

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم العلوم الانسانية



كلية العلوم الاجتماعية والانسانية

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي البيئي

-دراسة ميدانية على طلبة الشهيد حمه لخضر الوادي-

مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علم الاجتماع

تخصص: علم اجتماع التربية

إشراف الدكتور:

- فوزي لوحيدي

من إعداد الطلبة:

- علاء الدين علاق

- عبد الغني تيوه

لجنة المناقشة

الأستاذ	الرتبة	الصفة	المؤسسة الأصلية
أ.د بلال بوترة	أستاذ التعليم العالي	رئيس اللجنة	جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي
أ.د فوزي لوحيدي	أستاذ التعليم العالي	مشرفا ومقررا	جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي
د. ذهبي إبراهيم	أستاذ محاضر - ب	مناقشا	جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي

السنة الجامعية: 2021 - 2022م



قال تعالى: ﴿وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ
وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ اِلَىٰ عَالِمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ
بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ﴾

(التوبة 105)

شكر وعرفان

نتقدم بالشكر لله أولا وأخيرا، ونحمد الله حمدا كثيرا وجليلا على توفيقه لإتمام هذا العمل وعلى كل النعم التي أنعم بها علينا، ونصلي ونسلم على الرسول الكريم عليه أفضل الصلاة وأزكى السلام.

يشرفنا أن نتقدم بجزيل الشكر والامتنان والعرفان للأستاذة الفاضلة: " " التي تكرمنا بقبول الإشراف على هذا العمل والتي ساعدتنا بتوجيهاتها ونصائحها، والتي نرى فيها صورة مجسمة للخير والفضل.

كما لا يفوتنا أن نتقدم بكل الشكر والتقدير لجميع الأساتذة كلية العلوم الاجتماعية والانسانية بالجامعة والذين لم ييخلوا علينا بتوجيهاتهم ونصائحهم. وفي الأخير نشكر كل من ساهم في إنجاز هذا العمل من قريب أو من بعيد. ونرجو من الله عز وجل أن يكون هذا العمل خالصا لوجهه الكريم والله الحمد والمنة، وصل اللهم وسلم على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين..

الطالبة

إهداء

إلى الوالدين الكريمين راجين من الله عز وجل أن يطيل في أعمارهم ويغفر لهم
ويرحمهم ويرزقهم العافية
إلى أفراد عائلة وإلى كل الأهل والأحبة وجميع الأصدقاء، إلى الأستاذة الأكارم في
كلية العلوم الاجتماعية والانسانية
إلى كل الزملاء والزميلات، وإلى كل من علمنا حرفا في هذه الحياة
إلى كل من نعرفهم ويعرفوننا في هذه الحياة ولم تسع أقلامنا لذكرهم.
ونرجو من الله سبحانه وتعالى أن يتقبل منا ثمرة هذا الاجتهاد.
"اللهم انفعنا بما علمتنا وانفع غيرنا بعلمنا".

الطالبة

ملخص الدراسة:

يعتبر الفيسبوك من بين المواقع الأكثر انتشارا لسهولة استعماله من طرف المستخدمين فأصبح في الآونة الأخيرة محط اهتمام العديد من الجمعيات والمنظمات تنشط في مختلف المجالات والتعريف بأهدافها وخدماتها ومن بينهم جمعيات ومنظمات حماية البيئة ونشر الوعي البيئي. تهدف هذه الدراسة إلى إلقاء الضوء على الدور الذي يمكن أن تلعبه موقع الفيسبوك في نشر الوعي البيئي داخل المجتمع وتحقيق التنمية المستدامة ومدى تأثير موقع الفيسبوك على السلوكيات البيئية لدى مستخدميه وبلوغ هذه الأهداف.

اعتمدنا على المنهج الوصفي. كما أننا استعملنا استبيان موزع على عينة من طلبة جامعة الشهيد حمة لخضر بالوادي، كأداة لجمع البيانات وقد توصلنا إلى النتائج التالية : تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي من بين أهم الأساليب ووسائل التوعية البيئية وخاصة موقع الفيسبوك، يساهم الفيسبوك بشكل فعال في التوعية لبيئية وتحقيق التنمية المستدامة وذلك عن طريق تقديم معلومات حول الحفاظ على البيئة نشر مواضيع عن التربية البيئية. **الكلمات المفتاحية:** مواقع التواصل الاجتماعي، الوعي البيئي، تنمية الوعي البيئي.

ABSTRACT

Facebook is among the most popular sites for its ease of use by users. It has recently become the focus of attention of many associations and organizations that are active in various fields and define their goals and services, including environmental protection associations and organizations and spreading environmental awareness. This study aims to shed light on the role that Facebook can play in spreading environmental awareness within society and achieving sustainable development and the extent to which Facebook affects the environmental behaviors of its users and to achieve these goals.

We relied on the descriptive approach. We also used a questionnaire distributed to a sample of students from the University of Martyr Hama Lakhdar in the Valley, as a tool for data collection, and we reached the following results: Social networking sites are among the most important methods and means of environmental awareness, especially Facebook. By providing information about the preservation of the environment publish topics on environmental education.

Keywords: social networking sites, environmental awareness, development of environmental awareness.

