

جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: الإعلام والاتصال



عنوان المذكرة

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي البيئي لدى الطلبة

الجامعيين

- دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علم الاجتماع بجامعة جيجل -

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: صحافة مطبوعة وإلكترونية

إشراف:

د/ مسعود بوسعدية

إعداد الطالبين:

أمينة يخلف

مريم مخلوف

السنة الجامعية: 2020/2019 م

جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: الإعلام والاتصال



عنوان المذكرة

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي البيئي لدى الطلبة

الجامعيين

- دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علم الاجتماع بجامعة جيجل -

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: صحافة مطبوعة وإلكترونية

إشراف:

د/ مسعود بوسعدية

إعداد الطالبين:

أمينة يخلف

مريم مخلوف

السنة الجامعية: 2020/2019 م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكرو وتقدير



رَبِّ أَوْزَنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَىٰ وَالِدَيَّ وَأَنْ أَعْمَلَ حَالِيًا
تَرْضَاهُ وَأَخِظْنِي بِرَحْمَتِكَ فِي عِبَادِكَ الصَّالِحِينَ ﴿١٩﴾
الآية - 19 : سورة النمل -

الحمد لله وكفى، والصلاة على الحبيب المصطفى وأهله ومن وفى، أما بعد:
قال صلى الله عليه وسلم: « من لم يشكر الناس لم يشكر الله »
الشكر أولا وأخيرا لله سبحانه وتعالى على نعمة التوفيق، فمن لطفه وفضله
علينا أن تمكننا من إكمال مذكرتنا ونتقدم بجزيل الشكر والامتنان إلى الأستاذ
المشرف: "بوسعدية مسعود" على قبوله الإشراف لإنجاز هذه المذكرة، والذي
لم يبخل علينا بالنصح والتشجيع.

كما نشكر أيضا كل من ساعدنا في إنجاز هذه المذكرة المتواضعة
سواء من قريب أو من بعيد ونخص بالذكر صديقتينا
"عايدة" و "أحلام" .

شكرا إلى كل من علمنا حرفا وإلى من يسلك طريقنا يلتمس علما.

أمينة ومريم





إهداء

إلى الغالية التي لا يعرفه القلب وصفها

إلى من جعل الله الجنة تحت أقدامها

أمي الحبيبة

إلى من علمني الصبر وسعى إلى إسعادي وراحتي

أبي العزيز

إلى من حملوا أسراري وشاركوني كل أفراحي وأحزاني

أختي العزيزة وإخوتي

إلى عائلتي الثانية فردا بفرد

إلى فلذة كبدي رحمهم الله

إلى من شجعني ووقفوا إلى جنبي وكان مصدرا للدعم والعطاء

زوجي العزيز

إلى أصدقاء القلب ورفقاء الدرب

إلى من أعانتمني في إتمام هذا العمل المتواضع "مريم"

إلى من سرقوا قلبي بطيبة أخلاقهم صديقاتي الوفيات

إليكم جميعا أهدي ثمرة جهدي





إهداء

أهدي تخرجي هذا إلى من أرضعتني الحبه والعنان،
والقلب الأبيض "أمي" أطال الله لنا بعمرها وكتب لها دوام الصحة والعافية.
إلى من تربيته على يديه ومن علمني القيم والمبادئ والأخلاق
إلى من لا ينفصل اسمي عن اسمه أبدا وإلى مصدر الدعم والعطاء وينبوع الأمل
"أبي الغالي"

حفظه الله وأدامه تاجا على رأسي دائما وأبدا
إلى القلوب الرقيقة والنفوس البريئة الذين لا طالما وفقوا بجانبني وساندوني
إخوتي الأعزاء

إلى من غادرتنا وترك ثغرة في حياتي لا يملأها سواه
"أخي قطعة من قلبي" رحمه الله وأسكنه فسيح جنانه

إلى من سيشاركني دروب الحياة
"يوسف"

إلى من يتجدد لهم العطاء إلى أصدقائي الذين ساندوني
وساندوني لأصل لهذه المرحلة

، أعانيني في إتمام هذا العمل المتواضع "أمينة"
إليكم جميعا أهدي ثمرة جهدي



ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة المعنونة " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين - دراسة ميدانية على طلبة قسم علم الاجتماع بجامعة جيجل - " إلى تحديد دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي، ومحاولة الكشف عن دوافع وأسباب استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتنمية معرفتهم ووعيهم البيئي، كما تسعى إلى محاولة معرفة عادات وأنماط استخدام الطلبة لهذه المواقع وكيفية تعرضهم لها.

حيث تمحورت إشكالية الدراسة في طرح التساؤل الرئيسي: ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين بقسم علم الاجتماع بجامعة جيجل؟ ويندرج تحت هذا التساؤل الرئيسي ثلاثة تساؤلات فرعية:

- 1- ما هي عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي؟
 - 2- هل تعد مواقع التواصل الاجتماعي مصدرا أساسيا يعتمد عليه الطلبة الجامعيين في الحصول على معلومات تخص المحيط والبيئة؟
 - 3- هل لمواقع التواصل الاجتماعي دورا بارزا في تكوين الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين؟
- ولقد اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي الذي يعتمد على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع، كما اعتمدنا على أدوات جمع البيانات الملاحظة، استمارات الاستبيان كأداتين لجمع البيانات تم توزيعها على عينة عددها 90 مفردة تقريبا من مجتمع الدراسة والمتمثل في الطلبة الجامعيين بقسم علم الاجتماع.

ولقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها: أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم بشكل كبي في ترشيد وتوعية المتصفحين لهذه المواقع، كما يرى كل من الطلبة المبحوثين أن مواقع التواصل الاجتماعي تلي احتياجاتهم البيئية إضافة إلى ذلك يستخدم معظم الطلبة مواقع التواصل الاجتماعي بكثرة (خاصة الفيسبوك) ولا يمكنهم الاستغناء عنها نظرا للمزايا التي تتمتع بها هذه المواقع، فهم يستخدمونها في التواصل والتثقيف ومواكبة الأحداث الجارية.

Study summary :

This study that is title the role of social media in dere lopping in virom entat awvareness to university students a fieldstudy of the department of sociology at jijel univesty to setermine the role of social neteworking sites in spreeding unvironment al aw arcness ant ty to uncover the motive and reasons for students use of these sites and low they are exposed to them.

Where the problem of the study centered in asking themain question about the role of social networking sites in developing envieroment at awareness among university students ?

There are three sub questions under this main question.

- 1- What are the habits and patterns of university student's use of university student's use of social networking sites ?
- 2- Are social networking sites aprimary source ofr university studente to rely on in obtaming informatioin about the enviroment ?
- 3- Do social media have a prominent role in creating environmental awareness among univesrsity students ?

We have depended in our study on the study of the phenomeon as its exists in reality, we also relied on tools to eollect the observed data, the form, questionnaire as tools for collecting data.

Was distributed on a sample of apprximately 90 individuals from the study population, represented by the undergraduate students of the socialogy departement, the study reacled a number of which are : social net working sites contributeg greathy to raticonatizing and eduxating those who view these sites, and each of the studente surveyed betieves that social media contribute greatly to rationalizing and educating those visitors, Most students use social net working sites a lot espeailly facebook and they commot be dispensed due to the advantayes that have, as they use it to communisate, educate and kepp up whith current events.

Study summary :

This study that is titled the role of social media in developing environmental awareness among university students is a field study of the department of sociology at Jijel University to determine the role of social networking sites in spreading environmental awareness and to uncover the motives and reasons for students' use of these sites and how they are exposed to them.

Where the problem of the study centered in asking the main question about the role of social networking sites in developing environmental awareness among university students ?

There are three sub questions under this main question.

- 1- What are the habits and patterns of university student's use of university student's use of social networking sites ?
- 2- Are social networking sites a primary source for university students to rely on in obtaining information about the environment ?
- 3- Do social media have a prominent role in creating environmental awareness among university students ?

We have depended in our study on the study of the phenomenon as it exists in reality, we also relied on tools to collect the observed data, the form, questionnaire as tools for collecting data.

Was distributed on a sample of approximately 90 individuals from the study population, represented by the undergraduate students of the sociology department, the study reached a number of which are : social networking sites contribute greatly to rationalizing and educating those who view these sites, and each of the students surveyed believes that social media contribute greatly to rationalizing and educating those visitors, Most students use social networking sites a lot especially Facebook and they cannot be dispensed due to the advantages that have, as they use it to communicate, educate and keep up with current events.

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
	شكر وتقدير
	إهداء
	ملخص الدراسة
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
	فهرس الأشكال
أ - ب	مقدمة
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	
13	تمهيد
14	1. إشكالية الدراسة
15	2. فرضيات الدراسة
16	3. أسباب إختيار الموضوع
16	4. أهداف الدراسة
17	5. أهمية الدراسة
18	6. مجالات الدراسة
18	7. منهج الدراسة
20	8. مجتمع وعينة الدراسة
22	9. أدوات جمع البيانات
23	10. تحديد مفاهيم الدراسة
27	11. الدراسات السابقة
39	12. المدخل النظري للدراسة
الفصل الثاني: مدخل نظري حول مواقع التواصل الاجتماعي	
48	تمهيد
49	1. لمحة تاريخية عن ظهور مواقع التواصل الاجتماعي
50	2. خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
51	3. أهمية مواقع التواصل الاجتماعي
52	4. أنواع الشبكات الاجتماعية

53	5. الآثار الايجابية والسلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي
55	6. نماذج عن مواقع التواصل الاجتماعي
62	خلاصة الفصل
الفصل الثالث: مدخل نظري حول الوعي البيئي	
64	تمهيد
65	1. عوامل ظهور الوعي البيئي
71	2. خصائص الوعي البيئي
71	3. مكونات الوعي البيئي
73	4. أهداف الوعي البيئي
74	5. أبعاد الوعي البيئي
74	6. المصادر التي تساهم في تنمية الوعي البيئي
76	خلاصة الفصل
الفصل الرابع: الدراسة الميدانية	
78	تمهيد
79	1. تحليل البيانات الجدولية
103	2. النتائج العامة للدراسة
105	3. نتائج الدراسة على ضوء التساؤلات
106	4. نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات
108	خلاصة الفصل
ج	خاتمة
	قائمة المصادر والمراجع
	الملاحق

فهرس
الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
79	يمثل متغير الجنس بالنسبة لعينة البحث	01
80	يمثل توزيع الأفراد حسب السن	02
81	يمثل توزيع العينة حسب المستوى التعليمي	03
82	يمثل المتغير الحالة الإجتماعية لأفراد عينة الدراسة	04
83	يمثل استخدام الفئة المدروسة لمواقع التواصل الإجتماعي	05
84	استخدام مواقع التواصل الإجتماعي يكون دائما، غالبا، أحيانا، نادرا	06
85	ماهي مواقع التواصل الإجتماعي التي تستخدمها	07
86	معدل استخدامك لهذا الموقع	08
87	الوسيلة المعتمد عليها في استخدامك لهذا الموقع	09
88	ما هو المكان المفضل لاستخدامك لهذا الموقع	10
89	ما هي صيغة المواضيع المفضلة لديك أثناء التصفح لهذا الموقع	11
90	هل تكتفي بالحصول على المعلومات البيئية من خلال مواقع التواصل الإجتماعي	12
91	هل مواقع التواصل الإجتماعي تلي احتياجاتك البيئية	13
92	هل تصفحك لمواقع التواصل الإجتماعي حول القضايا البيئية ساعدك على اكتساب اتجاهات بيئية جديدة	14
93	فيما تتمثل الإشباعات التي تحققها لك مواقع التواصل الإجتماعي	15
94	حسب رأيك هل ساهمت مواقع التواصل الإجتماعي في نشر الثقافة البيئية في وسط الطلبة الجامعيين	16
95	ماهي درجة هاته المساهمة	17
96	هل تتصفح المواضيع البيئية عبر مواقع التواصل الإجتماعي	18
97	ما هو الدافع لاطلاعتك على هذه المواضيع	19
98	ما مدى اهتمام مواقع التواصل الإجتماعي بالمواضيع البيئية	20
99	بحسب رأيك هل المجال البيئي من بين أهم المجالات التي يجب على مواقع التواصل الإجتماعي إعطاءها فضاء كبير	21
100	ماهي أهم المشاكل البيئية التي تعالجها مواقع التواصل الإجتماعي	22
101	ماهي أكثر المواضيع البيئية التي تتم معالجتها من خلال مواقع التواصل الإجتماعي	23
102	هل تثق في المضامين البيئية التي تقدمها مواقع التواصل الإجتماعي	24

فهرس
الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
79	يمثل متغير الجنس بالنسبة لعينة البحث	01
80	يمثل توزيع الأفراد حسب السن	02
81	يمثل توزيع العينة حسب المستوى التعليمي	03
82	يمثل المتغير الحالة الإجتماعية لأفراد عينة الدراسة	04
83	يمثل استخدام الفئة المدروسة لمواقع التواصل الإجتماعي	05
84	استخدام مواقع التواصل الإجتماعي يكون دائما، غالبا، أحيانا، نادرا	06
85	ماهي مواقع التواصل الإجتماعي التي تستخدمها	07
86	معدل استخدامك لهذا الموقع	08
87	الوسيلة المعتمد عليها في استخدامك لهذا الموقع	09
88	ما هو المكان المفضل لاستخدامك لهذا الموقع	10
89	ما هي صيغة المواضيع المفضلة لديك أثناء التصفح لهذا الموقع	11
90	هل تكنفي بالحصول على المعلومات البيئية من خلال مواقع التواصل الإجتماعي	12
91	هل مواقع التواصل الإجتماعي تلي احتياجاتك البيئية	13
92	هل تصفحك لمواقع التواصل الإجتماعي حول القضايا البيئية ساعدك على اكتساب اتجاهات بيئية جديدة	14
93	فيما تتمثل الإشباعات التي تحققها لك مواقع التواصل الإجتماعي	15
94	حسب رأيك هل ساهمت مواقع التواصل الإجتماعي في نشر الثقافة البيئية في وسط الطلبة الجامعيين	16
95	ماهي درجة هاته المساهمة	17
96	هل تصفح المواضيع البيئية عبر مواقع التواصل الإجتماعي	18
97	ما هو الدافع لاطلاعك على هذه المواضيع	19
98	ما مدى اهتمام مواقع التواصل الإجتماعي بالمواضيع البيئية	20
99	بحسب رأيك هل المجال البيئي من بين أهم المجالات التي يجب على مواقع التواصل الإجتماعي إعطاءها فضاء كبير	21
100	ماهي أهم المشاكل البيئية التي تعالجها مواقع التواصل الإجتماعي	22
101	ماهي أكثر المواضيع البيئية التي تتم معالجتها من خلال مواقع التواصل الإجتماعي	23
102	هل تثق في المضامين البيئية التي تقدمها مواقع التواصل الإجتماعي	24

مقدمة

مقدمة:

لقد أدت التطورات الهائلة في مجال تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات إلى إحداث تغيرات اجتماعية وسياسية واقتصادية وحتى البيئية منها في المجتمعات عامة من خلال الاستخدام المفرط لأفرادها لما يسمى شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية والتي ألفت بتأثيرها على كافة مجالات الحياة، وسهلت في عملية التواصل والتفاعل نظرا للدور الإعلامي الذي أصبحت تلعبه هذه المواقع متجاوزة بتأثيرها الحدود الجغرافية المصطنعة ليتولد عالم افتراضي قوامه مواطنون ذوي هوية ومواطنة رقمية تسمح لهم وتساعدهم في فهم محيطهم البيئي، ومن تم التشارك والتفاعل والحضور الدائم في عالمهم الافتراضي الجديد.

هذا ما أدى بدوره إلى تدني تأثير وسائل الإعلام التقليدية في تشكيل الرأي العام والقيم والأخلاق والاقتصاد والسياسة والبيئة بالمقارنة مع الإقبال الهائل على الشبكات الاجتماعية الرقمية وما تقدمه من تأثيرات اجتماعية في كافة بلدان العالم المعاصر من خلال كثافة المضامين وتبادل الآراء والمعلومات والأفكار والتوجهات البيئية، وبالتالي زيادة في التأثير مقارنة بوسائل أخرى.

ومنه فالإشكالية الأساسية التي تدور حولها الدراسة ستكون حول مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تنمية الوعي البيئي، من خلال البحث على مدى مساهمة هذه المواقع في تشكيل وتنمية الوعي البيئي لدى الطلبة، وفي هذا الإطار قمنا بتقسيم دراستنا إلى أربع فصول، وهي كما يلي:

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة وقمنا فيه بالتعريف بموضوع الدراسة بداية بتحديد الإشكالية وتساؤلاتها الفرعية وأسباب اختيار الموضوع، وأهدافه، وأهميته، ولقد تضمن الإجراءات المنهجية للدراسة بداية من مجالات الدراسة، ومنهج الدراسة، مجتمع وعينة الدراسة، أدوات جمع البيانات وتحديد المفاهيم، وعرض الدراسات السابقة كما قمنا بعرض المدخل النظري للدراسة والفرضيات التي تقوم عليها هاته الدراسة.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة تضمن مواقع التواصل الاجتماعي، نشأتها، خصائصها، أهميتها، آثارها الإيجابية والسلبية، أهم النماذج عنها.

الفصل الثالث: فقد تناولنا من خلاله عوامل ظهور الوعي البيئي، خصائصه، مكوناته، وأبعاده.

الفصل الرابع: تضمن الإطار التطبيقي الذي تطرقنا فيه إلى تحليل البيانات، وعرضنا من خلالها نتائج الدراسة بعد أن قمنا بتفريغ البيانات في الجداول وتحليلها والتعليق عليها، لنصل في الأخير إلى النتائج العامة للدراسة ومناقشتها على ضوء التساؤلات.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

تمهيد

1. إشكالية الدراسة
2. فرضيات الدراسة
3. أسباب اختيار الموضوع
4. أهداف الدراسة
5. أهمية الدراسة
6. مجالات الدراسة
7. منهج الدراسة
8. مجتمع وعينة الدراسة
9. أدوات جمع البيانات
10. تحديد مفاهيم الدراسة
11. الدراسات السابقة
12. المدخل النظري للدراسة

تمهيد:

يعد الفصل المنهجي أهم فصل وهذا نظرا لأهمية الكبيرة في تحديد معالم البحث الأولية، إذ سنتطرق فيه إلى إشكالية الدراسة وكذا الأسباب الذاتية والموضوعية لاختيار الموضوع، مع تحديد الأهمية العلمية والعملية للدراسة، إضافة إلى تحديد أهداف الدراسة، وضبط مفاهيم الدراسة وعرض جملة من الدراسات السابقة وكذا تحديد المدخل النظري للدراسة وفي الأخير نتطرق إلى فرضيات الدراسة.

1. إشكالية الدراسة:

يشهد العالم في الآونة الأخيرة تحولا نوعيا بفعل الثورة الحاصلة في المجال التكنولوجي، الأمر الذي أدى إلى اتساع نطاق استخدام التكنولوجيا بجميع أشكالها، وهذا لحاجة الإنسان الملحة لهاته التكنولوجيا في جميع المجالات خاصة في مجال الاتصال بفضل شبكة الإنترنت، إذ أصبحت حاجة ضرورة لا يمكن الاستغناء عنها، حيث حولت العالم إلى قرية كونية واحدة، فالتطور المذهل لشبكة المعلومات وانتشار التقنيات الحديثة ساهم بشكل أو بآخر في ظهور نوع جديد من تكنولوجيا المعلومات عامة ومواقع التواصل خاصة.

وتعد مواقع التواصل الاجتماعي من أحدث منتجات تكنولوجيا الاتصال الحديثة التي أحدثت بدورها تحولات جذرية في بنية العمليات الاتصالية، كما تعتبر نوعا جديدا من أنواع الاتصال وفضاء الكتروني سمح بإحداث تقارب بين الأفراد وبناء علاقات اجتماعية أين تعقدت وتشابكت هاته العلاقات مقارنة على ما كانت عليه سابقا، إذ تركز على بناء شبكات اجتماعية تربط ذوي الاهتمام والنشاط المشترك، وتسمح للمستخدمين بتبادل المعلومات وتشاركها، كما تمكن الأفراد من التواصل والتفاعل عبرها بكل يسر وسهولة خصوصا عندما أصبح المرسل مستقبلا في الوقت ذاته.

كما أتاحت مواقع التواصل الاجتماعي بجميع أنواعها، المجال أمام مستخدميها للتواصل والتفاعل في جل المجالات، ولم يقتصر دورها على مجال واحد بل تعددت بين مجال ثقافي وسياسي واقتصادي، حتى شملت المجال البيئي، هذا الأخير يحظى بأهمية كبيرة لدى العديد من الأفراد والمؤسسات، إذ تعتبر البيئة المحيطة الذي يعيش فيه جميع الكائنات الحية.

فقد أصبحت هاته المواقع الأساس الفعلي لبلورة الوعي البيئي، وذلك للأهمية الكبيرة التي تأخذها قضية البيئة، إذ لاقت اهتمام العديد من العلماء والباحثين، ولعل هذا الاهتمام راجع إلى الأضرار التي لحقت بالبيئة وخصوصا أن هاته الأضرار جاءت نتيجة للسلوك الخاطئ الذي يقوم به الفرد اتجاه بيئته، هذا الأمر الذي دفع بمواقع التواصل الاجتماعي بتسليط الضوء على المشكلات

البيئية، وذلك بغية القضاء عليها من جهة، والحث على المحافظة على البيئة من جهة أخرى، لتصبح بذلك أداة جديدة من أدوات الإعلام والوعي البيئي.

والجدير بالذكر أن مواقع التواصل الاجتماعي أحدثت تأثيراً قوياً على الطلبة الجامعيين باعتبارهم الفئة المثقفة والواعية، ولهذا اهتم الكثير من الباحثين في علوم الإعلام والاتصال بمعرفة الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين، وعليه إشكالية الدراسة، ومن هذا المنطلق نطرح التساؤل الرئيسي التالي:

ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين بقسم علم الاجتماع بجامعة جيجل؟

ويتفرع من هذا التساؤل الرئيسي التساؤلات الفرعية التالية:

- 1- ما هي عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- 2- هل تعد مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً أساسياً يعتمد عليه الطلبة الجامعيين في الحصول على معلومات تخص المحيط والبيئة؟
- 3- هل لمواقع التواصل الاجتماعي دوراً بارزاً في تكوين الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين؟

2. فرضيات الدراسة:

الفرضية 01: يستخدم معظم الطلبة الجامعيين مواقع التواصل الاجتماعي بصفة دائمة.

الفرضية 02: يلجأ الطلبة الجامعيون إلى مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على معلومات تخدم محيطهم البيئي.

الفرضية 03: ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة البيئية في وسط الطلبة الجامعيين؟

3. أسباب اختيار الموضوع:

لم يكن اختيارنا للموضوع وليد الصدفة بل كان في إطار محاولتنا لإثراء رصيدنا المعرفي بهذه الدراسة وهناك عدة أسباب وراء هذا الاختيار منها ما هو ذاتي ومنها ما هو موضوعي:

1- الأسباب الذاتية:

- السبب الأول الذي دفعنا للقيام بهذه الدراسة هو الفضول الشخصي لمعرفة الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في حياة الإنسان ومدى مساهمتها في تنمية الوعي البيئي لديه.

زيادة الوعي المعرفي حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي البيئي.

حساسية وحدة موضوع البيئة ومشكلاتها على المستوى العالمي وارتباطها بأهم ما يميز العصر وهي مواقع التواصل الاجتماعي.

2- الأسباب الموضوعية:

- التوافق العلمي بين الموضوع وتخصصنا ونقص الدراسات الخاصة بهذا الموضوع.

- أهمية الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالمواضيع البيئية وتوعية القراء والتأثير فيهم.

4. أهداف الدراسة:

- محاولة الإجابة على التساؤلات المطروحة في الإشكالية وتوضيح الهدف الأساسي من دراسة هذا الموضوع.

كذلك نسعى في دراستنا هذه إلى معرفة معطيات ومدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين؟

معرفة طبيعة القيم البيئية التي تفرزها مواقع التواصل الاجتماعي في معالجتها للمواضيع البيئية.

- معرفة أهم المواضيع البيئية التي تناولتها مواقع التواصل الاجتماعي.

- محاولة الكشف عن دوافع وأسباب استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتنمية معرفتهم ووعيهم البيئي.

5. أهمية الدراسة:

تعتبر مرحلة تحديد أهمية الدراسة خطوة علمية في غاية الأهمية في البحوث والدراسات العلمية، حيث تبرز أهمية دراستنا بصفة عامة في كونها تناولت وسيلة من وسائل الاتصال المتمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي ومحاولة معرفة وتحديد الدور الذي تؤديه هاته المواقع في نشر الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين.

وعليه فأهمية الدراسة تكمن وفقا للاعتبارات العلمية والعملية التالية:

الأهمية العلمية: تبرز في التعرف على مدى إسهام مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي البيئي للطلبة الجامعيين من خلال استمارة استبيان تكشف فحوى الموضوع.

تستمد الدراسة أهميتها العلمية أيضا من طبيعة فئة الطلبة ودورها المؤثر في المجتمع.

الأهمية العملية: تتمثل في رصد وإبراز نشاط الطلبة الجامعيين عبر مواقع التواصل الاجتماعي ودورهم في إثارة القضايا البيئية وذلك من خلال ترشيد السلوكيات بغية الحفاظ على البيئة خصوصا في ظل تزايد وتنوع الملوثات البيئية وبالتالي التأكيد على الواجبات بغية تمكينه من المشاركة البناءة اتجاه القضايا البيئية.

تستمد الدراسة أهميتها العملية أيضا في محاولة تجسيد الوعي البيئي على أرض الواقع لدى الطلبة، وذلك من خلال معرفة الاشباكات المحققة.

6. مجالات الدراسة:

تعد حدود الدراسة ومجالاتها من أهم الخطوات التي يتوجب على الباحث القيام بها لتسهيل عليه العمل الميداني، فقد انحصرت دراستنا لموضوع "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين" في الحدود التالية:

➤ المجال المكاني: (الجغرافي):

نقصد به المكان أو الحيز الذي أجرينا فيه بحثنا الميداني، والذي تم على مستوى جامعة محمد الصديق بن يحيى بجيجل، وبالتحديد في قسم علم الاجتماع كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، بحكم أننا اخترنا عينة من قسم الاجتماع .

➤ المجال الزمني:

ويقصد بها المدة الزمنية التي استغرقتها لإنجاز هذه المذكرة، والتي امتدت من بداية شهر فيفري إلى شهر أكتوبر 2020م.

➤ المجال البشري:

لكي نصل في دراستنا إلى نتائج موضوعية لا بد أن نحدد المجال البشري للدراسة تحديداً دقيقاً وواضحاً، حيث اشتمل المجال البشري الذي حددناه على الطلاب الجامعيين بجامعة محمد الصديق بن يحيى قطب تاسوست وتحديداً طلبة قسم علم الاجتماع بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، وذلك نظراً لقرب موضوع الدراسة من مجال تخصصهم وقد قدر عددهم الإجمالي بـ 890 مفردة.

7. منهج الدراسة:

إن اختيار المنهج المراد إتباعه من طرف الباحث لإنجاز بحثه يعتبر من أهم العناصر للقيام بدراسة علمية ناجحة على أساس أن المنهج يتبعه الباحث بغية الوصول إلى الإجابة التي تثيرها المشكلة موضوع الدراسة.

إذ يعرف المنهج لغة على أنه: مجموعة من القواعد العامة المصوغة من أجل الوصول إلى الحقيقة في العلم.⁽¹⁾

ويعرف أيضا على أنه الطريق المؤدي إلى الغرض المطلوب من خلال دراسة المصاعب والعقبات، وهو الفكر العلمي المعاصر ذاك الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة التي تهيمن على سير العقل وتحديد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة.⁽²⁾ وتدرج دراستنا ضمن الدراسات الوصفية التي تسعى إلى عرض الظاهرة وتفسيرها وهذا انطلاقا من طبيعة الموضوع، فهي تهتم بدراسة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي البيئي لدى الطلبة وتسعى إلى محاولة معرفة عادات وأنماط استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي وكيفية تعرضهم لها، ومدى تأثيرها على تشكيل الوعي البيئي، ولقد اعتمدنا في دراستنا على المنهج المسحي الوصفي الذي يفيد التعرف على الظاهرة موضوع الدراسة في وضعها الطبيعي وتحليل خصائصها، إذ يعرفه ذوقان عبيدات: بأنه المنهج الذي يقوم على جمع المعلومات والبيانات عن الظاهرة المدروسة قصد التعرف على وضعها الحالي وجوانب قوتها وضعفها.⁽³⁾

كما يعرف المنهج الوصفي على أنه: تجميع منظم للحقائق عن جماعة معينة، ومعظم المسوح تعتمد من الناحية العلمية استمارات الإستبيان المكتوبة والمقابلة من أجل جمع أنواع من البيانات الكمية التي يمكن تحليلها.⁽⁴⁾

وعليه يمكن القول أن المنهج الوصفي يعتبر من أنسب المناهج العلمية ملائمة لأي دراسة وصفية تحليلية فهو من أنسب المناهج لوصف الظاهرة التي نحن بصدد دراستها من خلال جمع المعلومات عن الظاهرة موضوع الدراسة بواسطة استمارة استبيان وتصنيفها وتحليلها قصد الوصول إلى النتائج العامة للدراسة فهو لا يقف عند مجرد الوصف الظاهري للمشكلة، بل يحاول أن يتعرف عليها

(1) أسامة خيري، مناهج البحث العلمي ط1، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، ص 6.

(2) عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات: مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ط4 منقحة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص 102.

(3) أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، 2010، ص 186.

