفي والوظيفي، ذلك أن الوعي هو الدرجة الأولى في تكوين الاتجاهات البيئية التي تحد سلوك الإنسان وتصرفاته نحو البيئة وغايته إدراك الفرد للعلاقات والمشكلات من حيث أسبابها وآثارها وكيفية معاملتها وتكوينها وتنميتها لدى الإنسان شريطة مروره بالتربية النظامية أو اللانظامية، فكل ما يحيط بالفرد له تأثيره في تكوين الوعي البيئي لديه، فقد يكون الإنسان مدركاً تماماً لأضرار التلوث لكنه رغم ذلك يلوث البيئة.<sup>(2)</sup>

كما حدد مؤتمر "تبليس" الوعي البيئي المستدام بأنه: مساعدة الفئات الاجتماعية والأفراد على اكتساب وفهم الوعي بالبيئة ومشكلاتها ذات الصلة وإيجاد حساسية خاصة اتجاهها.<sup>(3)</sup>

ويتكون الوعي البيئي المستدام في أصله من ثلاث حلقات منفصلة ومتداخلة في آن واحد وهي:

- أ. التربية والتعليم البيئي: ويبدأ التعليم من رياض الأطفال ويستمر من خلال التعليم العام إلى التعليم الجامعي بشرط وهو وجود تكامل لأهداف البرامج التعليمية والتربوي.
- ب. الثقافة البيئية: وتبدأ من توفير مصادر المعلومات كالكتب والنشرات وإشراك المثقفين البيئيين في الحوارات والنقاشات المذاعة والمنشورة والقضايا البيئية ذات الصلة المباشرة وغير المباشرة بالمجتمع وخاصة ذات المردود الإعلامي.

(1) محمد محود كامل الرفاعي، وماهر إسماعيل صبري محمد، التربية البيئية من أجل بيئة أفضل، المركز القمى للبحوث التربوية والتنمية، القاهرة، مصر، 2004م، ص304.

(2) قمر عصام توفيق، الاتجاهات العالمية المعاصرة في ممارسة الأنشطة المدرسية البيئية في اليابان والولايات المتحدة الأمريكية وإنجلترا، المكتب الجامعي، الإسكندرية، 2007م، ص22-23.

(3) جمال الدين السيد علي صالح، الإعلام البيئي بين النظرية والتطبيق، مركز الإسكندرية لأبحاث، مصر، 2003م، ص91.



ج. الإعلام البيئي: وهو أحد أجنحة التوعية البيئية وهو أداة إذ أحسن استثمارها كان لها المردود الإيجابي للوعي البيئي ونشر الإدراك السليم للقضايا البيئية ويعمل الإعلام البيئي في تسيير فهم وإدراك الملتقى لقضايا البيئة المعاصرة وبناء قاعات معينة اتجاه البيئة وقضاياها.<sup>(1)</sup>

### ثانياً: أهداف الوعي البيئي المستدام

يهدف نشر الوعي البيئي المستدام إلى:

- تفعيل دور المجتمع وخلق قيادات تتحمل مسؤولية نشر الوعي البيئي بالاتصال المباشر في أماكن التجمعات كالمدارس والجامعات والمؤسسات العامة وتمكين الأفراد من اكتشاف المشاكل البيئية وإيجاد الحلول لها وتعزيز السلوك الإيجابي في التعامل مع البيئة.<sup>(2)</sup>
- الارتقاء بالبيئة وحمايتها وصيانة مواردها المتعددة والقدرة على تشخيص مشكلاتها المحلية، الإقليمية والعالمية وصولاً إلى وعي بيئي اجتماعي يهدف إلى وضع أو تعديل المعايير التي تمكن الفرد والجماعة من معرفة العوامل المخلة بالبيئة ومكافحتها.<sup>(3)</sup>
- تنمية الوعي الناقد وترسيخ القيم البيئية المرغوبة لصون البيئة وتحسين نوعية الحياة وتعديل السلوكيات غير المرغوبة، لتحقيق التوافق مع متطلبات التوازن الحيوي.<sup>(4)</sup>
- تنمية المعارف والاتجاهات والمهارات لدى فئة المجتمع المختلفة سيما فئة الشباب منهم، لتمكينهم من فهم العلاقة المتبادلة بين مكونات البيئة ومدى تعقيداتها وتأثير الإنسان بها وتأثيره فيها نتيجة تفاعله مع جوانبها المادية والحيوية أو الثقافية.<sup>(5)</sup>

(1) رضوان سلامن، الإعلام والبيئة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر، الجزائر، ص113.

(2) ربيع عادل، التوعية البيئية، مكتبة المجتمع العربي، عمان الأردن، 2009م، ص62.

(3) أبو البن إيناس، مستوى الوعي البيئي وعلاقته ببعض المتغيرات لدى طلبة التربية في الجامعات الفلسطينية بغزة، رسالة ماجستير، جامعة الأزهر، غزة، 2005م، ص88.

(4) صالح جمال الدين، الإعلام البيئي بين النظرية والتطبيق، مركز الإسكندرية للكتاب، 2003م، ص92.

(5) إبراهيم محمد، تأثير بعض إصدارات جهاز شؤون البيئة على تنمية الوعي البيئي لدى عينة من المواطنين في محافظة القاهرة، رسالة ماجستير، جامعة عين الشمس، القاهرة، 1997م، ص80.

## ثالثاً: مساهمة الفيسبوك في نشر الوعي البيئي وتحقيق التنمية المستدامة

يستطيع الفيسبوك أن يقوم بأدوار أساسية في حملات التوعية البيئية وذلك بنشر ثقافة التنمية المستدامة خاصة إذا ما تم توظيفه ضمن منظومة الوسائل الإعلامية للحملات التوعوية وذلك للخصائص الكبيرة التي يمتلكها ومن بينها:

- انتشاره الواسع للفيسبوك شعبية كبيرة وانتشار متزايد ليس فقط عالمياً وأيضاً محلياً، حيث توضح الدراسات الحديثة التي تمت في انتشاره بين الشباب والفتيات على حد سواء وأن انتشاره في تزايد مستمر.
- يستخدم الفيسبوك اليوم من قبل مستخدميه في أغراض شتى بناء على نوعية وطبيعة وديموغرافية مستخدميه فهو يستخدم كأداة اتصالية بين الأصدقاء والمعارف وأداة للتعرف على الأخبار الاجتماعية والاقتصادية والسياسية بيئية ومتابعتها ومناقشتها كأداة إعلانية توعوية.
- الفيسبوك يتميز بتطبيقاته المختلفة فهو أكثر الوسائل الاجتماعية قدرة على العمل ضمن تطبيقات عدة مثل: اليوتوب، التويتز، الدردشة، خدمات الهواتف النقالة بل يتيح لصاحبه خلق التطبيق الذي يرغب به وهذا ما يساعد القائمين على حملات التوعية في ربط الفيسبوك بمواقعهم على الانترنت وربطه بوسائل الاتصال المختلفة.
- استخدامه في التنظيم والاجتماعات يمكن الاستفادة منه في تنظيم التجمعات التي تحتاجها الحملة والمقابلات التي ترغب في القيام بها بل أنه من أفضل الوسائل في الوصول إلى الجماهير المستهدفة بدقة.
- فالفيسبوك يتيح للشباب فرصة تحميل الصور والمشاركة في مجموعات النقاش حول مختلف القضايا البيئية، كما يستخدم الأغلبية الساحقة من الشباب موقع الفيسبوك في وقت كبير طوال اليوم للتواصل مع أصدقائهم.<sup>(1)</sup>

(1) مهدي شفيقة، الإعلام البيئي الإلكتروني عبر موقع الفيسبوك ودوره في تحقيق التنمية المستدامة، د ت، تم الاطلاع عليه في

https://www.osjp.Grist.d3/en/article/14027/ 2021/06/15 م متاح على خط

## رابعاً: الفيسبوك كإعلام بيئي

## - مفهوم الإعلام البيئي:

هو توظيف وسائل الإعلام من قبل أشخاص مؤهلين بيئياً وإعلامياً للتوعية بقضايا البيئة وخلق رأي عام متفاعل إيجابياً مع تلك القضايا.<sup>(1)</sup>

يعرفه "جمال الدين السيد" بأنه: إعلام يسلط الضوء على كل المشاكل البيئية من بدايتها وليس بعد وقوعها، وينقل للجمهور المعرفة والاهتمام والقلق على بيئته ويمكن تعريف قنوات الاتصال والتأثير الجماهيري بأنها القنوات التي يتم الاتصال من خلالها في نفس الوقت إلى مجموعات ضخمة وغير متجانسة من الجمهور المستهدف وعلى نطاق جماهيري دون أن يكون هناك نوع من المواجهة المباشرة بين المصدر والجمهور.<sup>(2)</sup>

يعد الإعلام البيئي من أهم أجنحة التوعية البيئية وهو أداة حسن استثمارها كان لها المردود الإيجابي للارتقاء بالوعي البيئي في تسيير وفهم وإدراك المتلقي لقضايا البيئة المعاصرة وبناء قنوات معينة اتجاه البيئة وقضاياها وهو شامل لكافة شرائح المجتمع بطرح أفكار تناسب جميع مستوياته.<sup>(3)</sup>

## الفيسبوك كإعلام بيئي

إن المهمة التي يسعى الإعلام البيئي إلى إنجازها تتمثل في توظيف وسائل الإعلام التقليدية والجديدة وتطويرها بهدف حماية البيئة والمحافظة على جودة الحياة والتنبه لمخاطر الكوارث الطبيعية المحتملة وحماية التنوع الحيوي والتوقف عن تدخل الإنسان بتوازنه وكشف الجهات التي تتسبب بتلويث البيئة وتدميرها بشتى السبل.<sup>(4)</sup>

ويشكل الإعلام باختلاف تقسيماتها - الفيسبوك - محركاً لخلق رأي عام وبناء اتجاهات علمية وصياغة اقتراح الحلول ووسع الإعلام الجديد التفاعلي أن يتجاوز تدني اهتمام وسائل الإعلام بالبيئة

(1) سناء محمد الجبور، الإعلام البيئي، ط1، دار أسامة، عمان الأردن، 2011م، ص83.

(2) جمال الدين السيد، الإعلام البيئي بين النظرية والتطبيق، مركز الإسكندرية للأبحاث، مصر، 2003م، ص93.

(3) أسماء عيادي، المعالجة الإعلامية للتلوث الصناعي في الصحافة الجزائرية، دراسة تحليلية لجريدة الوطن الجزائرية، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2010م، ص12.

(4) خلف عبد الباسط، تنمية عرجاء، مجلة أفاق التنمية والبيئة، دام الله مركز العمل التنموي، العدد16، 2009م، ص30.

فالكل يشترك في صناعة الخبر والرأي والوعي وبمقدور الجمهور أن يلجأ إلى الفيسبوك وتويتر والمدونات لنقل رسائلنا الكثيرة.

يمكننا أن نساهم في إرسال مئات وآلاف الرسائل الإلكترونية للصحف والإذاعات والقنوات ومواقع الانترنت، نتحدث عن البيئة وعن غذائنا ومائنا وهوائنا وصحتنا وهي ليست ترفاً أو خيالاً أو مبالغة.<sup>(1)</sup> ويتحول الإعلام الجديد بوسائله كالفيسبوك إلى أحد أهم وسائل الضغط والمطالبة بتفعيل القوانين وإصلاح الخلل والمحاسبة، ومنع المزيد من التدهور للبيئة وهو مصدر بث الوعي للجمهور، والكشف عن الحقائق والإشارة إلى المخاطر والأضرار الجانبية للغذاء والماء والهواء والدواء.<sup>(2)</sup> ولكي نحدد أهداف الإعلام البيئي من خلال الفيسبوك ندرج المفاهيم التالية:

أ. **المعرفة** (): يقصد بها المعلومات والمفاهيم التي ينبغي بأن يعرفها الأفراد والجماعات عن النظم البيئية وكل ما تحتويه من موارد وما تتعرض له من مشكلات<sup>(3)</sup>. وهنا يبرز دور وسائل الإعلام الجديدة الأكثر فعالية في نشر الوعي البيئي بين المواطنين على اختلاف أعمارهم ودرجات ثقافتهم وأماكن تواجدهم ولضمان الإدراك والفهم الصحيحين للعلاقة التي تربط الإنسان بالبيئة ينبغي الاهتمام والعناية بقنوات الاتصال وقدرتها على الأداء الجيد في إيصال المعلومات والبيانات البيئية ونقصد هنا وسائل الإعلام المتعددة ومنها الفيسبوك لما له من قدرة التقنية في نقل كل ما يتعلق بالبيئة من خلال المعالجة الشاملة للأحداث بغية إيصالها إلى كافة الشرائح الاجتماعية ورفع وعيهم بأبعاد ومخاطر المشكلات البيئية.<sup>(4)</sup>

ب. **تكوين المرافق والقيم (البعد المهاري)**: والمقصود بها مساعدة الأفراد والجماعات على اكتساب مجموعة من مشاعر الاهتمام بالبيئة وكذا اكتساب المهارات، وهنا يأتي دور وسائل الإعلام الجديدة باعتبارها جزء من منظومة التعليم والتدريب المستمر خاصة حيث تستطيع أن تخلق أنماطاً جديدة من الاتجاهات الإيجابية لما لها من دور محوري في تنمية المرافق والقيم المختلفة، وجعل المواطنين يعايشون

(1) خلف عبد الباسط، قضايا التغيير المناخي في وسائل الإعلام الفلسطينية، غياب أم تغييب؟ مجلة آفاق البيئة والتنمية، رام الله، مركز العمل التنموي، العدد 31، 2011، ص 7-9.