فهرس المحتويات

شكر وعرفان	
إهداء	
ملخص الدراسة:	
فهرس المحتويات	
فهرس الجداول	
فهرس الاشكال	5
قائمة المختصرات	
مقدمة	أ

الفصل الاول: الاطار المنهجي للدراسة

الإشكالية	4
1. فرضيات الدراسة	4
2. أهمية الدراسة	5
3. أهداف الدراسة	5
4. التعاريف الإجرائية لمفاهيم الدراسة	5
5. الدراسات السابقة	6

الفصل الثاني: الأدبيات النظرية للدراسة

تمهيد:	11
1. تعريف مواقع التواصل الاجتماعي:	12
2. نشأة مواقع التواصل الاجتماعي:	13
3. خصائص مواقع التواصل الاجتماعي وضوابط استخدامها:	14
4. أشهر مواقع التواصل الاجتماعي:	16
5. ايجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:	19
خلاصة الفصل:	21

الفصل الثالث: الأدبيات النظرية للوعي البيئي

24	تمهيد:
25	1. تعريف الوعي البيئي:
26	2. وخصائص الوعي البيئي:
27	3. الغاية من الوعي البيئي وكيفية تحقيقه:
28	4. مجالات الوعي البيئي:
29	5. دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي البيئي:
32	خلاصة الفصل:

الفصل الرابع: الاجراءات المنهجية للدراسة الميدانية

36	تمهيد:
	1. منهج الدراسة 37
	2. حدود الدراسة 37
37	3. مجتمع وعينة الدراسة:
38	4. أدوات جمع البيانات:
38	5. الأساليب الإحصائية المعتمدة:
39	خلاصة الفصل:

الفصل الخامس: عرض نتائج الدراسة الميدانية

42	تمهيد:
43	أولاً: عرض وتحليل نتائج البيانات الشخصية لأفراد العينة:
46	ثانياً : عرض وتحليل البيانات المتعلقة بفرضيات الدراسة .
69	خلاصة الفصل
71	الخاتمة
74	قائمة المراجع
77	قائمة الملاحق

فهرس الجداول

الرقم	عنوان الجدول	ر ص
01	يوضح توزيع ونسبة العينة حسب الجنس (ذكر، أنثي)	43
02	يوضح توزيع ونسبة العينة حسب المستوى التعليمي	44
03	يوضح توزيع ونسبة العينة حسب الحالة الاجتماعية	45
04	يوضح توزيع ونسبة العينة حسب مدى استخدام وسائل مواقع التواصل الاجتماعي	46
05	يوضح توزيع ونسبة العينة حسب مدى استغراق الوقت في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي	48
06	يوضح توزيع ونسبة العينة حسب الأوقات المفضلة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي	49
07	يوضح توزيع ونسبة العينة حسب المكان المفضل عند لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي	50
08	يوضح توزيع ونسبة العينة حسب المواضيع التي تتم متابعتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي	52
09	يوضح توزيع ونسبة العينة حسب الخدمات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي	53
10	يوضح توزيع ونسبة العينة حسب مدى القيام بأيام تحسيسية للمحافظة على البيئة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	54
11	يوضح توزيع ونسبة العينة حسب مدى القيام بالتشجيع على غرس الأشجار والنباتات للمحافظة على البيئة	56
12	يوضح توزيع ونسبة العينة حسب مدى التحدث مع الزملاء حول مواضيع البيئة	57
13	يوضح توزيع ونسبة العينة حسب مدى القيام بتشجيع حملة عامة حول تنظيف البيئة عبر موقع الفيسبوك	58
14	يوضح توزيع ونسبة العينة حسب مدى استخدام الفايسبوك في معرفة الأوضاع الراهنة لبيئة	59
15	يوضح توزيع ونسبة العينة حسب مدى التفاعل مع المواضيع البيئية التي يقدمها موقع الفيسبوك	60
16	يوضح توزيع ونسبة العينة حسب الوجود ضمن مجموعات تهتم بتوعية البيئة وقضايا البيئة	61
17	يوضح توزيع ونسبة العينة حسب مدى وجود أصدقاء لديهم اهتمامات بقضايا التوعية	62

	البيئية	
63	يوضح توزيع ونسبة العينة حسب مدى متابعة وتعليق على صفحات جمعية البيئة والمحيط	18
64	يوضح توزيع ونسبة العينة حسب مدى المبادرة في طرح أفكار عبر مواقع التواصل تساهم في حل مشاكل البيئة	19
66	يوضح توزيع ونسبة العينة حسب مدى تقييم صفحات جمعيات حماية البيئة والمحيط	20
67	يوضح توزيع ونسبة العينة حسب مدى التفاعل مع منشورات حماية البيئة والمحيط	21

فهرس الاشكال

الرقم	عنوان الشكل	ر ص
01	يوضح توزيع ونسبة العينة حسب الجنس (ذكر، أنثي)	43
02	يوضح توزيع ونسبة العينة حسب المستوى التعليمي	44
03	يوضح توزيع ونسبة العينة حسب الحالة الاجتماعية	45
04	يوضح توزيع ونسبة العينة حسب مدى استخدام وسائل مواقع التواصل الاجتماعي	47
05	يوضح توزيع ونسبة العينة حسب مدى استغراق الوقت في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي	48
06	يوضح توزيع ونسبة العينة حسب الأوقات المفضلة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي	49
07	يوضح توزيع ونسبة العينة حسب المكان المفضل عند لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي	51
08	يوضح توزيع ونسبة العينة حسب المواضيع التي تتم متابعتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي	52
09	يوضح توزيع ونسبة العينة حسب الخدمات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي	53
10	يوضح توزيع ونسبة العينة حسب مدى القيام بأيام تحسيسية للمحافظة على البيئة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	55
11	يوضح توزيع ونسبة العينة حسب مدى القيام بالتشجيع على غرس الأشجار والنباتات للمحافظة على البيئة	56
12	يوضح توزيع ونسبة العينة حسب مدى التحدث مع الزملاء حول مواضيع البيئة	57
13	يوضح توزيع ونسبة العينة حسب مدى القيام بتشجيع حملة عامة حول تنظيف البيئة عبر موقع الفيسبوك	58
14	يوضح توزيع ونسبة العينة حسب مدى استخدام الفايسبوك في معرفة الأوضاع الراهنة لبيئة	59
15	يوضح توزيع ونسبة العينة حسب مدى التفاعل مع المواضيع البيئية التي يقدمها موقع الفيسبوك	61
16	يوضح توزيع ونسبة العينة حسب الوجود ضمن مجموعات تهتم بتوعية البيئة وقضايا البيئة	62
17	يوضح توزيع ونسبة العينة حسب مدى وجود أصدقاء لديهم اهتمامات بقضايا التوعية البيئية	63