(4) محمد الفاتح حمدي، منهجية البحث في علوم الإعلام والاتصال "دروس نظرية وتطبيقات"، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2017، ص 45.

من حيث العوامل المكونة لها كما هي في الحيز الواقعي لها ولعل هذا هو الهدف الذي نسعى لتحقيقه من خلال هاته الدراسة.

8. مجتمع وعينة الدراسة:

تعتبر مرحلة تحديد مجتمع الدراسة من أصعب مراحل البحث العلمي، وبالأخص مرحلة تحديد العينة والتي ينبغي أن تحدد بدقة على أساس أن حسن اختيار العينة المناسبة يؤدي إلى الحصول على نتائج دقيقة وتوفر مواصفات المجتمع الكلي في العينة. إذ يشير مجتمع البحث إلى: المجموعة الكلية من العناصر التي يسعى الباحث إلى أن يعمم عليها النتائج ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة.⁽¹⁾

ويعرف أيضا على أنه جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث.⁽²⁾

وفي تعريف آخر: هو كل المفردات التي يهتم الباحث بدراستها وتعميم نتائج البحث عليها، سواء كانت بشرية أو مادية، بشرط اشتراكهما في مجموعة من الخصائص تحدد حسب طبيعة وأغراض البحث بهدف تعميم النتائج عليها.⁽³⁾

وبما أن دراستنا تهدف إلى البحث عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي البيئي من خلال دراسة ميدانية على عينة من الطلبة الجامعيين بقسم علم الاجتماع فإن مجتمع بحثنا هو كل الطلبة الجامعيين المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي والمزاولون لدراساتهم بجامعة محمد الصديق بن يحيى للسنة الجامعية 2020 بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بأقسامه الأربعة الموجودة بالكلية والتي بلغ عددهم 890 طالب ولضخامة مجتمع الدراسة ووجود عدد كبير من الطلبة قمنا بإجراء المعاينة، والعينة هي مجموعة فرعية من عناصر مجتمع البحث.⁽⁴⁾

(1) لحسن عبد الله باشيوه، نزار عبد المجيد البرواري، عدنان هاشم السامرائي: البحث العلمي مفاهيم، أساليب، تطبيقات، ط1، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، 2010، ص 253.

(2) أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والإتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص 1666.

(3) سامي محمد ملحم، مناهج البحث في التربية وعلم النفس، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2000، ص 219.

(4) موريس أنجريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ط2، دار القصبه للنشر، الجزائر، 2006، ص 301.

وتعرف العينة أيضا على أنها جزء من مجتمع الدراسة الذي تجمع منه البيانات الميدانية، وهي تعتبر جزءا من الكل بمعنى أنه تؤخذ مجموعة من أفراد المجتمع على أن تكون ممثلة لمجتمع البحث. (1)

ولقد اعتمدنا في دراستنا هذه على العينة القصدية كون مجتمع البحث غير متجانس إذ يهتم بالطلبة الجامعيين في قسم علم الاجتماع بجامعة جيجل الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي البيئي ومن بين التعريفات المتداولة للعينة القصدية ما يلي:

"العينة القصدية هي العينة التي يعتمد فيها الباحث اختيار أفراد عينة بحثه، بحيث تتحقق في كل منهم شروط معينة، ويتعمد الباحث إختياره هذه العينة لأنها تمثل مجتمع البحث أفضل تمثيل، أي يختار الوحدة أو الوحدات التي تكون مقابليها ماثلة أو مشابهة لمقياس المجتمع الأصلي". (2)

ولقد اعتمدنا في دراستنا على العينة القصدية نظرا للحجم الكبير لمجتمع البحث (كل طلبة كلية قسم علم الاجتماع بجامعة جيجل)، والذي لا يمكننا تغطيته بسهولة لدى ارتأينا أن نقصد فئة محددة من مجموع الطلبة الذين يمثلون مجتمع البحث، حيث قصدنا الفئة الأكثر استخداما لشبكات التواصل الاجتماعي اعتبارا لطبيعة مشكلة دراستنا من جهة، وبحكم أننا قصدنا توزيع استمارة الكترونية عليهم من جهة أخرى، وهذا نظرا لظروف الحجر الصحي وتعليق الدراسة في الجامعة وعدم حضور الطلبة والتحاقهم بمقاعد الدراسة في الآونة الأخيرة بسبب الظروف الصحية التي تمر بها البلاد (جائحة كورونا covid-19)، وقد حددت حجم العينة القصدية بـ 90 مفردة ما يقارب 10% من مجتمع البحث الأصلي وهي العينة التي أتاحت لنا.

(1) رشيد زرواتي، مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط1، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2007، ص 334.

(2) رحيم يونس كرو العزاوي، مقدمة في منهجية البحث العلمي، ط1، دار دجلة، عمان، 2007، ص 173.

9. أدوات جمع البيانات:

تعد أدوات جمع البيانات الركيزة الأساسية في البحوث العلمية، حيث أن كل بحث علمي يستدعي أدوات بحثية بغية الحصول على المعلومات من المبحوثين ولا بد لأداة البحث المختارة أن تتلاءم مع الموضوع محل الدراسة.

وباعتبار أن موضوع بحثنا هو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين فإن طبيعة هاته الدراسة تتطلب منا استخدام أداتين لجمع المعلومات، وذلك لتوافقهما مع الموضوع ومع منهج دراستنا وهي كل من الملاحظة واستمارة الاستبيان.

1- الملاحظة:

تعتبر إحدى أدوات جمع البيانات وتستخدم في البحوث الميدانية لجمع البيانات التي لا يمكن الحصول عليها عن طريق الدراسة النظرية أو المكتبية.⁽¹⁾

وتعرف أيضا: أنها عبارة عن تفاعل وتبادل المعلومات بين شخصين أو أكثر، أحدهما الباحث والآخر المستجيب أو المبحوث، لجمع معلومات محددة حول موضوع معين، ويلاحظ الباحث أثناءها ردود فعل المبحوث.⁽²⁾

بصفة عامة تعرف على أنها المشاهدة الحسية للظواهر إذ تعتبر الطريقة الأساسية في دراسة الظواهر الطبيعية وفي دراسة الظواهر الإنسانية والاجتماعية.⁽³⁾

2- استمارة الاستبيان:

ولقد اعتمدنا أيضا على الاستبيان كأداة أساسية في هاته الدراسة لاعتبارها من أكثر الطرق شيوعا لإجراء المسح الاجتماعي⁽⁴⁾، فهي تشير إلى تلك الأداة التي يستخدمها الباحث الاجتماعي

(1) رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط3، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008، ص 218.

(2) ربحي مصطفى عليان، البحث العلمي، أسسه ومنهجه وأساليبه وإجراءاته، بيت الأفكار الدولية، عمان، ص 115.

(3) مكّي مصطفى، البحث العلمي آدابه وقواعده ومنهجه، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2008، ص 218.

(4) محمد محمود الجوهري، أسس البحث الاجتماعي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص 372.

في جمع البيانات المتعلقة بموضوع بحثه من المبحوثين (الأفراد)⁽¹⁾، وإن الجهد الأكبر في الاستبيان ينصب على بناء فقرات جيدة والحصول على استجابات كاملة.⁽²⁾

ولقد أعطيت عدة تعاريف للاستبانة منها أنها: مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين، يتم وضعها في استمارة، ترسل للأشخاص المعنيين، بالبريد أو يجري تسليمها باليد تمهيدا للحصول على أجوبة الأسئلة الواردة فيها.⁽³⁾

ولقد عمدنا إلى اختيار الاستبانة نظرا لكبر مجتمع البحث، وذلك قصد توفير الجهد والوقت والوصول إلى أدق النتائج ولإنجاز استمارة الاستبيان قمنا بربط إشكالية الدراسة والأسئلة المطروحة بالأهداف المنشودة.

10. تحديد مفاهيم الدراسة:

من أجل أن يقوم الباحث بدراسة علمية دقيقة يتوجب عليه أن يحدد ويعرف مفاهيم بحثه بوضوح ودقة عالية فهذه المفاهيم تعد بمثابة مفاتيح لهاته الدراسة حتى يتم فهمها ولهذا قمنا بتعريف جملة من المفاهيم المتعلقة بالموضوع وهي كالتالي:

1- مفهوم الدور:

لغة: عرفه قاموس العرب على أنه: "دار الشيء يدور دوارا، وأداره واستدار، وأنا أدرت، وأداره غيره ودور به، ودورت به أدرت واستدرت، وداوره ومداورة دار معه."⁽⁴⁾

اصطلاحا: يمثل الدور المظهر الحركي للوضع الاجتماعي، ويركز على الحقوق والواجبات، أي على التوقعات المعيارية المرتبطة بالأوضاع السائدة في نظام اجتماعي معين.⁽⁵⁾

⁽¹⁾ فضيل دليو، مدخل إلى منهجية البحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، (د ط)، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2014، ص 217.

⁽²⁾ منذر عبد الحميد الضامن، أساسيات البحث العلمي، ط1، ط2، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2007-2009، ص 91.

⁽³⁾ إبراهيم خليل ابراش، المنهج العلمي وتطبيقاته في العلوم الاجتماعية، ط1 العربية، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص 269.

⁽⁴⁾ علي بن هادية وآخرون، القاموس الجديد لطلاب الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب، 1999، ص 21.

⁽⁵⁾ خالد خميس السحاتي، الدور المدني للجامعات "قراءة أولية في الأدبيات"، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والإقتصادية، برلين، 2017، ص 09.

كما عرف الدور على أنه: مجموعة من أنماط السلوك المتوقعة من الشخص الذي يشغل مكانة معينة في نسق اجتماعي.⁽¹⁾

إجرائيا: يقصد بالدور في هذه الدراسة المضامين والبرامج والأنشطة والصلاحيات والأداء الوظيفي الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي البيئي من جراء استخدامهم للمواقع في مجال البيئة.

2- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

اصطلاحا: مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت العالمية، تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي، يجمعهم الاهتمام أو الانتماء لبلاد أو مدرسة أو فئة معينة في نظام عالمي لنقل المعلومات والمعارف.⁽²⁾

ويعرفها زاهر راضي: منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهويات نفسها.⁽³⁾

وتعرف أيضا: أنها الطريق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الإنترنت وتبادل المنافع والمعلومات، فهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع.⁽⁴⁾

إجرائيا: شبكات اجتماعية تفاعلية على الإنترنت تمنح مستخدميها حرية تبادل الآراء وتكوين صداقات.

⁽¹⁾ عثمان عمر بن ناصر، مفاهيم أساسية في علم الاجتماع والعمل الاجتماعي، منشورات جامعة قازينوش، 2002، ص235.

⁽²⁾ راضي زاهر، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، العدد15، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003، ص23.

⁽³⁾ رضوان بلخيري، مدخل على الإعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات، جسر للنشر والتوزيع، 2014، ص20.

⁽⁴⁾ عبد العزيز الشريف، الإعلام الإلكتروني، ط1، دار ياف العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص160.

3- مفهوم التنمية:

لغة: التنمية على المستوى اللغوي المحض يقصد بها: الإزدهار والزيادة والرفاهية مما يؤدي بتميز إيجابي وتطور وتقدم، وفي المعجم الوجيز "نما الشيء، نماء، ونموا: زاد وكثر، وأنمى الشيء: جعله نامياً، و(نمى) الشيء: أنماه.⁽¹⁾

اصطلاحاً: يشير مصطلح التنمية إلى عملية النمو الخاصة بالبلدان النامية، أي أنها مشكل نوعي خاص من أشكال النمو⁽²⁾

وقد عرفت الأمم المتحدة التنمية أنها: العمليات التي يمكن في توحيد جهود المواطنين والحكومة لتحسين الأحوال الاقتصادية والاجتماعية والثقافية في المجتمعات المحلية ولمساعدتها على الاندماج في حياة الأمة والمساهمة في تقدمها بأقصى قدر مستطاع.⁽³⁾

4- الوعي البيئي:

لغة: الفهم وسلامة الإدراك.⁽⁴⁾

اصطلاحاً: حاصل دمج مفهومي الوعي والبيئة، ويعرف على أنه إدراك الفرد لدوره في مواجهة البيئة.⁽⁵⁾

وعرفت ندوة الإعلام وقضايا البيئة في مصر والعالم العربي البيئي بأنه: إدراك الفرد لدوره في مواجهة البيئة القائم على المعرفة بالعلاقات بين مكوناتها وما ينجم عنها في حال حدوث خلل في

⁽¹⁾ محمد حمدي عبد الرحمن سالم، تقييم التعليم الثانوي بمحافظة شمال سيناء في ضوء متطلبات التنمية المستدامة (دراسة سيسوثقافية)، رسالة ماجستير في التربية (تخصص أصول التربية) كلية التربية، جامعة بنها، 2015، ص77.

⁽²⁾ فاروق خالد الحسينات، الإعلام والتنمية المعاصرة، ط1، دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص99.

⁽³⁾ عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام والتنمية، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2012، ص23.

⁽⁴⁾ إبراهيم مذكور، معجم العلوم الاجتماعية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1975، ص646.

⁽⁵⁾ سعيدة زيزاح، علي بوخلخال، دور الإعلام الجديد في زيادة الوعي البيئي، الفايبيوك نموذجاً، تحليل محتوى رؤى شباب مدينة الأغواط، مجلة العلوم الاسلامية والحضارة، العدد الرابع، جامعة الأغواط، ديسمبر 2016، ص369

التوازن البيئي من مشكلات بيئية وآثارها على الفرد واتخاذ التدابير اللازمة لمواجهتها وإتباع الوسائل المناسبة لحلها.⁽¹⁾

إجرائيا: إدراك الفرد ووعيه بالمشاكل البيئية والتجاوب مع القضايا البيئية، والبحث عن سبل وطرق صحيحة لحل هذه المشاكل، وضرورة الفهم الجيد لدورهم ومسئولياتهم تجاه البيئة ومشاكلها من خلال ترشيد السلوكات واكتساب القيم.

ويعرف أيضا الوعي البيئي

اصطلاحا: أحد نواتج التربية البيئية الذي يقوم على الإحساس بالبيئة والإدراك لمكوناتها وفهم مشاكلها بالشكل الذي يؤدي إلى تكوين قيم واتجاهات وسلوك بيئي سليم⁽²⁾.

الطلبة الجامعيين:

اصطلاحا: ذلك الشخص الذي سمحت له كفاءته العلمية بالانتقال من المرحلة الثانوية أو مرحلة التكوين المهني أو الفن العالمي إلى الجامعة، تبعا لتخصصه الفرعي بواسطة شهادة أو دبلوم يؤهله إلى ذلك، ويعتبر الطالب أحد العناصر الأساسية والفاعلة في العملية التربوية طيلة التكوين الجامعي، إذ أنه يمثل عدديا البيئة الغالبة في المؤسسة الجامعية.⁽³⁾

إجرائيا: يقصد به ذلك الفرد أو العنصر البشري المتحصل على شهادة البكالوريا لديه مؤهلات علمية تسمح له بمتابعة تعليمه بالجامعة بغية الحصول على شهادة تثبت مستواه العلمي.

11. الدراسات السابقة:

⁽¹⁾ سعد الله سميح العبد أبو عميرة، دور وحدة الإرشاد البيئي في الهيئات المحلية في تنمية القيم البيئية بمحافظات غزة رسالة ماجستير في أصول التربية، كلية التربية، جامعة الأزهر، غزة رسالة ماجستير في أصول التربية، كلية التربية-جامعة الأزهر، غزة 2013-2014، ص15.

⁽²⁾ عثمان نصر الدين عبد القادر، دور الإعلام في نشر الوعي البيئي، مجلة الحكمة، الجزائر، العدد25، 2013، ص100.

⁽³⁾ فضيل دليو وآخرون، أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية، ط1، منشورات جامعة منتوري، قسنطينة، دار البحث، 1999، ص266.

قد لا يختلف إثنان أن الباحث الذي ينطلق من النقطة التي وصل إليها غيره لاشك أنه سوف يكون أقدر على الإبداع وعلى إضافة الجديد، فكما يقال فإن العلم تراكمي.⁽¹⁾

ولهذا اعتمدنا في دراستنا على مجموعة من الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع بحثنا، وقد تنوعت هذه الدراسة بين الجزائرية والعربية وقد تمثلت الدراسات الجزائرية في كل من دراسة كيحل فتيحة، ودراسة سهام بن يحيى في حين الدراسات العربية تمثلت في دراسة لنادية محمد صقار، ودراسة لعبد الله ممدوح مبارك الرعود.

الدراسة الأولى: دراسة لفتيحة كيحل بعنوان الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي، دراسة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي- موقع الفايسبوك أنموذج- مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال قسم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الحاج لخضر-باتنة 2011-2012.

وتنطلق هاته الدراسة من تساؤل رئيسي وهو كيف يؤدي استخدام موقع الفايسبوك كإحدى تطبيقات الإعلام الجديد إلى نشر الوعي البيئي لدى جمهور المستخدمين الجزائريين؟⁽²⁾

ويتدرج تحتها تساؤلات فرعية تمثلت في:

- ما هي أنماط استخدام موقع الفايسبوك بما يؤدي إلى خلق الوعي البيئي لدى جمهور المستخدمين الجزائريين؟

ما هي عادات تعرض المستخدمين الجزائريين لموقع الفايسبوك؟

- ما هي دوافع استخدام هذا الموقع بالذات فيما يتعلق بموضوع حماية البيئة ونشر الوعي البيئي؟⁽³⁾

(1) فضيل دليو، دراسات في المنهجية، ط5، ديوان المطبوعات الجامعية، 2017، ص39.

(2) فتيحة كيحل، الإعلام الجديد ونشر الوعي، رسالة ماجستير، جامعة الحاج لخضر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2011-2012.

(3) فتيحة كيحل، مرجع سبق ذكره، ص4.

تساؤلات خاصة بالإشباعات:

ما هي طبيعة الإشباعات المحققة لجمهور المستخدمين الجزائريين من خلال موقع الفايسبوك؟

ما هو الدور الذي يلعبه هذا الموقع لترقية وترسيخ الوعي البيئي لدى الجمهور المستخدمين الجزائريين؟⁽¹⁾

وتندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، التي تسعى إلى معرفة عادات وأنماط وطرق الاستخدام، إضافة إلى ذلك فهي تسعى إلى معرفة الإشباعات المحققة من وراء استخدام موقع الفايسبوك لدى أفراد عينة الدراسة، بما يؤدي إلى نشر وبلورة الوعي البيئي لديهم، وبالتالي فإن المنهج الأكثر ملائمة هو منهج المسح بالعين، وذلك حتى يتجنب الباحث مشكلة المسح الشامل الذي يتطلب وقتا أطول وجهدا مضاعفا، بحيث يكتفي بعدد محدد من المفردات.⁽²⁾

ومن الأدوات التي اعتمدت عليها الباحثة الملاحظة بالمشاركة من أجل متابعة الموضوع عن قرب والإحتكاك بأفراد مجتمع البحث حيث عمدت الباحثة إلى فتح صفحة عبر الموقع في الدراسة ألا وهو موقع الفايسبوك ومشاركة المستخدمين اهتماماتهم وهو ما أتاح للباحثة فرصة التحليل والتفسير وربط جوانب الدراسة المختلفة النظرية منها والميدانية.⁽³⁾

ولقد اعتمدت أيضا على الاستبيان كأداة أساسية في هاته الدراسة نظرا لما تتميز به عن الأدوات الأخرى، إذ تعتبر من أكثر الأدوات استخداما في العلوم الاجتماعية، لما توفره من سهولة جمع المعلومات والبيانات الميدانية على الظاهرة موضوع الدراسة، وتستخدم بكفاءة أكثر في البحوث الوصفية لتقرير ما توجد عليه الظاهرة في الواقع، وقد تم صياغة الأسئلة في خمسة محاور، تضمنت 32

⁽¹⁾مرجع سبق ذكره، ص4.

⁽²⁾مرجع نفسه، ص30.

⁽³⁾مرجع نفسه، ص31.

سؤالاً تم تحكيمها بعد عرضها على أساتذة من ذوي الاختصاص، وقد تم توظيف كل الملاحظات المقدمة في إطار إعادة صياغة الأسئلة وترتيبها وكذا خيارات الأجوبة المقدمة.⁽¹⁾

أما فيما يخص العينة فقد اختارت الباحثة العينة العرضية والتي يتم اختيار أفراد العينة عن طريق الصدفة حيث يتم في كل مرة اختيار عدد من المبحوثين كاختيار أول ليستدل الباحث من خلالها على مبحوثين آخرين من مستخدمي الموقع- قيد الدراسة- وتسمى هاته الطريقة بالكرة الثلجية.⁽²⁾

ومن خلال هاته الدراسة المعنونة تحت الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي قد توصلت الباحثة إلى جملة من النتائج نذكر منها:

- تعد مواقع التواصل الاجتماعي أكثر المواقع استخداماً لدى المبحوثين حيث يأتي موقع الفاييسبوك في مقدمة المواقع الأكثر ولوجاً وذلك غالباً وبصفة منتظمة بنسبة 62.44 كما يعد الحجم الساعي الذي لا يقضي المبحوثين عبر هذا الموقع كبيراً حيث يفوق الساعتين في معظم الأحيان وذلك بنسبة 50 وذلك ليلاً وخلال الفترات المسائية وهي أكثر الأوقات تفضيلاً لهذا الموقع الذي لم يعد استخدامه يقتصر على مكان واحد وإنما يشمل أماكن متعددة أكثرها المنازل.⁽³⁾

أما فيما يخص الاشباعات فإن الاشباعات المعرفية هي أكثر أنواع الاشباعات المحققة لأفراد العينة والتي تشمل أساس زيادة الوعي البيئي بنسبة 54.53 تليها الاشباعات الاجتماعية حيث يعد التعرف على أشخاص من ذوي الاهتمامات البيئية وأكثر الاشباعات التي يسعى لبلوغها المبحوثين في المجال البيئي بنسبة 21.61.⁽⁴⁾

(1) فتيحة كيجل، مرجع سبق ذكره، ص 31، 32.

(2) المرجع نفسه، ص 34.

(3) المرجع نفسه، ص 27.

(4) المرجع نفسه، ص 271.

إن غالبية الاشباكات الإعلامية المحققة للمبجوثين في مجال البيئي هي الإطلاع على الأحداث البيئية في العالم بنسبة 33.46 في حين احتلت الاشباكات النفسية مؤخرة الترتيب.⁽¹⁾

الجانب التطبيقي: التعقيب

دراسة فتيحة كيجل: الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي

أوجه التشابه: تشترك دراستنا مع هاته الدراسة في أن كليهما يهتمان بموضوع البيئة وضرورة الحفاظ عليها وذلك انطلاقاً من نشر الوعي البيئي وتنمية بغية التوصل إلى حلول للقضاء على المشاكل البيئية.

تتفق دراستنا مع هاته الدراسة في أدوات جمع البيانات حيث اعتمدت الباحثة على أداة الاستمارة والاستبيان وكذلك في دراستنا هناك تشابه في المدخل النظري للدراسة والمقاربة العلمية المستخدمة إذ كلانا اعتمد على نظرية الاستخدامات والاشباكات.

أوجه الاختلاف: من ناحية الموضوع ففي حين يدور موضوع دراستنا حول مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تنمية الوعي البيئي فإن الدراسة السابقة تناولت الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي وبالرغم من أن الدراسة السابقة التي تم عرضها تتقاطع مع دراستنا إلا أنها تختلف مع دراستنا من حيث المجال المكاني والزمني وكذا المداخل النظرية، فدراستنا أجريناها في جامعة جيجل 2020 في حين دراسة الباحثة أجرتها في جامعة باتنة 2011-2012.

أوجه الاستفادة:

لقد استفدنا من هاته الدراسة في بناء وإثراء الجانب النظري وحتى المنهجي لدراستنا حيث زدتنا بمختلف المعلومات التي تخدم موضوعنا.

⁽¹⁾ فتيحة كيجل، مرجع سبق ذكره، ص 271.

الدراسة الثانية: دراسة لسهام بن يحيى بعنوان الصحافة المكتوبة وتنمية الوعي البيئي بالجزائر، دراسة تحليلية لمضمون صحيفتين وطنيتين الشروق و Le matin، لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع التنموية، قسم علم الاجتماع والديمقراطية، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2004-2005.

وتنطلق هذه الدراسة من تساؤل رئيسي مفاده:

- ماهو الدور الذي تضطلع به الصحافة المكتوبة بشقيها (وطنية و جهوية) في تنمية الوعي البيئي لأفراد المجتمع الجزائري.

وقد تفرع تحت هذا التساؤل مجموعة من الأسئلة الفرعية:

- ما حجم اهتمام الصحافة المكتوبة بشقيها (وطنية و جهوية) بقضايا البيئة ومشكلاتها؟

- ما هي القوالب الصحفية المستخدمة لعرض قضايا البيئة ومشكلاتها؟.

- ما هي نوعية هاته المشكلات البيئية المطروحة على صفحات الصحف الجزائري؟.

- ما هي الصحافة المكتوبة الأكثر اهتماما بتنمية الوعي البيئي الصحافة الوطنية أو الصحافة الجهوية؟

- ما هي المعلومات البيئية المطروحة على صفحات الصحف الجزائرية؟

- هل تساهم الصحافة المكتوبة بشقيها (الوطنية و الجهوية) في إكساب الأفراد الاتجاهات الإيجابية نحو البيئة؟.

وعلى هذا الأساس توصلت الباحثة إلى جملة من الفرضيات تمثلت: ينخفض حجم اهتمام الصحف المكتوبة الجزائرية-محل الدراسة- بقضايا البيئة ومشكلاتها ومن ثمة ينخفض دورها في تنمية الوعي البيئي لأفراد المجتمع.

تعد الصحف الوطنية أكثر اهتماما نسبيا من الصحف الجهوية بمعالجة القضايا البيئية ومشكلاتها.

يعتبر الخبر الصحفي أكثر القوالب استخداما في معالجة القضايا البيئية ومشكلاتها في الصحف الجزائرية-محل الدراسة-

تنخفض نسبة المعلومات البيئية المقدمة في الرسائل الإعلامية بالصحف الجزائرية-محل الدراسة- ومن ثمة ينخفض دورها في تنمية الوعي البيئي لأفراد المجتمع.

ينخفض اهتمام الصحف المكتوبة الجزائرية-محل الدراسة- بتكوين اتجاهات إيجابية نحو البيئة لأفراد المجتمع ومن ثمة ينخفض دورها في تنمية الوعي البيئي لأفراد المجتمع.

منهج الدراسة: تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية حيث اعتمدت في دراستها على منهج تحليل المضمون باعتباره أفضل المناهج التي تساعد في تحقيق أهداف الدراسة فيما يتعلق بدور الصحافة المكتوبة الجزائرية باختيار عينة رباعية تتكون من الصحف الجزائرية الصادرة بالعربية والفرنسية يوميتين وطنيتين الشروق Le matin ويوميتين جهويتين آخر الساعة L est Republican

النتائج المتحصل عليها: وقد توصلت الباحثة إلى جملة من النتائج:

أن الغالبية العظمى من القضايا البيئية ومشكلاتها المنشورة تقع على الصفحات الداخلية بنسبة 8.75 وبلغت نسبة مساحتها بالأسطر 89.2 وانخفضت نسبة ظهور القضايا البيئية ومشكلاتها على الصفحتين الأولى والخلفية رغم أهميتها إذ لم تتجاوز 5 و8.75 على الترتيب وتتعدى 5.21 5.66 على الترتيب

تعد القضايا البيئية ومشكلاتها مهن المواضيع التي قامت بتغطيتها الصحف الأربعة محل الدراسة محل الدراسة، Lest Republican الشروق وآخر الساعة 40، 28.33، 22.14 على الترتيب وانخفضت نسبة مساحة التغطية الإعلامية لباقي القضايا البيئية ومشكلاتها.

حسب بيانات الدراسة التحليلية تبين أن أغلبية القضايا البيئية ومشكلاتها بنسبة 71.25 قد اكتفت بعرض تقريرى للوقائع مع انخفاض نسبة القضايا البيئية ومشكلاتها التي تسعى إلى انتقاد ممارسات 26.25 أو تأييد إجراءات 2.5 وهاته النتيجة مؤشر يدل على الطابع التعميمي والتغطية السطحية للقضايا البيئية ومشكلاتها والإقتصار على تصريحات المسؤولين مرفقة بالإجراءات الرسمية والإحصائيات ولهذا جاءت معظم الرسائل الإعلامية المنشورة في قالب الخبر.

الدراسة الثالثة:

- دراسة لنادية محمد صقار بعنوان مستوى الوعي البيئي لدى طلبة جامعة اله.. في ضوء بعض المتغيرات، رسالة مقدمة إلى عمادة الدراسات العليا استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في علم النفس التربوي قسم الإرشاد والتربية الخاصة، جامعة مؤتة 2007، الأردن. وتنطلق هاته الدراسة من التساؤلات التالية:

1- مستوى الوعي البيئي لدى طلبة جامعة مؤتة لدى متغير الجنس؟

2- مستوى الوعي البيئي لدى طلبة جامعة مؤتة يعزى إلى متغير الكلية (علمي، إنسانية)؟

3- ما مستوى الوعي البيئي لدى طلبة جامعة مؤتة إلى متغير مكان السكن (مدينة، قرية، بادية)؟

يتكون مجتمع جامعة الدراسة من جميع طلبة جامعة مؤتة المسجلين للدراسة في الفصل الثاني للعام الدراسي 2006/2007م، والبالغ عددهم (14650) طالبا وطالبة وتم اختيار عينة الدراسة والتي يبلغ عددها (556) طالبا وطالبة.