(2) خلف عبد الباسط، نفس المرجع السابق، ص 5.

(3) علي عجوة، الإعلام وقضايا البيئة، د ط، عالم الكتب، القاهرة، 2009م، ص 94.

(4) سهام زواوي وهاجر تركي، الإعلام البيئي، مذكرة (ليسانس غير منشورة)، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الاتصال، 2008م، ص 48.

مشكلات البيئة، ويشعرون بوجودها ويحسون بأضرارها وتأثيرها عليهم، وهذا ما يعزز الوعي البيئي العام والخاص في المناطق الحضرية والبيئية.

كما يتعين على وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في هذا الصدد إعداد جمهور يتقبل مواقفه وقيمه التقليدية وسلوكياته المضرّة بالبيئة والتأثير فيه من أجل تحسينها ورفع مستوى معيشته وحفظ التنوع البيولوجي والموارد الغير متجددة والقدرة الاستيعابية للأنظمة الإيكولوجية.<sup>(1)</sup>

**ج. المشاركة (البعد الانفعالي):** هي إتاحة الفرصة للأفراد والجماعات للمشاركة الفعالة في كافة المستويات على حل المشكلات البيئية وقد أثبتت التجارب أن إشراك الناس في صنع القرارات التي تتعلق بها مستقبلهم أمر ضروري فالإعلام الجديد بكافة وسائله دور في إعداد أفراد المجتمع ليقوموا بدورهم وتحفيزهم لبذل كل الجهود وتحمل مسؤولياتهم اتجاه البيئة عن رضا واقتناع يصل إلى التأديب مع البيئة شريطة أن يكون هناك اتصال مدعما بكل الخدمات اللازمة والمناخ المناسب.<sup>(2)</sup>

ولتعزيز المشاركة الجماهيرية في هذا الصدد ينبغي على وسائل الإعلام الجديد - الفيسبوك - أن يخلق قنوات للحوار الاجتماعي للمواطنين للوصول إلى القرار المشترك مما يساعد على خلق تيار شعبي ضاغط على الحكومات عندما يتعلق الأمر بالبيئة.<sup>(3)</sup>

#### خامسا: الفيسبوك وأهم القضايا البيئية المثارة فيه:

يعتبر الإنسان أهم عامل حيوي في إحداث التغيير البيئي وإلخلال الطبيعي البيولوجي باهتمام جماهير موقع الفيسبوك في مناقشة هذه المشكلات البيئية وخاصة الاهتمام الكبير بالكوارث الطبيعية ومن أهم القضايا البيئية المثارة في موقع الفيسبوك.

#### أ. الاحتباس الحراري:

ترتبط مخاطرها بارتفاع درجة الحرارة سطح الأرض على المدى الطويل وتعمل عدد من الغازات الموجودة في الغلاف الجوي بشكل طبيعي على حدوث نفس العملية التي تحدث في الصوب الزجاجية

(1) اليونيسكو، اتجاهات التعليم البيئي بين الحكومات لمدينة تلبس بالاتحاد السوفياتي، مجلة اليونيسكو، 1 أكتوبر 1979م، ص161.

(2) سهام زاوي وهاجر تركي، المرجع نفسه، ص49.

(3) أحمد جلال الموسى، الخدمة الاجتماعية وحماية البيئة، المنصورة، المكتبة العصرية، مصر، ص70.

فهي تساعد على احتفظ الأرض بجزء من حرارة الشمس عن طريق الاحتفاظ بتلك الأشعة الحرارية ومنعها من الخروج من الغلاف الجوي للأرض، بعد ظهور التصنيع واستخراج الطاقة من الفحم والغاز الطبيعي إلى جانب قطع الأشجار للاستفادة من الأراضي الزراعية والري، ساهمت هذه العوامل في ارتفاع نسبة حرارة الشمس التي يتم منحها من الخروج من الغلاف الجوي للأرض، كما نجد أن التأثيرات الأساسية لظاهرة الاحتباس الحراري على الإنسان تتمثل في التغيرات المناخية وهذا ما يؤدي إلى اختلال التوازن الطبيعي.<sup>(1)</sup>

#### ب. التلوث:

الذي يعرف على أنه عملية تراكم لبعض العناصر والمركبات في البيئة وبشكل يؤدي إلى الأضرار بهذه البيئة والعناصر الحية المختلفة المرتبطة بها: مثل الإنسان والحيوان والنبات.<sup>(2)</sup>

وترجع مشكلة التلوث البيئي في العالم الثالث إلى عدة عوامل منها اتساع الصناعة في هذه الدول في فترة الستينات والتسعينات، وتعاني من مشكلة التلوث البيولوجي الناجمة عن التخلف والفقر ويظهر ذلك من خلال أساليب الصرف الصحي المختلفة وأساليب جمع القمامة وتنقية مياه الشرب، إضافة إلى إلغاء الدول المتقدمة نفاياتها الصناعية في مياه دول العالم الثالث أو دفنها في أراضيها مقابل الحصول على تعويض مالي.<sup>(3)</sup>

#### ج. الكوارث الطبيعية:

يحدث دمار كبير بسبب حدث طبيعي منطوي على مخاطرة مثل الزلازل وغيرها من الظواهر الطبيعية التي تسبب دمار كبير للممتلكات والبشر وتختلف الكوارث حسب نسبة السكان المحيطة بظاهرة طبيعية منطوية أو قابلة للحصر.<sup>(4)</sup>

(1) محمد عبد الكريم علي عبد ربه، محمود عزت، محمد إبراهيم غزلان، اقتصاديات الموارد البيئية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2000م ص ص 273-276.

(2) محمد عبد الكريم علي عبد ربه، مرجع سابق، ص 54.

(3) إحسان حفطي، علم اجتماع التنمية، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2003م، ص ص 119-200.

(4) صفحة جمعية دنيا لحماية البيئة، ثم التمنح بتاريخ 2017/05/01م على الساعة 13:25

m.Facebook.com/permalink.php3 stary34434.

إن مشكلة الحفاظ على البيئة تمثل أحد أكبر وأهم التحديات التي تواجه المجتمع البشري وتنتسب اتخاذ القرارات والإجراءات الحاسمة التي تكفل الإبقاء على المقومات البيئية الإيجابية التي تساعد على استمرار الحياة بأشكالها المختلفة.

#### سادسا: ردود أفعال الطلبة الجامعيين للقضايا البيئية في الفيسبوك

إن نشر الوعي البيئي المستدام في أوساط الطلبة الجامعيين لا يتوقف عن مجرد حثهم على العمل الفردي بل يتجاوز ذلك إلى تزويدهم بالمعرفة والدوافع لتشكيل وأي عام يحترم المنظومة البيئية فالفيسبوك كإعلام يعد حلقة أساسية لنشر الوعي البيئي المستدام.

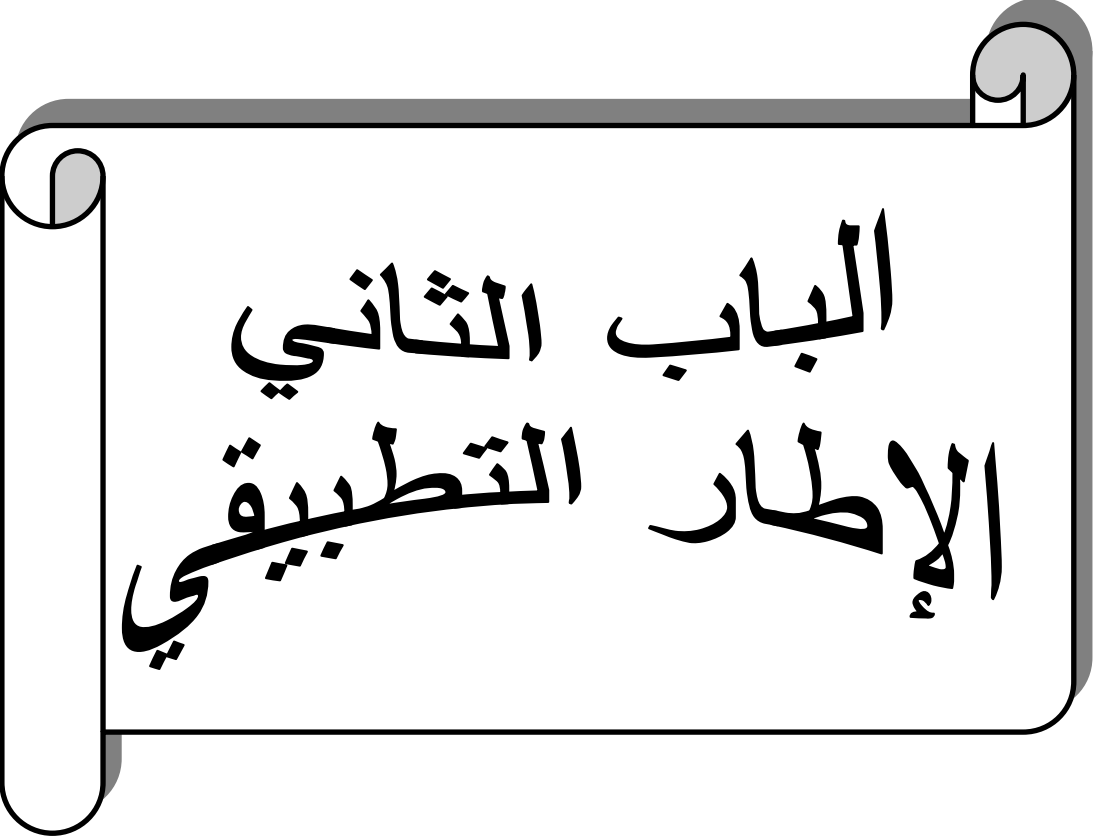
في هذه الدراسة التي أجريتها وباستخدام أداة الملاحظة والاستبيان تمثلت ردود أفعال الطلبة الجامعيين للقضايا البيئية في الفيسبوك فيما يلي:

- يحتل الفيسبوك لدى الطلبة الجامعيين مكانة هامة لتبادل الأفكار والمعلومات البيئية من خلال انضمامهم للصفحات والجمعيات الناشطة في الفيسبوك.
- يستخدم جل المبحوثين موقع الفيسبوك غالبا بنسب عالية باستمرار.
- يرى جل المبحوثين أن موقع الفيسبوك يساهم في نشر الوعي البيئي من خلال تبادل الآراء والأفكار والمعلومات والمشاركة الإيجابية فيما يخص القضايا البيئية فيما بينهم.
- أغلب المبحوثين يستخدمون موقع الفيسبوك لمعرفة الأوضاع البيئية الراهنة والاجتماعية نظرا لخصائص موقع الفيسبوك المتمثلة في التفاعلية والانتشار.
- يرى أغلب المبحوثين ومن كل التخصصات أن موقع الفيسبوك والدور الذي يؤديه هو دور إعلامي وتوعوي بالدرجة الأولى.

## خلاصة الفصل:

إن تسخير موقع الفيسبوك كوسيلة اتصالية جماهيرية في نشر الوعي البيئي المستدام من شأنه أن يؤدي إلى الحفاظ على البيئة وصيانة مواردها والمحافظة على القوانين التي تنظم مكوناتها الطبيعية وتحافظ على توازنها بشكل محكم ودقيق بعيدا عن الإسراف والتفريط نظرا لما يتميز به موقع الفيسبوك من خصائص التفاعلية المرنة، اللامركزية التي تعد عاملا أساسيا في جذب الجمهور نحوه وتغيير سلوكه إيجابيا نحو البيئة بهدف القضاء على العشوائية في التعامل مع البيئة والمحيط.





الباب الثاني  
الإطار التطبيقي

# الفصل الخامس: الإجراءات المنهجية للدراسة

## تمهيد

أولاً: مجالات الدراسة

ثانياً: عينة الدراسة

ثالثاً: منهج الدراسة

رابعاً: أدوات جمع البيانات

خامساً: أساليب التحليل

خلاصة الفصل

## تمهيد

بعد عرضي للجانب النظري للدراسة من خلال الفصول السابقة والذي يعد بمثابة القاعدة الأساسية لبناء عمل منهجي ميداني وذلك للكشف عن مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي، يأتي هذا الفصل ليعبر عن جزء من الجانب الميداني للدراسة الذي من خلاله سنتعرف على المنهج المتبع ومجالات الدراسة وعينة الدراسة وكيفية إختيارها.