64	يوضح توزيع ونسبة العينة حسب مدى متابعة وتعليق على صفحات جمعية البيئة والمحيط	18
65	يوضح توزيع ونسبة العينة حسب مدى المبادرة في طرح أفكار عبر مواقع التواصل تساهم في حل مشاكل البيئة	19
66	يوضح توزيع ونسبة العينة حسب مدى تقييم صفحات جمعيات حماية البيئة والمحيط	20
68	يوضح توزيع ونسبة العينة حسب مدى التفاعل مع منشورات حماية البيئة والمحيط	21

قائمة المختصرات

الاختصار	المصطلح
ص	صفحة
ج	جزء
ط	طبعة
د د ن	دون دار نشر
د س ن	دون سنة نشر

مقدمة

تتطوي تكنولوجيا المعلومات والاتصالات خاصة مواقع التواصل الاجتماعي على إمكانات هائلة لإحراز تقدم سريع في تحقيق أهداف التنمية المستدامة للعالم، وتحسين حياة الناس بطرق أساسية، ذلك ألن مواقع التواصل الاجتماعي في العصر الحالي تؤدي أدوارا مهمة جدا ومؤثرة في حياة المجتمعات، والأفراد خاصة.

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي من أهم نتائج التطور التكنولوجي الذي عرفته البشرية، فهي كوهنا تمثل وسيلة اتصالية حديثة تخطت كل الحواجز وجعلت من الصوت والصورة المباشرة والفيديو المباشر المتاح في دقيقة بل أقل في كل لحظة، عرب مختلف الأفراد والمجتمعات لاسيما موقعي الفايسبوك الذي يعتبر من أكثر المواقع انتشارا وما تميزا به من خصائص كسهولة الاستعمال وتبادل الأفكار بين الأصدقاء في مختلف القضايا وهو ما جعل له دور وأهمية كبرى في المجتمع اعتباره وسيلة اتصال فعالة في تشكيل الرأي العام وربط التفاعل بين الأفراد والمؤسسات والشعوب ومعالجة القضايا المختلفة المتعلقة بالإنسان، فظهور ما يسمى بمواقع التواصل الاجتماعي نوعا جديدا من أنواع الصحافة اليت نشأت وتبلورت في شبكة الإنترنت وتكنولوجيا الوسائط المتعددة ، حيث لعبت دورا ابرزا في عملية جمع وتحرير الأخبار وتبادلها بين المستخدمين إذ انتشرت انتشارا واسعا وتنوعت في السنوات الأخيرة و حظيت باهتمام جل أفراد المجتمع بمختلف أعمارهم وأجناسه.

ويعد الاهتمام بالبيئة موضوعا مهما ينمى في العالم الافتراضي كمطلب حتمي لتحقيق توعية بيئية تعين بضرورة المحافظة على البيئة في جمالها الحيوي باعتبارها الحيز الوحيد الذي تصلح فيه الحياة فوق كوكب الأرض وحماية للأجيال الحالية والمستقبلية .

إن اكتساح مواقع التواصل الاجتماعي شتى المجالات والتأثير فيها هو خير دليل على أهميتها لا سيما جانب الوعي البيئي فمن خلال هذه المواقع مثل الفايسبوك وما يتيح من خدمات وفضاءات رحبة حيث فيه الاتصال الاجتماعي ويتفاعل فيه كل شرائح المجتمع ويتشارك بخصوص مجالات وقضايا عدة .

وهذا ما جعلنا نختار هذا الموضوع الهام الذي يتطرق لدور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي البيئي، وسنحاول في هذه الدراسة تسليط الضوء على دور مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة وبصفة خاصة وأساسية موقع الفايسبوك وتحديد الدور الذي يلعبه لبلورة وتنمية الوعي البيئي وتبيان أثره في توعية المجتمع للاهتمام بالبيئة.

وقد قسمت الدراسة بعد طرح للمقدمة العامة التي تحوي تقديم عام للموضوع إلى فصلين نظريين وآخرين يخصان الجانب التطبيقي مسبقين بفضل للمفاهيم المنهجية الذي يضم اشكالية الدراسة وأهميتها وأهدافها وغيرها من المعطيات.

أما الفصل الأول فقد خصص إلى الأدبيات النظرية التي تخص مواقع التواصل الاجتماعي، فيما خصص الفصل الثاني من الجانب النظري لطرح المفاهيم النظرية الخاصة بالوعي البيئي، ليليه الجانب الفصل الرابع والذي يضم مختلف الاجراءات المنهجية الخاصة بالجانب التطبيقي، ليليه الفصل الخامس الخاص بطرح النتائج وتحليلها.

لتختتم الدراسة بخاتمة عامة للموضوع تضم مختلف النتائج المتحصل عليها في كلا الجانبين، يليها قائمة لأهم المراجع التي تم الاستعانة بها في إعداد هذه الدراسة.

الاطار المفاهيمي للدراسة

الفصل الأول:

الاطار المنهجي للدراسة

الفصل الاول: الاطار المنهجي للدراسة

1. الإشكالية

2. فرضيات الدراسة

3. أهمية الدراسة

4. أهداف الدراسة

5. التعاريف الإجرائية لمفاهيم الدراسة

6. الدراسات السابقة

ويعتبر موقع الفيسبوك من أكثر المواقع انتشارا لما يتميز به من خصائص كسهولة استعماله وتبادل الأفكار بين الأصدقاء في مختلف القضايا وقد كانت للقضايا البيئية نصيب من ذلك.