- ولتحقيق أهداف الدراسة تم اختيار عينة عشوائية عنقودية من طلبة البكالوريوس في جامعة مؤتة المسجلين للفصل الثاني للعام الدراسي 2006/2007، وقد توزعت العينة على مختلف كليات الجامعة وأقسامها الأكاديمية، وقدر وعي في اختيار العينة أن تشمل عددا متقاربا من الذكور والإناث،

وقد اقتصرَت العينة على 900 طالبا وطالبة، وبعد جمع الاستبانات وتدقيقها تم استبعاد 44 استبانة لنقص البيانات أو عدم دقتها.

* وتم استخدام الاستبانة التي تهدف إلى قياس مستوى الوعي البيئي لدى طلبة جامعة مؤتة، حيث تكون من 44 فقرة توزعت على أربعة مجالات تضمنت كل مجال منها عددا من الفقرات لقياس مستوى الوعي البيئي لدى الطلبة نحو الموضوع المراد قياسه (تحدد نتائج الدراسة بأداة القياس المستخدمة في قياس مستوى الوعي البيئي)

والأبعاد هي: (بعد المشكلات البيئية، بعد الموارد الطبيعية والبشرية، وبعد التنمية، وبعد الاتجاهات البيئية)

وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الحديثة التي تبحث في مستوى الوعي البيئي لدى طلبة للجامعة على مستوى الأردن.

وقد أظهرت نتائج الدراسة وجود فروق دقيقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 > 0$) بين متوسط أداة طلبة جامعة مؤتة على مقياس مستوى الوعي البيئي تبعا لمتغير الجنس وكانت هذه الفروق لصالح الإناث، كما أظهرت نتائج الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 > 0$) بين متوسط أداء طلبة جامعة مؤتة على مقياس مستوى الوعي البيئي تبعا لمتغير التخصص في الكلية على جميع أبعاد المقياس، وكانت لصالح طلبة التخصص العلمي.

كما أظهرت نتائج الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة بين متوسط أداء طلبة جامعة مؤتة على مقياس مستوى الوعي البيئي تبعا لمتغير مكان السكن على جميع أبعاد المقياس والدرجة الكلية وكانت هذه الفروق لصالح طلبة سكان المدينة.

وتكمن أهمية هذه الدراسة في كونها تعد محاولة لمعرفة مستوى الوعي البيئي لدى طلبة جامعة مؤتة في ضوء بعض المتغيرات قد تساعد في زيادة الوعي البيئي على جانب البحوث التي أجريت في الموضوع

نفسه، أو التي ستجرى مستقبلا إلى زيادة وعي المجتمع بأهمية البيئة وضرورة العمل على حل المشكلات البيئية أكان ذلك على مستوى الأردن، أو على مستوى الوطن العربي.

كما أنها تساعد المعنيين والمهتمين في مجال التربية البيئية في الاستفادة من نتائج هذه الدراسة.

كما يمكن أن تساعد على بناء الأساس الذي قد ينطلق منها إعداد برامج لتوعية المواطنين بأهمية المحافظة على الثروة البيئية الطبيعية، وحل المشكلات التي تواجههم والمتعلقة بالبيئة المحلية.

أوجه التشابه:

- تشترك دراستنا مع هاته الدراسة في أنه كلتا الدراستين لديهما متغير مشترك وهو الوعي البيئي الذي يعتبر الخطوة الأولى في تفعيل القوانين البيئية على المستوى الوطني.

- كذلك يوجد تشابه في أدوات جمع البيانات (الاستبيان)

أوجه الاختلاف:

- يوجد اختلاف بين دراستنا وهذه الدراسة من حيث المجال الزماني والمكاني فدراستنا أجريت عام 2020 بينما هذه الدراسة أجريت عام 2006/2007، وبالنسبة للمجال المكاني فدراستهم أجريت في الكليات الإنسانية والكليات العلمية لجامعة مؤتة (الأردن) ودراستنا أجريت في كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة جيجل قطب تاسوست (الصيديق بن يحي).

أوجه الاستفادة:

استفدنا من هذه الدراسة من خلال متغير الوعي البيئي الذي خدمنا كثيرا في الجانب النظري نظرا لتشابهه مع متغير دراستنا والذي ساعدنا في دعم دراستنا وتزويدها بمختلف المعلومات التي تخدم موضوع دراستنا.

فقد ركزت هذه الدراسة على مستوى الوعي البيئي لدى طلبة جامعة المؤتة هذا ما جعلها ترتبط بموضوع دراستنا وتخدمه كثيرا وبالتالي فقد استفدنا منهما في أدوات جمع البيانات (أداة الاستبيان)، التي أعطتنا لمحة عن كيفية صياغة الاستبانة نظرا لتشابه الموضوعين كثيرا.

الدراسة الرابعة:

دراسة لعبد الله ممدوح مبارك الرعود: دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين كلية الإعلام - جامعة الشرق الأوسط 2011-2012 وتنطلق هاته الدراسة من تساؤل رئيسي وهو: ما الدور الذي لعبته شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين؟

ويتفرع عن سؤال الدراسة الرئيسي الأسئلة الفرعية التالية:

* السؤال الأول: ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في التهيئة والتحريض على الاحتجاجات كشكل من أشكال التغيير السياسي في تونس ومصر؟

* السؤال الثاني: ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في مقاومة النقابة والحجب والدعاية في الإعلام كشكل من أشكال التغيير السياسي في تونس ومصر؟

- السؤال الثالث: ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام المحلي والإقليمي والدولي كشكل من أشكال التغيير السياسي في تونس ومصر؟

نوع الدراسة:

وتندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوطنية التي تسعى إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين.

ولتحقيق هذا الهدف تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي وتكونت عينة الدراسة من 342 مفردة (صحفي وصحفية) تم اختيارها بواسطة العينة العشوائية البسيطة أي بنسبة 50 من مجموع الصحفيين وتم تحليل الاستبانات والتأكد من هدف الأداة وثباتها بواسطة الطرق العلمية المعروف. وتم استخدام التحليل الإحصائي المتقدم للإجابة عن أسئلة الدراسة وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها ما يلي:

1- جاء المجال الثاني مقاومة الرقابة والحجب والدعاية في الإعلام الرسمي من مجالات دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر في الترتيب الأول بمتوسط حسابي يبلغ 2.75

2- وجاء المجال الثالث التأثير على الرأي العام المحلي والإقليمي والدولي في الترتيب الثاني لمتوسط حسابي بلغ 2.68.

3- حيث جاء المقابل الأول التهيئة والتحريض على الاحتجاجات في الترتيب الثالث لمتوسط حسابي بلغ 2.67.

4- وجاء المجال الرابع التأثير على وسائل الإعلام التقليدية في الترتيب الثالث بمتوسط حسابي بلغ (2.53).

5- أشار التحليل العملي على أن هذه المجالات قد ساهمت في تفسير التغيير السياسي في مصر وتونس بنسبة (52.8).

6- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تغيير المبحوثين لدور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر تعزى المتغيرات (النوع الاجتماعي، العمر، المؤهل العلمي، الخبرة الصحفية، نوع المؤسسة الإعلامية، الفترة الزمنية لعضوية الصحفي في النقابة).

7- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقدير المبحوثين دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر تعزى لتغير التخصص وكانت الفروق لصالح تخصص الآداب. وقد وصت الدراسة بعدد من التوصيات الهامة في هذا المجال.

علاقة دراستنا بهذه الدراسة:

أوجه التشابه:

-تتشارك دراستنا مع هذه الدراسة في أن كلتا الدراستين لديها متغير واحد مشترك وهو مواقع التواصل الاجتماعي والذي يعد العنصر الأساسي.

- هناك تشابه فيما يخص عنصر المقاربة النظرية العلمية المستخدمة إذ أنه كلانا اعتمدنا على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

- كذلك يوجد تشابه في أداة جمع البيانات فكلانا اعتمدنا على الاستبانة.

أوجه الاختلاف:

يوجد اختلاف بين دراستنا وهذه الدراسة من حيث المجال الزماني والمكاني فدراستنا أجريت عام 2020 أما بالنسبة لعام هذه الدراسة 2012/2011، وبالنسبة للمجال المكاني فدراستنا أجريت في جامعة جيجل وبالتحديد جامعة الصديق بن يحيى قطب جيجل، وهذه الدراسة أجريت في جامعة الشرق الأوسط(الأردن).

أوجه الاستفادة:

لقد استفدنا من هذه الدراسة كوننا زدنا في إثراء الجانب النظري والمنهجي لدراستنا، بالنظر إلى ندرة الدراسات والأبحاث السابقة التي كتبت في هذا المجال وقوة موضوع الدراسة وحدتها ورصد التطورات

الجديدة في مجال الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي، إضافة إل إسهام الدراسة في تطوير معارف جديدة بين الدارسين والمعيين وتزويدهم بمختلف المعلومات التي تخدم موضوع دراستنا.

- ركزت هذه الدراسة على دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، في حين جاءت دراستنا متناولة كيف تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين والوصول إلى نتائج تبين لنا مدى مساهمة هذه المواقع في نشر الوعي البيئي في أوساط الطلبة.

- وقد استفدنا من هذه الدراسة في الجانب المنهجي من خلال معرفة كيفية صياغة التساؤلات الفرعية وكذا تحديد المفاهيم، كما استفدنا منها أيضا في أدوات جمع البيانات (أداة الاستبيان) أما بالنسبة للجانب النظري فقد استفدنا منه كثيرا نظرا لتشابه المتغير الأول للدراستين (مواقع التواصل الاجتماعي).

12. المدخل النظري للدراسة:

في أي دراسة علمية لا بد من اختيار المقاربة الإعلامية التي تتماشى وموضع الدراسة ولعل المقاربات النظرية الملائمة لدراستنا هي نظرية الاستخدامات والاشباع. ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

أولا: نظرية الاستخدامات والاشباع:

1- مفهومها ونشأتها:

انطلق مفهومها من خلال تعرض الجمهور للمنتج الإعلامي لإشباع رغبات كامنة معينة استجابة لدوافع الحاجات الفردية.⁽¹⁾ فنظرية الاستخدامات والاشباع تهتم بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، فخلال عقد الأربعينيات من القرن العشرين، أدى إدراك عواقب

⁽¹⁾ بسام عبد الرحمن المشاقبة، نظريات الإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص84.

الفروق الفردية على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام، إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام، وكان ذلك تحولاً من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال إلى رؤيتها على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون مفصل من وسائل الإعلام.⁽¹⁾

ومن الجدير بالذكر أن هذه النظرية انطلقت بصورة خاصة على ضوء الأبحاث التي قام بها كل من هيرتا وهيرز 1944، والتي هدمت للكشف عن إشباع الجمهور والرأي وتوصلت إلى ضرورة إشباع الحاجات العاطفية، وفي سنة 1945 فقد تمكن بيرلسون من تحليل توقف ثماني صحف عن الصدور لمدة أسبوعين بحسب إضراب عمال التوزيع، حيث وجه سؤالاً للجمهور ما الذي افتقده بسبب غياب هذه الصحف، وتوصل على أن ما تقوم بأدوار مهمة للجمهور في نقل الأخبار والمعلومات والهروب من الواقع اليومي⁽²⁾

حيث ظهرت هذه النظرية لأول مرة بطريقة كاملة في كتاب استخدام وسائل الاتصال الجماهيري"تأليف كاثر وبلومر 1974، ودار هذا الكتاب حول فكرة مؤداها تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب، ودوافع الفرد من التعرض إليها من جانب آخر⁽³⁾

فرضيات الدراسة:

لعل من بين أهم الفروض التي تسعى نظرية الاستخدامات والاشباع على تحقيقها وقياسها ما يلي:

- أن جمهور وسائل الإعلام يتسم بالإيجابية والفاعلية ويستخدم هذه الوسائل لتحقيق أهداف معينة خاصة به⁽⁴⁾.

(1) حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ص239.

(2) بسام عبد الرحمن المشاقبة، مرجع سابق ذكره، ص85.

(3) مرجع سبق ذكره، ص214.

(4) فتيحة كيجل، مرجع سبق ذكره، ص26.

- يستطيع أفراد الجمهور تحديد احتياجاتهم ودوافعهم، وبالتالي يختارون الوسائل والرسائل الإعلامية التي تشبع تلك الاحتياجات⁽¹⁾.
- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامنا الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتويات الرسائل فقط⁽²⁾.
- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الوسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال، وليست وسائل الاتصال تستخدم الجمهور⁽³⁾.

الانتقادات الموجهة لهذه النظرية:

- لعل من بين الانتقادات الموجهة لهذه النظرية نخص بالذكر ما يلي:
- أن الحاجات الخاصة بالفرد متعددة ما بين فيسيولوجية ونفسية واجتماعية وتختلف أهميتها من فرد إلى آخر، ولتحقيق تلك الحاجات تتعدد أنماط التعرض لوسائل الإعلام واختيار المحتوى.
 - أن الوسائل الإعلام ليست دائما مؤسسات مستقلة تعمل بالأصالة عن نفسها فحسب وإنما تعمل أيضا نيابة عن جماعات ومنظمات أخرى، وهو ما يجعل من الصعب التمييز بين وظائف الإعلام وبين وظائف الأجهزة الأخرى⁽⁴⁾.
 - تبني نظرية الاستخدام والإشباع مفاهيم تتسم بشيء من المرونة مثل الدافع، الإشباع، حيث لا يوجد تعريفات محددة لهذه المفاهيم وهو يؤدي إلى اختلاف النتائج التي يتحصل عليها الباحث أثناء تطبيقه لهذه النظرية⁽⁵⁾.

(1) عاطف عدلي العبد، نعى عاطف لعبد، نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2011، ص300.

(2) نضال فلاح الضالعين وآخرون، نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص245.

(3) عبد النبي عبد الله الطيب، فلسفة ونظريات الإعلام، ط1، دار العالمية للنشر والتوزيع، 2014.

(4) رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص45.

(5) وسام طابل البشاشة، دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي، رسالة ماجستير، كلية الآداب والعلوم، جامعة البترا، 2012-2013، ص19.

تعتبر مقارنة نفسية حدية ومبالغ فيها، فهي تلغي احتمالات التواصل مع تفسيرات أخرى⁽¹⁾.

علاقة النظرية بموضوع الدراسة:

تعتمد فكرة هذه الدراسة على أن الجمهور يستخدم المنتج الإعلامي لإشباع رغباته وان دور وسائل الإعلام باعتبارها وسيلة إعلامية هي إشباع هذه الحاجات، وهذه الوسائل لا تكون بمعزل عن الدوافع والحاجات وعلى هذا الأساس اعتمدنا على هذه النظرية كونها تخدم موضوعنا حيث حاولنا من خلال دراستنا التعرف على دوافع التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي، وباعتبار أن الطلبة معترض إيجابي يختار وينتقي المعلومات بناء على دوافع وحاجات فردية، يمتلك غاية محددة يسعى إلى تحقيقها حاولنا فهم وتحديد نوع الإشباع المحققة من طرف الطلبة من خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي هذه المواقع التي تحقق إشباعاً للطلبة وتأثر عليهم من خلال المضامين التي تنشرها حيث تساعدهم على تحديد الصورة من جراء استخدامهم لهذه الوسائل، ومن خلال تساؤلنا ما مدى إسهام مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين يمكننا القول أن شبكات التواصل الاجتماعي بوصفها ضرورة أنتجت تكنولوجيا الاتصال على الساحة الإعلامية أصبحت اليوم فضاء إلكتروني للحصول على المعلومات التي تسمى الدراسات العلمية النظرية إلى دراستها وقياسها وإثباتها.

ثانياً: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

ومن أكثر النظريات التي تناسب الدراسة (نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام) باعتبارها تتركز على الوسيلة ودرجة أهميتها لدى الفرد يستحب منها المعلومات والنقطة الهامة في هذه النظرية هي أن وسائل الإعلام ستؤثر في الناس إلى الدرجة التي يعتمدون فيها على معلومات تلك الوسائل وكما يوحي اسم النظرية إلى العلاقة الرئيسية التي تحكمها، هي علاقة الاعتماد بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي والجمهور، وقد تكون هذه العلاقة مع وسائل الإعلام جميعها أو مع أحد أجزائها.

⁽¹⁾ كيجل فتيحة، مرجع سبق ذكره، ص 29.

وتعتبر نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام نظرية شاملة، حيث تقدم نظرة كلية للعلاقة بين الاتصال والرأي العام، وتتجنب الأسئلة البسيطة عما إذا كانت وسائل الاتصال لها تأثير كبير على المجتمع، وأهم ما أضافته النظرية أن المجتمع يؤثر على وسائل الاتصال.

*ومن الأهداف الرئيسية لهذه النظرية:

تفسير لماذا يكون لوسائل الاتصال الجماهيرية أحيانا تأثيرات قوية ومباشرة وأحيانا أخرى تأثيراتها غير مباشرة وضعيفة نوعا ما.

وتعتمد هذه النظرية على أن استخدامنا لوسائل الاتصال لم يتم بمعدل من تأثيرات النظام الاجتماعي الذي نعيش فيه نحن ووسائل الاتصال؛ والطريقة التي نستخدم فيها وسائل الاتصال ونتفاعل بها مع تلك الوسائل تتأثر بما نتعلمه من المجتمع، كما إننا نتأثر بما سيحدث في اللحظة التي نتعامل فيها مع وسائل الاتصال لذلك فإن لأي دراسة نتلقاها من وسائل الاتصال قد يكون لها نتائج مختلفة، اعتمادا خبراتنا السابقة عن الموضوع، وتأثيرات الظروف الاجتماعية المحيطة⁽¹⁾.

إن علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام تقوم على ركيزتين أساسيتين هما:

1- الأهداف: لكي يحقق الأفراد والجماعات والمنظمات المختلفة أهم أهدافهم الشخصية فإن عليهم أن يعتمدوا على موارد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات أخرى، والعكس صحيح.

2- المصادر: يسعى الأفراد والمنظمات نحو المصادر المختلفة التي تحقق أهدافهم وتعدد وسائل الإعلام نظام معلومات يسعى إليه الأفراد والمنظمات من أجل بلوغ أهداف تحكم وسائل الإعلام في مصادر المعلومات.⁽²⁾

⁽¹⁾ عبد الله ممدوح مبارك الرعود، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التعبير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، رسالة ماجستير في العلوم، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2011/2012، ص 10-11.

⁽²⁾ رأفت مهند عبد الرزاق، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي دراسة ميدانية لحالة الحراك الشعبي في العراق على عينة من طلبة الجامعات كل من الموصل والأنبار وتكريت"، مذكرة ماجستير في العلوم، العراق، 2013، ص 20.

ومجالات التأثير الناتجة عن هذه النظرية تنحصر في:

1-- التأثير المعرفي: Cognifive effects

مثل إزالة الغموض الناتج عن افتقاد المعلومات الكافية لفهم الحدث، تقديم معلومات كافية وتفسيرات صحيحة للحدث، وأيضا التأثير في إدراك الجمهور لأهمية البنية التي تمنحها لبعض القضايا، ومن التأثيرات المعرفية أيضا تلك الخاصة بالقيم والمعتقدات.

2- التأثيرات الوجدانية: effectivct effects

المتعلقة بالمشاعر والأحاسيس، مثل زيادة المخاوف، والتوتر والحساسية للعنف، والتأثيرات المعنوية كالإغتراب عن المجتمع.

3- التأثيرات السلوكية: Behavioural effects

الممثلة في الحركة أو الفعل، الذي يظهر في سلوك علني، وهذه التأثيرات ناتجة عن التأثيرات المعرفية والتأثيرات الوجدانية ومرتبة عليها.⁽¹⁾

- فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

تفترض هذه النظرية أن الجمهور يلجأ إلى وسائل الإعلام لتلبية حاجاته في الحصول على المعرفة وبناء مواقف السلوكية، في ظل ظروف معينة، فكلما زادت درجة عدم الاستقرار في المجتمع زاد تعرض الجمهور لوسائل الإعلام.

ويرى كل من مبلينيت أن هذه النظرية تستند على مجموعة من الفروض:

⁽¹⁾ عبد الله ممدوح مبارك الرعود، مرجع سبق ذكره، ص12

- أن اختلاف درجة الاستقرار والتوازن في النظام الاجتماعي يعود إلى التغيرات المستمرة، وبالتالي فإن الحاجة للمعلومات والأخبار تزايد أو تتناقص تبعاً للحاجة لهذه الأخبار والمعلومات حيث يكون الأفراد أكثر اعتماداً على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات.
- حيوية النظام الإعلامي بالنسبة لأفراد المجتمع تزيد من درجة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام لإشباع حاجاتهم⁽¹⁾

العلاقة بين دراستنا ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

هناك علاقة إرتباطية بين وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي وعلاقة الجمهور بوسائل الإعلام، فمواقع التواصل الاجتماعي تعد من وسائل الإعلام التي تحدث تأثير بين نظام الوسائل وأنظمة اجتماعية أخرى وبين الجمهور فهي تعتمد على العلاقة المتزايدة المتبادلة بينهم فوسائل الإعلام تؤثر على الجمهور كما تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي على مستخدميها فيحدث تغييراً إما بالسلب أو الإيجاب فنظرية الاعتماد على وسائل تتحكم وتوجه الجمهور كذلك بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي التي تتحكم في مستخدميها وتوجههم كما تشاء وبالتالي فهذه النظرية قريبة لموضوع دراستنا وتخدمه كثيراً وتقدم مجال الإعلام.

⁽¹⁾ كامل حورشيد مراد، الاتصال الجماهيري والإعلام (التطور، الخصائص، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2011، ص149.

الفصل الثاني: مدخل نظري حول مواقع التواصل الاجتماعي

تمهيد

- 1- لمحة تاريخية عن ظهور مواقع التواصل الاجتماعي
- 2- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
- 3- أهمية مواقع التواصل الاجتماعي
- 4- أنواع الشبكات الاجتماعية
- 5- الآثار الإيجابية والسلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي
- 6- نماذج عن مواقع التواصل الاجتماعي

خلاصة الفصل

تمهيد:

في ظل التطورات التي شهدتها العالم برز في الآونة الأخيرة اتساع نطاق استخدام التكنولوجيا، وظهر ما يعرف بمجتمع المعلومات، أين أصبحت المعلومات سلعة يقاس بها مدى تقدم الأمم. كما أن ظهور التكنولوجيا الحديثة أدى إلى إحداث تغييرات جذرية أثرت على حياة الفرد والمجتمع، الأمر الذي سمح بخلق إعلام بديل أفرز عدة تطبيقات أهمها مواقع التواصل الاجتماعي التي أعطت مستخدميها فرصاً أكبر للتفاعل والتواصل بلا قيود.

1- لمحة تاريخية عن ظهور مواقع التواصل الاجتماعي:

في عام (1954) صاغ جون بارنز John Barnes والذي كان باحث في العلوم الإنسانية مصطلح الشبكات الاجتماعية، للدلالة على أنماط من العلاقات تشمل المفاهيم التي يستعملها الجمهور بشكل تقليدي.⁽¹⁾

وبعد اختراع شبكة المعلومات الدولية (الانترنت) في منتصف التسعينيات من القرن العشرين⁽²⁾، بدأت مجموعة من الشبكات الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينيات مثل classnates.com عام 1955 لربط بين زملاء الدراسة وموقع sixdegress.com عام 1997، وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص.⁽³⁾

وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام 1999-2001⁽⁴⁾، ولكن الانطلاقة الفعلية للمواقع الاجتماعية جاءت مع انطلاق مواقع الأصدقاء Friendster، وماي سبيس My space والفيس بوك Facbook.⁽⁵⁾ فمع بداية عام 2005 ظهر موقع يبلغ عدد مشاهدات صفحاته أكثر من google وهو موقع My space الأمريكي الشهير، ويعتبر من أوائل وأكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير فيس بوك⁽⁶⁾، الذي بدأ أيضا في الانتشار المتوازي مع ماي سبيس حتى قام فيس بوك في عام 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين، وهذا ما أدى إلى زيادة أعداد

(1) حسين محمود هتمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، (ط1)، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 78.

(2) المرجع نفسه، ص 79.

(3) ماهر عودة الشمايلة، محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف كافي، تكنولوجيا الإعلام والاتصال، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص 210.

(4) المرجع نفسه، ص 210.

(5) سليمان إبراهيم العسكري، الثقافة العربية في ظل وسائط الاتصال الحديثة، ندوة مجلة العربي، العدد (81)، 8-10 مارس 2010، الكويت، ص 163.

(6) مروى عصام صلاح، الإعلام الإلكتروني، الأسس وآفاق المستقبل، (ط1)، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص 247.

مستخدمي فيس بوك بشكل كبير، ويعتقد أن عددهم حالياً يتجاوز 900 مليون مستخدم على مستوى العالم.⁽¹⁾

2- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

تتميز مواضع التواصل الاجتماعي بمجموعة من الخصائص التي جعلتها محل اهتمام العديد من الأفراد، نظراً للخدمات التي تقدمها، وهي كالآتي:

➤ العالمية: حيث تلقى الحواجز الجغرافية والمكانية وتتحطم فيها الحدود الدولية، حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب ببساطة وسهولة.⁽²⁾

➤ التفاعلية والتشاركية: بحيث يتسم التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي بالتفاعلية، إذ يقوم كل عضو بإثراء صفحته الشخصية سواء ما يتعلق بشخصيته (رياضة، أزياء، أو موسيقى) أو ما يتعلق بموطنه (أحداث سياسية، خرائط، أو صور لمدينته وبعض المعالم الأثرية التي يرغب بتقديمها إلى الآخرين).⁽³⁾

➤ اللاتزامنية: وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم، ولا تتطلب من المشاركين كلهم أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه.⁽⁴⁾

➤ الإنفتاح: معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة أو الإنشاء والتعديل على الصفحات، حيث أنها تشجع التصويت والتعليقات وتبادل المعلومات، بل نادراً ما توجد أية حواجز أمام الوصول والإستفادة من المحتوى.⁽⁵⁾

(1) ماهر عودة الشمايلة، محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف كاتي، الإعلام الرقمي الجديد، (ط1)، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص 201.

(2) صالح محمد العلي، مهارات التواصل الاجتماعي، أسس ومفاهيم وقيم، (ط1)، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 147.

(3) المرجع نفسه، ص 85.

(4) سميرة شيخاني، الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، العدد الأول+الثاني، 2010، ص 446.

(5) خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها النفسية، الاجتماعية، الاقتصادية، الدينية والسياسية على الوطن العربي والعالم، (ط1)، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص 26.

➤ المحادثة: حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الاجتماعية عن التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة في اتجاهين أي المشاركة والتفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروضة. (1)

➤ التجمع: تتيح مواقع التواصل الاجتماعي إمكانية التجمع بسرعة والتواصل بشكل فعال ويربط ذلك التجمع اهتمامات مشتركة مثل القضايا السياسية وغيرها. (2)

3- أهمية مواقع التواصل الاجتماعي:

إن لمواقع التواصل الاجتماعي أهمية كبيرة، ويتجلى ذلك من خلال:

➤ كونها فضاءات مفتوحة للتمرد والثورة، بداية من التمرد على الخجل والإنطواء، وانتهاء بالثورة على الأنظمة السياسية في بعض الأحيان.

➤ عملت على تحويل المستخدم لها من متلق للمعلومات في وسائل الإعلام التقليدية إلى منتج للمعلومات ومشارك فيها. (3)

➤ تعمل مواقع التواصل الاجتماعي على تفعيل الطاقات المتوافرة لدى الإنسان ويوجهها للبناء والإبداع في إطار تطوير القديم وإحلال الجديد من قيم وسلوك، وزيادة مجالات المعرفة للجمهور.

➤ تعد مواقع التواصل الاجتماعي إعلاما بديلا، ويقصد به الموقع الذي يمارس فيه، النقد، ويولد أفكار وأساليب لها أهميتها، وأيضا طرقا جديدة للتنظيم والتعاون والتدريب بين أفراد المجتمع. (4)

(1) خالد غسان يوسف المقدادي، مرجع سبق ذكره، ص 27.

(2) مشتاق طلب فاضل، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام المحلي، العدد 12، مجلة تكريت للعلوم السياسية، 2014-2015، ص 205.

(3) إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، شبكات التواصل والأنترنت والتأثير على الأمن القومي والاجتماعي، ط1، المكتب العربي للمعارف، القاهرة، 2012، ص 74.

(4) وسام طليل البشايشة، دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي وإشباعاتها (فيس بوك وتويتر)، رسالة ماجستير، جامعة البترا، 2013-2014، ص 27.

4- أنواع الشبكات الاجتماعية:

تتعدد تقسيمات الشبكات تبعاً للخدمة المقدمة أو الهدف من إنشائها إلى الأنواع التالية:

➤ تقسيم الشبكات حسب الإستخدام والإهتمام إلى ثلاثة أنواع رئيسية هي:

1- شبكات شخصية: لشخصيات محددة وأفراد ومجموعة أصدقاء تمكنهم من التعارف وإنشاء صداقات بينهم، مثل (فيسبوك facebook).

2- شبكات ثقافية: تختص بفن معين وتجمع المهتمين بموضوع أو علم معين، مثل (library thing).

3- شبكات مهنية: تهتم وتجمع أصحاب المهن المتشابهة لخلق بيئة تعليمية وتدريبية فاعلة، مثل (linked in).

➤ كما يمكن تقسيمها حسب الخدمات وطريقة التواصل إلى ثلاثة أنواع أيضاً:

1- شبكات تتيح التواصل الكتابي.

2- شبكات تتيح التواصل الصوتي.

3- شبكات تتيح التواصل المرئي.