## أولاً: مجالات الدراسة

## المجال المكاني

يقصد به المكان الذي أجريت به الذي أجريت به الدراسة، وقد تم إجراء دراستي هذه بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة محمد الصديق بن يحيى -جامعة جيجل- قطب تاسوست، والتي تقع في بلدية الأمير عبد القادر والمنطقة العمرانية بتاسوست، تحدها من الغرب مدينة جيجل ومن الجهة الشمالية كل من السكة الحديدية والطريق الوطني رقم 43، ومن الجهة الشرقية المنطقة العمرانية بتاسوست، تبلغ مساحتها بـ 39.8 هكتار، تضم الجامعة أربع كليات وهي: كلية الآداب واللغات، كلية الحقوق والعلوم السياسية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية والتسيير وكذلك كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

## المجال البشري

هو مجتمع الدراسة أي أن الأفراد الذين سيتم التعامل معهم، والذين ستجرى عليهم الدراسة الميدانية، وتعتبر مرحلة تحديد مجتمع الدراسة من أهم الخطوات المنهجية في البحوث الاجتماعية وهي تتطلب من الباحث الدقة، حيث يتوقف عليها إجراء الدراسة وتصميمها وكفاءة نتائجها، ويواجه الباحث عند شروعه في القيام ببحثه بمشكلة تحديد نظام العمل أي إختيار مجتمع الدراسة أو العينة التي ستجرى عليها دراسته وتحديدها.<sup>(1)</sup>

## المجال الزمني

أنجزت هذه الدراسة خلال الموسم الجامعي 2021/2020 وقد بدأت في إعداد الجانب المنهجي والنظري بداية من شهر فيفري 2021 وقد نم إنهاء ذلك في شهر ماي حيث قمت بإعداد إستمارة إستبيان وتوزيعها على الطلبة التي جرت عليهم الدراسة، وفي الأخير تم تفرغ البيانات في جداول وإجراء العمليات الحسابية واستخلاص النتائج وبذلك هيأت الدراسة في أواخر شهر جوان 2021.

(1) محمد شفيق، البحث العلمي (الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية)، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1990، ص112.

ثانياً: مجتمع البحث

بعد أن ينتهي الباحث من مرحلة جمع المعلومات والتي تستمر لفترة معينة من الوقت تأتي بعدها الخطوات الإجرائية التي تبدأ بتحديد مجتمع البحث، حيث تعد هذه الخطوة أهم الخطوات المنهجية في البحوث الاجتماعية، إذ ينبغي على الباحث تحديد المجتمع تحديداً دقيقاً، ويتوقف عليها إجراء البحث وتصميمه وكذلك نتائج الدراسة التي يثبت صدقها أو نفيها.

ويعرف مجتمع الدراسة بأنه: مجموع وحدات البحث الذي نختار منه عينة البحث، وعادة ما يعرف المجتمع بأنه تجمع لأفراد وأشياء تشترك في خصائص معينة تهم الباحث.<sup>(1)</sup>

مجتمع الدراسة الذي تناولت مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي لدى الطالب الجامعي، وهو مجموع الطلبة الذين يزاولون دراستهم بجامعة جيجل كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية من مختلف التخصصات لعام 2021/2020، وقد بلغ حجم مجتمع الدراسة 64 طالبا وطالبة، وتكون محصورة في طلبة الليسانس والماستر 1 بطريقة عشوائية وبالعلاقة:

325 طالب موزعين في الطور الليسانس والماستر 1 (295 طالب ليسانس و 25 ماستر 1) تأخذ 20% من المجتمع الكلي للبحث ونحصل على أفراد العينة:

$$\left\{ \begin{array}{l} 100\% \leftarrow 325 \text{ طالب} \\ X \leftarrow 20\% \end{array} \right.$$

-حساب نسبة الطبقة من طلبة الليسانس:

$$\left\{ \begin{array}{l} 100\% \leftarrow 325 \text{ طالب} \\ X \leftarrow 295 \text{ طالب ليسانس} \end{array} \right.$$

من النسبة السابقة نحسب حجم الطبقة من فئة طلبة الليسانس نجد:

$$\left\{ \begin{array}{l} 100\% \leftarrow 65 \text{ طالب} \\ X \leftarrow 91\% \end{array} \right.$$

(1) محمد عبيدات، محمد أبو ناصر، عفلة مبيضين، منهجية البحث العلمي (القواعد والمراحل والتطبيقات)، دار وائل للطباعة والنشر، ط2، عمان، 1991، ص84.

حساب النسبة من طلبة الماستر:

$$\left\{ \begin{array}{l} 100\% \leftarrow 325 \text{ طالب} \\ X \leftarrow 25 \text{ طالب ماستر} \end{array} \right.$$

من النسبة نقوم بحساب حجم الطبقة من طلبة الماستر 1 نجد:

$$\left\{ \begin{array}{l} 100\% \leftarrow 65 \text{ طالب} \\ X \leftarrow 8\% \end{array} \right.$$

ومنه نسبة من طلبة الليسانس هي 20% أي تم توزيع 59 إستمارة عليهم بطريقة عشوائية و 20% من طلبة الماستر 1 تم توزيع 5 إستمارات عليهم بطريقة عشوائية.

### ثالثا: عينة الدراسة

تعد العينة من أهم الخطوات الأساسية في البحث الاجتماعي، لأنه من الصعب في الكثير من الأحيان من البحوث القيام بدراسة شاملة لجميع المفردات التي تدخل في البحث، لذا يجد الباحث نفسه في الكثير من الأحيان مضطرا إلى الإكتفاء بعدد محدد من المفردات، ويحاول تعميم صفاتها على المجتمع الكلي وهو ما يعرف في البحوث الاجتماعية بالعينة.

- ✓ تعرف العينة على أنها: جزء من مجتمع الدراسة يتم إختيارها بطريقة مناسبة وبأساليب مختلفة، تضم عدد من الأفراد من المجتمع الأصلي.<sup>(1)</sup>
- ✓ كما عرفها سعيد سبعون: أنها ذلك الجزء من الكل الذي يتم إستخدامه من أجل إمكانية التحقق من الفرضيات.<sup>(2)</sup>
- ✓ كما تعرف أيضا بأنها: مجتمع الدراسة الذي تجمع منه البيانات الميدانية وهي ممثلة للمجتمع لتجرى عليها الدراسة، فالعينة هي جزء معين أو نسبة معينة من أفراد المجتمع الأصلي تجرى عليها الدراسة ثم تعمم عليها نتائج الدراسة على المجتمع كله.<sup>(3)</sup>

(1) عبد الله عامر الشمالي، أسلوب البحث الاجتماعي وتقنياته، ط3، جامعة قازيوس، بنغازي، 2003، ص236.

(2) سعيد سبعون، الدليل المنهجي في إعداد المذكرات والرسائل الجامعية في علم الاجتماع، ط21، دار القصبية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2012، ص125.

(3) رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط3، دار الهدى، الجزائر، 2007، ص267.

وقد إعتمدت في دراستي على العينة العشوائية الطبقية وهي إحدى أنواع العينات الإحتمالية تعتمد على تقسيم المجتمع إلى طبقات مختلفة فيما بينها وتلجأ إلى هذا النوع عندما يكون مجتمع البحث معروفاً وغير متجانس حيث يستخدم هذا النوع من العينات في المجتمعات غير المتجانسة التي تتباين مفرداتها وفقاً لخواص معينة مثل: المستوى التعليمي لمفردات مجتمع الدراسة وغيرها...<sup>(1)</sup>

#### رابعاً: منهج الدراسة

لكل دراسة علمية لا بد لها من منهج علمي سليم يتم وفق دراسة المشكلة ودراسة أسبابها ومعرفة كل جوانبها وذلك وفق أدوات معينة قصد الوصول إلى نتائج على ضوءها تفسير أو معالجة هذه المشكلة وعليه حتى تكون دراستي علمية وموضوعية يجب أن تحتوي على منهج علمي تسيير وفقه فمعرفة المنهج كما يقول "كابلان" أنه يساعد على الفهم بالمعنى الواسع، ليس الوصول إلى نتائج البحث العلمي ولكن لضرورة البحث في حد ذاته.<sup>(2)</sup>

ويقصد بالمنهج "الطريقة المؤدية إلى الكشف عن الحقيقة بواسطة القواعد الفعلية حتى تصل إلى نتيجة معلومة".<sup>(3)</sup>

كما يعرف بأنه: إخضاع الباحث لنشاطه البحثي إلى تنظيم دقيق في شكل خطوات معلومة يحدد فيه مساره البحث من حيث نقطة الإنطلاق وخط السير ونقطة الوصول.<sup>(4)</sup>

ويعرف أيضاً بأنه "عبارة عن جملة من الخطوات المنظمة التي يجب على الباحث إتباعها في إطار تطبيق الإلتزام بتطبيق قواعد معينة تمكنه من الوصول إلى تنظيم دقيق في شكل خطوات معلومة

(1) محمد عبد العال، النعيمي، عبد الجبار توفيق البياتي وآخرون، طرق ومناهج البحث العلمي، ط1، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص88-89.

(2) بلقاسم سلاطينية وحسان الجبالي: منهجية العلوم الإجتماعية، د ط، شركة دار الهدى للنشر والطباعة والتوزيع، عين مليلة، 2004، ص26.

(3) كامل محمد المغزلي، أساليب البحث العلمي في العلوم الإنسانية والإجتماعية، د ط، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2007، ص90.

(4) أحمد بن مرسل، أسس البحث العلمي في علوم الإعلام والإتصال، المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص289.

يحدد فيها مساره البحثي من حيث نقطة الإنطلاق والسير ونقطة الوصل مما جعل العديد من الباحثين يشبهون المنهج بالطريق الواضح المحدد المراحل".<sup>(1)</sup>

وبما ان دراستي تتمحور حول مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي فإنني إعتمدت على المنهج الوصفي الذي يصف الظاهرة وهو المنهج الملائم حسب رأي وتصوري للدراسة الحالية لأنه يسمح بإستخدام العدد من البحث والتي يمكن من خلاله الحصول على إجابات عن تساؤلات الدراسة هذا المنهج لا يكتفي بالوصف فقط بل يعتمد على التحليل والتفسير وتعرف الدراسات الوصفية على أنها: الدراسات التي تحاول تحليل وتفسير وعرض واقع ظاهرة ما، أو تحاول تحليل محتوى الوثائق الموصول إلى إستنتاجات أو تعميمات تتعلق بالواقع أو وصف المهام والمسؤوليات المرتبطة بعمل أو وظيفة.<sup>(2)</sup>

ويعرف بلقاسم سلاطنية وحسان الجيلالي: المنهج الوصفي على أنه: طريقة لوصف الظاهرة المدروسة وتصويرها كميًا عن طريق جمع معلومات متقنة عن المشكلة وتصنيفها، وتحليلها، وإخضاعها للدراسة الدقيقة غير أن المنهج الوصفي لا يقتصر على الوصف الدقيق للظاهرة المدروسة، بل ويتطلب الأمر تحليل بياناتها وإستخراج إستنتاجات ومقارنة المعطيات بما يمكن من التوصل إلى نتائج يمكن تعميمها.<sup>(3)</sup>

### خامسا: أدوات جمع البيانات

يحتاج الباحث في إنجاز دراسته إلى أدوات تساعده في جمع البيانات والمعلومات لدراسة الظاهرة أو المشكلة التي يتضمنها البحث، بداية من وضع أسئلة البحث أو فرضياته وصولا إلى النتائج العامة للدراسة، حيث تختلف أدوات جمع البيانات في الأبحاث العلمية باختلاف طبيعة الموضوع والمنهج المستخدم وقدرة الباحث على التحكم فيس إستخدام هذه الأدوات، ولذلك قمت بالإعتماد على أدوات تتلائم مع غرض بحثي والتي تمثلت في الملاحظة والإستبيان.

<sup>(1)</sup> محمد الدين مختار، الإتجاهات النظرية والإستطلاعية في منهجية العلوم الإجتماعية، د ط، دار المنشورات الجامعية، بياتنة، 1999، ص9.

<sup>(2)</sup> وائل عبد الرحمن النل، عيسى محمد قحل، البحث العلمي في العلوم الإنسانية والإجتماعية، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص48.

<sup>(3)</sup> بلقاسم سلاطنية وحسان الجيلالي، مرجع سابق، ص 167-168.



## • الملاحظة

تعتبر الملاحظة من أهم وسائل البحث لأنها الأداة الأولى التي تثير فضول الباحث وتجعله يغوص في ظاهرة ما محاولا التعرف على كل ما يتعلق بها.

تعرف الملاحظة بأنها: مشاهدة الوقائع على ما هي عليه في الواقع، أو كما هي في الطبيعة والوقائع مختلطة ببعضها البعض وهي في تغير مستمر.<sup>(1)</sup>

يعرفها فرج عبد الله طه بأنها: وسيلة من وسائل جمع البيانات للبحث العلمي، وتتركز في ان يقوم الباحث بملاحظة الظاهرة التي يريد دراستها وتسجيل كل مكا يلاحظه بدقة وموضوعية.<sup>(2)</sup>

كما تعرف أيضا: مشاهدة الظاهرة محل الدراسة عن كثب في إطارها المتميز ووفق ظروفها الطبيعية، حيث يتمكن الباحث من مراقبة تصرفاته وتفاعلات المبحوثين، ومن التعرف عل أنماط وطرق معيشتهم ومشاكلهم اليومية.<sup>(3)</sup>

إعتمدت في دراستي على الملاحظة البسيطة من خلال ملاحظتي لتفاعلات الأفراد في المجتمع الإفتراضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بإبداء آرائهم حول التعليقات حول مختلف القضايا والموضوعات الاجتماعية والبيئية والثقافية وغيرها ومشاركتها مع أصدقائهم.