ومن جانب آخر تعد البيئة والتنمية المستدامة من القضايا المحورية وباعتبار البيئة الحيز المكاني الذي نعيش فيه فإن المحافظة عليا من واجب الجميع. كما يكمن استغلال مميزات الفيسبوك في نشر التوعية البيئية وتحقيق التنمية المستدامة في أوساط مستخدميه وتقديم لهم معلومات حول القضايا البيئية وكيفية التعامل معها ومنه خلق مجتمع واعي بأهمية المحافظة على البيئة وتحقيق التنمية المستدامة.

الإشكالية

بناء على ما سبق ومحاولة منا معرفة دور وسائل التواصل الاجتماعي عامة والموقع الفيسبوك خاصة في التوعية البيئية ارتأينا أن يكون موضوع دراستنا يتمحور من خلال التساؤل الرئيسي التالي:

" ما هو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي البيئي؟"

ويندرج تحت هذا التساؤل التساؤلات الفرعية الآتية:

- ماهي مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما هو الوعي البيئي؟
- ما هو دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي لدى طلبة جامعة الشهيد حمة لخضر بالوادي؟

1. فرضيات الدراسة

- تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي.
- يساهم الفيسبوك في نشر الوعي البيئي.
- يساهم الفيسبوك في نشر الوعي البيئي لدى طلبة جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي.

2. أهمية الدراسة

تأتي أهمية هذه الدراسة في الوقت والعالم يشهد تسارعا وتطورا في وسائل التكنولوجيا الحديثة وكذا تطور لتقنيات التواصل وسبل إيصال المعلومة الحية المباشرة عبر مواقع وتطبيقات تستخدم من قبل فئة الشباب، وفي الوقت نفسه القضايا البيئية تطرح نفسها، فالأهمية تظهر من خلال معرفة مدى استفادة فئة الشباب من الجانب الإيجابي لهذه المواقع الاجتماعية (الفايسبوك) في تنمية الوعي البيئي، كذلك تظهر أهمية الدراسة في:

- استغلال الفايسبوك في شقه الايجابي باعتباره وسائل اتصال حديثة.
- استقطاب فئة الشباب توجيههم للمشاركة في المبادرات التي تعنى بالقضايا البيئية.
- تحسيس القائمين على صفحات ومواقع التواصل الاجتماعي ومرتابيها على الانخراط في كل المساعي التي تعنى بالقضايا البيئية وبضرورة عليها.

3. أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى:

- الوقوف على الدور الذي يمكن أن يلعبه موقع الفيسبوك في خلق ونشر التوعية البيئية.
- إلقاء الضوء على مختلف الأساليب ووسائل التوعية عبر موقع الفيسبوك.
- إبراز مدى مساهمة موقع الفيسبوك في الرفع من مستوى التوعية لدى مستخدميه خاصة تلك القضايا المتعلقة بالبيئة وحمايتها من اجل تحقيق وخلق وعي بالجانب البيئي والاهتمام به.

4. التعاريف الإجرائية لمفاهيم الدراسة

مواقع التواصل الاجتماعي: تعرف شبكات التواصل الاجتماعي على أنها مواقع الكترونية مبنية على أسس معينة. تمكن الناس من التعبير عن أنفسهم والتعرف على أشخاص آخرين

يشاركونهم الاهتمامات نفسها، ويمكن القول بأن شبكات التواصل الاجتماعي هي عبارة عن مجتمعات افتراضية تمكن مستخدميها من مشاركة الأفكار والاهتمامات¹.

تعريف الوعي البيئي: هي عملية تكوين القيم والاتجاهات والمهارات والمدرجات اللازمة لفهم وتقدير العلاقات المعقدة التي تربط الإنسان وحضارته بالبيئة ولاتخاذ القرارات المناسبة المتصلة بنوعية البيئة وحل المشكلات القائمة والعمل على منع ظهور مشكلات بيئية جديدة².

5. الدراسات السابقة

- دراسة: قويدر جلول صبرينة، مبدوع، وفاء. دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي المستدام لدى الطلبة الجامعيين موقع الفايسبوك نموذج: دراسة ميدانية لعينة من طلبة الإعلام والاتصال بجامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة. مذكرة ماجستير: علوم الاعلام والاتصال. جامعة خميس مليانة، 2017/2016. تهدف الدراسة والمسماة إلى إلقاء الضوء على مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في نشر الوعي البيئي المستدام لدى الطلبة الجامعيين، وبالأخص طلبة جامعة الجيلالي بونعامة، قسم علوم الإعلام والاتصال، حيث وقفنا على الاستخدامات والاشباكات لمواقع التواصل الاجتماعي وتم اختيار موقع الفيسبوك نموذجا وهو أحد أهم الوسائل التكنولوجية الحديثة بغية الكشف عن مدى ارتباط الطلبة الجامعيين بموقع الفيسبوك، من أجل تبادل المعلومات والأفكار والنقاشات البيئية التي تساعد على اكتساب الوعي البيئي المستدام. تتدرج هذه الدراسة الحالية ضمن الدراسات الوصفية حيث اعتمدت فيها الباحثتين على منهج المسح بالعينة كما تطرقا إلى أداتين لجمع المعلومات تمثلت في الملاحظة والاستمارة تضمنت 26 سؤال قسمت إلى 5 محاور بغية الإجابة على الإشكالية وتساؤلاتها. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة يعتبر موقع الفيسبوك من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما لدى مستخدميها، إن موقع الفيسبوك

¹ فريدة ايت عيسى، اتصال الأزيمات وشبكات التواصل الاجتماعي، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 28، ص18.

² أمنة تونسي، إبراهيم بورنان، دور الثقافة البيئية في تدعيم تطبيق المحاسبة البيئية في ظل التنمية المستدامة، مجلة دراسات وأبحاث، العدد 17، ص18.