➤ وتتنافس الشبكات الاجتماعية اليوم في توفير أكثر من طريقة للتواصل حتى تلبي حاجات جميع شرائح المجتمع الافتراضي.

● هناك تقسيم آخر يقسم الشبكات الاجتماعية إلى قسمين:

1- شبكات داخلية خاصة (internal social networking):

وتتكون هذه الشبكات من مجموعة من الناس تمثل مجتمع مغلق أو خاص يمثل الأفراد داخل شركة أو تجمع ما أو داخل مؤسسة تعليمية أو منظمة ويتحكم في دعوة هؤلاء الأشخاص فقط وليس غيرهم من الناس للدخول للموقع والمشاركة في أشطته من تدوين وتبادل آراء وملفات وحضور اجتماعات والدخول في مناقشات مباشرة وغيرها من الأنشطة مثل شبكة (Linka in).

2- شبكات خارجية عامة (External social networking):

وهي شبكات متاحة لجميع مستخدمي الأنترنت، بل صممت خصيصا لجذب المستخدمين للشبكة ويسمح فيها للعديد من المستخدمين بالمشاركة في أنشطته بمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع وتقديم نفسه للموقع، مثل شبكة (facebook).⁽¹⁾ وهناك آخرون يصنف الشبكات الاجتماعية إلى أصناف نذكر منها:

1- الشخصية: ويعتمد هذا النصف من الشبكات الاجتماعية على فتح ملف شخصي لكل مستخدم يوفر له خدمات عامة مثل المراسلات الشخصية ومشاركة مستخدمي هذه المواقع فيما بينهم يتبادل العديد من الصور والملفات المرئية والروابط، وهو النصف الأكثر شهرة.

2- العامة: ويعتمد هذا النصف من الشبكات الاجتماعية على ربط زملاء المهنة الواحدة أو أصحاب الأعمال والشركات بعضهم ببعض، ويمكنهم من تبادل الملفات الشخصية للمستخدمين التي تتضمن لسيرتهم الذاتية وخبرتهم.

وهناك الآلاف من مواقع الشبكات التي تعمل على الصعيد العالمي، وهناك الشبكات الاجتماعية الصغيرة التي طرحت لتناسب القطاعات البسيطة في المجتمع في حين هناك شبكات تخدم وحدة جغرافية للمجتمع، وهناك بعض الشبكات تستخدم واجهة استخدام بسيطة بينما البعض الآخر أكثر جرأة في استخدام التكنولوجيا الحديثة والقدرات الإبداعية.⁽²⁾

4- الآثار الإيجابية والسلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي الإلكترونية:

لاشك أن الكلال اختراع الكترولني إيجابياته وسلبياته، والضابط في قبول هذا الإختراع أو رفضه هو الغلبة بين المصالح والمفاسد:

(1) سلطان مسفر مبارك الصاعدي، مرجع سبق ذكره، ص 10.

(2) طاهر حسن أبو زيد، دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية (دراسة ميدانية)، رسالة ماجستير في العلوم السياسية، جامعة الأزهر، غزة، سبتمبر 2012، ص 27.

5-1- إيجابيات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية:

- سهولة التواصل الاجتماعي، وإمكانية التواصل مع الأفراد والمؤسسات، وبذلك هي مجال رحب للتعارف.
- استخدام هذه المواقع في خدمة العملية التعليمية ليتمكن الطالب من أخذ مساحة أوسع في الحوار والمناقشة وإبداء الرأي، وهذه الإمكانية تبقى محصورة داخل نطاق ضيق في البيت والأسرة والمدرسة، فيعوض الطالب ذلك من خلال مواقع التواصل الاجتماعي الإلكترونية.
- استخدامها في المجال الحكومي والتجاري، حيث تتجه كثير من الدوائر الحكومية وكبرى الشركات التجارية للتواصل مع الزبائن والموظفين من خلال مواقع التواصل الاجتماعي لتطوير الخدمات المقدمة.
- سرعة تناول الأخبار، فقد انتشرت الخدمات الإخبارية عبر مواقع التواصل التي تزود بالأخبار السريعة.⁽¹⁾
- المساهمة في إسقاط أنظمة حكم مرفوضة شعبياً تفتح أبواباً تمكن من إطلاق الإبداعات والمشاريع التي تحقق الأهداف وتساعد المجتمع على النمو.⁽²⁾

5-2- سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:

- من أهم سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي في غياب المسؤولية الاجتماعية، والضبط الاجتماعي اللذان يعدان من أهم مقومات السلوك الاجتماعي، والتي تؤدي إلى:
- تنشر الإشاعات والمبالغة في نقل الأهداف.
- النقاشات التي تبتعد عن الاحترام المتبادل وعدم تقبل الرأي الآخر.
- إضاعة الوقت في التنقل بين الصفحات والملفات دون فائدة.

⁽¹⁾ سمير محمد عواددة، مواقع التواصل الاجتماعي الإلكتروني (الضوابط والآثار)، مداخلة في المؤتمر العلمي الدولي السنوي الرابع لكلية الشريعة حول وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على المجتمع، فلسطين، 2014، ص 171.

⁽²⁾ إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، مرجع سبق ذكره، ص 86.

- ظهور لغة جديدة بين الشباب من شأنها أن تضعف لغتنا العربية وإضاعة هويتها. (1)
- ضعف ضوابط السيطرة على نشر العنف والتطرف والإرهاب.
- عدم التوازن بين حجم ونوعية الوسائل الإعلامية الموجهة وبين استعداد المتلقي لهما فيما يتعلق بالرأي والرأي الآخر.
- انتهاك حقوق النشر والملكية الفردية.
- ارتكاب الجرائم الالكترونية باستخدام التقنيات الحديثة.
- تفتيت دائرة المتلقي، والتركيز على مخاطبة الأفراد والجماعات الصغيرة وفق الميول والاحتياجات الفردية.
- ضعف التحكم بالضوابط الضرورية لضمان عدم المساس بالقيم الدينية والاجتماعية والثقافية للمجتمعات. (2)

- الانعزال عن العالم الواقعي، حيث تصفح المواقع يؤدي إلى عزل الشباب عن واقعهم الأسري، وغربتهم عنه وعادة ما تؤدي هذه العزلة إلى الاكتئاب والهروب من مسؤولياته، وأنهم يتعايشون مع العالم الوهمي والافتراضي الذي يحتوي على الكذب. (3)

6- نماذج عن مواقع التواصل الاجتماعي:

أولاً: الفايسبوك

- مفهومه: يعد موقع الفايسبوك موقع ويب للتواصل الاجتماعي، يمكن الدخول إليه مجاناً، تديره شركة فايس بوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى

(1) عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2015، ص 69.

(2) عابدة علي أبو زايد، إستخدامات طلبة الثانوية العامة لشبكات التواصل الاجتماعية وأثرها في المحافظة على القيم الثقافية "دراسة ميدانية على محافظات غزة"، رسالة ماجستير في الصحافة بكلية الآداب في الجامعة الإسلامية بغزة، 2016، ص 67.

(3) مروة صلاح مهدي، تأثير جودة مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الأخلاقية لطلبة الجامعات الأردنية الخاصة في العاصمة عمان"، رسالة ماجستير، كلية الأعمال، 2017، ص 10.

الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم.⁽¹⁾

ويعرف أيضا على أنه: موقع يساعد على تكوين علاقات بين المستخدمين، يمكنهم من تبادل المعلومات والملفات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو، كل هذا يتم في عالم افتراضي، يقطع حاجز الزمن والمكان".⁽²⁾

➤ **نشأة الفايسبوك:** شبكة اجتماعية تأسست في 2004 على يد شاب أمريكي اسمه مارك زيكربيرج بالتعاون مع اثنين من رفاقه بالسكن الجامعي في جامعة هارفرد⁽³⁾، واقتصر الإنتساب للفيسبوك في بدايته على طلاب هارفرد، ثم توسع ليشمل باقي الجامعات والكليات في بوسطن، ثم تطور ليستضيف جميع طلاب الجامعات، وطلاب المدارس الذين تزيد أعمارهم على 13 عاما، ثم انتشر بشكل واسع في جميع أنحاء العالم ليشمل جميع الأجناس والفئات العمرية (فوق 13 عاما).⁽⁴⁾

➤ **خصائص الفيس بوك:** يتضمن الفيس بوك عددا من السمات التي تتيح للمستخدمين إمكانية التواصل مع بعضهم البعض، نذكر هاته الخصائص كالاتي:

- سمة wall أو لوحة الحائط: وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصية لأي مستخدم، بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة لهذا المستخدم.

- سمة poker أو النكرة: التي تتيح للمستخدمين من إرسال فكرة افتراضية لإثارة الإنتباه إلى بعضهم البعض، وهي عبارة عن إشعار يخطر للمستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به يخطر.

- سمة photos أو الصور: التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من أجهزتهم إلى الموقع.

(1) محمد صاحب سلطان، وسائل الإعلام والاتصال، دراسة في النشأة والتطور، (ط1)، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2012، ص 360.

(2) صالح محمد العلي، مرجع سبق ذكره، ص 122.

(3) فتحي حسين عامر، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك، (ط1)، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2011، ص 203.

(4) حسان أحمد قميحة، الفيسبوك تحت المجهر، ط1، دار النخبة للنشر والتوزيع، مصر، 2017، ص 58.

- سمة status أو الحالة: التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي، ويمكن مشاهدة لوحدة الحائط الخاصة بالمستخدم من قبل أي شخص، ويمكنه مشاهدة الملف الشخصي لهذا المستخدم وفق لإعدادات الخصوصية.

- سمة facebook nots أو التعليقات: وهي سمة بالتدوين تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها، وتمكن المستخدمين من جلب المدونات من المواقع الأخرى التي تقدم خدمات التدوين.

- سمة market place: يتم من خلاله نشر إعلانات مبنية مجانية خاصة بهم، ويتم مشاهدتها من قبل مشترك الموقع.⁽¹⁾

- موقع اليوتيوب youtube:

وهو موقع يقدم خدمة مشاركة ملفات الفيديو، فبإمكان المستخدمين تحميل ومشاهدة ومشاركة ملفات الفيديو في أي موضوع كان، ويستخدم الموقع برنامجا Flash Adobe Video لعرض عدد هائل من المحتويات الفيديوية التي أنشأها المستخدمون أنفسهم، وتشمل لقطات واقعية، ولقطات تلفزيونية، ولقطات من الأفلام، ومقطوعات موسيقية، وغيرها من اللقطات التي يصورها ويرسلها المستخدمون المبتدئون والمحترفون، وإن معظم محتويات الموقع مع اللقطات الفيديوية من صنع وتحميل للأشخاص العاديين من المشتركين، برغم قيام بعض الشركات الإعلامية مثل قناة CBC الأمريكية، وقناة BBC البريطانية من عرض موادها الإعلامية على هذا الموقع.⁽²⁾

كما يعدّ موقع يوتيوب أهم وأشهر موقع لدفع ومشاركة الفيديوهات على مستوى العالم يقوم على فكرة مبدئية هي: بث لنفسك أو أذع لنفسك، هذا شعار وضع على الصفحة الأولى، ويعتبر أهم مكان على شبكة الأنترنت للمشاركة بالفيديو المجاني الشعبي، إذ تحمل عليه يوميا أفلاما من صنع الهواة من حول العالم بعضهما ثم تصويره بكاميرا جهاز الهاتف المتحرك نقل حدث ما غريبا، أو

⁽¹⁾ ليلي أحمد جرار، الفاييسوك والشباب العربي، ط1، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، عمان، 2018، ص 57-58.

⁽²⁾ محمد حسين علوان، حافظ ياسين البطران، دور مواقع التواصل الاجتماعية في تفعيل المشاركة في الانتخابات البرلمانية العراقية 2014، مجلة كلية التربية الأساسية، المجلد 22، العدد 94، 2016، ص 1000.

مضحكا أو مثيرا، وكثير منهما ثم إنتاجه بدوافع فنية أو سياسية أو اجتماعية أو جمالية أو حتى لا يصل رسالة شخصية حول مسألة تهم منتج الفيلم، ويتضمن الموقع أنواعا لا حصر لهما من كليات الفيديو التلفزيونية والأفلام الغنائية المصورة ومدونات الفيديو اليومية. وكان الإنطلاق الفعلي للموقع في ديسمبر 2005م بعد أن تلقى تمويلا من (سيكوي كاتي بال).

حيث أصبح تشاد هيرلي المسؤول التنفيذي الأول للشركة، فيما أصبح ستيف تشين رئيس قسم التكنولوجيا في شركة يوتيوب، ويتيح الموقع محتوياته للجميع كما بإمكان أي شخص إضافة مقاطع فيديو للموقع بعد التسجيل على الموقع، كما يمكن مستخدميه المسجلين من تقييم الفيديوهات التي يشاهدونها والتعليق عليها أو إضافتهما للمفضلة ضمن صفحته الشخصية أو إرسالها للأصدقاء كما بالإمكان إرسال الفيديوهات إلى المدونات الشخصية أو المنتديات، كما يتيح الموقع عرضهما على أشهر الشبكات الاجتماعية كالفيس بوك ، ماي سبيس، تويتر، وغيرها.

وفي أواخر عام 2006م قام عملاق الويب جوجل بالإعلان عن شراء موقع يوتيوب بقيمة (1.65) مليار دولار أمريكي، فيما يعد ناني أكبر صفقة شراء تعقدها جوجل ليتحول إلى شركة بإدارة مؤسسة وملكية جوجل، وقد يصل عدد من يستقبلون موقع اليوتيوب إلى ملياري زائر يوميا، ليتخطى ضعف مشاهدي القنوات الأمريكية التلفزيونية الثلاث الأكثر تبعية.⁽¹⁾

ومن أهم مميزات اليوتيوب:

- البحث عن طريق إسم المستخدم.
- ربط الفيديو مع صفحات انترنت أخرى.
- عرض أشرطة الفيديو ذات الصلة داخل التعليق.
- تقييم الفيديو بين واحد وخمس نجوم.
- تضمين تشغيل اليوتيوب بشبكات أخرى.

⁽¹⁾ عابدة علي ابو زيد، مرجع سبق ذكره، ص 73.

ومن أكثر الجوانب التي كان للموقع أثر كبير وواضح فيها، الاجتماعية والفنية، حيث أصبح كثير ممن يبحثون عن الشهرة يتوجهون لليوتيوب باعتباره الوسيلة الإعلامية الوحيدة التي تتيح لأي كان الظهور وتمنحه الفرصة للوصول إلى الملايين، وهي الطريقة التي سمحت لكثير من الفنانين والفرق الموسيقية بالتعريف بأنفسهم في بداية مشوارهم، وتجاوز أشواط كثيرة نحو الشهرة.

وعلى المستوى السياسي كان لليوتيوب حضورا واسعا خصوصا في الحملات السياسية التي تهدف إلى حشد الجماهير، وظهر ذلك بقوة في سباق الترشح للرئاسة في الولايات المتحدة الأمريكية في العام 2007 عندما استخدمه المرشحون لتقديم أنفسهم للشعب الأمريكي.⁽¹⁾

موقع لينكد إن:

أحد المواقع المصنفة ضمن شبكات التواصل الإعلامية الاجتماعية على شبكة الشبكات/الأنترنت، مؤسس هذا الموقع هو جيف وينر⁽²⁾، تأسس في ديسمبر 2002م، وبدأ التشغيل في 5 مايو 2003، ويستخدم الموقع أساسا كشبكة تواصل مهني، وبلغ عدد مستخدميه المسجلين في الموقع أكثر من 175 مليون من أكثر من 200 دولة وفقا لإحصائيات يونيو 2012.⁽³⁾

موقع ماي سبيس My space:

عبارة عن موقع يقدم خدمات شبكات اجتماعية وإعلامية أخرى على الأنترنت وعلى الويب⁽⁴⁾، ويعتبر موقع ماي سبيس سادس أكبر موقع على الويب الإنجليزية شعبية في العالم، وثالث موقع شعبية في الولايات المتحدة الأمريكية⁽⁵⁾، يمتلك شبكة ماي سبيس "الشركة الإعلامية الأمريكية specific media llc"، ونجم البوب الأمريكي الشهير جاستين تيمبرليك، وقد تم إطلاقها في أغسطس 2003، وللإشتراك بهذا الموقع يجب ان يتجاوز عمرك 14 سنة، يمكنك بعد ذلك القيام

(1) عبد الله ممدوح مبارك الرعود، مرجع سبق ذكره، ص 45.

(2) عامر إبراهيم قنديلجي، الإعلام الإلكتروني، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2015، ص ص 329، 330.

(3) رضا أمين، الإعلام الجديد، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ص ص 122، 123.

(4) المرجع نفسه، ص 329.

(5) علي خليل شقرة، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014 ص 80.

مباشرة بدعوة أصدقائك للمشاركة والبحث عن الأصدقاء المشتركين بالفعل ليتبادلوا سويًا نشر الصور والموسيقى ومقاطع الفيديو، وقد وصل عدد مستخدمي ماي سبيس في 2012 إلى ما يزيد عن 262.⁽¹⁾

موقع تويتر twitter.com:

تويتر هو موقع شبكات اجتماعية يقدم منذ عام 2006 خدمة تدوين مصغرة التي تسمح لمستخدميه بإرسال تحديثات (tweets) عن حالتهم بحد أقصى 140 حرفًا للرسالة الواحدة، وذلك مباشرة عن طريق موقع تويتر، وعن طريق إرسال رسالة نصية قصيرة (SMS) أو برامج المحادثة الفورية.⁽²⁾

وكلمة تويتر Twitter تعني بالإنجليزية (مغرد) وهو ما يظهر في شكل الطائر الأزرق الموجود كرمز مصور (logo) الموقع، وتقوم فكرته على ما يسمى بتقنية micro blogging التدوين المصغر من خلال تكوين شبكة اجتماعية من الأصدقاء أو الأقارب أو المعارف على الموقع twitter.com، إذ يقدم التويتر خدمة التدوين المصغر والتي تسمح لمستخدميه بإرسال تغريدات عن حالتهم وعن أحداث حياتهم، لحد أقصى 140 حرفًا للرسالة الواحدة.⁽³⁾

وقد ساعدت مجانية الخدمة وسهولة الموقع وعدم وجود إعلانات مزعجة وزيادة مستخدميها وتواجد جهات ومؤسسات وأفراد ومراسلين وصحفيين على إنعاش الموقع وإمداده بمعلومات سريعة وحصريّة، قبل أن تنشر بالصحف ومجالات الأنباء الرسمية، وقد ظهر الموقع في أوائل عام 2006 كمشروع بحثي قامت به شركة obvious الأمريكية، وذلك على نطاق ضيق وغير متاح، لكن بعد ذلك تم إطلاقه رسميًا في أكتوبر 2006.

وفي عام 2009 أصدرت جمعية اللهجة الأمريكية قائمتها السنوية للكلمات الجديدة وقد اختارت كلمة تويتر وضممتها بمعنى جديد يختلف عن المعنى الحرفي المعروف وهو التغريد والمعنى الجديد

(1) اسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، مرجع سبق ذكره، ص 33.

(2) رضوان بلخيري، مدخل إلى الإعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات، جسر للنشر والتوزيع، الجزائر، 2014، ص 51.

(3) فيصل محمد عبد الغفار، شبكة التواصل الاجتماعي، ط1، الجنادرية للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص 50.

باللغة الإنجليزية هو (140 the ability to encapsulate human thought in characters) ، وباللغة العربية (القدرة على احتواء خواطر الإنسان في 140 حرفاً)، ولعل المعنى الجديد للكلمة يعبر عن الدور المتزايد والخطير في تطور دور الموقع على مستوى العالم.⁽¹⁾

وتويتز يستطيع المرء أن يقوم بعملية البحث عن أشخاص أو عنوانات ومواضيع مختلفة، باعتباره تجمعا من مجموعة أصدقاء من كافة أنحاء العالم، يمكنهم تبادل الأخبار القصيرة فيما بينهم، ولا يهمهم إن كان هؤلاء الأصدقاء قريبون أم بعيدون، هذا ما يقوم به الكثير من المستخدمين في البحث عن أصدقاء بهدف التعارف والصدقة من خلال تبادل الرسائل النصية القصيرة.

وفي ضوء ما تقدم نجد أن تويتز له ميزات عديدة منها: يعلمك بالخبر حال وقوعه ومن موقع الحدث، كما أنه يضعك في معرفة دائمة عن أخبار الذين تهتم بهم، وتستطيع من خلاله الحصول على الاستشارة والإستفادة من تجارب الأصدقاء، ويتيح أيضا إقامة علاقات صداقة جديدة وإجراء حوارات مع أناس مشهورين في مختلف المجالات وخاصة تلك التي تهتمك، إضافة إلى إمكانية الحصول على خلاصة وافية لما تنشره المواقع الإلكترونية التي ترتبط بها مباشرة أو من خلال أصدقاؤك.⁽²⁾

إذن يقدم التويتز خدمة التدوين المصغر والتي تسمح لمستخدميه بإرسال تغريدات عن حالتهم وعن أحداث حياتهم، بحد أقصى 140 حرف للرسالة الواحدة.⁽³⁾

(1) فلاح سلامة حسن الصفدي، استخدامات القائم بالاتصال في الصحافة الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة، رسالة ماجستير في الصحافة، الجامعة الإسلامية، غزة، 2015، ص 76.

(2) حنان بنت شعشوع الشهري، أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية "الفييس بوك وتويتز نموذجاً"، رسالة ماجستير في علم الاجتماع، المملكة العربية السعودية، جامعة الملك عبد العزيز، 1434، ص 33.

(3) فيصل محمد عبد الغفار، شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، الجنادرية للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص 50.

خلاصة الفصل:

ختاما لهذا الفصل يمكن القول بأن مواقع التواصل الاجتماعي أحدثت نقلة نوعية في مجال التكنولوجيا، وهذا راجع للخدمات التي تقدمها والخصائص التي تتمتع بها كالتفاعلية، حيث أصبحت منبرا للتعبير وتبادل المعلومات، فقد أتاحت عصرا جديدا من الاتصالات التفاعلية بين الأفراد.

الفصل الثالث: مدخل نظري حول الوعي البيئي

تمهيد

- 1- عوامل ظهور الوعي البيئي
- 2- خصائص الوعي البيئي
- 3- مكونات الوعي البيئي
- 4- أهداف الوعي البيئي
- 5- أبعاد الوعي البيئي
- 6- المصادر التي تساهم في تنمية الوعي البيئي

تمهيد:

لقد لقي الوعي البيئي في عصرنا الحاضر محور اهتمام العديد من العلماء والباحثين في جل التخصصات لاعتباره خطوة أساسية لحماية البيئة، ومع تطور وسائل الإعلام وظهور التكنولوجيا الحديثة أصبح للإعلام دور كبير، من خلال نشر الوعي بقضايا البيئة خصوصا بعد تفاقم المشكلات البيئية، وكذا كيفية التعامل مع المخاطر التي تهددها بغية إيجاد الحلول للتقليل من أضرارها.

وعليه سنتطرق في هذا الفصل إلى جملة من العناصر تخص الوعي البيئي من مفاهيم مرتبطة به، عوامل ظهوره، مكوناته، أهدافه، مصادره وأبعاده.

1- عوامل ظهور الوعي البيئي:

يمكن حصر عوامل ظهور الوعي البيئي في النقاط التالية:

أ- الجمعيات الأهلية والمنظمات غير الحكومية:

لقد أدى سعي الإنسان الدائم إلى التحضر والتصنع إلى تلويث البيئة واستنزاف مواردها الطبيعية، وقد أدى ذلك بدوره إلى ظهور الجمعيات والتنظيمات الحكومية التي تبنت برامج وإجراءات قصد التصدي لهذه المشكلات، ومحاولات تبيان الأثر السلبي الذي تركته التنمية الاقتصادية على حساب البيئة الطبيعية، ومن بين هذه التنظيمات البيئية ذات الصيت الإعلامي الكبير منظمة السلام الأخضر (Green feace) ومنظمة أصدقاء الأرض (FOE)، حيث شكلت جميعها جماعات ضغط لا يستهان بها نظرا لتصديها للمشكلات البيئية العالمية مثل النفايات الخطيرة، ارتفاع درجة حرارة الأرض واختلال التوازن البيولوجي والتنمية غير الملائمة.⁽¹⁾

وتلعب الجمعيات الأهلية والمنظمات غير الحكومية دورا هاما في التوعية الجماهيرية على نطاقات واسعة محلية إقليمية ودولية، إذ تساهم بشكل فاعل في نشر الوعي لدى صناع القرار والقيادات السياسية، وهو ما فتح المجال لإنشاء مؤسسات حكومية مختصة في شؤون البيئة.⁽²⁾

وقد انحصر مفهوم الاهتمام بحماية البيئة في البداية بجمعيات صون البيئة وحماية الحياة البرية والتي بدأت على نطاق ضيق في الولايات المتحدة الأمريكية في نهاية القرن 19 مثل نادي التسيير الأمريكي، وكذا جمعية أدوبون الوطنية كما عرضت المملكة المتحدة إنشاء الجمعية للملكية لحماية الطيور، ومن ناحية أخرى فإن نشاط الحركة البيئية في المجتمعات الصناعية، لم يعد مقتصرًا على حماية البيئة الطبيعية، فقد اتسعت إهتماماتها إلى المجالات الاجتماعية والسكانية وقضايا التعاون الدولي والتجارة والديون والإعلانات وغيرها.⁽³⁾

وقد أخذت الحركة البيئية الصيغة الدولية بعد تأسيس الإتحاد العالمي للطبيعة (I.M.N) عام 1948 في Fantain Bleu) بسويسرا، ويهدف هذا الإتحاد إلى خلق محميات طبيعية وطنية ودولية وتطوير التربية البيئية

(1) مجاهد عبد الحليم، دور مؤسسات المجتمع المدني في نشر الثقافة البيئية في المناطق الحضرية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علم الاجتماع، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2010، ص 91.

(2) رضوان سلامن، الإعلام والبيئة، دراسة إستطلاعية لعينة من الثانويين والجامعيين-مدينة عنابة نموذجًا-، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 2006، ص 135.

(3) كيجل فتيحة، مرجع سابق، ص 98.

والإتصال البيئي، ومن أمثلة المنظمات الناشطة في المجال البيئي الجمعية الدولية للسلام الأخضر (Green feace) والتي تأسست بمدينة (van cover الكندية) سنة 1971م، وتهدف إلى مناهضة التسلح والثورات وبؤر التوتر، والمحافظة على المحيطات والغابات الإستوائية والغلاف الجوي وتضم هذه الجمعية 1100 عامل دائم و 33 مكتبا دوليا في أكثر من 23 دولة في العالم، وتصل ميزانيتها العامة إلى حدود 140 مليون دولار سنويا.⁽¹⁾

وقد حققت هذه المنظمة البيئية غير الحكومية نجاحا باهرا في المحافظة على البيئة وقضاياها، ومن أهداف هذه المنظمة معارضة صيد الفقمة المعرضة للإنقراض خاصة بمياه كندا، وسد كل الروافد التي تصبّ النفايات السامة في الموانئ والأنهار، ومنع تفريغ براميل النفايات المختلفة النووية السامة في البحر، وكذا منع التجارب النووية في البحار وغيرها وهي تعتمد في تحقيق أهدافها على العمل الميداني للأعضاء.⁽²⁾

ب-الجماعات العلمية:

لا يمكن إغفال دور الجماعات العلمية وإسهاماتها في مجال البيئة ونشر التوعية البيئية، حيث قدم علماء البيئة والإيكولوجيين إسهامات بارزة في مجال الزراعة والصحة العامة، ونبهوا مبكرا على الأخطار البيئية الناجمة عن سوء إستخدام الموارد الطبيعية والتكنولوجية، وهما ما منح فهما أفضل لمختلف الظواهر البيئية والعوامل المتحكمة بها، وقد أسهم التطور التكنولوجي بشكل كبير في تطور طرق البحث وأدوات التحليل ورصد الملوثات وتحديد مصدرها.⁽³⁾

ومن أمثلة الجماعات العلمية الناشطة في هذا المجال اللجنة العلمية والدولية للقطب الشمالي، وهي منظمة علمية ودولية أنشأتها أكاديمية العلوم الدولية في 18 بلدا، وكذا هيئة مستشاري الأمم المتحدة للأوزون التي تضم 226 عالما.⁽⁴⁾

(1) رضوان سلامن، مرجع سبق ذكره، ص 134.

(2) مجاهد عبد الحليم، مرجع سبق ذكره، ص 91.

(3) أحمد الرشيفي، (عندما يذوب القطب ماذا يحدث للأرض؟)، مجلة العربي، العدد 554، جانفي 2005، ص 179.

(4) المرجع نفسه، ص 179.