## • إستمارة إستبيان

إعتمدت في دراستي على الإستبيان كأداة أساسية للتواصل مع أفراد العينة وجمع البيانات، وذلك لأنها تعد من أهم وأسهل الأدوات المنهجية التي يستخدمها الباحث لإجراء دراسته الميدانية بهدف الحصول على معلومات دقيقة وموضوعية من المبحوثين، حيث تعرف على أنها: أداة تتضمن مجموعة من الأسئلة التي تتطلب الإجابة عنها بطريقة يحددها الباحث حسب أغراض البحث<sup>(4)</sup>، كما أنها إحدى وسائل البحث العلمي التي تستعمل على نطاق واسع من أجل الحصول على بيانات أو معلومات تتعلق بأحوال الناس أو ميولهم أو إتجاهاتهم ودوافعهم ومعتقداتهم.<sup>(5)</sup>

(1) عبود عبد الله العسكري، منهجية البحث العلمي والعلوم الإنسانية، ط2، دار التميز، دمشق، سورية، 2004، ص24.

(2) فرج عبد الله طه وآخرون، معجم علم النفس والتحليل النفسي، ط1، دار النهضة العربي للطباعة والنشر، بيروت، لبنان، د س، ص432.

(3) أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والإتصال، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكوف، الجزائر، 2007، ص20.

(4) إبراهيم عبد العزيز الدعليج، مناهج وطرق البحث العلمي، ط2، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص97.

(5) جودت عزة عطوي: أساليب البحث العلمي، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص109.

يعرفها زياد علي الجرجاوي بأنها أداة لفظية بسيطة ومباشرة تهدف إلى التعرف على ملامح خبرات المفحوصين وإتجاهاتهم نحو موضوع معين ومن خلال توجيه أسئلة قريبة من التيقن في الترتيب والصياغة وما شابه ذلك.<sup>(1)</sup> تحتوي إستمارة الإستبيان الخاصة بموضوع بحثي على 24 سؤال، حيث تم تقسيم هذه الإستمارة إلى ثلاث محاور كل محور يضم مجموعة من الأسئلة التي تصب في الإجابة عليها وقد رتبت هذه المحاور كما يلي:

**المحور الأول:** وقد تم تخصيص لها أربعة أسئلة.

**المحور الثاني:** يتعلق بمدى مساهمة الفيسبوك في حصول على المعلومات البيئية حسب رأي الطالب الجامعي وتضمن 10 أسئلة.

**المحور الثالث:** يتلق بمدى اعتماد الطلبة الجامعيين على الفيسبوك بقضايا البيئة وكيفية المحافظة عليها، إحتوى على 9 أسئلة.

**سادسا: أساليب التحليل**

بعد أن يتم جمع البيانات وتفريغها وترتيبها وتصنيفها تعتمد الدراسة على أسلوبين للتحليل هما التحليل الكمي والكيفي.

**1- الأسلوب الكمي**

يتم فيه تحويل البيانات والإجابات التي تحصلنا عليها في الميدان إلى أرقام عددية وتكرارات ونسب مئوية يتم ترتيبها في جداول حسب محاور البحث، وذلك بالإعتماد على أدوات المعالجة الإحصائية، حيث يتم إستخدام النسب المئوية لتمثيل أفراد مجتمع البحث إلى أرقام وتكرارات ونسب مئوية وذلك لكي تسهل علي عملية تحليل المتغيرات وتفسيرها.

**2- الأسلوب الكيفي**

يتم من خلاله تحليل وتفسير كل البيانات والمعطيات الواردة في الجداول وفهمها بأبعادها وربطها بالوقائع وإكتشاف العلاقات بينها ومحاولة ربطها بالإطار النظري لموضوع الدراسة لمعرفة مدى صدقها بما يوافق فرضيات الدراسة ميدانيا.

(1) زياد علي الجرجاوي، القواعد المنهجية التربوية لبناء الإستبيان، مطبعة أبناء الجراح، غزة، فلسطين، 2010، ص16.

## خلاصة الفصل

لقد تناولت في هذا الفصل مجالات لدراسة، كما تناولت المنهج المتبع والمناسب لموضوع هذه الدراسة، كما تطرقت إلى الأدوات المستخدمة التي ساعدتني على جمع البيانات مكن الميدان حول موضوع مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين الذين يدرسون في كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة محمد الصديق بن يحيى -جيجل- قطب -تاسوست- وتم في الأخير الإشارة إلى الأساليب الإحصائية المستخدمة في التحليل لكي تكون النتائج المتوصل إليها معبرة عن حقيقة موضوع الدراسة.

# الفصل السادس: عرض وتحليل وتفسير البيانات

تمهيد

أولاً: تحليل البيانات

ثانياً: مناقشة النتائج في ضوء الفرضيات

ثالثاً: نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة

رابعاً: النتائج العامة للدراسة

خامساً: الإقتراحات والتوصيات

## تمهيد

بعدما تطرقنا إلى الإطار المنهجي الذي وضعنا من خلاله الجوانب المنهجية بكل تفاصيلها عن موضوع الدراسة والجانب النظري الذي حاولنا من خلاله الإلمام بكل المعلومات والبيانات المتعلقة بموضوع بحثنا، سنتطرق في هذا الفصل إلى الإطار التطبيقي والذي سنحاول فيه الإجابة عن التساؤل الرئيسي لموضوع الدراسة انطلاقاً من إعداد استمارة الاستبيان وضبطها وتحكيمها ثم توزيعها على أفراد العينة وبعد ذلك تفرغ بيانات الاستبيان التي تم جمعها من المبحوثين، ثم جدولتها من المبحوثين، ثم جدولتها وتصنيفها وتحليل وتفسير مضمون هذه الجداول ما شملته من نتائج على ضوء التساؤلات الفرعية للدراسة .

## أولاً: عرض وتحليل البيانات

## المحور الأول: البيانات الشخصية

## الجدول رقم 1: يمثل طبيعة الجنس

الجنس	تكرار	نسبة مئوية
ذكر	24	37.50%
أنثى	40	62.50%
مجموع	64	100%

بالإعتماد على معطيات الجدول في توزيع المبحوثين حسب متغير السن فقد أظهر أن نسبة الإناث بلغت 62.50% بينما بلغت نسبة الذكور 37.50% وهذا ما أكدته المعطيات المتحصل عليها حول عدد الطلبة والأغلبية منهم هم إناث الأكثر.

وبالنظر إلى الإحصائيات الموجودة في الجدول أعلاه نستنتج ان عدد الإناث المسجلين في الدامعة أكثر من عدد الذكور وهذا يرجع إلى كون الذكور لا يريدون إكمال مشوارهم الدراسي أو العمل أو يعود إلى الفقر والمستوى المعيشي للأسرة والذي يفرض عليه التخلي عن الدراسة والتوجه للعمل.

## الجدول رقم 2: يمثل سن المبحوثين

السن	تكرار	نسبة مئوية
من 18 إلى 21	08	12.50%
من 22 إلى 25	40	62.50%
من 26 إلى 29	11	17.19%
من 29 فما فوق	5	7.81%
المجموع	64	100%

يتبين من خلل الجدول المتمثل في متغير السن للأفراد المبحوثين الذين يستخدمون الفيسبوك هم من الفئة العمرية (من 22 إلى 25) قدرت ب 62.50%، تليها الفئة العمرية من (26 إلى 29 سنة) وهي نسبة تقدر ب 17.19% وهي نسبة معتبرة تليها الفئة العمرية من (18 إلى 21 سنة) بنسبة قدرت ب 12.50% مقارنة بالفئة العمرية الممتدة من 29 فما فوق بنسبة أقل قدرت ب 7.81% وهي نسبة ضئيلة وقد بلغ عدد أفرادها 05 وهذه النتائج تتماشى مع أعمار الطلبة الجامعيين المسجلين في الجامعة والسن التي يزاولون فيها دراستهم الجامعية.

الجدول رقم 03: يوضح توزيع المبحوثين حسب الطور الجامعي

الطور الجامعي	التكرار	النسبة %
ليسانس	59	92.18%
ماستر	5	7.82%
المجموع	64	100%

تبين البيانات الإحصائيات لهذا الجدول أن أغلبية المبحوثين هم من طلبة الليسانس بنسبة 92.18% تليها طلبة الماستر بنسبة 7.82%.

هذه البيانات الكمية الواردة على الجدول نلاحظ مدجى إهتمام الطلبة الجامعيين بمستواهم وتخصصاتهم بموضوع البيئة كونهم فئة مهمة للمجتمع من حيث وعيهم بالبيئة المحيطة بهم

الجدول رقم 04: يوضح توزيع المبحوثين حسب التخصص

التخصص	التكرار	النسبة %
علم إجتماع	38	59.39%
تربية	07	10.94%
إعلام وإتصال	14	21.87%
علم إجتماع وتنظيم عمل	02	3.12%
علم إجتماع إتصال	03	4.68%
المجموع	64	100%

يبين الجدول أن أعلى نسبة قدرت بـ 59.39% وكانت لتخصص علم الاجتماع بـ 38 فرداً، تليها نسبة 21.87% لتخصص اعلام واتصال ممثلة بـ 14 فرداً ثم تليها نسبة 10.94% تخصص تربية في حين انخفضت نسبتي لكلا التخصصين علم اجتماع لتنظيم والعمل وعلم اجتماع الاتصال بنسبة تقدر بـ: 4.68% و 3.12% على التوالي.

نستنتج من خلال الجدول أن توزيع المبحوثين حسب التخصص الجامعي له دور في تحديد توجهاتهم المختلفة، فأعلى نسبة نجدها عند تخصص علم اجتماع يهتم بدراسة القطاع البيئي وأبعاده وكذا الإهتمام بالإعلام الجديد خاصة مواقع التواصل الاجتماعي التي عرفت أهميتها ومساهمتها في التوعية البيئية خاصة لدى الطلبة الجامعيين.

#### المحور الثاني: إعتاد الطلبة الجامعيين على الفيسبوك في الحصول على البيئية

الجدول رقم 05: يوضح مدى إمتلاك المبحوثين حساب على الفيسبوك

إحتمالات	التكرار	النسبة %
أقل من سنة	08	12.50%
من سنة إلى 5 سنوات	04	37.50%
أكثر من 5 سنوات	32	50.00%
المجموع	64	100%

يتضح لي أن المبحوثين الذين يمتلكون حساب على الفيسبوك أكثر من خمس سنوات قدرت نسبتها بـ 50% من الطلبة أما من سنة إلى خمس سنوات تمثلت نسبتها بـ 37.50% من المبحوثين يمتلكون حساب على الفيسبوك، أما فيما يتعلق بالأقل من سنة تمثلت نسبتها بـ 12.50% وهي نسبة ضئيلة مقارنة مع الذين يمتلكون حساب على الفيسبوك.

من خلال هذا الجدول يتبين لي أن الطلبة الجامعيين يعتمدون على الفيسبوك في الحصول على المعلومات البيئية حيث يزودهم بالمعلومات التي يحتاجونها، نلاحظ أن واقعنا الحالي هو كثرة استخدام



الفيسبوك كوسيلة للاتصال بين الأفراد والحصول على المعلومات والأخبار ولذلك نجدهم يستخدمونها لفترة طويلة.

الجدول رقم 06: يمثل الفترة المفضلة لتصفح الفيسبوك

الفترة	التكرار	النسبة %
صباحا	05	7.81%
مساء	05	7.81%
ليلا	25	39.07%
حسب الظروف	29	45.31%
المجموع	64	100%

تبين بيانات الجدول أعلاه بأن نسبة 45.31% من المبحوثين أقروا بأن الفترة الزمنية المفضلة لديهم لتصفحهم على الفيسبوك هي على حسب الظروف وليس هناك فترة محددة مقيدون بها، فكلما وجدوا الوقت المناسب يقومون بتصفح الفيسبوك، في حين قدرت نسبة المبحوثين بـ 39.07% الذين يعتمدون على الفترة ليلا وهم يتصفحون الفيسبوك بينما انخفضت نسبة المبحوثين إلى 7.81% في كل من الفترة الصباحية والمسائية، لأفراد العينة لا يفضلون تصفحها وكنت النسبة جد ضئيلة.

الجدول رقم 07: يوضح مدة التصفح على الفيسبوك

العينة	تكرار	النسبة %
أقل من ساعة	22	34.37%
من ساعة إلى ساعتين	26	40.63%
أكثر من ساعتين	16	25.00%
المجموع	64	100%

يمثل هذا الجدول المدة الزمنية التي يتصفح فيها المبحوثين "موقع الفيسبوك" حيث أقر 40.63% من المبحوثين أنهم يتصفحون الموقع في مدة أقصاها من ساعة إلى ساعتين، لتأتي بعدها أقل من ساعة

والتي أجاب عنها 22 مفرد بما يعادل 34.37% من نسبة المبحوثين وفي المرتبة الأخيرة المدة أكثر من ساعتين بنسبة تقدر بـ 25%.