يساهم بنسبة مرتفعة في نشر الوعي البيئي المستدام من خلال الدور الذي يلعبه الفيسبوك، حيث بات هذا الأخير وسيلة مهمة الاطلاع على الأخبار والمعلومات في شتى المجالات، وباعتباره واحدا من تطبيقات الإعلام الجديد بصفة خاصة.

- دراسة بلخضر مريم، بورنان سلمى، دور الفيسبوك في نشر الوعي البيئي :دراسة لعينة من طلبة العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة قاصدي مرباح -ورقلة. -مذكرة ماستر: علوم واتصال: جامعة ورقلة 2014/2015، تهدف هذه الدراسة إلى إلقاء الضوء على الإعلام الجديد ودوره في نشر الوعي البيئي والثقافة البيئية كوعي وكممارسة فعلية وعمدنا إلى معرفة هذه الممارسات لدى الطلبة الجامعيين وبالأخص طلبة جامعة قاصدي مرباح قسم علوم الإعلام والاتصال تخصص تكنولوجيات الاتصال الحديثة والوقوف على استخدامات الإعلام الجديد كما تم اختيار موقع الفيسبوك وهو أحد أهم الوسائل التكنولوجية الجديدة للإعلام والاتصال وتعرفنا على عادات وأنماط استخدام موقع الفيسبوك ودوره في نشر الوعي البيئي ودوره الفعال والفاعل في نشر وترسيخ ثقافة الحفاظ على البيئة وبشكل يومي وتلقائي، تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية حيث اعتمدت فيها الباحثتين على منهج المسح بالعينة كما تم استخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات ومن أهم النتائج التي خرجت بها هذه الدراسة هي يساهمون الطلبة في نشر المعلومات والأخبار بشكل عام في موقع الفيسبوك وتفاعلهم مع المواضيع البيئية التي ينشرها موقع الفيسبوك، يفضل الطلبة استخدام الفيسبوك لخصوصية هذا الموقع، يلعب موقع الفيسبوك دور فعال في معالجة القضايا البيئية ونشر الثقافة البيئية إلى جانب أنه يؤدي دور ترفيهي وتوعوي.

التعقيب عن الدراسات السابقة:

بالمقارنة بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة نجد أن هناك اختلاف من حيث الاطار الزمني والمكاني للدراسات حيث أن الدراسات السابقة تمت في وقت مضى وفي جامعات مختلفة، كذلك يكمن الاختلاف في عينة الدراسة حيث استخدمت كل من الدراسات السابقة عينة متكونة من طلبة الجامعة التي تمت بها هذه الدراسة، وبذلك يكون هناك اختلاف في

النتائج المتوصل لها، أما الجوانب التي تشابهت بها الدراسات السابقة بالدراسة الحالية فهي تهتم بدور مواقع التواصل الاجتماعي عامة وموقع الفيسبوك خاصة في نشر التوعية البيئية اشتركت جميع الدراسات السابقة مع موضوع الدراسة في جعل هدفها قياس مدى الوعي البيئي ووصف وتحليل القضايا البيئية، كما أنها اشتركت من حيث المنهج والأداة المستعملة في جمع البيانات المتمثلة في الاستبيان.

الفصل الثاني:

الأدبيات النظرية لمواقع التواصل الاجتماعي

الفصل الثاني: الأدبيات النظرية للدراسة

تمهيد

1. تعريف مواقع التواصل الاجتماعي
 2. نشأة مواقع التواصل الاجتماعي
 3. خصائص مواقع التواصل الاجتماعي وضوابط استخدامها
 4. أشهر مواقع التواصل الاجتماعي
 5. إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي
- خلاصة الفصل

تمهيد:

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي في الآونة الأخيرة جزء هاماً من يومياتنا غير أنها اقتحمت شتى مجالات حياتنا فمن منا ليس له حساب على هذه المواقع، وأصبحت هذه المواقع تلعب دوراً هاماً في التعريف بالقضايا البيئية، وزيادة الوعي بين الأفراد لإثارة المشكلات التي حالت دون تحقيق بيئة متوازنة وبالتالي تنمية الوعي البيئي.

1. تعريف مواقع التواصل الاجتماعي:

أ. تعريف التواصل الاجتماعي:

هو المجتمع الافتراضي الموجود على شبكة الإنترنت والذي يتيح التواصل بين الأفراد في بيئة افتراضية يجمعهم فيها الاهتمام أو الانتماء المشترك لفكرة أو رأى أو مكان أو هواية أو فئة معينة في نظام عالمي لنقل المعلومات إلكترونياً بسرعة ودقة متناهية.¹

ب. تعريف مواقع التواصل الاجتماعي:

تعددت تعريفات مواقع التواصل الاجتماعي ونذكر منها ما يلي:

يعرف (زاهر راضي) مواقع التواصل الاجتماعي بأنها: "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهما الاهتمامات والهوايات نفسها.

أما (بريس و مالوني كريشمار) يعرفان مواقع التواصل الاجتماعي على أنها : مكان يلتقي فيه الناس لأهداف محددة وهي موجهة من طرف سياسات تتضمن عدد من القواعد والمعايير التي تقترحها المواقع وتعرف على أنها مواقع الانترنت التي يمكن للمستخدمين المشاركة والمساهمة في إنشاء أو إضافة صفحاتها بيسر وبسهولة.

في حين يعرفها (زيد) على أنها تجمعات اجتماعية تظهر عبر شبكة الانترنت عندما يدخل عدد كاف من الناس في مناقشات عبر فترة كافية من الزمن، يجمع بينهم شعور إنساني كاف، بحيث يشكلون مواقع للعلاقات الشخصية عبر الفضاء الإلكتروني.²

كما عرفها البعض بأنها شبكة تضم مجموعة من الأفراد لهم نفس الاهتمامات والميول والرغبة في تكوين بعض الصداقات من خلال استخدام الشبكة العنكبوتية.