ج- الرأي العام:

إن القوة الهائلة للتكنولوجيا الحديثة فرضت باستمرار ضغوطها على البيئة، وأدى إستخدامها بدون تمييز في أحوال كثيرة إلى تحقيق الراحة للإنسان، وتوفير إنتاج ضخم لسد حاجياته المتزايدة لكنه دمر أيضا رأس المال الطبيعي للإنسان (ماديا وحيويا) وأثر تأثيرات سلبية كثيرة في مختلف أجزاء النظام الإيكولوجي، وقد كان الاهتمام في غالبية دول العالم مرتكزا على التنمية الاقتصادية بصرف النظر عن أي اعتبارات أخرى، وللأسف لم تكن البيئة جديرة باهتمام كبير بل كانت الإشارة إلى الضمانات البيئية تبدو كمبررات غير مجدية أو كمعوقات.⁽¹⁾

الأمر الذي لا جدل فيه أن قضايا البيئة أصبحت أهم مشاكل للإنسان المعاصر، إذ كانت درجة الاهتمام تختلف من مجتمع لآخر حسب حدة المشاكل البيئية الموجودة، فالدول الصناعية بدون شك تعاني مشكلات بيئية أكثر تعقيدا من الدول غير الصناعية، والدول النامية تعاني مشاكل تتعلق بتلوث المياه ونقصها، والتصحر وبالتالي نقص الموارد البيئية، ولكن الإتجاه السائد هو أنه يجب النظر إلى المشاكل البيئية نظرة أكثر شمولية وأنها تهدد الإنسان ككل.⁽²⁾

ولا يزال الجدل البيئي قائما إلى حد الساعة نتيجة تفاقم مشكلات التلوث الصناعي، وما نجم عنه من تأثيرات سلبية طالت الإنسان، وهو ما دفع بالكثير من الدول خاصة الصناعية منها، والتي كانت سباقة لإجراء الدراسات الإستطلاعية، بهدف التعرف على درجات ومستويات الوعي البيئي لدى الرأي العام، والذي تزايدت إهتماماته حيال القضايا البيئية إلى مستويات أعلى تجاوزت البعد المحلي لتشمل المجال الإقليمي والعالمي هذا من جهة، ومن جهة أخرى فقد اتسعت نظرة الجماهير إلى القضايا الاجتماعية والاقتصادية والسياسات البيئية والتنمية.

ورغم إختلاف درجة الوعي البيئي لدى الرأي العام في الدول المتقدمة والنامية، إلا أن السمة المشتركة بينهما هو إنفعال الرأي العام عامة عند وقوع الكوارث الإيكولوجية، حيث تتدخل العوامل الاقتصادية والاجتماعية في تحديد درجة الوعي البيئي، ولا تعد مقياسا ثابتا في ذلك فقد يكون المستوى الاقتصادي والاجتماعي متقارب في بعض المجتمعات وتكون درجة الاهتمام والفهم مختلفة.⁽³⁾

(1) علي عحوة، الإعلام وقضايا التنمية، ط1، عالم الكتب، (القاهرة-مصر)، 2004، ص 123.

(2) علي الربيعي، الإعلام وقضايا البيئة، مجلة البحوث الإعلامية، العدد 5، أفريل 2005، ص 142.

(3) رضوان سلامن، مرجع سبق، ص 137.

د- وسائل الإعلام:

أصبح الاتصال الجماهيري قوة مؤثرة في حياة المجتمعات، ويلعب دورا هاما في مواجهة الكوارث والأزمات البيئية، وهناك تفاعل مستمر بين وسائل الاتصال الجماهيري والمجتمع، حيث يؤثر ويتأثر بها باعتباره عنصرا لا يتعد عن الكيان الاجتماعي والثقافي والاقتصادي، ويدخل في مختلف أوجه النشاط وأصبح لوسائل الإعلام دورها الواضح في تكوين الصورة الذهنية والتي تعكس واقع هذه الكوارث والأزمات وغيرها، فوسائل الإعلام تؤثر في اتجاهات الأفراد ومواقفهم بما ينعكس على سلوكياتهم.⁽¹⁾

ولا يخفى على أحد أهمية الإعلام في توجيه السلوك الفردي والجماعي نحو الحفاظ على البيئة من خلال وسائله السمعية أو البصرية وحتى الإلكترونية، وكذا جمعه لأكثر عدد ممكن من أفراد المجتمع على رأي واحد من خلال التأثير والإقناع بمختلف الوسائل الدرامية الواقعية، هذا فضلا عن الأساليب الأخرى كعقد الملتقيات الفكرية وصناعة فرص الحوار والتشاور وتبادل الأفكار حول القضايا التي تجمع الجميع.⁽²⁾

كما تجدر الإشارة إلى الإعلام الجديد الذي هو الآخر يؤدي دور فعال في إبراز وتسليط الضوء على القضايا والمشكلات في البيئة من خلال منصاته ومواقعته الإلكترونية على غرار فيسبوك نظرا للسرعة والآنية في نشر الأخبار والمعلومات حول كل ما هو جديد وحصري فيما يتعلق بالبيئة والاعتماد على عدة تقنيات كالبلث المباشر عن طريق الفيديو ومشاركة الصور، مما يضفي نوع من الموضوعية والمصداقية، مما يساهم في نشر الوعي البيئي لدى جمهور المستخدمين.

ويتعامل الإعلام مع مشكلات البيئة بواسطة خلق الإحساس لدى المواطن بضرورة الاهتمام بها والحفاظة عليها، من خلال تقوية اهتمام الجماهير بقضايا البيئة ومشكلاتها، وذلك انطلاقا من أن الإنسان هو أكثر الكائنات الحية الفاعلة، والتي لها تأثير في النظام البيئي، وبالتالي تعمل وسائل الإعلام على تكوين العلاقة السوية بين الإنسان والبيئة، بحيث يتكون لديه الوعي البيئي المتكامل، فالوعي الوقائي هو الذي يمنع حدوث الخلل أو

(1) محمد معوض إبراهيم، تكنولوجيا الإعلام (تطبيق على الإعلام في بعض الدول العربية)، دار الكتاب الحديث، (القاهرة-مصر)، 2008، ص 35.

(2) عبد الرحمان بروق وميمونة مناصرة، الضبط الاجتماعي كوسيلة للحفاظ على البيئة في المحيط العمراني، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 12، نوفمبر 2007، ص 131.

المشكلة، أما الوعي العلاجي فهو الذي يوجه له الفرد المشكلات الفعلية الناجمة عن سوء الاستخدام، كما يمكن للإعلام يلعب دورا هاما في الضغط على الحكومات في بعض الدول لإنشاء أجهزة تعنى بمشكلات البيئة.⁽¹⁾

فالإعلام يعني تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعد في مواجهة الكوارث والأزمات البيئية والتعامل معها بوعي يزيد من فعالية الفرد ويرفع مستوى أهليته وأدائه، من خلال الرسائل التي يبثها على أعداد كبيرة من الناس، وتتميز وسائل الإعلام بقدرتها الفائقة على نشر الحقائق والمعلومات والأرقام والإحصائيات عن الكوارث البيئية، وبالتالي تعرف بما فور حدوثها وتزيد من معلومات الناس عنها بما يشكل الوعي لديهم حيالها.⁽²⁾

د- النخبة في المجتمع:

وتضم نخبة العلماء والسياسيين والمتقنين وقادة الفكر والرأي، وكذلك الفنانين ونجوم الرياضة ومشاهير الإعلام وغيرهم، فهؤلاء يساهمون في صياغة الوعي لدى الأفراد من خلال مشاركتهم في القنوات الإعلامية والزيارات، من خلال الإذاعة أو الصحافة، وكذا من خلال تصرفاتهم اليومية حيال البيئة، أو أسلوب حياتهم المتحضر في التعامل مع البيئة مما يجعلهم قدوة للمعجبين بهم، ومن ثم تقلدهم بما يؤدي إلى نشر الوعي وتنميته لديهم.⁽³⁾

وأیضا لكي يتم تنمية الاتجاهات الإيجابية نحو البيئة لدى الأفراد يتوجب نشر المعلومات البيئية من خلال مؤسسات التربية والتعليم، وتوفير مناهج وطرائق تدريس من طرف المختصين والأساتذة، تشجيع الطلبة وحثهم على المحافظة على بيئتهم، ورفع مستوى التأهيل لديهم في الخبرات العلمية والتخصصات البيئية ليكونوا كفاء في دراستهم وعملهم بعد التخرج لكي يأخذوا دورهم المطلوب في التنمية الاقتصادية والاجتماعية وحتى البيئية.⁽⁴⁾

⁽¹⁾ ياسين بودراع، دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة منتوري قسنطينة-الجزائر، ص15.

⁽²⁾ محمد معوض إبراهيم، مرجع سبق ذكره، ص36.

⁽³⁾ عقيل محمد الرفاعي، دور الإعلام التربوي في تنمية الوعي الاجتماعي في مرحلة التعليم الأساسي في ضوء خبرة بعض الدول، رسالة دكتوراه في فلسفة التربية، قسم التربية المقارنة والإدارة التعليمية، جامعة الزقازيق، مصر، 1898، ص 506.

⁽⁴⁾ مآرب محمد أحمد المولى، مستوى الوعي البيئي لدى طلبة كلية التربية في ضوء بعض المتغيرات، مجلة التربية والعلم، العدد 3، مجلة 16، 2009، ص 286-287.

هـ - المنظمات الاجتماعية:

تقوم المنظمات الاجتماعية المختلفة، وبما لديها من إيديولوجيات وأفكار بدور هام في صياغة وتشكيل الوعي الاجتماعي لدى أفراد المجتمع وإتاحة فرصة الممارسة والمشاركة في العمل البيئي وتنميته، ومن أهم هذه المنظمات الاجتماعية الفاعلة في المجتمع، وزارة الشؤون البيئية، وكذا الأحزاب السياسية خاصة تلك التي تأخذ طابع الدفاع عن البيئة وخير مثال على ذلك (أحزاب الخضر) التي استطاعت أن تحقق انتصارات سياسية كبيرة في مختلف أنحاء العالم، من خلال تبنيها لفكرة الدفاع عن البيئة، كما لا يجب إغفال دور المنظمات الطلابية، والنادي الرياضية والثقافية، إذ تساهم بشكل كبير في خلق الوعي البيئي ونشره بين الأفراد من خلال أنشطتها المتنوعة.⁽¹⁾

وتجدر الإشارة إلى الدور الكبير الذي تلعبه أماكن العبادة على غرار المساجد في ترشيح مبادئ الوعي البيئي عن طريق خطبة الجمعة، دروس المساجد، المحاضرات والمناقصات الدينية، ومن هنا يبرز دور الإعلام الديني في بناء الخلفيات الثقافية والتوعوية حيال قضايا البيئة، وقد نبه الإسلام منذ قرون إلى علاقة الإنسان بالبيئة ومدى التوجه والالتحام بينهما، حيث يقدم منظورا متكاملا للفاعل الذي ينبغي أن يكون بين الإنسان والبيئة، بما يمكنه من استغلال البيئة استغلالا رشيدا يحفظ لها توازنها ويضمن استمرار انتفاعه بمكوناتها.⁽²⁾ وخير مثال على ذلك هو تحريم الشرع المبدئي الأشهر الحرم والتي تكمن حكمتها في أن الحيوانات تكون في فترة التزاوج والتناسل، وذلك حتى لا يحدث الإنسان انقطاعا في إحدى الأنواع الحيوانية، ويحدث ذلك اختلالا في التوازن البيئي الطبيعي.

وانطلاقا من القاعدة الشرعية (ملا يتم الواجب إلا به فهو واجب) لذلك فإن عملية التثقيف البيئي أمر ضروري وشرعي لأنها طريق إلى المحافظة على البيئة وصيانتها، وهو ما طلب به الشرع الإسلامي في عدة مواطن من القرآن الكريم والسنة النبوية، وحثت الأديان السماوية على حماية البيئة والمحافظة عليها نظيفة وحصانة بكل عناصرها، وجعلت الالتزام بذلك وتطبيقه من قبل الأفراد عبادة يحابون عليها.⁽³⁾

⁽¹⁾ عقيل محمود الرفاعي، مرجع سابق، ص 49.

⁽²⁾ كيجل فتيحة، مرجع سابق، ص 105-106.

⁽³⁾ عبد الله بدران: الإعلام والكوارث البيئية، مجلة القضايا البيئية، العدد 57، أغسطس 2011، ص 25.

2- خصائص الوعي البيئي:

يرتكز الوعي البيئي على ضرورة تحديد مسؤولية الأفراد وحتى المجتمع اتجاه البيئة وضرورة ضبط معارفهم حيال مشكلاتها وتطوير المعارف بغية التصدي لهاته المشاكل ويمكن تلخيص خصائص الوعي البيئي فيما يلي:

- 1- الوعي البيئي لا يتضمن سلوكا إيجابيا نحو البيئة في كل الظروف، إذ أن هناك الكثير من الأفراد على وعي تام بالأخطار والمشكلات البيئية إلا أنهم لا يتخذون إزاءها سلوكات إيجابية. (1)
- 2- الوعي البيئي يتضمن تلازم الجانبين: الجانب المعرفي والجانب الوجداني فعلى الرغم من أن الوعي البيئي يتصل بالجانب الوجداني إلا أنه مشبع بالجانب المعرفي. (2)
- 3- الوعي البيئية وظيفة تنبؤية لما يمكن أن يصدر من سلوك الفرد اتجاه البيئة مستقبلا. (3)
- 4- أن تكون الوعي البيئي وتنميته لا يتطلب بالضرورة تربية بيئية نظامية لأن البيئة المحيطة بالفرد لها أثرها الفعال في ذلك. (4)
- 5- إدراك أفراد المجتمع للمشكلات البيئية ومعرفة طرق حلها.
- 6- يساهم الوعي البيئي في تكوين اتجاهات بيئية تتحكم بسلوك الأفراد. (5)

3- مكونات الوعي البيئي:

لتحقيق الوعي البيئي لدى الفرد والمجتمع لابد من الإلمام بثلاث عناصر أساسية تشكل في مجملها حلقات منفصلة ومتداخلة لمكونات الوعي البيئي، وهي:

- 1- التعليم البيئي: ويبدأ بالتعليم من رياض الأطفال ويستمر خلال مراحل التعليم العام إلى التعليم الجامعي بشرط أساسي وهو وجود تكامل لأهداف البرنامج التعليمي والتربوي. (6)

(1) كيجل فتيحة، مرجع سبق ذكره، ص 96.

(2) سمير محمود: الإعلام العلمي (الإعلام البيئي، الإعلام والإعلان الطبي... الإعلام المتخصص، الصحف والفضائيات العلمية)، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008، ص 148.

(3) نفس المرجع، ص 149.

(4) نفس المرجع، ص 109.

(5) ولاء جميل عادل الصباغ، أثر الملققات التربوية على تنمية الوعي البيئي لطلبة كلية الفنون الجميلة في جامعة اليرموك، رسالة ماجستير منشورة، قسم التصميم الجرافيكي، جامعة الشرق الأوسط، 2017، ص 49.

(6) أحمد العابد أبو السعيد، زهير عبد اللطيف عابد: الإعلام والبيئة بين النظرية والتطبيق، ط العربية، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 24.

والمقصود بالتعليم البيئي هو ذلك النظام الذي يهدف إلى تطوير القدرات والمهارات البيئية للأفراد المهتمين بالبيئة وقضاياها، والذي من خلاله يحصلون على المعرفة العلمية البيئية، واكتساب المهارات اللازمة للعمل بشكل فردي أو جماعي في حل المشكلات البيئية. (1)

حيث يهدف التعليم البيئي إلى خلق الكوادر السياسية والاقتصادية والفنية، والعلمية القادرة على التعامل مع المشكلات البيئية المختلفة من خلال أساليب علمية. (2)

2- الإعلام البيئي:

يعتبر من أبرز أدوات التربية والتغيير الواعي، إذ يسלט الضوء على قضايا البيئة وكل ما يحيط بالإنسان، والإنسان يهدف إلى ترشيد استهلاك السلوك البيئي وخلق جو عام من الاهتمام بالقضايا البيئية لدى الجمهور. (3)

إذ يعد الإعلام البيئي هو الترجمة الموضوعية الصادقة للأخبار والحقائق البيئية، وتزويد الناس بها بشكل يساعدهم على تكوين رأي صائب فيما يتعلق بقضايا البيئة. (4)

وتأتي أهمية الإعلام البيئي للجمهور من أنه عنصر أساسي في إيجاد الوعي البيئي ونشر مفهوم التنمية المستدامة، ولقد ساعدت النقلة النوعية الكبيرة في سرعة تدفق وتناول المعلومات المتعلقة بالبيئة والتنمية على زيادة الوعي البيئي بمشكلات البيئة. (5)

ولقد اتسم تناول الإعلام لقضايا البيئة بمخاصيتين أساسيتين الأولى بالتركيز على الرسالة الإعلامية المتخصصة والتي تخاطب فئة العلماء المتخصصين والمعنيين بدراسة المواضيع البيئية بصورة متخصصة، والخاصية

(1) كيجل فتيحة، الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي، رسالة ماجستير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2011-2012، ص 94.

(2) المرجع نفسه، ص 94.

(3) بسام عبد الرحمان المشابقة، الإعلام العلمي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 78.

(4) كيجل نصيرة، المرجع نفسه، ص 95.

(5) علي عبد الفتاح كنعان، الإعلام البيئي، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 131.

الثانية هي اهتمام وسائل الإعلام واسعة الانتشار بالتغطية الإعلامية الإخبارية في الأساس بالمؤتمرات والبحوث المعنية بقضايا البيئة.⁽¹⁾

3- التربية البيئية:

إن التربية البيئية تعنى بإعداد الفرد للتفاعل الناجح مع بيئته الطبيعية، ويتطلب هذا الإعداد العمل على تنمية جوانب معينة في حياته.⁽²⁾

كما تعتبر التربية البيئية منهج تربوي لتكوين الوعي البيئي، من خلال تزويد الفرد بالمعارف والمهارات والقيم والاتجاهات التي تنظم سلوكه وتمكنه من التفاعل مع البيئة الاجتماعية والطبيعية، بما يساهم في حمايتها وحل مشكلاته،⁽³⁾ فهي ليست حديثة العهد، بل إن لها جذورها القديمة في ثقافات الشعوب، وثمة رأي يرجع نشأة التربية البيئية إلى القرن التاسع عشر، من خلال ربط التربية بالطبيعة.⁽⁴⁾

والجدير بالذكر أن التربية البيئية جاءت نتيجة للأخطار المتزايدة والمتفاقمة التي يواجهها الإنسان في عصره الحديث، ونتيجة لممارساته السلوكية الخاطئة ونقص الوعي البيئي،⁽⁵⁾ ومن هنا يمكن أن نفهم على أن التربية البيئية عملية تربوية تستهدف تنمية الوعي لدى سكان العالم، وإثارة اهتمامهم نحو البيئة بمعناها الشامل، والمشاركة المتعلقة بها، وذلك بتزويدهم بالمعارف وتنمية ميولهم واتجاهاتهم ومهاراتهم.⁽⁶⁾

وعليه فالتربية البيئية في أيسر أشكالها تهتم بتربية الفرد، بحيث يسلك سلوكا رشيدا نحو البيئة، فيستغل إمكاناتها ويتعامل معها برفق وتحضر، حتى تبقى هذه البيئة قادرة على الاستمرار في العطاء.⁽⁷⁾

(1) مجاني باديس، دور الإعلام في نشر الوعي البيئي، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر، العدد 30، ديسمبر 2017، ص 369.

(2) نفس المرجع، ص 88.

(3) سهام بن يحيى، الصحافة المكتوبة وتنمية الوعي البيئي في الجزائر-دراسة تحليلية لمضمون صحيفتين وطنيتين الشروق وLe matin، وصحيفتين جهويتين آخر الساعة وL'est République، رسالة ماجستير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2004-2005³، ص 75.

(4) راتب سلامة السعود، الإنسان والبيئة، دراسة في التربية البيئية، ط7، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 209.

(5) وفاء محمد علي محمد، مدخل لدراسة البيئة، ط1، المكتب العربي للمعارف، القاهرة، 2014، ص 90، 91.

(6) أسماء راضي حنقر، عابد راضي حنقر، التربية البيئية والوعي البيئي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص 54.

(7) بن عربية لحبيب، مساهمة التربية والخلفية الثقافية في تفسير الوعي البيئي، مذكرة للحصول على شهادة دكتوراه، جامعة وهران2، 2018، 2019، ص 59.

4- أهداف الوعي البيئي:

يهدف الوعي البيئي إلى:

- 1- تسيير المعرفة وكشف الحقائق المتصلة بهما للطفل، حتى يدرك مكوناتها وعلاقتها.
 - 2- تكوين معرفة بيئية لدى فئات مختلفة من المجتمع، يساعدهم على فهم المشكلات البيئية المحيطة بهم، حتى يكون لهم نصيب من المساهمة في المحافظة على سلامة المحيط البيئي.
 - 3- توليد الحماس تجاه إيجاد الحلول المناسبة، من خلال غرس القيم البيئية التي تستهدف صيانة البيئة مما يهددها من أخطار التغلغل إلى جذور العلل الحقيقية في أسلوب حياة كل فرد.
 - 4- الحث على المشاركة في الحد من المشكلات البيئية والوقاية منها.
- فالمحافظة على البيئة وحل مشكلاتها يبدأ من تنمية الوعي البيئي للأطفال الذي قد يؤدي إلى الإلتجاه والسلوك الإيجابي وعدم الإضرار بموارد البيئة الطبيعية كعدم قطع الأشجار، وحمايتها، وصيد الحيوانات والطيور من جانب الأطفال.⁽¹⁾

5- أبعاد الوعي البيئي:

للووعي البيئي أبعاد يمكن حصرها فيما يلي:

- تسيير المعرفة البيئية وكشف الحقائق المتصلة بالمشاكل البيئية وخطورتها.
- تكوين اتجاهات إيجابية نحو البيئة، ويمكن تعريف الإلتجاه البيئي بأنه الموقف الذي يتخذه الفرد إزاء بيئته من حيث استشعاره لمشكلاتها واستعداده للمساهمة في حل هذه المشكلات.
- المشاركة الإيجابية بتبني سلوكيات تؤدي إلى الإقلال من الأخطار التي تتعرض لها البيئة.⁽²⁾
- إدراك الفرد للعلاقات التي تربط بين الإنسان والعمليات الطبيعية والثقافية التي تحدث في محيطه الحيوي وتؤثر عليه.⁽³⁾

⁽¹⁾ يوسف بن عقلا المرشد، تصور مقترح قائم على استراتيجية التعلم الذاتي في تنمية الوعي البيئي لدى طلاب المرحلة المتوسطة بالمصلحة العربية السعودية، المجلة الدولية للبحوث التربوية، جامعة الإمارات، العدد 2، المجلد 41، يونيو 2017، ص 335.

⁽²⁾ مصطفى يوسف كافي، قضايا إعلامية معاصرة، الطبعة العربية 1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص 33.

⁽³⁾ ولاء جميل عادل الصباغ، مرجع سبق ذكره، ص 10.

6- المصادر التي تساهم في تنمية الوعي البيئي:

تهدف عملية الوعي البيئي إلى إعداد الفرد القادر على التفاعل مع بيئته دون أن يضرها أو يساهم في تدهورها، وذلك من خلال تزويده بالمعلومات البيئية وإكسابه الإتجاهات الإيجابية نحو البيئة تمكنه من إدراك حقيقة العلاقة القائمة بينه وبين بيئته.

وتتم هذه العملية باستخدام مصادر متعددة ومتنوعة، ومن خلال مراجعة الدراسات السابقة، نجد الباحث "محمد عبد الرحمان فهد الدخيل" قدم في دراسته حول الوعي من المصادر التي تساهم في تنمية الوعي البيئي لدى أفراد العينة، وقد رقى في إمتياز هذه المصادر للتنوع من حيث الأساليب والطرق ووسائل الإتصال الفردية والجماعية وهي كالتالي:

- 1- التلفزيون
- 2- الإذاعة
- 3- الصحف اليومية
- 4- موضوعات متفرقة تتناول البيئة ومشكلاتها في المقررات الدراسية.
- 5- مقرر دراسي في التربية البيئية
- 6- المراكز الصحفية
- 7- المحاضرات العامة
- 8- الجامعات
- 9- النشرات والكتبات
- 10- اللقاءات العلمية مع الجهات المسؤولة
- 11- الأسرة
- 12- المستفيد
- 13- المحلات العامة
- 14- الملصقات واللوحات
- 15- المحلات العلمية المتخصصة
- 16- الجمعيات الخيرية
- 17- الأندية الرياضية
- 18- الأندية الثقافية
- 19- الدورات التدريسية.⁽¹⁾

⁽¹⁾مرجع سبق ذكره، ص83.

خلاصة الفصل:

الوعي البيئي يتطلب العديد من الاعتبارات المهمة، وذلك من خلال إدراك الفرد لدوره ومسؤوليته اتجاه البيئة وضرورة ترشيد السلوكات عن طريق الحس بالمسؤولية وإقامة توازن بين الإنسان ومحيطه البيئي.

والجدير بالذكر أن مكونات الوعي البيئي يجب أن تتحد كي لا يحدث خلل في عملية التوعية.

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

تمهيد

1. تحليل البيانات الجدولية

2. النتائج العامة للدراسة

3. نتائج الدراسة على ضوء التساؤلات

4. نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات

خلاصة الفصل

تمهيد:

بعد التطرق للجانب المنهجي والنظري للدراسة ، سنتناول في هذا الفصل الإطار الميداني للدراسة، وذلك بهدف الكشف عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين، نقوم فيها بتفريغ بيانات الاستبيان التي تم جمعها من المبحوثين، ثم جدولتها وتصنيفها وتحليل وتفسير مضمون هذه الجداول وما شملته من نتائج على ضوء التساؤلات والفرضيات.

1. تحليل البيانات الجدولية:

عرض عينة الدراسة:

تتكون عينة هذه الدراسة من 90 مفردة تقريبا من المجتمع الأصلي للبحث، والتي تم اختيارها قصديا عن طريق العينة القصدية، سنتناول من خلال هذه الجداول خصائص هذه العينة.

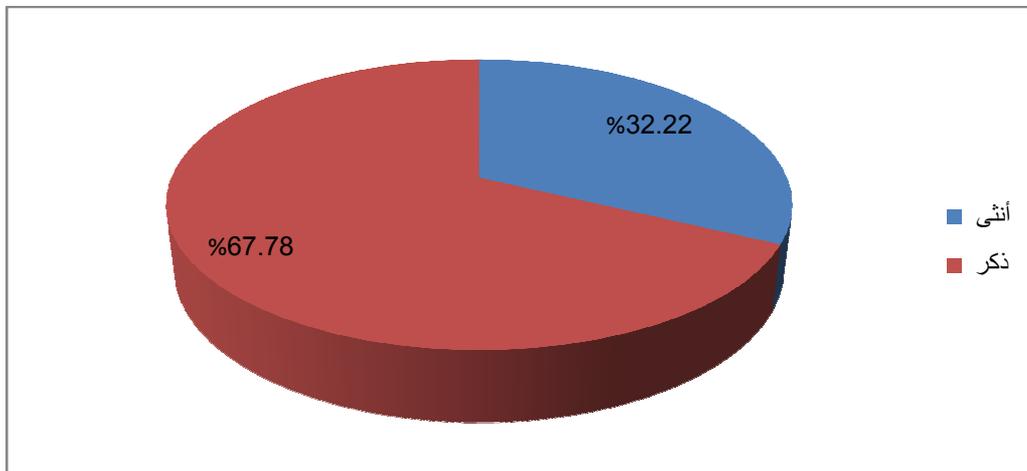
المحور الأول: البيانات الشخصية

1- الجنس:

جدول رقم 01: يوضح جنس الفئة المدروسة

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
32.22%	29	ذكر
67.78%	61	أنثى
100%	90	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 01 والذي يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس أن نسبة الذكور المقدرة بـ 32.22% قليلة مقارنة بنسبة الإناث التي تبلغ ضعف نسبة الذكور، حيث قدرت نسبتها بـ 67.78% ويرجع هذا إلى أن فئة البنات المتدرسة بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية أكثر من الذكور نظرا لاهتمام وشغف فئة الإناث بهذه التخصصات لأنها حيوية وتتماشى مع الحياة اليومية للمجتمع.

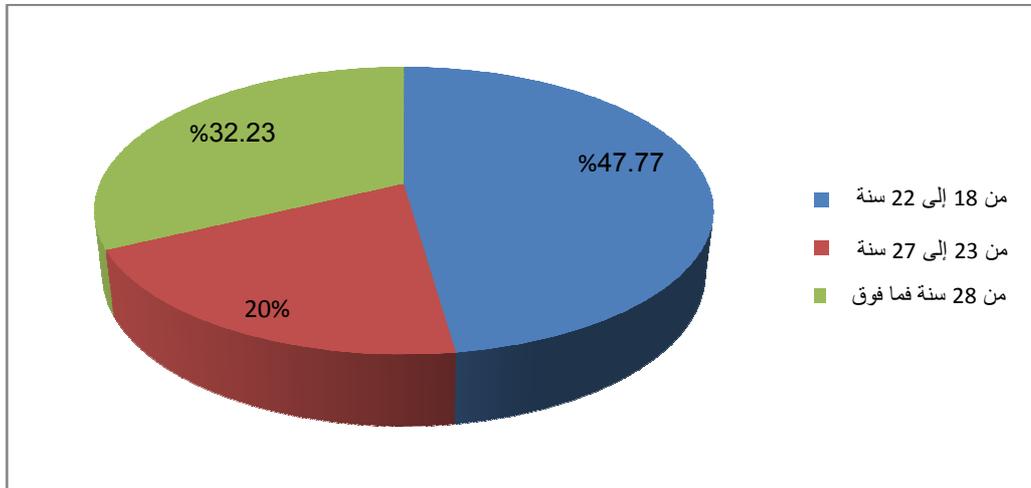


شكل 01: يمثل جنس الفئة المدروسة

2- السن:

النسبة المئوية	التكرار	السن
47.77%	43	من 18 إلى 22 سنة
20%	18	من 23 إلى 27 سنة
32.23%	29	28 سنة فما فوق
100%	90	المجموع

من خلال الجدول رقم (02) نلاحظ أن توزيع أفراد العينة حسب متغير السن كانت نسبهم كما يلي: بالنسبة للطلبة الذين تتراوح أعمارهم ما بين 18 و 22 سنة تمثل أكثر فئة بنسبة 47.77%، أما الطلبة المحصورة أعمارهم ما بين 23 و 27 سنة هي أصغر نسبة وقدرت بـ 20% والطلبة الذين تفوق أعمارهم 28 سنة كانت نسبتهم 32.23%.