هنا يتضح مدى تعلق المبحوثين بموقع الفيسبوك، وهذا ما بينه المعدل من ساعة إلى ساعتين في اليوم ما يعادل تقريبا نصف عدد المبحوثين، مقارنة مع الذين يتصفحون الفيسبوك بمعدل أكثر من ساعتين فإن النسبة قريبة مع النسب الأخرى، وبالتالي يمكن القول أن أغلب المبحوثين يتصفحون الفيسبوك بمعدل ساعة إلى ساعتين في اليوم.

الجدول رقم 08: يوضح المواضيع التي تهتم بها عند تصفحك للفيسبوك

النسبة %	التكرار	المواضيع
25%	16	الاجتماعية
31.25%	20	البيئية
21.87%	14	الثقافية
7.82%	05	الإقتصادية
14.06%	09	الترفيهية
100%	64	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول تعدد طبيعة المواضيع في موقع الفيسبوك بين الاجتماعية والثقافية والبيئية والإقتصادية والترفيهية، حيث أقر من المبحوثين بتفضيلهم للمواضيع الاجتماعية والبيئية والتي قدرت نسبتها بـ 31.25%، 25% احتلتا المرتبة الأولى والثانية، تليها المواضيع الثقافية بنسبة قدرت بـ 21.87% واحتلت المرتبة الثالثة ثم تأتي المرتبة الرابعة 14.06 للمواضيع الترفيهية في آخر الترتيب قدرت نسبتها بـ 7.82% وهي نسبة ضئيلة بالنسبة للمواضيع الاقتصادية.

عليه نستنتج من خلال الجدول أن الطلبة الجامعيين لا يميلون إلى مثل هذه المواضيع فهم يفضلون المواضيع الاجتماعية والبيئية، فالطلبة هنا يفضلون المواضيع التي تعبر عن حيلتهم وظروفهم وبالتالي تحقيق رغباتهم من خلال معرفة أخبار ومعلومات حول المجتمع والمحيط الذي يعيشون فيه.

الجدول رقم 09: يوضح درجة إهتمامك بالجانب البيئي؟

إحتمالات	التكرار	النسبة %
عالية	20	31.26%
متوسطة	30	46.87%
متدنية	14	21.87%
المجموع	64	100%

تبين بيانات هذا الجدول أن الأغلبية أكدوا على أن درجة إهتمامهم بالجانب البيئي متوسطة نوعا ما حيث بلغت نسبتها بـ 46.87% بينما إنخفض عدد الباحثين الذين درجة إهتمامهم عالية والتي تقدر بـ 31.26% في حين بلغت نسبة درجة إهتمامهم بالجانب البيئي بـ 21.87% وهي نسبة متقاربة مقارنة مع النسبتين الأولى والثانية.

بالتالي نجد أن الباحثين يعتمدون بالجانب البيئي ولديهم درجة متوسطة في ذلك غير أن عدد الباحثين والتي كانت إحتمالاتهم عالية ومتدنية ليس لديهم أي ميول أو إهتمام لهذا الجانب.

الجدول رقم 10: جدول يمثل طبيعة المعلومات الموجودة في الفيسبوك حول الجانب البيئي

المعلومات	التكرار	النسبة %
تعريفية	10	15.63%
توعوية	40	62.5%
إعلامية	14	21.87%
المجموع	64	100%

تبين من خلال الجدول أعلاه بأن طبيعة المعلومات الموجودة في الفيسبوك حول الجانب البيئي تكون توعوية حيث قدرت نسبتها بـ 62.50% من حيث عدد الباحثين، فيما أقر عدد من الباحثين الذين يتلقون المعلومات الموجودة عبر موقع الفيسبوك حول الجانب البيئي قدرت بنسبة 21.87% حيث كانت إعلامية، بينما نجد 15.63% من الباحثين أي ما يعادل 10 أفراد صرحوا بأن المعلومات الموجودة في الفيسبوك حول الجانب البيئي تكون تعريفية.

نستنتج بأن طبيعة معظم المعلومات الموجودة في الفيسبوك حول الجانب البيئي هي توعية بالدرجة الأولى فهي تهدف إلى توعية الطلاب بأهمية البيئة.

جدول رقم 11: يوضح رأي المبحوثين في المعلومات البيئية الموجودة في الفيسبوك

الإحتمالات	التكرار	النسبة %
كافية	37	57.82%
غير كافية	17	26.56%
نوعا ما	10	15.62%
المجموع	64	100%

يبين الجدول أعلاه أن عدد المبحوثين الذين أجابوا حول المعلومات الموجودة في الفيسبوك كافية والتي قدرت نسبتها بـ 57.82% في حين نجد أن بعض من المبحوثين الذين أقرأ بأمن المعلومات التي نجدها على الفيسبوك تخدم نوعا ما بنسبة قدرة بـ 26.56% بالمقابل إنخفضت نسبة المبحوثين الذين أكدوا بأنها غير كافية بنسبة 15.62%.

ومنه نستنتج بأن المعلومات البيئية الموجودة في الفيسبوك كافية ووجب الزيادة في التعريف بها من أجل الحد من المشاكل البيئية التي نتعرض لها.

الجدول رقم 12: تمثل مدى ثقتك في المعلومات البيئية الموجودة في الفيسبوك

إحتمالات	التكرار	النسبة %
نعم	37	57.82%
لا	27	42.18%
المجموع	64	100%

يبين الجدول أعلاه إحصائيات التي تمثل مدى ثقتك في المعلومات البيئية الموجودة في الفيسبوك بحيث نجد أغلب المبحوثين كانت إجاباتهم بـ نعم ، و قدرت بنسبة 57.82% أي ما يعادل 37 فردا، بينما

وجد بعض المبحوثين صرحوا بعدم ثقتهم في المعلومات البيئية الموجودة في الفيسبوك وكانت نسبتهم بـ 42.18% أي ما يعادل 27 فردا.

وفي تحليلي للبيانات الموجودة في هذا الجدول نستنتج أن هذه الثقة ترتبط أساسا بمصادقية الجهات الناشرة لهذه المعلومات وهذا يبين وعي الطالب الجامعي في تمييزه للمعلومات التي تتوفر وتجعله يطلب المزيد فيما يتعلق بهذه المعلومة البيئية.

جدول رقم 13: يوضح إنجذابك للإعلانات البيئية على الفيسبوك لأفراد المبحوثين

النسبة %	التكرار	الإحتمالات
21.88%	14	البحث أكثر عن معلومات تتعلق بالبيئة
28.12%	18	الإطلاع على مختلف الأنشطة المبرمجة من قبل الشبكة الخضراء في مجال حماية الغابات من الحرائق
50%	32	المجموع
50%	32	لا
100%	64	المجموع

يبين الجدول أعلاه إحصائيات مدى انجذابك للإعلانات البيئية التي تظهر على الفيسبوك، حيث نجد أن أفراد العينة أكدوا على إنجذابهم لهذه الإعلانات البيئية بنسبة 50% ويتمثل هذا الجذب في البحث أكثر عن معلومات تتعلق بالبيئة بنسبة 21.88% والإطلاع على مختلف الأنشطة المبرمجة من قبل الشبكة الخضراء في مجال حماية الغابات من الحرائق بنسبة 28.12% أما الذين أجابوا بأن هذه الإعلانات البيئية لا تجذبهم فقدرت بنسبة 50%.

وتدل هذه النتائج على ان الإعلانات البيئية تجذب أفراد المبحوثين بغرض الإطلاع على المعلومات المتعلقة بالبيئة وهذا من أجل المحافظة على الغابة وحمايتها من الحرائق وكل ما تتعرض له الطبيعة.

الجدول رقم 14: يوضح كيف تستفيد من معلومات التي يقدمها الفيسبوك

إحتمالات	تكرار	النسبة %
نعم	54	84.37%
لا	10	15.63%
المجموع	64	100%

يوضح الجدول أن أغلبية المبحوثين إستفادوا من المعلومات البيئية الموجودة على الفيسبوك بشكل كبير قدرت نسبتها بـ 84.37% في حين نلاحظ انخفاض نسبة أفراد العينة الذين عبروا بأنهم لم يستفيدوا منها بلغت نسبتها بـ 15.63% وتدل هذه النتائج أن المعلومات البيئية الموجودة على الفيسبوك قدمت لهم معلومات زودتهم من خلال تلبية إحتياجاتهم.

وتكون هذه المعلومات أما تحسيسية أو توعية أو بالحملات التنظيمية التي يقومون بها من أجل الحفاظ على بيئة نظيفة.

المحور الثالث: إعتاد الطلبة الجامعيين على الفيسبوك بقضايا البيئة

الجدول رقم 15: يمثل مدى مساهمة الفيسبوك على الإهتمام بالجانب البيئي

الإحتمالات	التكرار	النسبة %
نعم	44	68.75%
لا	20	31.25%
المجموع	64	100%

تبين من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية عينة الدراسة يؤكدون مساهمة الفيسبوك في تحفيز الطلبة على الإهتمام بالجانب البيئي وبدرجة كبيرة حيث قدرت نسبتها بـ 68.75%، في حين انخفضت نسبة عينة الدراسة التي لم تساهم في تحفيزها على الإهتمام بالجانب البيئي بنسبة 31.25% .

من خلاله نستنتج أن الفيسبوك ساهم بشكل كبير في تحفيز أغلب الطلبة الجامعيين على الإهتمام بالجانب البيئي وذلك من خلال وجود صفحات متنوعة ومختلفة والتي تساهم في نشر وعيهم الثقافي والبيئي.

#### جدول رقم 16: يوضح أسباب استخدامك للفيسبوك حول الموضوعات البيئية

النسبة %	التكرار	الإحتمالات
17.18%	11	البحث عن صفحات خاصة بالبيئة في الجزائر
45.32%	29	نشر ثقافة الوعي البيئي
37.50%	24	تبادل المعلومات حول القضايا البيئية في الجزائر
100%	64	المجموع

يمثل هذا الجدول أعلاه أسباب استخدام الفيسبوك بحيث تساهم بنشر ثقافة الوعي البيئي وقدرت نسبتهم بـ 45.32% أي ما يعادل 29 فردا.

في حين أخرج نجد مبحثين آخرين صرحوا بأنه سبب استخدام فيسبوك رجع إلى تبادل معلومات حول القضايا البيئية في الجزائر وقدرت نسبتهم بـ 37.50% أي ما يعادل 24 فردا، وبالمقابل نجد بع المبحثين سبب استخدام الفيسبوك رجع إلى البحث عن صفحات خاصة بالبيئة في الجزائر وقدرت بـ 17.18% أي ما يعادل 11 فردا من خلال قراءتي للجدول والبيانات التي تحصلت عليها نلاحظ أن الطلبة الجامعيين يستخدمون الفيسبوك لنشر الثقافة البيئية في الجزائر وتبادل المعلومات بشكل أوسع وذلك من خلال نشر بعض الصور وهذا من أجل التعريف بالبيئة وكيفية الحفاظ عليها ونشر ثقافة الوعي البيئي.

الجدول رقم 17: يوضح دور الفيسبوك بالتعريف بالقضايا البيئية الموجودة في الجزائر

النسبة %	التكرار	الإحتمالات
75%	48	نعم
25%	16	لا
100%	64	المجموع

يبين الجدول أعلاه البيانات الإحصائية المتمثلة في دور الفيسبوك في التعريف بالقضايا البيئية الموجودة في الجزائر حيث أجاب أغلب المبحوثين بـ نعم وقدرت بنسبة 75% أي ما يعادل 48 فردا في حين نجد بعض المبحوثين كانت إجاباتهم بـ لا وقدرت نسبتهم بـ 25% أي ما يعادل 16 فردا، نستنتج أن للفيسبوك دورا فعالا في التعريف بالقضايا البيئية لا سيما أنها معروفة بمناظرها الخلابه وطابعها البيئي.

الجدول رقم 18: يوضح مدى مساهمة وانتقاء سلوكيات إيجابية تتعلق بالبيئة

النسبة %	التكرار	الإحتمالات
68.75%	44	نعم
31.25%	20	لا
100%	64	المجموع

يوضح الجدول أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يؤكدون على مساهمتهم في إختيار سلوكيات إيجابية تتعلق بالبيئة حيث قدرت نسبتها بـ 68.75%، في حين نجد إنخفاض نسبة المبحوثين الذين لا يساهمون في إختيار سلوكيات إيجابية قدرتن بـ 31.25%.

ومنه نستنتج من خلال الجدول أعلاه أن الطلبة الجامعيين يساهمون في إختيار سلوكيات إيجابية ومفيدة للبيئة وذلك من أجل إعطاء صورة إيجابية عن البيئة الموجودة في بلدهم وهذا يدل على وعيهم وإدراكهم لأهمية البيئة.