¹ توفيق ميمي محمد عبد المنعم: شبكات التواصل الاجتماعي... (النشأة والتأثير)، مجلة كلية التربية، العدد (24)، الجزء (02)، جامعة عين الشمس، 2018، ص 11.

² عمر معاذ الجيلي: مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الرأي العام النوعي، رسالة ماجستير، جامعة إفريقيا العالمية، 2018.2019، ص 36.35 .

وتعرف أيضا بأنها مقهى اجتماعي يجتمع فيه بعض الأفراد للقيام بتبادل المعلومات فيما بينهم مع وجود فارق بين المقهى الحقيقي ومقهى التكنولوجيا وهو أنك تستطيع حمل هذا المقهى التكنولوجي أينما كنت.¹

2. نشأة مواقع التواصل الاجتماعي:

تُعد شبكات التواصل الاجتماعي من أكثر المواقع التي يستخدمها الإنسان في الآونة الأخيرة لما لها من مميزات وانتشار وتفاعل، ويعتبر موقع Geocities هو أول شبكة اجتماعية ظهرت في الولايات المتحدة الأمريكية على الإنترنت عام 1994، تلاه بعام واحد موقع "Theglobe.com" ثم موقع "Classmates.com" عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة، وموقع "SixDehrees.com" عام 1997، الذي ركز على الروابط المباشرة بين الأشخاص، وظهرت في هذا الموقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء.

وخلال الفترة ما بين 2002، و 2004، بلغت شعبية شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية عبر العالم ذروتها من خلال ظهور ثلاثة مواقع كان أولها، م 2003 الذي ظهر عام Facebook، ثم موقع Friendster، تلاه موقع MySpace والذي أصبح بسرعة من أهم هذه المواقع الاجتماعية وأكثرها شعبية.²

في هذه الفترة راجت صناعة مواقع الانترنت التي تقوم على تزويد مستخدميها بما يبحثون عليه من محتويات عبر شبكة بث مكونة من مواقع انترنت وعدد كبير من الملايين، من متصفحات الانترنت حول العالم تستقبل هذا البث، وبعد ذلك بالتدرج استطاع مطورو الانترنت أن يستخدموا متصفحات الانترنت لإرسال واستقبال البيانات في نفس الوقت بدلا من دوره الأصلي كمستقبل للبيانات، بداية بتطبيقات البريد الالكتروني الدردشة ومنتديات الحوار وانتهاء بالتطبيقات الالكترونية الأكثر حداثة وثورية مثل موسوعة ويكيبيديا، وقد كانت

¹ البيومي رضا إبراهيم عبد الله: مواجهة نشر الشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي في الفقه الإسلامي والقانون الوضعي، المؤتمر العلمي السادس لكلية الحقوق، جامعة طنطا، 2019، ص 11.

² توفيق ميمي محمد عبد المنعم: مرجع سابق، ص ص 21.22.

هذه القفزة في تغيير طريقة التعامل مع متصفحات الانترنت هي البداية الحقيقية لما يعرف بتطبيقات الويب.

وكذلك ظهر موقع youtube.com في 2015 وبعد ذلك انتشرت فكرة مواقع التواصل الاجتماعي للمدونات الصغيرة بظهور موقع Twitter وقد ظهر في عام 2016 م وقد بدأ بالانتشار كخدمة جديدة للتواصل الاجتماعي على الساحة العالمية.¹

3. خصائص مواقع التواصل الاجتماعي وضوابط استخدامها:

أ. خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

تتسم شبكات التواصل الاجتماعي بمجموعة من الخصائص يمكن ذكر أهمها فيما يأتي:

-**السهولة في الاستخدام:** حيث تتميز شبكات التواصل الاجتماعي ببساطة الاستعمال من خلال استخدام أزرار واضحة، رسومات، أشكالاً توضيحية كما توفر صوراً وشعارات تثير انتباه المستخدم.

-**التفاعل والمشاركة:** مكان كل مستخدم تبادل الآراء والأفكار والمعلومات وإرسال واستقبال رسائل وكتابة تعليقات حول موضوع ما.

-**توفير البيانات:** تتيح غالبية شبكات التواصل الاجتماعي لأعضائها فرصة توفير البيانات الخاصة بالمستخدم ومشاركتها مع عامة الناس والأصدقاء، لإضافة إلى إمكانية إعداد ألبوم للصور الخاصة بهم واستعراضه للأشخاص المضافين في قائمة الأصدقاء.

-**توفير طرائق جديدة لتجسيد مجتمع المعلومات:** وفرت شبكات التواصل الاجتماعي سبلاً جديدة لاتصال الأشخاص فيما بينهم، كخاصية الوسم "Hash Tag" والتطبيقات المدمجة

¹ عبد الله حازم حسن أحمد: وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في تنمية الوعي بين طلاب الجامعات، رسالة ماجستير، جامعة النيلين، 2018، ص ص 71.70.

في مواقع الشبكات، إذ يعتبر هذا الأسلوب أساس العمل الجماعي على شبكات التواصل الاجتماعي¹.

-**الانفتاح:** إن معظم خدمات الشبكات الاجتماعية منفتحة من خلال رجع الصدى والمشاركة، حيث أن الشبكات الاجتماعية تشجع عمليات التعليق، وتقاسم المعلومات بين الأفراد.

-**التجميع:** تسمح الشبكات الاجتماعية للعديد من الأفراد أن يكونوا مجتمعات إلكترونية بسرعة فائقة وأن يتواصلوا بكل حرية كما تتيح أيضا الشبكات الاجتماعية إنشاء مجموعة بمسمى معين وأهداف محددة.

-**التحاور:** إذا كانت الوسائط التقليدية قائمة على بث مضامين إلى جمهور ما، فإن هذه الشبكات تعتبر اتصالا ذو اتجاهين، يعطي من فكرة الجماعة في إنتاج وتقاسم المضامين، ويرى أن التحاور هو أفضل السبل للوصول إلى الحقيقة.