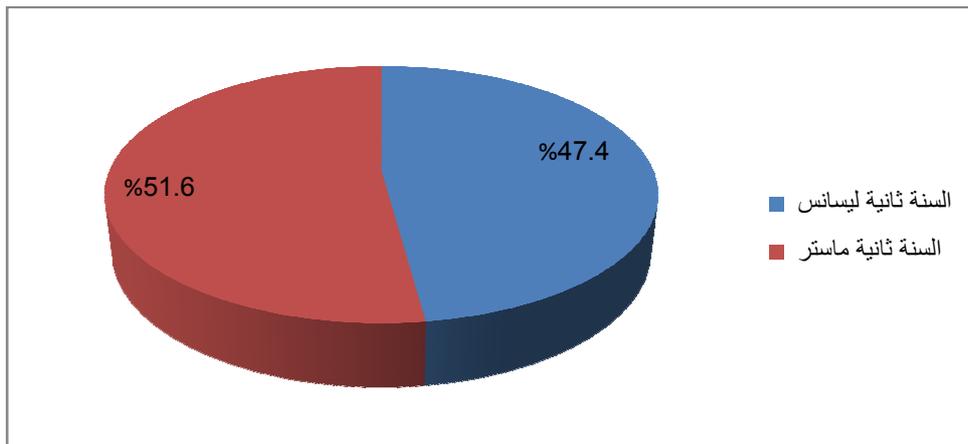
شكل رقم 02: يمثل متغير العمر

3- متغير مستوى الدراسة:

جدول رقم 03: يمثل متغير المستوى الدراسي

النسبة المئوية	التكرار	المستوى الدراسي
47.4%	43	السنة الثانية
00%	00	السنة الثالثة
00%	00	السنة أولى ماستر
51.6%	47	السنة الثانية ماستر
100%	90	المجموع

يوضح الجدول رقم (03) نسبة توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الدراسي، حيث قدرت نسبة الطلبة للسنة الثانية ماستر بـ 51.6% والتي تحتل المرتبة الأولى، ثم تليها مباشرة طلبة السنة الثانية ليسانس بنسبة 47.4% وقد احتل كل من طلبة السنة الثالثة ليسانس والأولى ماستر المرتبة الأكثر بنسبة 0%، وهذا راجع لعدم وجود هؤلاء الطلبة بالجامعة بسبب الظروف الراهنة التي نعيشها، كما لم نتلقى أي إجابات من طرفهم عبر مختلف وسائل الاتصال الالكترونية، ويرجع ارتفاع نسبة طلبة السنة الثانية ماستر لفهمهم لمحتوى الاستمارة وتناولهم لدروس حول موضوع دراستنا.



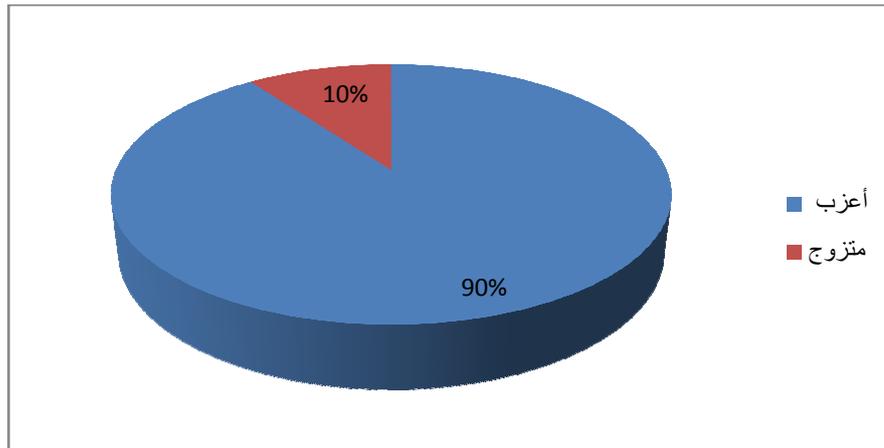
شكل رقم (03): يمثل متغير المستوى الدراسي

4- متغير الحالة الاجتماعي:

جدول رقم 04: يوضح الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	التكرار	النسبة المئوية
أعزب	81	90%
متزوج	9	10%
المجموع	90	100%

نلاحظ من خلال الجدول رقم (04) الذي يوضح نسبة توزيع أفراد العينة حسب حالتهم الاجتماعية أن نسبة الطلبة غير المتزوجين كانت عالية جدا بنسبة 90% أما فئة المتزوجين فكانت ضعيفة بنسبة قدرت بـ 10%.



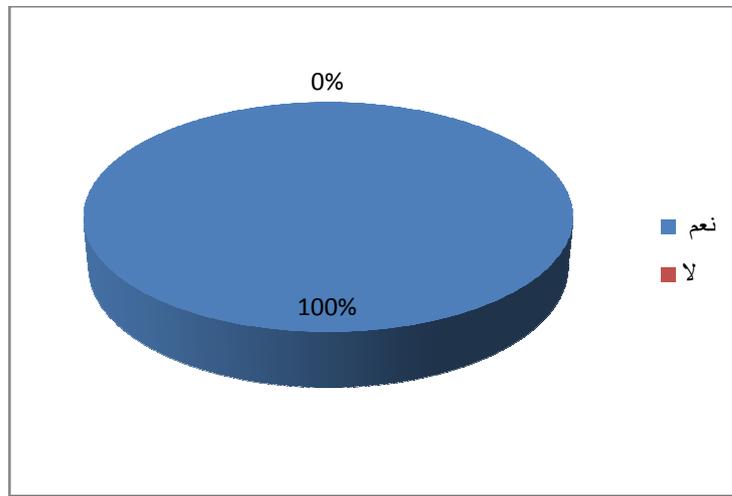
شكل رقم (04): يمثل متغير الحالة الاجتماعية

المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

جدول رقم (05): يوضح استخدام الفئة المدروسة لمواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
100%	90	نعم
00%	00	لا
100%	90	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (05) أن كل المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي أي بنسبة 100%، وهذا راجع لتعدد أهميتها البالغة في الحياة اليومية، كما أن الطالب في حاجة مستمرة لتغذية أفكاره واكتشاف كل ما هو جديد، إضافة إلى ذلك احتواء مواقع التواصل الاجتماعي على بعض المواضيع والدروس المتعلقة بمجال أو باختصاص هؤلاء الطلبة.



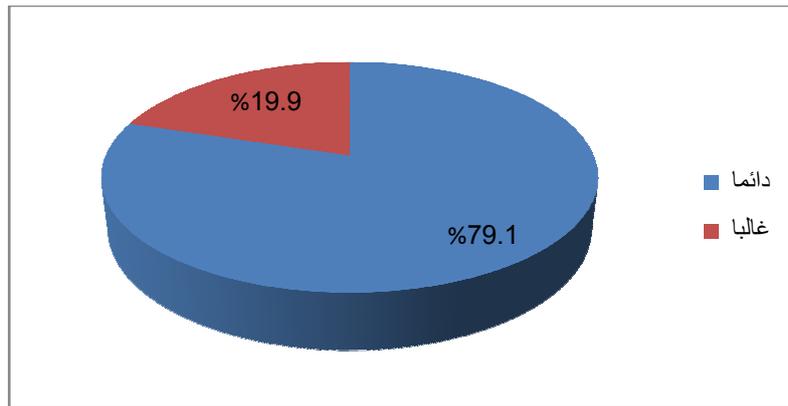
شكل رقم (05): يمثل استخدام الفئة المدروسة لمواقع التواصل الاجتماعي

6- استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يكون دائما، غالبا، أحيانا، نادرا

جدول رقم (06): يمثل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

هل الاستخدام يكون	التكرار	النسبة المئوية
دائما	72	79.1%
غالبا	18	19.9%
أحيانا	00	00%
نادرا	00	00%
المجموع	90	100%

نلاحظ من خلال الجدول رقم (06) أن معظم إجابات الطلبة كانت تميل إلى أن الاستخدام يكون دائما بنسبة 79.1%، أي أن مواقع التواصل الاجتماعي أضحت ضرورة من ضروريات الحياة اليومية، أما الاستخدام الذي يكون غالبا فكان بنسبة 19.9% والاستخدام يكون أحيانا ونادرا فكان بنسبة 00%.



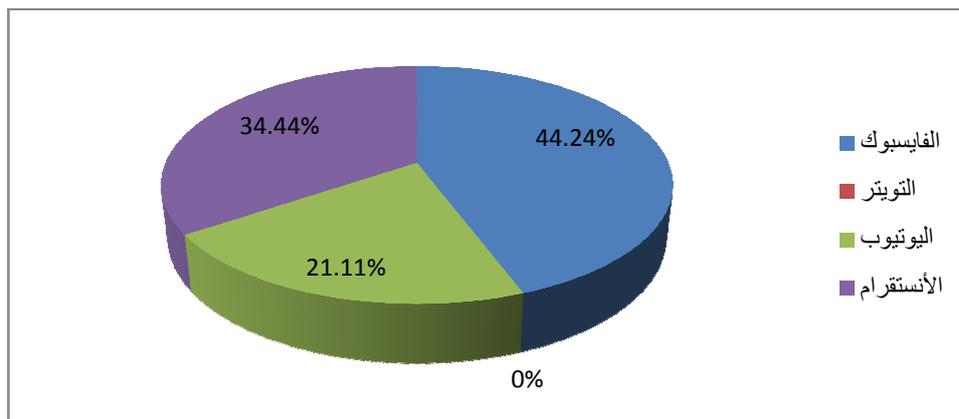
شكل رقم (06): هل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يكون

7- ما هي مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمها:

جدول رقم (07): ما هي مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمها

النسبة المئوية	التكرار	ما هي مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمها
44.24%	40	فيسبوك
00%	00	تويتر
21.11%	19	يوتيوب
34.44%	31	انستغرام
100%	90	المجموع

من خلال الجدول رقم (07) والذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب اختيارهم لمواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمونها نلاحظ أن معظم الباحثين يستخدمون الفيسبوك بنسبة 44.44%، وهذا راجع لسهولة استخدامه ومجانيته في بعض الأحيان، أما المرتبة الثانية فللمتطلبين الذين يستخدمون الانستغرام بنسبة 34.44%، وهذا لأنه يشبهه إلى حد كبير الفيسبوك، والذين يستخدمون يوتيوب قدرت نسبتهم 21.11% أما تويتر فنسبته 00%.



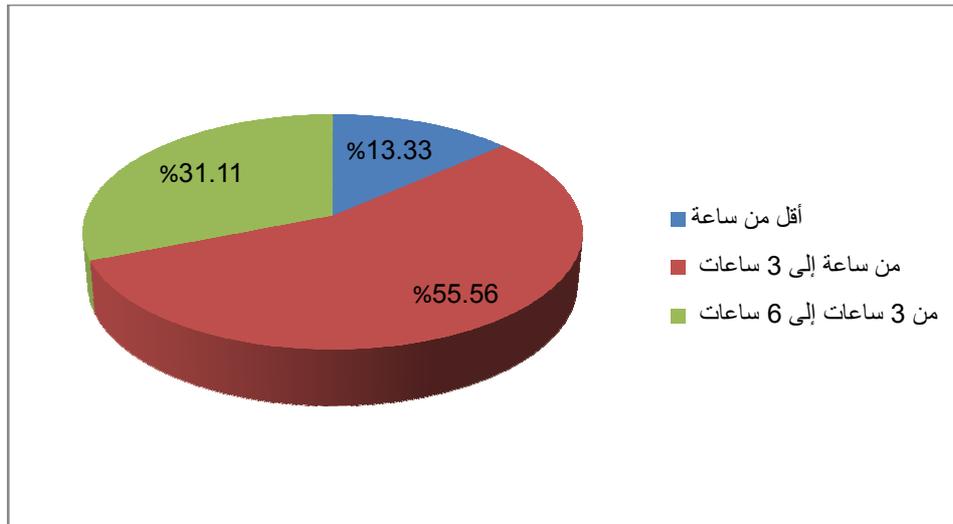
شكل رقم (7): مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمها

8- ما معدل استخدامك لهذا الموقع:

جدول رقم (08): يمثل معدل استخدامك لهذا الموقع

النسبة المئوية	التكرار	ما معدل استخدامك لهذا الموقع
13.53%	12	أقل من ساعة
55.56%	50	من ساعة إلى 3 ساعات
31.11%	28	من 3 إلى 6 ساعات
00%	00	أكثر من 6 ساعات
100%	90	المجموع

من خلال الجدول رقم (08) نلاحظ أن الطلبة الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من ساعة إلى 3 ساعات نسبتهم 55.56%، أما الذين يستخدمونها من 3 ساعات إلى 6 ساعات قدرت نسبتهم بـ 31.11%، أما الذين يستخدمونها أقل من ساعة فنسبة 13.33%، والذين يستخدمونها لأكثر من 6 ساعات فقد قدرت نسبتهم بـ 00%.

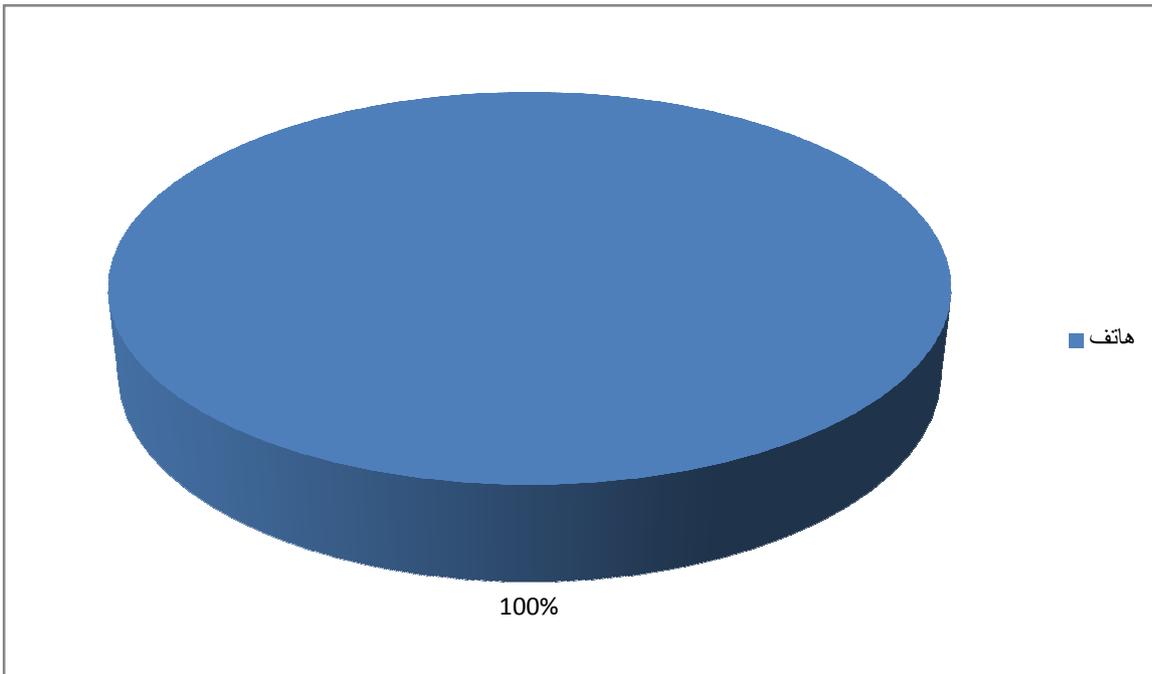


شكل رقم (08): يمثل معدل استخدام هذا الموقع

9- الوسيلة المعتمد عليها في استخدامك هذا الموقع:

الوسيلة المعتمد عليها	التكرار	النسبة المئوية
هاتف	90	100%
اللوحة الالكترونية	00	00%
الحاسوب	00	00%
المجموع	90	100%

نلاحظ من خلال الجدول رقم (09) أن كل الطلبة يفضلون استخدام الهاتف كوسيلة للدخول للمواقع الاجتماعية بنسبة 100%، وذلك راجع لسهولة حمله واستخدامه، كما أنه عملي ويحتوي على مختلف التطبيقات المواكبة للعصر، كما أن للهاتف ميزات كإمكانية شحنه عن طريق البطاريات المحمولة في أي مكان.



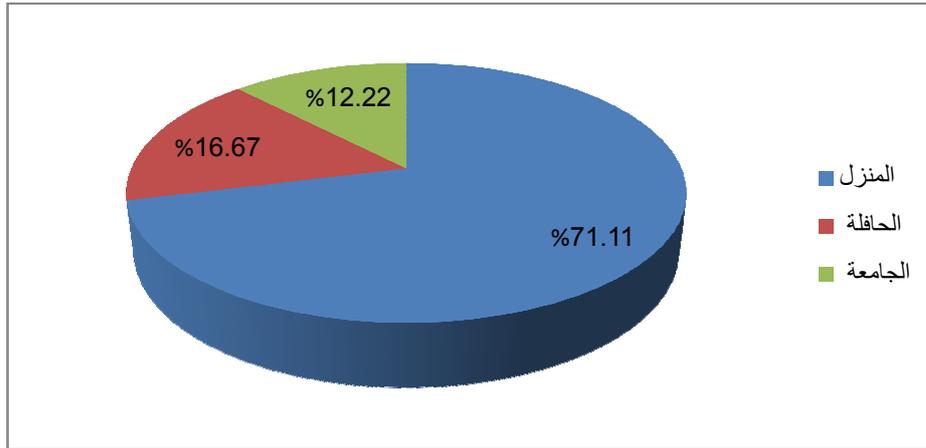
شكل رقم (09): الوسيلة المعتمد عليها في استخدامك لهذا الموقع

10- المكان المفضل لاستخدامك لهذا الموقع:

جدول رقم (10): ما هو المكان المفضل لاستخدامك لهذا الموقع؟

النسبة المئوية	التكرار	المكان المفضل لاستخدامك لهذا الموقع
71.11%	64	منزل
16.67%	15	الحافلة
12.22%	10	الجامعة
100%	90	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (10) أن المكان المفضل لاستخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي يكون في المنزل بنسبة 71.11%، أما الذين يفضلون الحافلة بنسبتهم قدرت بـ 16.67%، والذين يستخدمونهم بالجامعة فكانت نسبتهم 12.22%، وهذا راجع لخصوصية هذه المواقع التي يزورها الطلبة، كما أن تصفح مختلف مواقع التواصل الاجتماعي يتطلب الوقت والتفرغ لها لذلك فهم يفضلون استخدامها في المنزل بنسبة كبيرة.



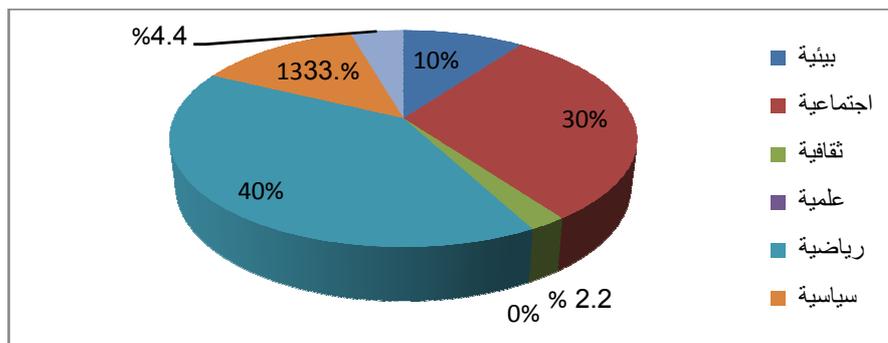
شكل رقم (10): ما هو المكان المفضل لاستخدامك لهذا الموقع

11- صيغة المواضيع المفضلة لديك أثناء التصفح لهذا الموقع:

جدول رقم (11): ما هي صيغة المواضيع المفضلة لديك أثناء التصفح لهذا الموقع:

النسبة المئوية	التكرار	ما هي صيغة المواضيع المفضلة لديك أثناء التصفح
10%	9	بيئية
30%	27	اجتماعية
2.2%	2	ثقافية
00%	00	علمية
40%	36	رياضية
13.33%	12	سياسية
4.4%	4	دينية
100%	90	المجموع

من خلال الجدول رقم (11) نلاحظ أن صيغة المواضيع المفضلة لدى الباحثين أثناء التصفح هي مواضيع رياضية بنسبة 40%، لأنها تعتبر حديث الساعة، أما المواضيع البيئية فنسبة 10% والمواضيع التي تليهما هي المواضيع الاجتماعية بنسبة 30% والثقافية بنسبة 2.2%، والسياسية بنسبة 13.33%، أما المواضيع الدينية فنسبة 4.4% كانت والعلمية بنسبة 00%، وهذا راجع لاختلاف اهتمامات وميولات كل طالب على حدى.



شكل رقم (11): صيغة المواضيع المفضلة لديك أثناء التصفح لهذا الموقع

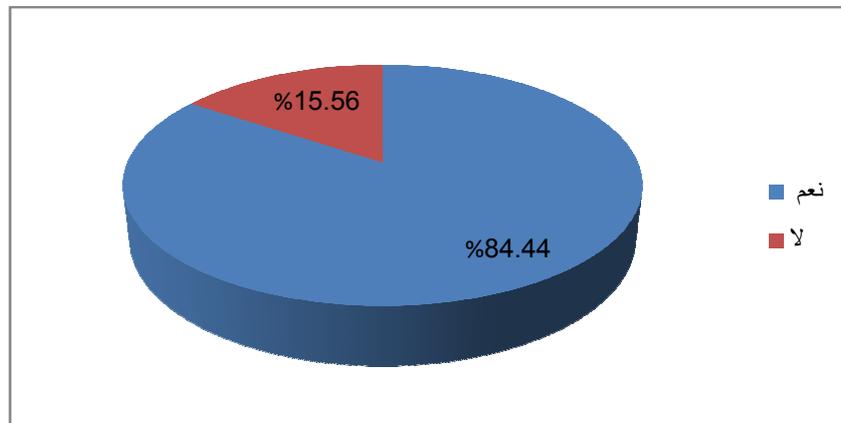
المحور الثالث: ما هي الدوافع والإشباعات المقدمة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في مجال التوعية البيئية

12- هل تكتفي بالحصول على المعلومات البيئية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (12): هل تكتفي بالحصول على المعلومات البيئية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي؟

النسبة المئوية	التكرار	ما هي الدوافع والإشباعات المقدمة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في مجال التوعية البيئية
84.44%	76	نعم
15.56%	14	لا
100%	90	المجموع

من خلال الجدول رقم (12) نلاحظ أن معظم الطلبة يكتفون بالحصول على المعلومات البيئية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 84.44%، ويرجع هذا لاحتواء هذه المواقع على مواضيع مختلفة ومتنوعة متعلقة بالبيئة، أما الذين لا تكفيهم المعلومات المتحصل عليها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي فكانت نسبتهم 15.56%.

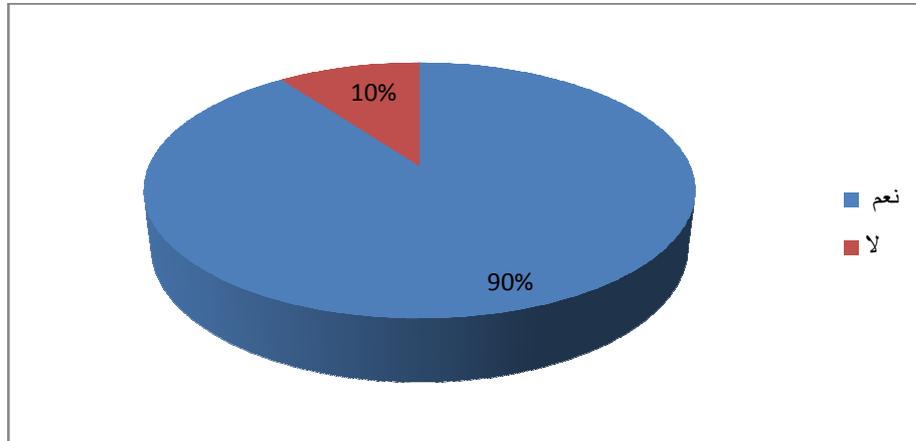


شكل رقم (12): هل تكتفي بالحصول على المعلومات البيئية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي؟

13- هل مواقع التواصل الاجتماعي تلبى احتياجاتك البيئية:

النسبة المئوية	التكرار	هل مواقع التواصل الاجتماعي تلبى احتياجاتك البيئية
90%	81	نعم
10%	9	لا
100%	90	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (13) أن 90% من الطلبة راضون على أن مواقع التواصل الاجتماعي تلبى احتياجاتهم البيئية، وذلك لما تقدمه من برامج حول البيئة والتوعية بضرورة المحافظة عليهما، وإشباع فكر الفرد بضرورة المحافظة على البيئة من خلال حملات التوعية وغيرها من النشاطات التي تلبى حاجيات الفرد البيئية، أما 10% فهم غير راضون بما تقدمه لهم هذه المواقع وصوتوا على أن هذه الأخيرة لا تلبى احتياجاتهم البيئية.



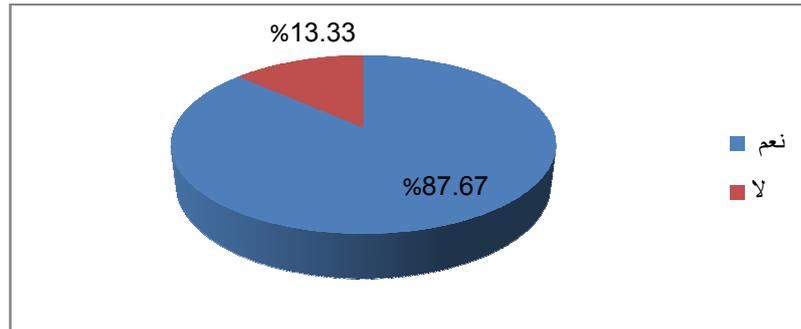
شكل رقم (13): هل مواقع التواصل الاجتماعي تلبى احتياجاتك البيئية

14- هل تصفحك لمواقع التواصل الاجتماعي حول القضايا البيئية ساعدك على اكتساب اتجاهات بيئية جديدة؟

جدول رقم (14): هل تصفحك لمواقع التواصل الاجتماعي حول القضايا البيئية ساعدك على اكتساب اتجاهات بيئية جديدة؟

النسبة المئوية	التكرار	هل تصفحك لمواقع التواصل الاجتماعي حول القضايا البيئية ساعدك على اكتساب اتجاهات بيئية جديدة؟
87.67%	78	نعم
13.33%	12	لا
100%	90	المجموع

من خلال الجدول رقم (14) نلاحظ أن تصبح الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي لمواضيع حول القضايا البيئية ساعدهم على اكتساب اتجاهات بيئية جديدة بنسبة عالية جدا قدرت بـ 86.67%، أما نسبة 13.33%، فلم يساعدهم على اكتساب أي اتجاه فيما يخص البيئية ونفسر هذا بأن هذه القضايا البيئية جديدة وحصريّة تتمحور حول أهم التغيرات البيئية.



شكل رقم (14): هل تصفحك لمواقع التواصل الاجتماعي حول القضايا البيئية ساعدك على اكتساب اتجاهات بيئية جديدة؟

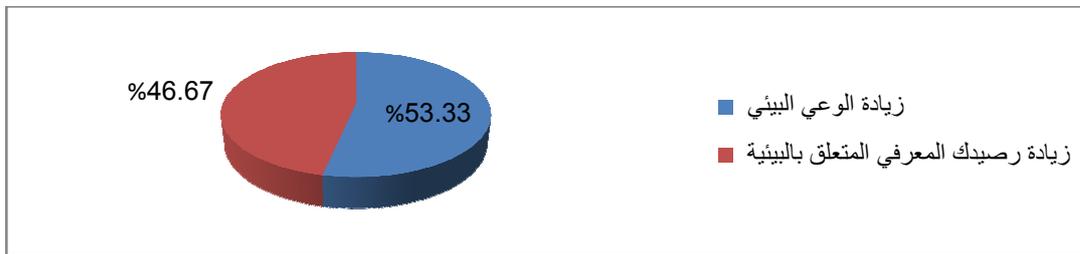
15- جدول رقم (15): فيما تتمثل الإشباعات التي تحققها لك مواقع التواصل

الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	فيما تتمثل الإشباعات التي تحققها لك مواقع التواصل الاجتماعي
00%	00	المساهمة في معالجة وطرح القضايا البيئية
53.33%	48	زيادة الوعي البيئي
46.67%	42	زيادة رصيدك المعرفي المتعلق بالبيئة
00%	00	اكتساب الثقافة البيئية
100%	90	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن الإشباعات التي تحققها مواقع التواصل الاجتماعي للفئة المدروسة هي زيادة الوعي البيئي والذي قدرت نسبته بـ 53.33%، وزيادة الرصيد المعرفي المتعلق بالبيئية بنسبة 46.67%، أما المساهمة في معالجة وطرح القضايا البيئية واكتساب الثقافة البيئية فنسبة 00%.

ومنه نستنتج أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم بشكل كبير في زيادة الوعي البيئي لدى فئة كبيرة من الطلاب في كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.