الجدول رقم 19: يمثل أثر الفيسبوك في تغيير بعض سلوكياتك إتجاه البيئة وقضاياها

النسبة %	التكرار	إحتمالات
82.81%	53	نعم
17.19%	11	لا
100%	64	المجموع

تبين بيانات هذا الجدول أن أغلبية المبحوثين يؤكدون تأثير الفيسبوك في تغيير بعض سلوكياتهم بدرجة كبيرة بلغت نسبتها بـ 82.81% بينما نسبة المبحوثين التي لم يؤثر الفيسبوك في تغيير سلوكياتهم قدرتن نسبتها بـ 17.19% وتدل هذه النتائج أن ما يجده الطلبة الجامعيين من مواضيع ومعلومات في الفيسبوك ساهمت في زيادة وعيهم ومعلوماتهم حول الجانب البيئي وذلك من أجل التعرف على الإتجاهات الإيجابية نحو البيئة مما ساعد على وعي أفراد المجتمع.

الجدول رقم 20: يوضح كيفية نجد الطلبة الجامعيين في تعاملهم مع قضايا البيئة

النسبة %	تكرار	إحتمالات
10.95%	07	حسنة
53.12%	34	مقبولة
35.93%	23	سيئة
100%	64	المجموع

يبين هذا الجدول أن أغلبية المبحوثين يعتقدون أن معاملته مع قضايا البيئة كنت مقبولة بنسبة 53.12% ثم تليها نسبة عينة المبحوثين التي أكدت تعاملهم مع هذه القضايا البيئية سيئة جدا بنسبة 35.93% بينما إنخفضت نسبة العينة التي تعتقد أن تعاملهم مع قضايا البيئة حسنة بنسبة 10.95%.

تدل هذه النتائج على إرتفاع مستوى الطلبة حول تعاملهم بقضايا البيئة وذلك بمعرفتهم بأهمية البيئة وهذا ما يعطي الصورة الذهنية عن البيئة ليعيش فيها أفراد المجتمع وذلك من خلال السلوكيات الإيجابية إتجاه البيئة.

الجدول رقم 21: يوضح كيف يخدم الفيسبوك القطاع البيئي

النسبة %	التكرار	الإحتمالات
29.69%	19	يخدم
12.50%	08	لا يخدم
57.81%	37	يخدم نوعا ما
100%	64	المجموع

يوضح الجدول رأي أفراد العينة في مدى خدمة الفيسبوك للقطاع البيئي تبين لي أن أغلبية الباحثين أن الفيسبوك يخدم نوعا ما القطاع البيئي بنسبة 57.81% ثم تليها نسبة عينة الدراسة والتي أكدت أن الفيسبوك يخدم قطاع البيئة بنسبة 29.69% في حين إنخفضت نسبة الباحثين التي تعتقد أن الفيسبوك لا يخدم القطاع البيئي بنسبة بلغت بـ 12.5% تدل هذه النتائج على مدى إرتفاع وعي الطلبة الجامعيين بأهمية ومساهمة الفيسبوك في نشر الوعي البيئي إذ يمكنه من التعرف على ما ينشر عبر صفحات الفيسبوك من صور وفيديوهات حول البيئة.

الجدول رقم 22: يمثل مدى مشاركة في نشاطات بيئية وحيويتها على صفحات الفيسبوك

النسبة %	تكرار	الإحتمالات
46.87%	30	نعم
53.13%	34	لا
100%	64	المجموع

يتبين من خلال الجدول أن أغلبية أفراد عينة الدراسة لا يشاركون في النشاطات البيئية بنسبة قدرت بـ 53.13% في حين نجد أفراد عينة الدراسة يشاركون في مختلف النشاطات البيئية قدرت بـ 46.87% من خلال تحليل البيانات نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة غير ناشطين في مجال القطاع البيئي، نتيجة للظروف التي يعيشها الطالب الجامعي والتي لا تسمح له بالمشاركة بصدر فعالة وأنه غير متخصص من هذا الجانب البيئي.

الجدول رقم 23: يوضح مدى انتقاد المبحوثين للسلوكيات المضرّة بالبيئة في ولايتك عبر صفحات الفيسبوك

الإحتمالات	التكرار	النسبة %
نعم	44	68.25%
لا	20	31.25%
المجموع	64	100%

من خلال الجدول نلاحظ ان أغلبية المبحوثين ينتقدون السلوكيات المضرّة بالبيئة في ولايتهم بنسبة تقدر بـ 68.25%، بينما نسبة المبحوثين الذين لا ينتقدون هذه السلوكيات بنسبة 31.25%.

نستنتج بأن الوعي البيئي الذي يملكه المبحوثين من الطلبة الجامعيين ومثل هذه السلوكيات يؤثر بشكل كبير على البيئة.

ثانيا: مناقشة النتائج في ضوء الفرضيات

### 1- مناقشة النتائج في ضوء الفرضية الجزئية الأولى:

والتي مفادها " توجد مساهمة لمواقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" في نشر الوعي والثقافة البيئية وكيفية الحصول على المعلومات زمن خلال مناقشة لمؤشرا هذه الدراسة توصلت إلى النتائج التالية:

- ✓ 50% من المبحوثين يؤكدون انهم يمتلكون الفيسبوك أكثر من خمس سنوات.
- ✓ 45.31% من المبحوثين أقروا بأن الوقت المفضل لإستخدام الفيسبوك يكون حسب ظروفهم.
- ✓ 40.63% من المبحوثين أقروا أنهم يستخدمون الفيسبوك من ساعة إلى ساعتين.
- ✓ 31.25% و 25% من المبحوثين أكدوا أن المواضيع الاجتماعية والبيئية تستهويهم عبر صفحات الفيسبوك.
- ✓ 46.87% من المبحوثين أكدوا أنهم يهتمون بمواضيع البيئة بدرجة متوسطة.
- ✓ 62.50% من المبحوثين يقرون بأن المعلومات الموجودة في الفيسبوك حول الجانب البيئي هي معلومات توعوية.
- ✓ 57.82% من المبحوثين أكدوا بأن المعلومات البيئية المقدمة على الفيسبوك كافية نسبيا.

- ✓ 57.82% من المبحوثين أكدوا أنهم يتقنون في المعلومات البيئية الموجودة على الفيسبوك.
  - ✓ 50% من المبحوثين أكدوا على أن الإعلانات البيئية تجذبهم حيث 28.12% منهم أن هذا الجذب يتمثل في الإطلاع على مختلف الأنشطة المبرمجة من قبل الشبكة الخضراء.
  - ✓ 84.37% من المبحوثين أكدوا إستفادتهم من المعلومات البيئية الموجودة على الفيسبوك.
- إذن من خلال النتائج المتوصل إليها من تحليل الجداول نستنتج انه توجد مساهمة لموقع الفيسبوك في الحصول على المعلومات البيئية ونشر الوعي البيئي وبذلك يمكن القول بأن الفرضية الأولى تحققت نوعا ما.

## 2- مناقشة النتائج في ضوء الفرضية الجزئية الثانية:

- والتي مفادها " يوجد إهتمام لمواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" بقضايا البيئة ومشكلاتها.
- من خلال مناقشتي لمؤشرات هذه الفرضية توصلت إلى النتائج التالية:
- ✓ 68.75% من المبحوثين أكدوا أن الفيسبوك يساهم في تحفيزهم على الإهتمام بالجانب البيئي.
  - ✓ 45.32% من أفراد عينة الدراسة أقرأ بإستخدامهم للفيسبوك حول الموضوعات البيئية، حيث أقر 30 فردا أن السبب يتجلى في نشر ثقافة الوعي البيئي.
  - ✓ 75% من المبحوثين أكدوا على الدور الفعال للفيسبوك في التعريف بالقضايا البيئية الموجودة في الجزائر.
  - ✓ 68.75% من المبحوثين أكدوا مساهمتهم في إختيار سلوكيات إيجابية تتعلق بالبيئة عبر صفحاتهم على الفيسبوك.
  - ✓ 82.83% من المبحوثين أكدوا تأثير الفيسبوك في تغيير بعض سلوكياتهم إتجاه البيئة وقضاياها.
  - ✓ 53.12% من المبحوثين أقرأ تعاملهم مع قضايا البيئة نوعا ما.
  - ✓ 57.81% من أفراد عينة الدراسة أكدوا أن الفيسبوك يخدم القطاع البيئي نوعا ما.

✓ 53.13% من المبحوثين أكدوا عدم مشاركتهم في النشاطات البيئية الموجودة على صفحات الفيسبوك.

✓ 68.25% من المبحوثين أكدوا انتقادهم للسلوكيات المضرّة بالبيئة في ولايتهم عبر صفحات الفيسبوك.

وفي الأخير إستنادا إلى النسب المئوية التي تحصلت عليها يمكن اقول أنه يوجد اهتمام للفيسبوك بقضايا البيئة ومشكلاتها.

### ثالثا: مناقشة النتائج في دور الدراسات السابقة

إختلفت الدراسات التي تناولت موضوع مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي، فهناك من ركز على دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي البيئي، وهناك من ركز على الإعلام الجديد في نشر الوعي البيئي ومنهم من اهتموا بالدول الذي يؤديه مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي والثقافة البيئية لدى الطلبة الجامعيين.

ودراستي الحالية تمثلت في "مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" في نشر الوعي البيئي"، بالتركيز على كيفية المحافظة عليها ومساهمة الفيسبوك في توجيه سلوكياتهم إتجاه البيئة وإعطائهم مناقشة النتائج التي توصلت إليها دراستي في ضوء الدراسات السابقة.

1- توصلت معظم نتائج دراسة "فتيحة كيجل" و"سلمان بورنان" و"مريم بلخضر" أن الفيسبوك له دور فعال في نشر ثقافة الوعي البيئي والتوعية بمجال البيئة وضرورة المحافظة عليها كعنصر هام في المجتمع وبالرغم من إختلاف التصفح بين أفراد المبحوثين إلا أن هذا التصفح لها دور إيجابي نوعا ما في نشر التوعية البيئية.

أما دراسة "ياسين بودراع" و "وليام آلان" جاءت مختلفة حيث غن دراسة نوعا ما فهو رأي بأن الإذاعة المحلية هي التي تهتم بالقضايا البيئية ومشكلاتها كما أنها تقدم برامج متنوعة وتعد الأخبار البيئية الطابع الغالب عليها أما وليام آلان: جاءت دراسته حول كيفية تعامل وسائل الإعلام في قضايا البيئة، وكانت نتائج دراسته عن وجود حالة من الإحباط في الشكل الذي تتناول به وسائل الإعلام قضايا البيئة،

حيث إقترح تدعيم مهمة علماء البيئة ووسائل الإعلام التي تتناول قضايا البيئة وأن نشر الوعي البيئي يتطلب ضرورة معرفة عمل وسائل الإعلام وتركيبها وبالتالي يمكن القول بأن اهتمام وسائل الإعلام بقضايا البيئة منخفض مقارنة بمواقع التواصل الاجتماعي وهذا ما توصلت إليه من خلال دراستي التي لها دور ومساهمة كبيرة في نشر الوعي البيئي.

#### رابعاً: النتائج العامة للدراسة

لمعرفة النتائج العامة التي توصلت إليها الدراسة يجب علينا ان نقدم النتائج التي توصلت إليها الفرضيتان الجزئيتان بعد أن تم اختيارهما ميدانيا واستنادا إلى ذلك يمكن أن نستخلص هذه النتائج فيما يلي:

- ✓ يعد مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) مصدر مهم للمعلومة البيئية.
- ✓ تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي من خلال تحسين الصورة البيئية من طرف الطلاب.
- ✓ نجد كل المبحوثين (الطلبة) يمتلكون حساب على موقع الفيسبوك وبالتالي فهم يستخدمونه أكثر من غيره من مواقع التواصل الاجتماعي.
- ✓ أغلب المبحوثين لهم متابعات لصفحات ومجموعات مختلفة إجتماعية، سياسية، إقتصادية وكذلك صفحات ومجموعات متعلقة بالقضايا البيئية.
- ✓ يساهم الفيسبوك بشكل فعال في التوعية البيئية وذلك عن طريق تقديم معلومات ول الحفاظ على البيئة، ونشر المواضيع عن التربة البيئية فموقع الفيسبوك له دور مهم في التوعية البيئية من خلال توعية المستخدمين بأهمية حماية البيئة.

#### خامساً: الإقتراحات والتوصيات

- ✓ ضرورة نشر ثقافة الوعي البيئي بطرق مختلفة سواء عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي أو عن طريق المكتبات والجامعات والمدارس.

- ✓ إستغلال مميزا للفيسبوك في نشر الوعي البيئي في أوساط مستخدميه.
- ✓ إستغلال موقع اليوتيوب في نشر مقاطع فيديو حول القضايا البيئية وطرق حمايتها.
- ✓ حث المسؤولين على تكليف الجهات المختصة بشؤون البيئة بالإهتمام وتنفيذ السياسات الإعلامية مع تفعيل القوانين التي تحقق الوعي البيئي.
- ✓ على الباحثين في مجال التوعية البيئية إجراء دراسات تجريبية تبحث في أثر البرامج التدريبية التي تسعى إلى حل المشكلات البيئية وتنمية الوعي البيئي لدى الطلبة وأفراد المجتمع.