الترابط : تتميز شبكات التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة بعضها مع بعض، وذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع والتي تربط بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي مما يسهل ويسرع عملية انتقال المعلومات كما أن شبكات التواصل الاجتماعي تسعى إلى تحقيق الترابط الاتصالي والاجتماعي باستعمال الروابط أو بعض المواقع أو المصادر الشخصية.

الاهتمام: شبكات التواصل الاجتماعي تبنى من خلال مصلحة مشتركة مثل الألعاب، والموسيقى، وسوق المال، والسياسة، والصحة، والشؤون الخارجية وغيرها.

التحكم في المحتوى المعروض: شبكات التواصل الاجتماعي جعلت مستخدميها هم من يتحكمون في المحتوى الذي يعرض عليهم، ويشكلوه كيفما أرادوا، ويحددون ملامح ما سيقروؤون ويشاهدون ويناقشون.¹

¹ معايش أميرة: دور شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة كفاءة الاتصال التسويقي، مجلة دراسات اقتصادية، العدد(04)، المجلد(02)، 2017، ص ص 543.542.

ب. ضوابط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يتطلب وجود ضوابط أخلاقية لتوظيفها بأن تكون إحدى الوسائل المحققة للسير في الحياة ورفاهيتها وسعادتها للإنسان فردا كان أو جماعة، وسنعرض أهم الضوابط التي نراها محققة لهذا الهدف على النحو التالي:

- التحلي بالفضيلة ونشر القيم الدينية وتنمية هذه القيم في أفراد المجتمع ليبقى متماسكا وقويا وقادرا على مواجهة الأخطار والقيم الوافدة.
- الالتزام بالتعاليم الشرعية والقيم الاجتماعية والأخلاقية والثقافية والقواعد والقوانين عند استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.
- البعد عن التحريض وإثارة الفتن.
- ممارسة حرية الرأي والتعبير عبر شبكات التواصل الاجتماعي بشكل موضوعي ودون مخالفة القواعد القانونية المنظمة لهذه الحرية.²

4. أشهر مواقع التواصل الاجتماعي:

أ. الفيسبوك:

هو موقع الكتروني للتواصل الاجتماعي، أسس هذا الموقع "مارك زاكربيرج" عام 2004 وهو احد طلبة هارفارد وذلك بغرض التواصل بين الطلبة في هذه الجامعة، ومن ثم انتشر استخدامه بين طلبة الجامعات الأخرى في أمريكا وبريطانيا وكندا ، وليتطور الموقع وخصائصه من مجرد موقع لإبراز الذات والصور الشخصية إلى موقع متخصص بالتواصل ترعاه شركة فيسبوك التي أصبحت تقدر بالمليارات عام 2007 نتيجة لاستدراك 21 مليون مشترك في هذا الموقع ذلك العام ليتحدى أي موقع للتواصل الاجتماعي و يصبح الأول على صعيد العالم، و بلغ عددهم حسب إحصائيات 2011 -800 مليون مشترك.

¹ بوعمر سهيلة، جابر نصر الدين، العادل محمد: شبكات التواصل الاجتماعي: أدوات تواصل متنوعة وتأثيرات نفسية واجتماعية متعددة، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2021، ص 184.

² البيومي رضا ابراهيم عبد الله: مرجع سابق، ص ص 18-19.

وقد تحول الموقع من مجرد مكان لعرض الصور الشخصية و التواصل مع الأصدقاء والعائلة إلى قناة تواصل بين المجتمعات الالكترونية و منبر لعرض الأفكار السياسية وتكوين تجمعات سياسية الكترونية عجزت عنها أعتى الأحزاب الفعلية على الأرض، وكذلك لتصبح قناة تواصل تسويقية أساسية تعتمد عليها الآلاف من الشركات الكبيرة والصغيرة للتواصل مع جمهورها، وكذلك الصحف التي اعتمدت على المجتمعات الالكترونية لنقل أخبارها والترويج لكتابها وغيرها من وسائل الإعلام، ليتعدى موقع الفيسبوك وظيفته الاجتماعية إلى موقع تواصل متعدد الأغراض، ويتوقع أن يصل عدد مشتركيه في 2013 إلى قرابة نصف مليار مشترك، وليصبح مستقبلا اكبر تجمع الكتروني بشري على وجه الأرض.¹

ب. تويتر:

أنشأ هذا الموقع الأمريكي "جاك دروسي" وأطلقه في مارس 2006. حيث كانت بدايات ميلاد هذه الخدمة المصغرة (تويتر) أوائل عام 2006 عندما أقدمت شركة "Obvious" الأمريكية على إجراء بحث تطويري لخدمة التدوين المصغر في مدينة سان فرانسيسكو وبعد ذلك أطلقتها الشركة رسمياً للمستخدمين بشكل عام في أكتوبر 2006 ليبدأ الموقع في الانتشار كخدمة جديدة على الساحة عام 2007 من حيث تقديم التدوينات المصغرة، وفي أبريل 2007 قامت شركة "Obvious" بفصل الخدمة عن الشركة وتكوين شركة جديدة باسم Twitter ومع ازدياد أعداد من يستخدمه لتدوين أحداثهم اليومية، فقد قرر محرك google للبحث أن يظهر ضمن قائمة نتائجه تدوينات تويتر كمصدر للبحث اعتباراً من 2009 وأخذ تويتر اسمه من مصطلح (تويت) الذي يعني التغريد، واتخذ من العصفورة رمزاً له وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى 140 حرفاً للرسالة الواحدة، ويجوز للمرء أن يسميها نصاً موجزاً مكثفاً لتفاصيل كثيرة.²

¹ معايش أميرة: مرجع سابق، ص ص 77-78.

² بوعمر سهيلة، جابر نصر الدين، العادل محمد: مرجع سابق، ص 185.