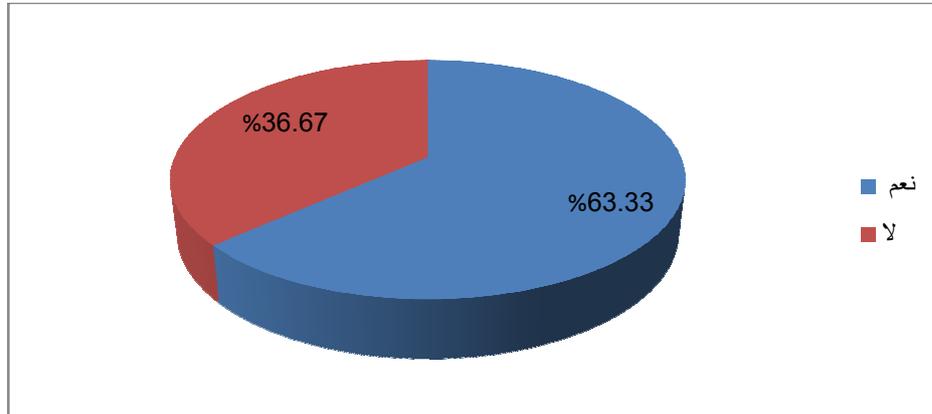
شكل رقم (15): فيما تتمثل الإشباعات التي تحققها لك مواقع التواصل الاجتماعي

16- جدول رقم (16): حسب رأيك هل ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في

نشر الثقافة البيئية في وسط الطلبة الجامعيين

النسبة المئوية	التكرار	حسب رأيك هل ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة البيئية في وسط الطلبة الجامعيين
63.33%	57	نعم
36.67%	33	لا
100%	90	المجموع

من خلال الجدول رقم (16) والذي يمثل مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة البيئية في وسط الطلاب الجامعيين تبين لنا أن قضايا البيئة لقت اهتمام واسع وكبير من طرف الباحثين، وذلك ما توضحه نسبة الذين أجابوا بنعم والمقدرة بـ 63.33%، أما الفئة الأخرى القليلة فليس لهم اهتمام بالقضايا البيئية، وقد قدرت نسبتهم بـ 36.67%.



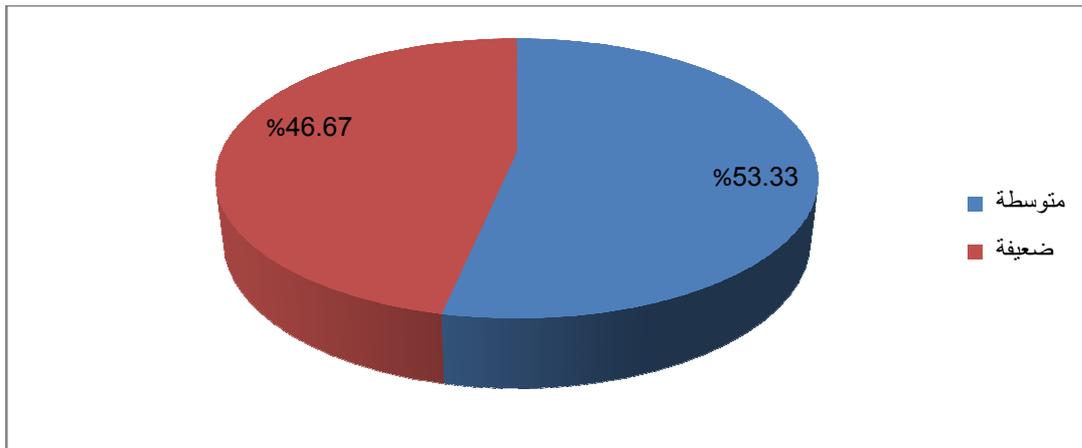
شكل رقم (16): هل ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة البيئية وسط

الطلبة

17- جدول رقم (17): ما هي درجة المساهمة

النسبة المئوية	التكرار	ما هي درجة المساهمة
00%	00	كبيرة
46.67%	42	متوسطة
53.33%	48	ضعيفة
100%	90	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن درجة المساهمة التي قامت بها مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة البيئية وسط الطلبة الجامعيين كانت محصورة بين متوسطة بنسبة 46.67%، وضعيفة بنسبة 53.33%، وكبيرة بنسبة 00%.



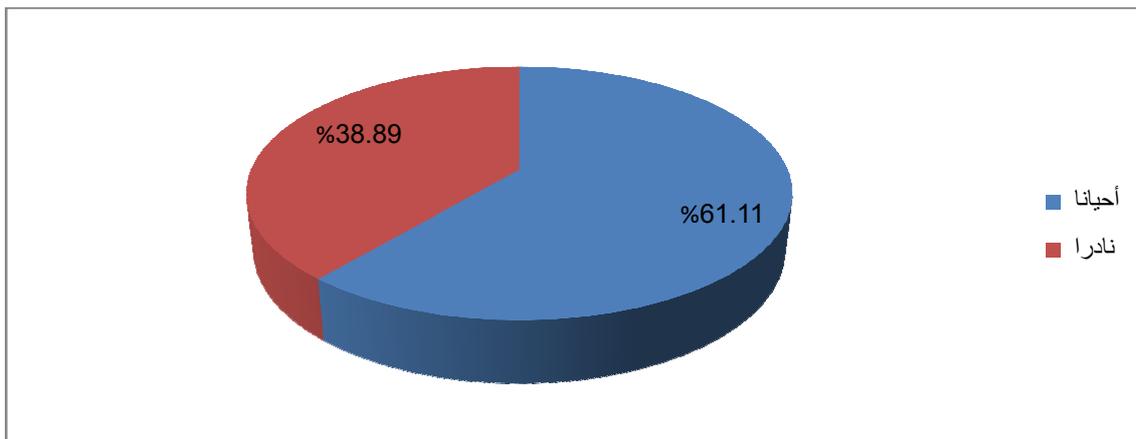
شكل رقم (17): درجة المساهمة

المحور الرابع: واقع الوعي البيئي في مواقع التواصل الاجتماعي

الجدول رقم (18): هل تتصفح المواضيع البيئية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	هل تتصفح المواضيع البيئية عبر مواقع التواصل الاجتماعي
00%	00	دائما
61.11%	55	أحيانا
38.89%	35	نادرا
100%	90	المجموع

من خلال الجدول رقم 18 نلاحظ أن معظم الطلبة المبحوثون يتصفحون المواضيع البيئية عبر مواقع التواصل الاجتماعي أحيانا بنسبة 61.11%، ونسبة 38.89% نادرا ما يتصفحون المواضيع البيئية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ونسبة 00% لدائما. ولذلك يكون تصفح المواضيع البيئية عبر مواقع التواصل الاجتماعي أحيانا نظرا لكون الظواهر الطبيعية فجائية ولا تحدث باستمرار كما أن الباحثين لا يتصفحون المواقع الخاصة بالبيئة باستمرار إلا في حالة حاجتهم لمعرفة أشياء تتعلق بالبيئة.



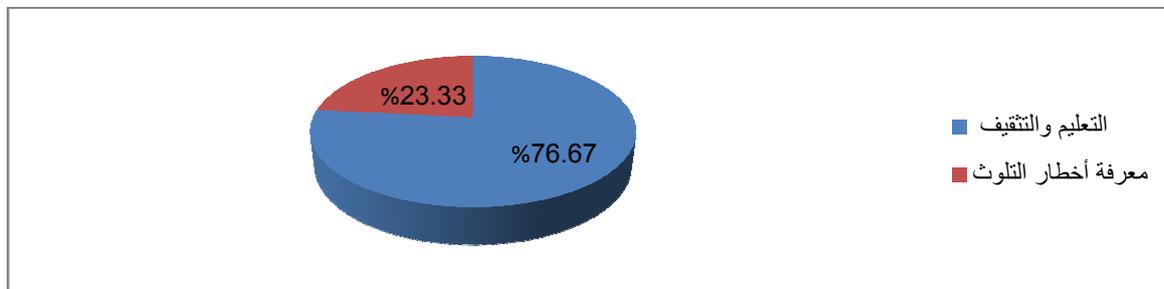
الشكل رقم (18): هل تتصفح المواضيع البيئية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الجدول رقم (19): ما هو الدافع لإطلاعك على هذه المواضيع

النسبة المئوية	التكرار	ما هو الدافع لإطلاعك على هذه المواضيع
76.67%	69	التعليم والتثقيف
23.33%	21	معرفة أخطار التلوث
00%	00	التسلية والترفيه وقضاء وقت الفراغ
00%	00	الحصول على المعلومات البيئية التي تفيدك في حماية البيئة
100%	90	المجموع

من خلال الجدول رقم 19 أعلاه نلاحظ أن الدافع وراء الإطلاع على المواضيع البيئية كان بهدف التعليم والتثقيف بنسبة 76.67%، ونسبة 23.33%، بهدف معرفة أخطار التلوث ونسبة 00% لهدف التسلية والترفيه وقضاء وقت الحاجة والحصول على المعلومات البيئية التي تفيد في حماية البيئة.

ويرجع سبب ارتفاع نسبة الفئة التي تطلع على المواضيع البيئية بهدف التعليم والتثقيف إلى أننا في دراستنا هذه ركزنا على الطلبة الجامعيين إذ تعتبر فئة مثقفة وهي بحاجة مستمرة ودائمة إلى تزويد معارفهم بمختلف المعلومات.



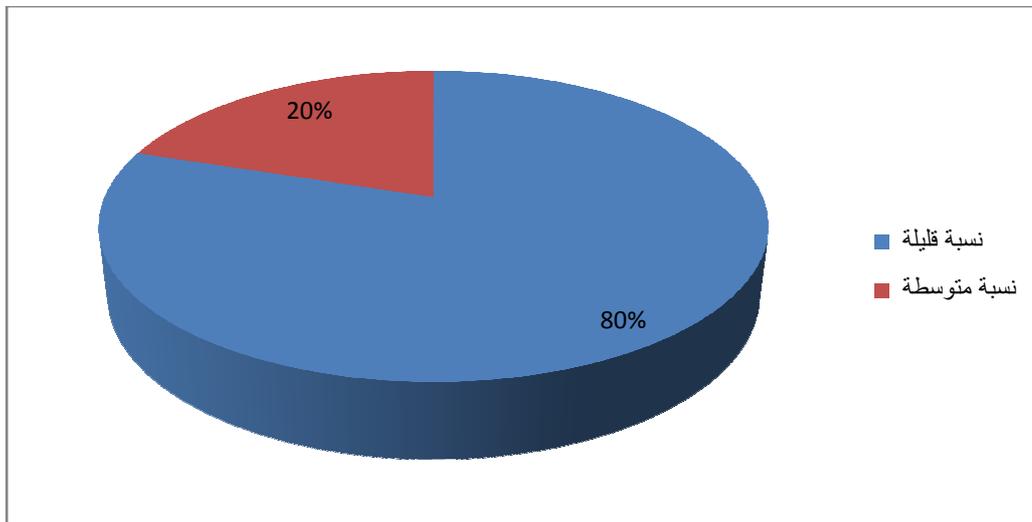
شكل رقم (19): ما هو دافع لإطلاعك على هذه المواضيع

جدول رقم (20): ما معنى اهتمام مواقع التواصل الاجتماعي بالمواضيع البيئية

النسبة المئوية	التكرار	ما معنى اهتمام مواقع التواصل الاجتماعي بالمواضيع البيئية
80%	72	نسبة قليلة
20%	18	نسبة متوسطة
00%	00	نسبة كبيرة
00%	00	نسبة ضعيفة
100%	90	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 20 أن اهتمام مواقع التواصل الاجتماعي بالمواضيع البيئية كان بنسبة قليلة والتي احتلت المرتبة الأولى بنسبة 80%، وتأتي بعدها في المرتبة الثانية بنسبة متوسطة وقدرت بـ 20%، أما المرتبة الثالثة فقد كانت بنسبة كبيرة قدرت بـ 00% ، وفي المرتبة الأخيرة كانت نسبة الاهتمام ضعيفة قدرت بـ 00% .

ومنه فإن مواقع التواصل الاجتماعي تتناول المواضيع البيئية بنسبة قليلة نظرا لقلّة الجماهير المهتمة بهذا الجانب.



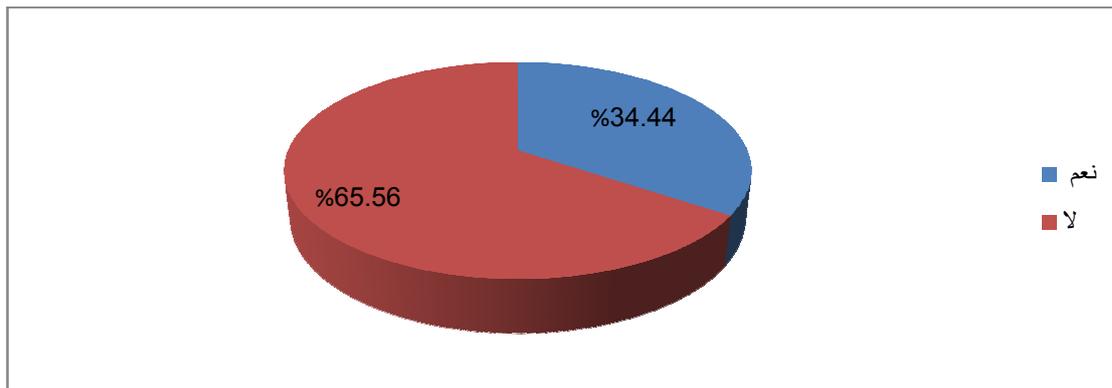
شكل رقم (20): اهتمام مواقع التواصل الاجتماعي بالمواضيع البيئية

الجدول رقم (21): حسب رأيك هل المجال البيئي من بين أهم المجالات التي يجب على مواقع التواصل الاجتماعي إعطائها فضاء كبير

النسبة المئوية	التكرار	حسب رأيك هل المجال البيئي من بين أهم المجالات التي يجب على مواقع التواصل الاجتماعي إعطائها فضاء كبير
34.44%	31	نعم
56.56%	59	لا
100%	90	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن المجال البيئي من بين أهم المجالات التي يجب على مواقع التواصل الاجتماعي إعطائها فضاء كبير كانت الإجابة لا بنسبة 65.56% ونعم بنسبة 34.44%.

ويرجع سبب ارتفاع نسبة عدد المبحوثين الذين أجابوا بـ "لا" لأن معظم الظواهر التي تحدث في البيئة جلية وواضحة، ولدينا معلومات سابقة عنها فهي لا تحتاج لاعطائها فضاء كبير في مواقع التواصل الاجتماعي



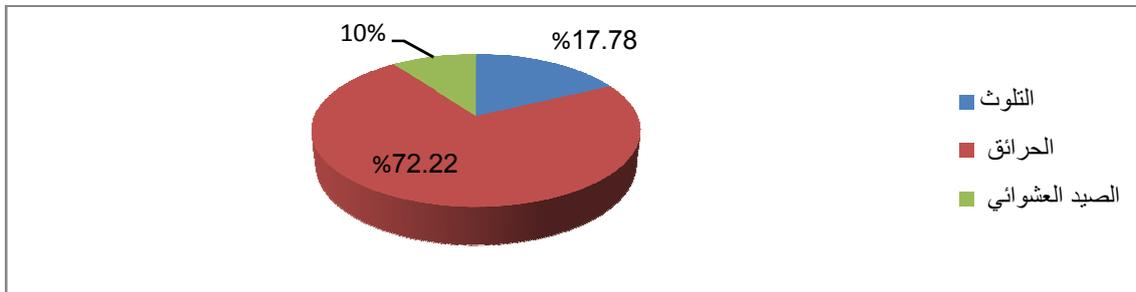
الشكل رقم (21): هل المجال البيئي من بين أهم المجالات التي يجب على مواقع التواصل الاجتماعي إعطائها فضاء كبير

الجدول رقم (22): أهم المشاكل البيئية التي تعالجها مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	أهم المشاكل البيئية التي تعالجها مواقع التواصل الاجتماعي
17.78%	16	التلوث
72.22%	65	الحرائق
100%	9	الصيد العشوائي
00%	00	التصحّر
00%	00	النوع البيولوجي
100%	90	المجموع

من خلال الجدول نلاحظ أن أهم المشاكل البيئية التي تعالجها مواقع التواصل الاجتماعي هي الحرائق بنسبة 72.22%، والتلوث بنسبة 17.78%، والصيد العشوائي بنسبة 10%، والتصحّر والنوع البيولوجي بنسبة 00%.

وهذا ما يدل على أن مواقع التواصل الاجتماعي تولي اهتمام كبير بمشكلة الحرائق ما جعلها تحتل المرتبة الأولى بنسبة 72.22% بينما التصحر والتنوع البيولوجي ليس له أي أهمية من خلال هذه المواقع ما جعلها تحتل المرتبة الأخيرة بنسبة 00%.



شكل رقم (22): ما هي أهم المشاكل البيئية التي تعالجها مواقع التواصل الاجتماعي

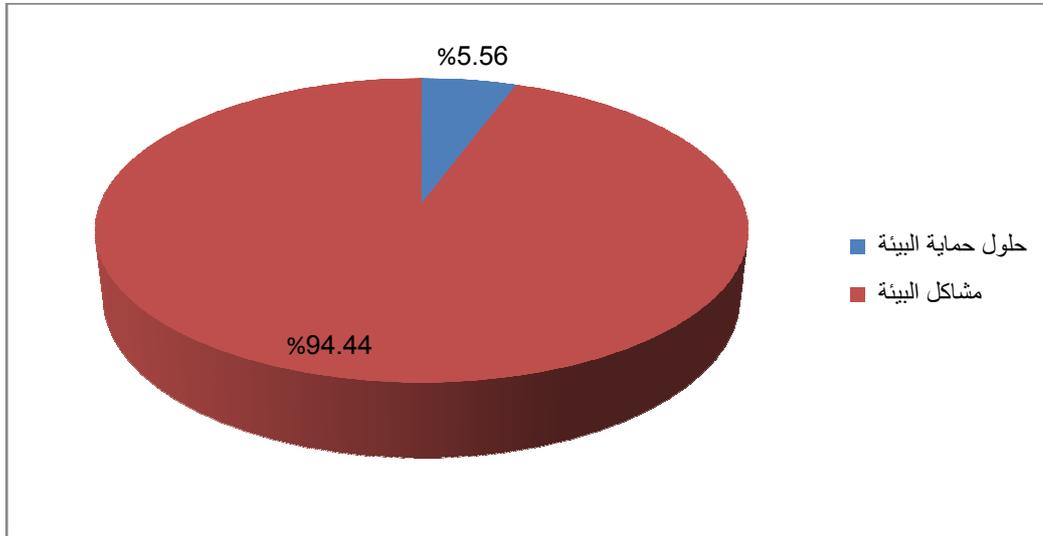
الجدول رقم (23): أكثر المواضيع البيئية التي تمر معالجتها من خلال مواقع التواصل

الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	أكثر المواضيع البيئية التي تمر معالجتها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي
5.56%	5	حلول حماية البيئة
94.44%	85	مشاكل البيئة
100%	90	المجموع

نلاحظ أن معظم المواضيع البيئية التي يتم معالجتها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي هي مشاكل البيئة بنسبة 94.44%، أما الحلول حماية البيئة بنسبة 5.56%.

ومنه نستنتج ان مواقع التواصل الاجتماعي تهتم بنسبة كبيرة جدا بالمشاكل البيئية التي يعاني منها الفرد في المجتمع.



شكل رقم (23): أكثر المواضيع البيئية التي تمر معالجتها من خلال مواقع التواصل

الاجتماعي

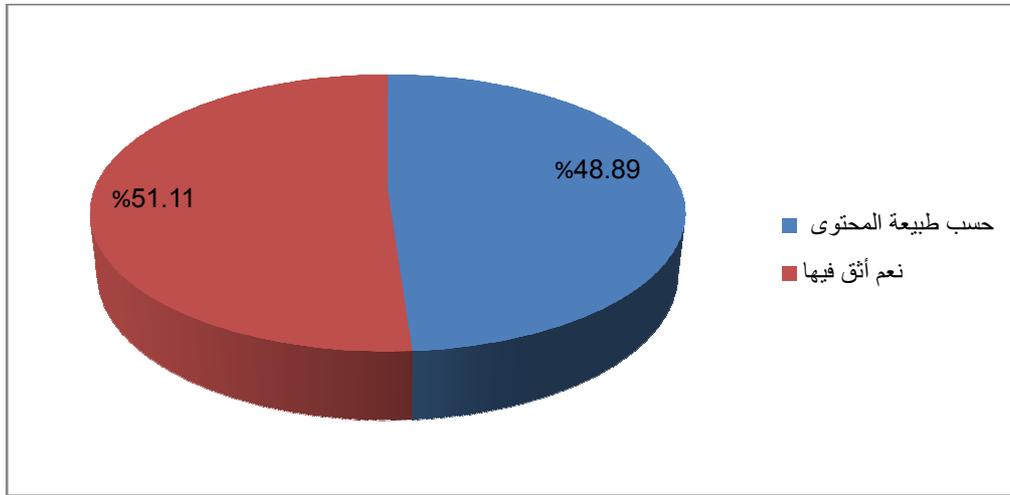
الجدول رقم (24): هل تثق بالمضامين البيئية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	هل تثق بالمضامين البيئية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي
0%	0	لم أثق فيها
48.89%	44	حسب طبيعة المحتوى
51.11%	46	نعم أثق فيها
100%	90	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن فئة المبحوثون يثقون بالمضامين البيئية التي تقدمها

مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 51.11%، والذي يثقون فيها حسب طبيعة المحتوى بنسبة 48.89%، والذين لا يثقون فيها بنسبة 0%.

ومنه نستنتج أن أغلبية المبحوثين يثقون في هذه المضامين لأن نسبتهم عالية مقارنة بالنسب الأخرى.



الشكل رقم (24): هل تثق بالمضامين البيئية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي

2. النتائج العامة للدراسة:

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج يمكن تلخيصها فيما يلي:

- 1- بينت الدراسة أن معظم الباحثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، ولا يمكنهم الإستغناء عنها نظرا للمزايا التي تتمتع بها هذه المواقع، فهم يستخدمونها للتواصل مع الأصدقاء ومواكبة الأحداث الجارية والتثقيف والترفيه.
- 2- بينت الدراسة أن أكثر الباحثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بصفة دائمة، وذلك نظرا لإدمان الشباب عليها والشهرة والنجاح التي حققتها هذه المواقع.
- 3- بينت الدراسة أن أغلب الطلبة الباحثين يفضلون استخدام موقع الفيسبوك خاصة نظرا لمجانبة استخدامه وسهولتها.
- 4- بينت الدراسة أن كل الطلبة الباحثين يعتمدون على وسيلة الهاتف لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي لسهولة الوصول للمعلومة من خلاله ونقله إلى أي مكان، وكذلك صغر حجمه وقدرة شحنه في أي مكان.
- 5- بينت الدراسة أن معظم الطلبة الباحثين يفضلون المواضيع الرياضية أثناء تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي لأنها مواضيع حيوية.
- 6- بينت الدراسة أن كل الطلبة الباحثين يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي تلبي احتياجاتهم البيئية.
- 7- بينت الدراسة أن أعلى نسبة من الطلبة الباحثين أجابوا بأن تصفح مواقع التواصل حول القضايا البيئية يساعد على اكتساب الفرد اتجاهات بيئية جديدة.
- 8- بينت الدراسة أن من بين الإشباعات التي تحققها مواقع التواصل الاجتماعي زيادة الوعي البيئي بنسبة كبيرة لدى الطلبة الباحثين.
- 9- بينت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في نشر الثقافة البيئية في وسط الطلبة الجامعيين، وكذلك نظرا لوعيهم البيئي الكبير وعملهم على الحفاظ على البيئة وعدم تلويثها.

10- بينت الدراسة أن درجة مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة البيئية كانت ضعيفة لدى الطلبة المبحوثين.

11- بينت الدراسة أن معظم الطلبة المبحوثين يقومون بالإطلاع على المواضيع البيئية بغرض التعليم والتثقيف، ذلك لاكتساب ثقافة بيئية تساعدهم على التعايش مع بيئتهم والحفاظ عليها.

12- بينت الدراسة حسب الطلبة المبحوثين أن أهم المشاكل البيئية التي تعالجها مواقع التواصل الاجتماعية هي مشاكل الحرائق.

3. نتائج الدراسة على ضوء التساؤلات :

1- تفسير ومناقشة نتائج الدراسة على ضوء تساؤل المحور الثاني:

خلصت الدراسة إلى نتيجة توضح استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بشكل عام عند جميع أفراد العينة، أي بنسبة 100%، هذا راجع إلى عدم مقدورهم على الإستغناء عنها لما توفره من تغطية شاملة للمعارف والمحادثات مع الأهل والأصدقاء وأن معظمهم يستخدمونهم دائما بنسبة 79.1%، وأن الشبكة المفضلة هي فيسبوك بنسبة 44.44%، كما يعد الحجر الساعي الذي يقضيه المبحوثين عبر هذه المواقع، من ساعة إلى 3 ساعات بنسبة 55.56%، وذلك باستخدام الهاتف بنسبة 100%، وبأماكن مختلفة، فبالمنزل 71.11%، وبالخافلة بنسبة 16.67%، وبالجامعة بنسبة 12.22%، وأهم المواضيع المتطلع عليها هي الرياضية بـ 40%، والاجتماعية بنسبة 30%، والبيئية بنسبة 10%، والسياسية بنسبة 13.33%، والدينية بنسبة 4.4%، والعلمية بنسبة 2.2%، وبهذا تحققت الفرضية الأولى القائلة يستخدم طلبة كلية العلوم الإنسانية جامعة جيجل مواقع التواصل الاجتماعية بصفة كبيرة ومستمرة.

2- تفسير ومناقشة نتائج الدراسة على ضوء تساؤل المحور الثالث:

من خلال تحليل أرقام الجداول خلصنا إلى أن المبحوثين يكتفون بالحصول على المعلومات البيئية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 84.44%، وهي تلي احتياجاتهم البيئية بنسبة 90%، وقد ساعدهم تصفح مواقع التواصل الاجتماعي حول القضايا البيئية على

اكتساب اتجاهات بيئية جديدة بنسبة 86.67%، وقد زاد الوعي البيئي بنسبة 53.33%، وقد ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة البيئية في وسط الطلبة الجامعيين بنسبة 63.33%، وكانت هذه المساهمة ضعيفة بنسبة 53.33%، وهكذا تحققت الفرضية الثانية، بحيث توجد دوافع عند طلبة كلية العلوم الإنسانية بأنها توجد دوافع وإشباكات مقدمة من استخدام المواقع التواصل الاجتماعي في مجال التوعية البيئية.

3- تفسير ومناقشة نتائج الدراسة على ضوء تساؤل المحور الرابع:

من خلال تحليل أرقام الجداول خلصنا إلى أن المبحوثين يتصفحون المواضيع البيئية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي يكون أحيانا بنسبة 61.11%، وذلك بهدف التعلم والتثقف بنسبة 76.67%، وأن هناك نسبة قليلة باهتمام مواقع التواصل الاجتماعي بالمواضيع البيئية بنسبة 80%، وأن المجال البيئي لا يعد من بين أهم المجالات التي يجب على مواقع التواصل الاجتماعي الاهتمام بها بنسبة 65.56%، وأن أهم المشاكل التي تعالجها مواقع التواصل الاجتماعي هي الحرائق بنسبة 72.22%، وأكثر المواضيع التي تم معالجتها من خلال هذه المواقع هي المشاكل البيئية بنسبة 94.44%، وقد كان المبحوثون على ثقة تامة بالمضامين البيئية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا ما تشير إليه نسبة 51.11%، وهكذا تحققت الفرضية الثالثة بحيث أنه هناك وعي بيئي بمواقع التواصل الاجتماعي.

4. نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات:

الفرضية الأولى: من خلال التحليل والنتائج السابقة نستنتج أن كل الطلبة الجامعيون يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت الاجابة بنعم قدرت بنسبة 100%، وهذا راجع للدور الكبير الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في الحياة اليومية، كما أن الطالب في حاجة مستمرة لتغذية أفكاره بكل ما هو جديد.

الفرضية الثانية: في دراستنا هذه خلصنا الى أن معظم الطلبة الجامعيون يلجؤون الى مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على معلومات تخدم محيطهم البيئي، قدرت نسبة عدد الطلبة المبحوثين

بنعم بـ 90% وهذه نسبة كبيرة تؤكد صحة الفرضية، ويرجع سبب الاعتقاد المرتفع للطلبة الى دور مواقع التواصل الاجتماعي في اشباع فكر الطالب من خلال حملات التوعية وغيرها من النشاطات التي تلبي حاجات الطالب البيئية.

الفرضية الثالثة: مما سبق نلاحظ أن لمواقع التواصل الاجتماعي دور في نشر الثقافة البيئية في وسط الطلبة الجامعيين، حيث كانت الإجابة بنعم بنسبة 63.33% وهذه النسبة لا بأس بها. ويرجع سبب هذا الارتفاع المحسوس إلى كون مواقع التواصل الاجتماعي على اطلاع دائم بكل ما يحدث في البيئة جديداً وقديماً، وهذا ما يتماشى وتطلعات الطلبة الجامعيين ورغبتهم في تنمية ثقافتهم البيئية.

خلاصة الفصل:

وعليه فقد قمنا في هذا الفصل بتفريغ البيانات المجمعة في الجداول، ثم قمنا بالتعليق على البيانات وتحليلها وتفسيرها، وخلصنا الى مجموعة من النتائج، ثم قمنا بمناقشة النتائج المتوصل إليها على ضوء التساؤلات والفرضيات بغية التأكد منها.

خاتمة

خاتمة:

يدور موضوع الدراسة حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين، اذ تعتبر المواقع الالكترونية مكانا خصبا لتلقيهم للمعلومات الهامة حول البيئة، وفي نفس الوقت للتعبير عن دواهم وميولاتهم، حيث ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة وموقع الفيسبوك بصفة خاصة في حشد الجماهير من مختلف الفئات والشرائح وخاصة الطلبة، وهذا من خلال المعلومات التي يطرحها بعض المستخدمين وكذا الصفحات الناشطة في المجال البيئي ، ولذلك يجب نشر الوعي البيئي بين الطلبة لتوسيع آفاقهم ومداركهم حول حب العالم والكون بما فيه ومن فيه.