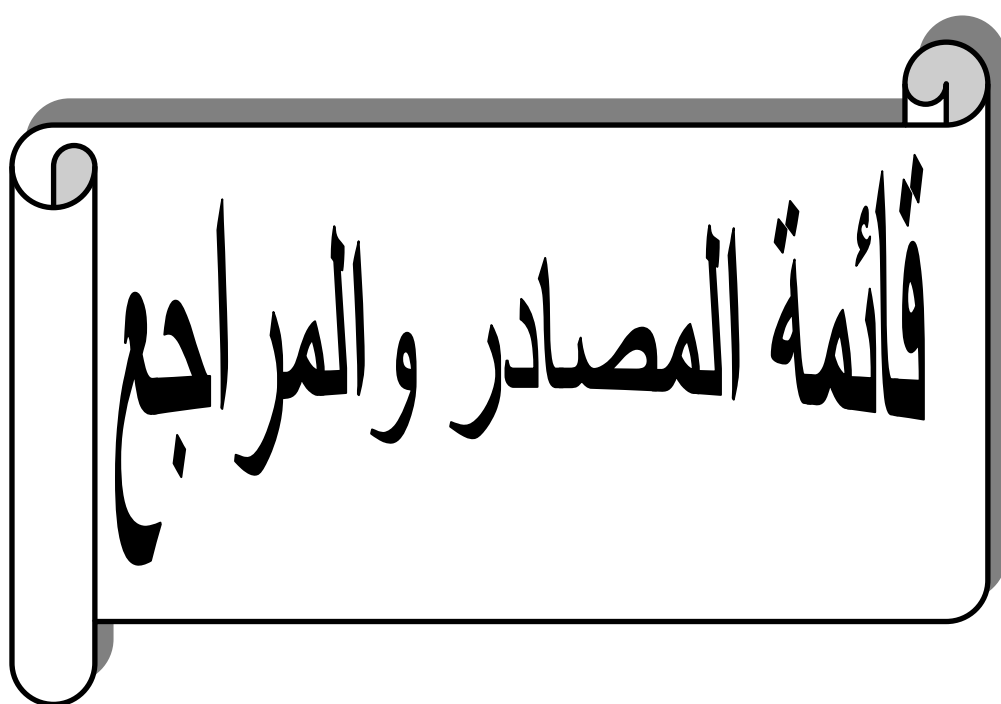
تلعب مواقع التواصل الاجتماعي دورا فعالا في عصرنا الحالي وهذا لما تقدمه من خدمات وتبادل للمعارف والتواصل بين الأفراد، حتى أنها أصبحت تساهم بشكل كبير في تنشر ثقافة الوعي البيئي، لأن حياة الإنسان في كل المجتمعات مرتبطة إرتباطا وثيقا بالبيئة فهي المحيط الذي يعيش فيه الإنسان ويؤثر ويتأثر به، ويعد مصدرا أساسيا يعتمد عليه في تطوير حياته وإنعاش مؤسساته في الجوانب المختلفة.

وقد أصبحت العلاقة بين الإنسان والبيئة محط الإهتمام لدى العديد من الدول والمنظمات وكذا المختصين والعلماء، نظرا لما لحق بالمنظومة البيئية من تلوث كان الإنسان المتسبب الرئيسي فيه وغيرها من السلوكيات السلبية.

ومن هنا تأتي ضرورة تنمية وعي الثقافة البيئية إلى تعديل السلوكيات الخاطئة حيال البيئة وذلك بإستخدام كال الوسائل المتاحة، بما فيها شبكات التواصل الاجتماعي بأشكالها المختلفة، حيث يظهر موقع الفيسبوك كإحدى الخيارات المتاحة للمساهمة في تنمية مفهوم الوعي البيئي، من خلال قدرته الواسعة واللامحدودة للتعامل مع البيئة وكيفية المحافظة عليها من المخاطر التي تهدد ببقائها.

فمواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك يعمل على زيادة وتنمية المعارف للفرد عن طريق تزويد بالمعارف البيئية عن أهم القضايا فهذه المعلومات تشكل وعي بيئي لديه كما يعمل الفيسبوك على إكساب الفرد مجموعة من السلوكيات والمبادئ التي تساهم في نشر الثقافة البيئية ويعمل على نقلها من جيل إلى جيل آخر.

ومن خلال نتائج دراستي توصلت إلى أن الفيسبوك يساهم بشكل كبير في نشر الوعي البيئي للطالب الجامعي من خلال ما يكتسبه الفرد من معلومات وأفكار والقيم والعمل على ترسيخها والتعرف على أهم المشاكل الاجتماعية الخاصة بالبيئة، إذن الفيسبوك يساهم في نشر الوعي البيئي.



قائمة المصادر والمراجع:

أولاً: الكتب

- 1- إبراهيم عبد العزيز الدعليج، **مناهج وطرق البحث العلمي**، ط2، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
- 2- إحسان حفزي، **علم اجتماع التنمية**، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2003م.
- 3- أحمد بن مرسل: **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال**، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكوف، الجزائر، 2007.
- 4- أحمد بن مرسل، **أسس البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال**، المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003.
- 5- أحمد جلال الموسى، **الخدمة الاجتماعية وحماية البيئة**، المنصورة، المكتبة العصرية، مصر.
- 6- أحمد علي حبيب، **علم النفس الاجتماعي**، ط5، عالم الكتب، مصر، 2000 م .
- 7- أحمد محمد مرسي، **الشباب بين التهميش والتشخيص (رؤية إنسانية)**، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، ط1، المنصور، مصر، 2009م.
- 8- الرازي محمد بن أبي بكر عبد القادر، **مختار الصحاح**، مكتبة لبنان، بيروت، 1986م.
- 9- السيد عبد الفتاح عفيفي، **بحوث في علم الاجتماع المعاصر**، دار الفكر العربي، القاهرة، 1996م.
- 10- بسام عبد الرحمن المشاقبة، **نظريات الاتصال**، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011م..
- 11- بسام عبد الرحمن المشاقبة، **نظريات الاتصال**، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010م..
- 12- بسام عبد الرحمن المشاقبة، **نظريات الإعلام**، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010م.
- 13- بشير عباس العلق، **تطبيقات الانترنت في التسويق**، ط 1، دار المناهج، عمان، 2003م.
- 14- بلقاسم سلاطنية وحسان الجيلالي: **منهجية العلوم الاجتماعية**، د ط، شركة دار الهدى للنشر والطباعة والتوزيع، عين مليلة، 2004.
- 15- جمال الدين السيد علي صالح، **الإعلام البيئي بين النظرية والتطبيق**، مركز الإسكندرية لأبحاث، مصر، 2003م.
- 16- جمال الدين السيد، **الإعلام البيئي بين النظرية والتطبيق**، مركز الإسكندرية لأبحاث، مصر، 2003م.

- 17- جمال سند السويدي، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية من القبيلة إلى الفيسبوك، ط 4، دن، د م 2014م.
- 18- جودت عزة عطوي: أساليب البحث العلمي، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2007.
- 19- حسن عماد مكاوي، ليلى حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، 1998م.
- 20- حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998م.
- 21- حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، دط، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998م.
- 22- حسين محمود صقيمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2015م.
- 23- حسينة طه نجيم وآخرون، البيئة والإنسان ودراسات في الإيكولوجيا البشرية، ط3، وكالة المطبوعات، الكويت، 1984م.
- 24- خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، ط1، دار النفاس للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2013م.
- 25- خالد غسان، يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفاس، ط1، عمان، الأردن، 2013م.
- 26- خالد يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها النفسية والاجتماعية، الاقتصادية الدينية والسياسية على الوطن العربي والعالم، دار النفاس للنشر والتوزيع، عمان، 2013م.
- 27- ربيع عادل، التوعية البيئية، مكتبة المجتمع العربي، عمان الأردن، 2009م.
- 28- رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط3، دار الهدى، الجزائر، 2007.
- 29- زياد علي الجرجاوي، القواعد المنهجية التربوية لبناء الإستبيان، مطبعة أبناء الجراح، غزة، فلسطين، 2010.

- 30- سعيد سبعون، الدليل المنهجي في إعداد المذكرات والرسائل الجامعية في علم الاجتماع، ط21، دار القصة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2012.
- 31- سلمان بكر بن کران، الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية، وسائل التواصل الاجتماعي، د ط، دار الراءة للنشر والتوزيع الأردن، 2015م.
- 32- سناء محمد الجبور، الإعلام البيئي، ط1، دار أسامة، عمان الأردن، 2011م..
- 33- سيد إبراهيم، دراسات في الفكر التربوي، وكالة المطبوعات، 1974م.
- 34- شريف درويش البان، تكنولوجيا الاتصال المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية، د ط، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة 2000م.
- 35- صالح جمال الدين، الإعلام البيئي بين النظرية والتطبيق، مركز الإسكندرية للكتاب، 2003م.
- 36- عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، نظريات الإعلام وتطبيقاته العربية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2011م.
- 37- عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، دط، دار الفكر العربي، 2011م.
- 38- عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي، دار العنقاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2015م.
- 39- عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2015م.
- 40- عبد الله عامر الشمالي، أسلوب البحث الاجتماعي وتقنياته، ط3، جامعة قازيوس، بنغازي، 2003.
- 41- عبود عبد الله العسكري، منهجية البحث العلمي والعلوم الإنسانية، ط2، دار التميز، دمشق، سورية، 2004.
- 42- عصام توفيق قمر، الأنشطة المدرسية والوعي البيئي، الأطر النظرية الأدوار الوظيفية، التجارب الدولية، دار السحاب للنشر والتوزيع، 2004م.
- 43- علي عبد الفتاح، الإعلام الاجتماعي، دط، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2014م.
- 44- علي عوجة، الإعلام وقضايا البيئة، د ط، عالم الكتب، القاهرة، 2009م.
- 45- عمر أوكان، اللغة والخطاب، الدار البيضاء، المغرب، 2001م.

- 46- عمر عبد المجيد النجار، قضايا البيئة من منظور إسلامي، مركز البحوث والدراسات الإسلامي، الدوحة، قطر، 1999م.
- 47- فتيحة محمد حسن، مشكلات البيئة، مكتبة المجتمع العربي، الأردن، 2005م.
- 48- فرج عبد الله طه وآخرون، معجم علم النفس والتحليل النفسي، ط1، دار النهضة العربي للطباعة والنشر، بيروت، لبنان، د س.
- 49- قباري محمد إسماعيل، علم الاجتماع الجماهيري وبناء الاتصال، دار نشأت للمعارف، مصر، 2008م.
- 50- قمر عصام توفيق، الاتجاهات العالمية المعاصرة في ممارسة الأنشطة المدرسية البيئية في اليابان والولايات المتحدة الأمريكية وإنجلترا، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2007م.
- 51- قمر عصام توفيق، الاتجاهات العالمية المعاصرة في ممارسة الأنشطة المدرسية البيئية في اليابان والولايات المتحدة الأمريكية وإنجلترا، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2007م.
- 52- كامل محمد المغزلي، أساليب البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، د ط، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2007.
- 53- كمال خو رشيد مراد، الاتصال الجماهيري والإعلام والتطور الخصائص النظرية، دار الميسرة للنشر والتوزيع، عمان، 2011م.
- 54- ليلي أحمد جرار، الفيسبوك والشباب العربي، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ط1، 2012م.
- 55- محمد الجوهري وآخرون، علم اجتماع البيئة، دار الميسرة، الأردن، 2010م.
- 56- محمد الدين مختار، الإتجاهات النظرية والإستطلاعية في منهجية العلوم الإجتماعية، د ط، دار المنشورات الجامعية، بباتنة، 1999.
- 57- محمد حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، الكويت، 2003م.
- 58- محمد شفيق، البحث العلمي (الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الإجتماعية)، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1990.
- 59- محمد عبد الحميد، مناهج البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2000م، ص220.
- 60- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتاب، ط3، القاهرة، 2004م.

- 61- محمد عبد العال، النعيمي، عبد الجبار توفيق البياتي وآخرون، طرق ومناهج البحث العلمي، ط1، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- 62- محمد عبد الكريم علي عبد ربه، محمود عزت، محمد إبراهيم غزلان، اقتصاديات الموارد البيئية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2000م .
- 63- محمد عبيدات، محمد أبو ناصر، عفة مبيضين، منهجية البحث العلمي (القواعد والمراحل والتطبيقات)، دار وائل للطباعة والنشر، ط2، عمان، 1991.
- 64- محمد محود كامل الرفاعي، وماهر إسماعيل صبري محمد، التربية البيئية من أجل بيئة أفضل، المركز القدمى للبحوث التربوية والتنمية، القاهرة، مصر، 2004م.
- 65- محمد منير حجاب، نظريات الاتصال، ط1، دار الفجر، القاهرة، مصر، د س.
- 66- مصطفى يوسف كاني، الرأي العام ونظرية الاتصال، دار الحامد للنشر والتوزيع ، عمان، 2014م/2015م.
- 67- نايف بن صالح الشلهوب، الإعلام والتوعية البيئية، الملتقى الإعلامي الأول للتنمية المستدامة، القاهرة، 28-30 نوفمبر 2006م.
- 68- نايل نبيهة السيد، صحة البيئة الطفل، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، القاهرة، 2009م.
- 69- نبيل الصادق، طريقة تنظيم المجتمع في الخدمة الاجتماعية، دط، دار الثقافة، القاهرة، 1983م.
- 70- نضال فلاح طلاعين وآخرون، نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، دط، دار الإعصار العلمي، 2016م.
- 71- وائل عبد الرحمن التل، عيسى محمد قحل، البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2007.
- 72- وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفيسبوك على المجتمع، دط، المكتبة الوطنية للنشر والتوزيع، السودان، الخرطوم، 2012م.
- 73- يوسف قطامي، إدارة الصفوف، الأسس السيكولوجية، ط2، دار الفكر للطباعة والنشر، الأردن، د س.