وتتحلى ضرورة تنمية الوعي البيئي في تغيير وتعديل السلوكيات الخاطئة المرتكبة في حق البيئة، والتي يمكن القول أن هذه الأضرار جاءت نتيجة للسلوك الخاطئ للإنسان اتجاه الطبيعة وكذا الإهمال الواضح والمباشر من قبله، من خلال قيامه بتشويه الصورة الطبيعية لمحيطه، وبهذا فقد ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية مفهوم الوعي البيئي من خلال قدراتها الواسعة في نشر المعلومات ، وإتاحة فرص أكبر للتفاعل والتواصل خاصة ما يرتبط بالمجال البيئي، ونشر السلوكيات الصحيحة للتعامل مع البيئة باعتبارها الإطار الذي تعيش فيه جميع الكائنات الحية، وكيفية المحافظة عليها من كل المخاطر التي تهدد أمنها واستمراريتها.

ولقد أكدت لنا نتائج الدراسة الميدانية بأن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في نشر الثقافة البيئية نظرا لوعيهم البيئي الكبير وعملهم في الحفاظ على البيئة وعدم تلويثها، فمعظم الباحثين يفضلون استخدام موقع الفيسبوك نظرا لمجانية استخدامه وسهولته ، كما يرى الطلبة الباحثين أن مواقع التواصل الاجتماعي تلبى احتياجاتهم البيئية وتساعدهم على اكتساب اتجاهات بيئية جديدة تساعد في حياتهم البيئية.

المصادر

والمراجع

• القواميس والمعاجم:

1. إبراهيم مذكور، معجم العلوم الاجتماعية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، مصر، 1975.

2. علي بن هاوية وآخرون، القاموس الجديد لطلاب الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب، 1999.

• الكتب:

3. إبراهيم خليل أبرش، المنهج العلمي وتطبيقاته في العلوم الاجتماعية، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2008.

4. أحمد العابد أبو السعيد، زهير عبد اللطيف عابد، الإعلام والبيئة بين النظرية التطبيق، (ط1، ع1)، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014.

5. أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، 2010.

6. أسامة خيري، مناهج البحث العلمي، ط1، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان.

7. أسماء راضي خنقر، عابد راضي خنقر، التربية البيئية والوعي البيئي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2016.

8. إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، شبكات التواصل والأنترنت والتأثير على الأمن القومي والاجتماعي، (ط1)، المكتب العربي للمعارف، القاهرة، 2012.

9. بسام عبد الرحمان المشاقبة، الإعلام العلمي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2015.

10. بسام عبد الله المشاقبة، نظريات الإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014.

11. حسان أحمد قمحية، الفيسبوك تحت المجهر، (ط1)، دار النخبة للنشر والتوزيع، مصر، 2017.

12. حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الإتصال ونظرياته المعاصرة، (ط1)، الدار المصرية اللبنانية للنشر والتوزيع، القاهرة، (د ت).
13. حسين محمود هتيمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، (ط1)، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
14. خالد خميس السحاتي، الدور المدني للجامعات، "قراءة أولية في الأدبيات"، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والإقتصادية، برلين، 2017.
15. خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها النفسية، الاجتماعية، الاقتصادية، الدينية والسياسية على الوطن العربي والعالم، (ط1)، دار النفائس للنشر والتوزيع.
16. راتب السلامة السعود، الإنسان والبيئة، دراسة في التربية البيئية، (ط7)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
17. ربحي مصطفى عليان، البحث العلمي، أسسه، مناهج وأساليبه وإجراءاته، بيت الأفكار الدولية، عمان.
18. رحيم يونس كرو العزاوي، مقدمة في منهجية البحث العلمي، (ط1)، دار دجلة، عمان، 2007.
19. رشيد زرواقي، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط3، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008.
20. رشيد زرواقي، مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، (ط1)، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2007.
21. رضا أمين، الإعلام الجديد، (ط1)، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2015.
22. رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية، (ط1)، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.

23. رضوان بلخيري، مدخل إلى الإعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات، جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2014.
24. سامي محمد ملحم، مناهج البحث في التربية وعلم النفس، (ط1)، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2000.
25. سمير محمود، الإعلام العلمي (الإعلام البيئي...الإعلام والإعلان الطبي...الإعلام المتخصص الصحف والفضائيات العلمية)، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008.
26. صالح محمد العلي، مهارات التواصل الاجتماعي، أسس ومفاهيم وقيم، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
27. عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2011.
28. عامر إبراهيم قنديلجي، الإعلام الإلكتروني، (ط1)، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2015.
29. عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، (ط1)، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
30. عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام والتنمية، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2012.
31. عبد العزيز الشريف، الإعلام الإلكتروني، (ط1)، دار يافا العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
32. عبد النبي عبد الله الطيب، فلسفة ونظريات الإعلام، (ط1)، دار العالمية للنشر والتوزيع، (دم ن)، 2014.
33. عثمان عمر بن ناصر، مفاهيم أساسية في علم الاجتماع والعمل الاجتماعي، منشورات جامعة قازيوش، 2002.

34. علي خليل شقرة، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014.
35. علي عبد الفتاح كنعان، الإعلام البيئي، ط العربية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
36. علي عوجة، الإعلام وقضايا التنمية، (ط1)، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 2004.
37. عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ط4 منقحة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
38. فاروق خالد الحسنات، الإعلام والتنمية المعاصرة، (ط1)، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011.
39. فتحي حسين عامر، وسائل الإتصال الحديثة من الجريدة إلى الفايس بوك، (ط1)، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2011.
40. فضيل دليو وآخرون، أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية، (ط1)، منشورات جامعة منتوري، قسنطينة، دار البحث، 1999.
41. فضيل دليو، دراسات في المنهجية، (ط5)، ديوان المطبوعات الجامعية، 2017.
42. فضيل دليو، مدخل إلى منهجية البحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2014.
43. فيصل محمد عبد الغفار، شبكات التواصل الاجتماعي، (ط1)، الجنادرية للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
44. كامل خورشيد مراد، الإتصال الجماهيري والإعلام (التطور والخصائص)، (ط1)، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2011.
45. لحسن عبد الله باشيوه، نزار عبد المجيد البرواري، عدنان هاشم السامراني، البحث العلمي، مفاهيم، أساليب، تطبيقات، ط1، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، 2010.

46. ليلي أحمد جرار، الفاييس بوك والشاب العربي، (ط1)، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
47. ماهر عودة الشمالية، محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف كافي، تكنولوجيا الإعلام والاتصال، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2014.
48. ماهر عودة الشمالية وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد، (ط1)، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2014.
49. محمد الفاتح حمدي، منهجية البحث في علوم الإعلام والاتصال "دروس نظرية وتطبيقات"، (ط1)، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2017.
50. محمد صاحب سلطان، وسائل الإعلام والاتصال، دراسة في النشأة والتطور، (ط1)، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2012.
51. محمد محمود الجوهري، أسس البحث الاجتماعي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، 2009.
52. محمد معوض إبراهيم، تكنولوجيايات الإعلام "تطبيق على الإعلام في بعض الدولة العربية"، دار الكتاب الحديث، القاهرة، مصر، 2008.
53. مروى عصام صلاح، الإعلام الإلكتروني، الأسس وآفاق المستقبل، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2013.
54. مصطفى يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الاتصال، (ط1)، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
55. مصطفى يوسف كافي، قضايا إعلامية معاصرة، (ط1)، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
56. مكي مصطفى، البحث العلمي آدابه وقواعده ومناهجه، (د ط)، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2008.

57. منذر عبد الحميد الضامن، أساسيات البحث العلمي، ط1-ط2، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2007-2008.
58. موريس أنجريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، (ط2)، دار القصة للنشر، الجزائر، 2006.
59. نضال فلاح الضالامين، مصطفى يوسف كافي، ماهر عودة الشمايلة وآخرون، نظريات الإتصال والإعلام الجماهيري، ط1، دار الإعصار للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
60. وفاء محمد علي محمد، مدخل لدراسة البيئة، (ط1)، المكتب العربي للمعارف، القاهرة، 2014.
- **المجلات:**
61. أحمد الشرييني، (عندما يذوب القطب ماذا يحدث للأرض؟)، مجلة العربي، العدد 554، جانفي 2008.
62. راضي زاهر، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، العدد 15، جامعة عمان الأهلية، عمان، الأردن، 2003.
63. سعيدة زيزاح، علي بوخلخال، دور الإعلام الجديد في زيادة الوعي البيئي الفيسبوك نموذجا، تحليل محتوى رؤى شباب مدينة الأغواط، مجلة العلوم الإسلامية والحضارة، العدد الرابع، جامعة الأغواط، ديسمبر 2016.
64. سليمان إبراهيم العسكري، الثقافة العربية في ظل وسائل الإتصال الحديثة، ندوة مجلة العربي، (العدد 81)، الكويت، 8-10 مارس 2010.
65. سميرة شيخاني، الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، العدد (1-2)، 2010.

66. عبد الرحمان برقوق وميمونة مناصرية، الضبط الاجتماعي كوسيلة للحفاظ على البيئة في المحيط العمراني، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد 12 نوفمبر 2007.
67. عبد الله بدران، الإعلام والكوارث البيئية، مجلة القضايا البيئية، العدد 57، أغسطس 2011.
68. عثمان نصر الدين عبد القادر، دور الإعلام في نشر الوعي البيئي، مجلة الحكمة، العدد 25، الجزائر، 2013.
69. علي الربيعي، الإعلام وقضايا البيئة، مجلة البحوث الإعلامية، العدد 5، أبريل 2005.
70. مآرب محمد أحمد المولى، مستوى الوعي البيئي لدى طلبة كلية التربية في ضوء بعض المتغيرات، مجلة التربية والعلم، العدد 3، مجلة 16، 2009.
71. مجاني باديس، دور الإعلام في نشر الوعي البيئي، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الحاج لخضر، باتنة(1)، العدد 30 سبتمبر، الجزائر 2017.
72. محمد حسين علوان، حافظ ياسين البطران، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية تفعيل المشاركة في الانتخابات البرلمانية العراقية، مجلة كلية التربية الأساسية، مجلد 22، العدد 94، 2016.
73. مشتاق طلب فاضل، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام المحلي، العدد 12، مجلة تكريت للعلوم السياسية، 2014-2017.
74. يوسف بن عقلا المرشد، تصور مقترح قائم على إستراتيجية التعلم الذاتي في تنمية الوعي البيئي لدى طلاب المرحلة المتوسطة بالمملكة العربية السعودية، المجلة الدولية للبحوث التربوية، العدد 2، المجلد 41، جامعة الإمارات، يوليو 2017.

• الرسائل الجامعية:

75. بن عربية لحبيب، مساهمة التربية البيئية والخلفية الثقافية في تفسير الوعي البيئي، دراسة ميدانية على تلاميذ مرحلة التعليم الثانوي (مقاربة فينومينولوجية)، كلية العلوم الاجتماعية، قسم علوم التربية، أطروحة للحصول على شهادة دكتوراه علوم التربية، جامعة وهران 2، 2018-2019.

76. بن يحيى سهام، الصحافة المكتوبة وتنمية الوعي البيئي الجزائري، دراسة تحليلية للمضمون صحيفتين وطنيتين والشروق و la matin وصحيفتين جهويتين آخر الساعة و l'est Républicain، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علم الاجتماع والديمقراطية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع والتنمية، جامعة منتوري قسنطينة، 2004-2005.

77. حنان بنت شمشوع الشهري، أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية الفيس بوك وتويتر نموذجا، رسالة ماجستير في علم الاجتماع، المملكة العربية السعودية، جامعة الملك عبد العزيز، 34.

78. رأفت مهند عبد الرزاق، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، دراسة ميدانية لحالة الحراك الشعبي في العراق على عينة من طلبة الجامعات كل من الموصل والأنبار وتكريت، مذكرة ماجستير في الإعلام، العراق، 2013.

79. رضوان سلامن، الإعلام والبيئة، دراسة استطلاعية لعينة من الثانويين والجامعيين، مدينة عنابة نموذجا، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر 2006.

80. سعد الله سميح العبد أبو عميرة، دور وحدة الإرشاد البيئي في الهيئات المحلية في تنمية القيم البيئية بمحافظات غزة، رسالة ماجستير في أصول التربية، كلية التربية، جامعة الأزهر، غزة، 2013-2014.

81. طاهر حسن أبو زيد، دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية، دراسة ميدانية، رسالة ماجستير في العلوم السياسية، جامعة الأزهر، غزة، سبتمبر 2012.
82. عائدة علي أبو زايد، استخدامات طلبة الثانوية العامة لشبكات التواصل الاجتماعي وأثرها في المحافظة على القيم الثقافية، رسالة ماجستير في الصحافة، كلية الأدب، الجامعة الإسلامية، غزة، 2016.
83. عبد الله ممدوح مبارك الرعود، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2011-2012.
84. عقيل محمد الرفاعي، دور الإعلام التربوي في تنمية الوعي الاجتماعي في مرحلة التعليم الأساسي في ضوء خبرات بعض الدول، رسالة دكتوراه في فلسفة التربية، قسم التربية، المقارنة والإدارة التعليمية، جامعة الزقازيق، مصر، 1998.
85. فلاح سلامة حسن الصفدي، استخدامات القائم بالإنترنت في الصحافة الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المحققة، رسالة ماجستير في الصحافة، الجامعة الإسلامية، غزة 2015.
86. كيجل فتيحة، الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي، موقع الفيسبوك أنموذجا، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية، قسم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2011-2012، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال.
87. مجاهد عبد الحليم، دور مؤسسات المجتمع المدني في نشر الثقافة البيئية في المناطق الحضرية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علم الاجتماع، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر 2010.

88. محمد حمدي عبد الرحمان سالم، تقييم التعليم الثانوي بمحافظة شمال سيناء في ضوء متطلبات التنمية المستدامة (دراسة سيسوثقافية)، رسالة ماجستير في التربية، كلية التربية، تخصص أصول التربية، جامعة بنها، 2015.

89. مروة صلاح مهدي، تأثير جودة مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الأخلاقية، طلبة الجامعات الأردنية الخاصة في العاصمة عمان، رسالة مكملة لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في نظم المعلومات الإدارية، كلية الأعمال، حزيران، 2017.

90. وسام طایل البشاشة، دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي وإشباعاتها (فيس بوك وتويتر) (دراسة على طلبة الجامعة الأردنية وجامعة البترا أنموذجاً)، رسالة ماجستير، كلية الآداب والعلوم، تخصص الصحافة والإعلام، جامعة البترا، 2012-2013.

91. ولاء جميل عاد الصباغ، أثر الملصقات التوعوية على تنمية الوعي البيئي لطلبة كلية الفنون الجميلة في جامعة اليرموك، رسالة ماجستير منشورة، قسم التصميم الجرافيكي، جامعة الرشق الأوسط، 2017.

92. ياسين بوزراع، دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر.

• المؤتمرات:

93. سمير محمد عواودة، مواقع التواصل الاجتماعي الإلكتروني (الضوابط والآثار)، مداخلة في المؤتمر العلمي الدولي السنوي الرابع لكلية الشريعة حول وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على المجتمع، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2014.

الملاحق

جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيغل -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: الإعلام والاتصال

إستمارة استبيان بعنوان:

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي البيئي لدى الطلبة

الجامعيين

- دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علم الاجتماع بجامعة جيغل -

إستمارة بحث ميداني مكتملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: صحافة مطبوعة وإلكترونية

إشراف:

د/ مسعود بوسعدية

إعداد الطالبين:

أمينة يخلف

مريم مخلوف

الإخوة الأعزاء تحية طيبة وبعد:

هذه إستمارة بحث ميداني تحتوي على أسئلة مختلفة لدى أرجوا تعاونكم من خلال الإجابة عليها
وتقديم الآراء والأفكار التي من شأنها خدمة أغراض البحث العلمي مع وافر الشكر والتقدير.

ضع علامة X في الخانة المناسبة

المحور الأول: البيانات الشخصية

- 1- الجنس: ذكر أنثى
- 2- السن: 18 إلى 22 سنة 23 إلى 27 سنة
من 28 سنة فما فوق
- 3- المستوى الدراسي: السنة الثانية السنة الثالثة
السنة الأولى ماستر السنة الثانية ماستر
- 4- الحالة الإجتماعية: أعزب/عزباء متزوج (ة)

المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الإجتماعي:

- 5- هل تستخدم مواقع التواصل الإجتماعي؟
نعم لا
- 6- في حالة الإجابة بنعم. هل الإستخدام يكون؟
دائمًا غالبًا أحيانًا نادرًا
- 7- ما هي مواقع التواصل الإجتماعي التي تستخدمها؟
فيسبوك تويتر يوتيوب انستاغرام
- 8- ما معدل استخدامك لمواقع التواصل الإجتماعي؟
أقل من ساعة من ساعة إلى ثلاث ساعات من 3 ساعات إلى 6 ساعات
أكثر من 6 ساعات
- 9- ما هي الوسيلة التي تعتمد عليها في استخدامك لمواقع التواصل الإجتماعي؟
الهاتف اللوحة الرقمية الحاسوب
- 10- ما هي الأوقات المفضلة لديك لإستخدام مواقع التواصل الإجتماعي؟
صباحًا مساءً ليلاً حسب الظروف

- 11- ما هو المكان المفضل لإستخدامك لمواقع التواصل الإجتماعي؟
- المنزل الجامعة الحافلة
- 12- ما هي صيغة المواضيع المفضلة لديك أثناء تصفحك لهذه المواقع؟
- بيئية إجتماعية ثقافية علمية
- رياضية سياسية دينية

المحور الثالث: الدوافع والاشباع المحققة من استخدام مواقع التواصل الإجتماعي في مجال التوعوية البيئية

- 13- هل تكتفي بالحصول على المعلومات البيئية من خلال مواقع التواصل الإجتماعي؟
- نعم لا
- 14- هل مواقع التواصل الإجتماعي تلبي احتياجاتك البيئية؟
- نعم لا
- 15- هل تصفحك لمواقع التواصل الإجتماعي حول القضايا البيئية ساعدك على اكتساب اتجاهات بيئية جديدة؟
- نعم لا
- 16- فيما تتمثل الاتساعات التي تحققها لك مواقع التواصل الاجتماعي؟
- المساهمة في معالجة وطرح قضايا البيئية
- زيادة الوعي البيئي
- زيادة رصيدك المعرفي المتعلق بالبيئة
- اكتساب الثقافة البيئية
- 17- حسب رأيك هل ساهمت مواقع التواصل الإجتماعي في نشر الثقافة البيئية في وسط الطلبة الجامعيين؟
- نعم لا

إذا كانت إجابتك بنعم. فما هي درجة هاته المساهمة؟

كبيرة متوسطة ضعيفة

المحور الرابع: واقع الوعي البيئي في مواقع التواصل الإجتماعي؟

- 18- هل تتصفح المواضيع البيئية عبر مواقع الإجتماعي؟
 دائما أحيانا نادراً
- 19- ما هي الدافع لإطلاعك على هذه المواضيع؟
 - التعليم والتثقيف
 - تجنب أخطار التلوث
 - التسلية والترفيه وقضايا وقت الفراغ
 - الحصول على المعلومات البيئية التي تفيدك في حماية البيئة
- 20- ما مدى اهتمام مواقع التواصل الاجتماعي بالمواضيع البيئية؟
 بنسبة قليلة بنسبة متوسطة
 بنسبة كبيرة بنسبة ضعيفة
- 21- بحسب رأيك هل المجال البيئي من بين أهم المجالات التي يجب على مواقع التواصل الإجتماعي إعطائها فضاء كبير؟
 نعم لا
- 22- ما هي أهم المشاكل البيئية التي تعالجها مواقع التواصل الإجتماعي؟
 التلوث الحرائق الصيد العشوائي
 التصحر التنوع البيولوجي
- 23- ماهي أكثر المواضيع البيئية التي تتم معالجتها من خلال مواقع التواصل الإجتماعي؟
 حلول حماية البيئة مشاكل البيئة
- 24- هل تثق في المضامين البيئية التي تقدمها مواقع التواصل الإجتماعي؟
 لا أثق فيها حسب طبيعة المحتوى نعم أثق فيها

```

FREQUENCIES VARIABLES=six age niv sit q1 q2 q3 q4 q5 q6 q7 q8 q9 q10 q11 q12
q13 q14 q15 q16 q17 q18 q19 q20
/ORDER=ANALYSIS.

```

Effectifs

Remarques

Résultat obtenu		01-OCT-2020 16:13:32
Commentaires		
Entrée	Ensemble de données actif	Ensemble_de_données0
	Filtrer	<aucune>
	Poids	<aucune>
	Scinder fichier	<aucune>
	N de lignes dans le fichier de travail	91
Gestion des valeurs manquantes	Définition des valeurs manquantes	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme manquantes.
	Observations prises en compte	Les statistiques sont basées sur toutes les observations dotées de données valides
Syntaxe		FREQUENCIES VARIABLES=six age niv sit q1 q2 q3 q4 q5 q6 q7 q8 q9 q10 q11 q12 q13 q14 q15 q16 q17 q18 q19 q20 /ORDER=ANALYSIS.
Ressources	Temps de processeur	00:00:00,02
	Temps écoulé	00:00:00,02

[Ensemble_de_données0]

Statistiques

		الجنس	السن	المستوى الدراسي	الحالة الاجتماعية	هل تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي	هل الاستخدام يكون	ما هي مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمها بكثرة
N	Valide	91	90	91	91	90	90	90
	Manquante	0	1	0	0	1	1	1

Statistiques

		ما معدل استخدامك لهذا الموقع	ما هي الوسيلة التي تعتمد عليها في استخدام هذا الموقع	ما هي الأوقات المفضلة لاستخدام هذا الموقع	ما هو المكان المفضل لاستخدامك لهذا الموقع	ما هي صيغة المواضيع المفضلة لديك أثناء التصفح لهذا الموقع	هل تكفي بالحصول على المعلومات البيئية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي
N	Valide	90	90	90	90	90	90
	Manquante	1	1	1	1	1	1

Statistiques

		هل مواقع التواصل الاجتماعي تلبي احتياجاتك	هل تصفحك لمواقع التواصل البيئية حول القضايا البيئية ساعدك على اكتساب اتجاهات جديدة	فيما تتمثل الاشباع التي تحققها لك مواقع التواصل الاجتماعي	حسب رأيك هل ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة البيئية في وسط الطلبة الجامعيين	هل تتصفح المواضيع البيئية عبر مواقع التواصل الاجتماعي
N	Valide	90	90	90	90	90
	Manquante	1	1	1	1	1

Statistiques

		ما هو الدافع لتطلعك على هذه المواضيع	ما مدى اهتمامك بمواقع التواصل الاجتماعي بالمواضيع البيئية	حسب رأيك هل المجال البيئي من بين أهم المجالات التي يجب على مواقع التواصل الاجتماعي إعطائها أهمية	ما هي أهم المشاكل البيئية التي تعالجها مواقع التواصل الاجتماعي	ما هي أكثر المواضيع البيئية التي تتم معالجتها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي
N	Valide	90	90	90	90	90
	Manquante	1	1	1	1	1

Tableau de fréquences

الجنس

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	1	1,1	1,1	1,1
1	29	31,9	31,9	33,0
2	61	67,0	67,0	100,0
Total	91	100,0	100,0	

السن

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	من 18 سنة الى 20 سنة	43	47,3	47,8	47,8
	من 24 سنة الى 26 سنة	18	19,8	20,0	67,8
	سنة فما فوق 26	29	31,9	32,2	100,0
	Total	90	98,9	100,0	
Manquante	Systeme manquant	1	1,1		
Total		91	100,0		

المستوى الدراسي

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	1	1,1	1,1	1,1
1	43	47,3	47,3	48,4
4	47	51,6	51,6	100,0
Total	91	100,0	100,0	

الحالة الاجتماعية

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	1	1,1	1,1	1,1
1	8	8,8	8,8	9,9
2	82	90,1	90,1	100,0
Total	91	100,0	100,0	

هل تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	90	98,9	100,0	100,0
Manquante	Système manquant	1	1,1		
Total		91	100,0		

هل الاستخدام يكون

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	دائما	72	79,1	80,0	80,0
	غالبا	18	19,8	20,0	100,0
	Total	90	98,9	100,0	
Manquante	Système manquant	1	1,1		
Total		91	100,0		

ما هي مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمها بكثرة

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	فيسبوك	40	44,0	44,4	44,4
	يوتيوب	19	20,9	21,1	65,6
	انستغرام	31	34,1	34,4	100,0
	Total	90	98,9	100,0	
Manquante	Système manquant	1	1,1		
Total		91	100,0		

ما معدل استخدامك لهذا الموقع

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	اقل من ساعة	12	13,2	13,3	13,3
	من ساعة الى 3 ساعات	50	54,9	55,6	68,9
	من 3 ساعات الى 6 ساعات	28	30,8	31,1	100,0
	Total	90	98,9	100,0	
Manquante	Système manquant	1	1,1		
Total		91	100,0		

ما هي الوسيلة التي تعتمد عليها في استخدام هذا الموقع

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	الهاتف	90	98,9	100,0	100,0
Manquante	Système manquant	1	1,1		
Total		91	100,0		

ما هي الاوقات المفضلة لاستخدام هجا الموقع

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	ليلا	50	54,9	55,6	55,6
	حسب الظروف	40	44,0	44,4	100,0
	Total	90	98,9	100,0	
Manquante	Système manquant	1	1,1		
Total		91	100,0		

ما هو المكان المفضل لاستخدامك لهذا الموقع

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	المنزل	64	70,3	71,1	71,1
	الجامعة	11	12,1	12,2	83,3
	الحافلة	15	16,5	16,7	100,0
	Total	90	98,9	100,0	
Manquante	Système manquant	1	1,1		
Total		91	100,0		

ما هي صيغة المواضيع المفضلة لديك أثناء التصفح لهذا الموقع

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	فنية	9	9,9	10,0	10,0
	اجتماعية	27	29,7	30,0	40,0
	ثقافية	2	2,2	2,2	42,2
	رياضية	36	39,6	40,0	82,2
	سياسية	12	13,2	13,3	95,6
	دينية	4	4,4	4,4	100,0
	Total	90	98,9	100,0	
Manquante	Système manquant	1	1,1		
Total		91	100,0		

هل تكتفي من الحصول على المعلومات البيئية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	76	83,5	84,4	84,4
	لا	14	15,4	15,6	100,0
	Total	90	98,9	100,0	
Manquante	Système manquant	1	1,1		
Total		91	100,0		

هل مواقع التواصل الاجتماعي تلبي احتياجاتك

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	81	89,0	90,0	90,0
	لا	9	9,9	10,0	100,0
	Total	90	98,9	100,0	
Manquante	Système manquant	1	1,1		
Total		91	100,0		

هل تصفحك لمواقع التواصل الاجتماعي حول القضايا البيئية ساعدك على اكتساب اتجاهات جديدة

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	78	85,7	86,7	86,7
	لا	12	13,2	13,3	100,0
	Total	90	98,9	100,0	
Manquante	Système manquant	1	1,1		
Total		91	100,0		

فيما تتمثل الإشباع التي تحققها لك مواقع التواصل الاجتماعي

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	زيادة الوعي البيئي لديك	48	52,7	53,3	53,3
	زيادة رصيدك المعرفي المتعلق بالبيئة	42	46,2	46,7	100,0
	Total	90	98,9	100,0	
Manquante	Système manquant	1	1,1		
Total		91	100,0		

حسب رأيك هل ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة البيئية في وسط الطلبة الجامعيين

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	57	62,6	63,3	63,3
	لا	33	36,3	36,7	100,0
	Total	90	98,9	100,0	
Manquante	Système manquant	1	1,1		
Total		91	100,0		

ما هي درجة المساهمة

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	متوسطة	42	46,2	46,7	46,7
	ضعيفة	48	52,7	53,3	100,0
	Total	90	98,9	100,0	
Manquante	Système manquant	1	1,1		
Total		91	100,0		

هل تتصفح المواضيع البيئية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	احيانا	55	60,4	61,1	61,1
	نادرا	35	38,5	38,9	100,0
	Total	90	98,9	100,0	
Manquante	Système manquant	1	1,1		
Total		91	100,0		

ما هو الدافع لتطلعك على هذه المواضيع

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	التعليم والتثقيف	69	75,8	76,7	76,7
	تخص اخطار التلوث	21	23,1	23,3	100,0
	Total	90	98,9	100,0	
Manquante	Système manquant	1	1,1		
Total		91	100,0		

ما مدى اهتمام مواقع التواصل الاجتماعي بالمواضيع البيئية

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نسبة قليلة	72	79,1	80,0	80,0
	نسبة متوسطة	18	19,8	20,0	100,0
	Total	90	98,9	100,0	
Manquante	Système manquant	1	1,1		
Total		91	100,0		

حسب رأيك هل المجال البيئي من بين أهم المجالات التي يجب على مواقع التواصل الاجتماعي إعطائها أهمية

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	31	34,1	34,4	34,4
	لا	59	64,8	65,6	100,0
	Total	90	98,9	100,0	
Manquante	Système manquant	1	1,1		
Total		91	100,0		

ما هي أهم المشاكل البيئية التي تعالجها مواقع التواصل الاجتماعي

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	التلوث	16	17,6	17,8	17,8
	الحرائق	65	71,4	72,2	90,0
	الصيد العشوائي	9	9,9	10,0	100,0
	Total	90	98,9	100,0	
Manquante	Système manquant	1	1,1		
Total		91	100,0		

ما هي أكثر المواضيع البيئية التي تتم معالجتها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	حلول حماية البيئة	5	5,5	5,6	5,6
	مشاكل البيئة	85	93,4	94,4	100,0
	Total	90	98,9	100,0	
Manquante	Système manquant	1	1,1		
Total		91	100,0		