#### ثانيا: المعاجم والقواميس

- 1- ابن منظور الإفريقي، لسان العرب، المجلد الأول، دار بيروت للطباعة والنشر، بيروت، 1956م.

2- فؤاد أقوام البستاني، منجد الطلاب، دط، دار الشروق، دت.

3- محمد عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع، ط1، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1995م.

### ثالثا: الأطروحات والرسائل الجامعية

1- إبراهيم محمد، تأثير بعض إصدارات جهاز شؤون البيئة على تنمية الوعي البيئي لدى عينة من المواطنين في محافظة القاهرة، رسالة ماجستير، جامعة عين الشمس، القاهرة، 1997م.

2- أبو البن إيناس، مستوى الوعي البيئي وعلاقته ببعض المتغيرات لدى طلبة التربية في الجامعات الفلسطينية بغزة، رسالة ماجستير، جامعة الأزهر، غزة، 2005م.

3- أسماء عيادي، المعالجة الإعلامية للتلوث الصناعي في الصحافة الجزائرية، دراسة تحليلية لجريدة الوطن الجزائرية، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2010م.

4- بسمة حسين عيد يونس، إدمان شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالاضطرابات النفسية لدى طلبة الجامعة في المحافظة غزة، رسالة ماجستير، قسم علم النفس، جامعة الأزهر، غزة، 2013م.

5- حسن إيمان محمد، دور البرامج البيئية بالتلفزيون المحلي في تنمية الوعي البيئي لدى المراهقين، رسالة ماجستير، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين الشمس، القاهرة، 2004م.

6- حسينة علوان، البيئة ودورها في تنمية المجتمع المحلي، مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص تنظيم وتنمية، كلية الإنسانية والاجتماعي، جامعة تبسة، 2013م.

7- رضوان سلامن، الإعلام والبيئة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر، الجزائر.

8- سعادة حسبية، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تحرير الأخبار لدى الصحفيين الجزائريين، مذكرة ماستر، قسم الإعلام، جامعة الجزائر3، 2018م.

9- سلطان جدعان نايف الخريشة، أخلاقيات شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مدرسي الإعلام والقانون في الجامعات الأردنية، رسالة ماجستير، قسم إعلام، جامعة الشرق الوسط، 2016م.

10- سهام زاوي وهاجر تركي، الإعلام البيئي، مذكرة (ليسانس غير منشورة)، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الاتصال، 2008م.



- 11- ظفر سمية، أثر الالتحاق برياض الأطفال في تنمية الوعي البيئي لدى عينة من الأطفال، رسالة ماجستير، جامعة أم القرى السعودية، 2010م.
- 12- فتيحة كيجل، الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي، جامعة الحاج لخضر، باتنة، مذكرة ماجستير، الجزائر، 2011م/2012م.
- 13- محمد المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقي، دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية "العربية نموذجاً"، رسالة ماجستير الأكاديمية العربية المفتوحة في الدانمارك، 2012م.
- 14- مريم بلخضر، سلمى بورنان، دور الفايسبوك في نشر الوعي البيئي، مذكرة ماستر، قسم الإعلام والاتصال، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2014م/2015م.
- 15- نادية محمد صفار، مستوى الوعي البيئي لدى طلبة جامعة مؤتة في ضوء بعض المتغيرات، رسالة ماجستير، قسم الإرشاد والتربية الخاصة في علم النفس التربوي، الأردن، 2007م.
- 16- وسام طایل البشابشة، دوافع استخدام الطلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي وأسبابها رسالة ماجستير، قسم الصحافة والإعلام، جامعة البتراء، الأردن، 2013م.
- 17- ياسين بوزاع، دور الإذاعة في نشر الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علم الاجتماع، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2010م.
- 18- ياسين بوزراع، دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علم الاجتماع، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر.

#### رابعاً: المجلات

- 1- أحمد كاظم حنتوش، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في قطاع التعليم الجامعي، مجلة مركز بابل للدراسات الإنسانية، ع04 مج07، 2017م.
- 2- أسامة غازي المدني، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية، مجلة الأدب والعلوم الإنسانية، 2010م.
- 3- اليونيسكو، اتجاهات التعليم البيئي بين الحكومات لمدينة تلبيس بالاتحاد السوفياتي، مجلة اليونيسكو، 1 أكتوبر 1979م.

- 4- حلمي خضر ساري، تأثير الاتصال عبر الانترنت في العلاقات الاجتماعية (دراسة ميدانية في المجتمع القطري) مجلة الجامعة دمشق، المجلة 24، العدد الأول والثاني، 2008م.
- 5- خلف عبد الباسط، تنمية عرجاء، مجلة آفاق التنمية والبيئة، دام الله مركز العمل التنموي، العدد 16، 2009م.
- 6- خلف عبد الباسط، قضايا التغيير المناخي في وسائل الإعلام الفلسطينية، غياب أم تغييب؟ مجلة آفاق البيئة والتنمية، رام الله، مركز العمل التنموي، العدد 31، 2011.
- 7- رشيد الحمد ومحمد صباريني، البيئة ومشكلاتها، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، العدد 22 من سلسلة عالم المعرفة، الكويت، 1979م.
- 8- زهير عابد، دور شبكات التواصل في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي، مجلة جامعة النجاح للأبحاث، العلوم الإنسانية، مج 26، 2012م.
- 9- شارلن روث، الثقافة البيئية جذورها وتطورها واتجاهاتها في التسعينات، ترجمة عبد الله خطابية، مجلة التعريب، المركز العربي للتعريب والتأليف، دمشق، العدد 15، 1998م.
- 10- محمد صابر سليم، التربية البيئية ونشر الوعي البيئي من خلال وسائل الإعلام، مجلة النيل، القاهرة، العدد 40، يناير 1990م.
- 11- مشطري مرسى، شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية، نظرة في الوظائف، مجلة المستقبل العربي، لبنان، العدد 359.

#### خامسا: الملتقيات والندوات والمؤتمرات

- 1- أحمد إبراهيم شلبي، وحدة مقترحة للمشكلات البيئية في الريف المصري وأثرها على اكتساب طلاب الصف الرابع الابتدائي للوعي البيئي، المؤتمر الخامس للطفل المصري، مركز دراسات الطفولة، المجلد الأول، جامعة عين شمس، 28-30 أبريل 1992م.
- 2- سلطان مسفر مبارك الصاعدي الحربي، دور شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة العمل الإنساني، ورقة مقدمة إلى: ملتقى العمل الإنساني بالمملكة العربية السعودية، 2014م.

3- سليمة رابحي، الحملات الانتخابية وشبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر بين وسائط الاتصال الجديدة وأنماط التبليغ التقليدية، ملتقى دولي حول شبكات التواصل الاجتماعي بسكرة 10/09/سبتمبر 2012م.

4- ليلي عبد المجيد، توظيف الصحافة لتكوين الاتجاهات والميول ونشر الوعي البيئي والوسائل والآليات المستخدمة للتغطية الصحفي، الدورة التدريبية للإعلاميين البيئيين: برنامج الأمم المتحدة للبيئة والهيئة الاتحادية للبيئة أبو ظبي، نوفمبر 1969م.

#### سادسا: الكتب باللغة الأجنبية

1-Allen William, « Anew media perspective on Enriommental communication, bioxience,2001.

2-Simmons Bara Other, Environmental,Education Materials, Guide lines for Excellence Work book, Bridging theory and practice, North American Association for, Via,Internet.(ERIC)2003.

#### سابعا: المواقع الإلكترونية

1- دراسة صينية تحت عنوان: "إدمان الانترنت يؤثر على الدماغ"، الجزيرة متوفر على الرابط:  
<https://www.aljazeera.net/news/persstaur>.

2- صفحة جمعية دنيا لحماية البيئة، ثم التمنح بتاريخ 2017/05/01م على الساعة 13:25  
[m.Facebook.com/permalink.php3stary34434](https://www.facebook.com/permalink.php3stary34434).

3- مهدي شفيقة، الإعلام البيئي الإلكتروني عبر موقه الفيسبوك ودوره في تحقيق التنمية المستدامة، د  
ت، تم الاطلاع عليه في 2021/06/15م متاح على خط  
<https://www.osjp.Grist.d3/en/article/14027/>.

4- <https://ar.m.wiki> pedia. »wiki «05/06/2021,10 :04h.

5- <https://ab7as.net> »05/06/2021/10 :16h.



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل

كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية

قسم علم إجتماع

تخصص علم إجتماع إتصال

إستمارة بحث:

مساهمة مواقع التواصل الإجتماعي بنشر الوعي البيئي لدى طلبة العلوم  
الإنسانية و الإجتماعية (الفيسبوك نموذجا)

دراسة ميدانية بجامعة جيجل

في إطار التحضير لمذكرة لنيل شهادة الماستر، يشرفني أن أضع بين أيديكم هذه الإستمارة التي  
تخدم بحثي لذا نرجو منكم التفضل بالإجابة على أسئلة الإستمارة بوضع علامة X في الخانة المناسبة،  
وأحيطكم علما أن المعلومات الواردة تبقى في غاية السرية تستغل فقط لأغراض علمية بحثية، ولكم  
جزيل الشكر على حسن تعاونكم.

إشراف الأستاذ

د. بوربيع جمال

إعداد الطالبة:

خشمون عواطف

السنة الجامعية: 2021/2020

المحور الأول: البيانات الشخصية:

1- الجنس: ذكر  أنثى

2- السن: من 18 إلى 21

من 22 إلى 25

من 26 إلى 29

من 29 فما فوق

3- المستوى الدراسي: ليسانس  ماجستير  دكتوراه

4- التخصص: .....

المحور الثاني: إعتامد الطلبة الجامعيين على الفيسبوك في الحصول على المعلومات البيئية

5- منذ متى وأنت تمتلك حسابا على الفيسبوك؟

- أقل من سنة

- من سنة إلى 5 سنوات

- أكثر من 5 سنوات

6- ما هي الفترة المفصلة لديك لتصفحك الفيسبوك؟

- صباحا

- مساءا

- ليلا

- حسب الظروف

7- ما هي المدة لتصفحك على الفيسبوك؟

- أقل من ساعة

- من ساعة إلى ساعتين

- أكثر من ساعتين

8- ما هي المواضيع التي تهتم بها عند تصفحك للفيسبوك؟

- الإجتماعية
- الثقافية
- الإقتصادية
- البيئية
- الترفيهية

9- ما درجة إهتمامك بالجانب البيئي؟

- عالية
- متوسطة
- متدنية

10- ما هي طبيعة المعلومات الموجودة في الفيسبوك حول الجانب البيئي؟

- تعريفية
- توعوية
- إعلامية

11- هل المعلومات البيئية الموجودة في الفيسبوك حسب رأيك؟

- كافية
- غير كافية
- نوعا ما

12- هل تثق في المعلومات البيئية الموجودة في الفيسبوك؟

- نعم
- لا

13- هل تجذبك الإعلانات البيئية التي تظهر على الفيسبوك؟

- نعم
- لا

- إذا كانت إجابتك بنعم فيما يتعلق هذا الجذب.....

14- هل تستفيد بما يقدمه الفيسبوك من معلومات بيئية؟

- نعم

- لا

المحور الثالث: إعتداد الطلبة الجامعيين على الفيسبوك بقضايا البيئة وكيفية المحافظة عليها

15- هل يساهم الفيسبوك على الإهتمام بالجانب البيئي؟

- نعم

- لا

16- ما هي أسباب إستخدامك للفيسبوك في الموضوعات البيئية في الجزائر؟

- البحث عن صفحات خاصة بالبيئة في الجزائر

- نشر ثقافة الوعي البيئي في الجزائر

- تبادل المعلومات حول القضايا البيئية في الجزائر

17- هل للفيسبوك دورا فعلا في التعريف بالقضايا البيئية الموجودة في الجزائر؟

- نعم

- لا

18- هل تساهم في إختيار سلوكيات إيجابية تتعلق بالبيئة الموجودة في الجزائر؟

- نعم

- لا

19- هل أثر الفيسبوك في تغيير بعض سلوكياتك إتحاء البيئة وقضاياها؟

- نعم

- لا

20- كيف تجد الطلبة الجامعيين في تعاملهم مع قضايا البيئة؟

- حسنة



- مقبولة

- سيئة

21- هل يخدم الفيسبوك القطاع البيئي؟

- يخدم

- لا يخدم

- يخدم نوعا ما

22- هل تشارك في نشاطات بيئية وجدتها على صفحات الفيسبوك؟

- نعم

- لا

23- هل تفتقد السلوكيات بالبيئة في ولايتك عبر صفحات الفيسبوك؟

- نعم

- لا