ت. انستغرام:

يُعتبر الانستغرام شبكة اجتماعية تتيح للأفراد تبادل الصور والفيديوهات القصيرة، وقد ظهر في 10 يونيو 2010، على يد مؤسسيه "كيفن سيستروم" و"مايك كرايغر"، خريجا جامعة ستانفورد الأمريكية، وفي البداية كان الانستغرام لا يعمل إلا على هواتف أيفون فقط، وبدأ 80 شخص استخدامه، وبعد 10 أيام على إطلاقه بلغ عدد مستخدميه 10 آلاف مستخدم، وفي ديسمبر 2010، أعلن مؤسس الانستغرام عن ربطه بالدعم الكامل على شبكة "Foursquare" حيث وصل عدد مستخدميه إلى مليون مستخدم، وكان الهدف من ذلك تمكين المستخدمين من وضع صور وتم ذات جودة عالية ومشاركتها على مختلف شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى، إتاحتها للمستخدمين من خلال 25 لغة مختلفة حول العالم، وفي فبراير عام 2011م، بلغ عدد مستخدمي الانستغرام مليون وسبعمئة ألف مستخدم يتشاركون أكثر من 300 ألف صورة يومياً، وحصلت الشركة على تمويل قدره 7 مليون دولار أمريكي من مجموعة مستثمرين من ضمنهم "جاك دورسي" مؤسس تويتر، وفي يوليو عام 2011، وصل عدد المستخدمين 6 مليون مستخدم يتشاركون أكثر من مائة مليون صورة يومياً، وبلغت قيمة الشركة 500 مليون دولار في إبريل عام 2012م، وقامت شركة فيس بوك بالاستحواذ عليها في صفقة بلغت قيمتها مليار دولار نقداً.¹

ث. يوتيوب:

اختلفت الآراء حول موقع "يوتيوب" وما إذا كان هذا الموقع شبكة اجتماعية أو لا، حيث تميل بعض الآراء إلى اعتباره موقع مشاركة الفيديو غير أنه تم تصنيفه كنوع من مواقع التواصل الاجتماعي نظرا لاشتراكه معها في عدة من الخصائص جعلنا نتحدث عنه كأهم هذه المواقع نظرا للأهمية الكبيرة التي يقوم بها في مجال نشر الفيديوهات واستقبال التعليقات عليها ونشرها بشكل واسع.

¹ توفيق ميمي محمد عبد المنعم: مرجع سابق، ص ص 25، 26.

أي أن اليوتيوب موقع الكتروني يسمح ويدعم نشاط تحميل و تنزيل ومشاركة الأفلام بشكل عام ومجاني، وهو يسمح بالتدرج في تحميل وعرض الأفلام القصيرة من أفلام عامة يستطيع الجميع مشاهدتها إلى أفلام خاصة يسمح فقط لمجموعة معينة بمشاهدتها.¹

5. ايجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:

أ. ايجابيات مواقع التواصل الاجتماعي:

- إلغاء الحواجز بين البشر كافة ، وهدم الفوارق العرقية والدينية لجعل الجميع في بوتقة واحدة تدعى الإنسانية برغم كسر بعض الشبكات لهذه النقطة.
- سرعة التواصل بين البشر وإلغاء الفوارق الزمنية في نقل الخبر ، فقد أصبحت هذه الشبكات الاجتماعية تطبيقاً مجانياً على أي هاتف نقال بما يعني أن الخبر يصل المستخدم في أي وقت على مدار الساعة.
- لاستخدام المهني له عن طريق توافر الشركات في هذه المواقع الشبكية ، واستخدامها في البحث عن الوظائف ، مما يعزز التواصل مع الكثير من راغبي العمل واختيار الأفضل بينهم ، وبهذا الوضع تستطيع الشركات التوصل للغالبية العظمى من الباحثين عن العمل.
- إيصال مفاهيم الحرية بشتى أفكارها بشكل موضوعي لدى الشباب ، وتوضيح فكرة حرية الرأي والتعبير ، كما لا بد من توعية الشباب بأن نشر المحتويات غير اللائقة لا يعد بأي شكل من الأشكال نوعاً من أنواع الحرية الرأي.²

ب. سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:

- انعدام الخصوصية وضعف الأمان حيث بإمكان مواقع التواصل الاجتماعي بيع معلومات وبيانات المستخدمين لأي جهة، ما يهدد الملكية الفكرية. وبالتالي فإنه يسهل على قراصنة الإنترنت اختراق هذه المواقع وسرقتها.

¹ عمر معاذ الجيلي: مرجع سابق، ص ص 40.39.

² عمر معاذ الجيلي: مرجع سابق، ص ص 48.47.

- انعدام الهوية الحقيقية للمستخدمين ومن الصعب التعرف على سلوكيات المستخدمين وصفاتهم الشخصية بصورة كاملة وحقيقية من خلال عملية التفاعل والواصل الإلكتروني.
- تزيف المحتوى وضعف مصداقية المعلومات المتداولة أو تقييمها لتعدد مصادرها.¹

¹ ابزاخ ماريانه فردون زول: دور وسائل التواصل الاجتماعي في زيادة عدد مشاهدي البرامج الرياضية من وجهة نظر الاعلاميين الرياضيين في الاردن، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، 2017، ص 20.

خلاصة الفصل:

تم التطرق في هذا الفصل إلى موضوع مواقع التواصل الاجتماعي بشتى أنواعها وإيجابياتها وسلبياتها، وتعد هذه الأخيرة أحد مظاهر التكنولوجيا الحديثة وأهم ما تم إنجازه من قبل العنصر البشري؛ نظرا لما لها من أهمية في نشر القيام وتبادل الأفكار بين الأصدقاء في مختلف القضايا وقد كانت للقضايا البيئية نصيب من ذلك.

الفصل الثالث:

الأدبيات النظرية للوعي البيئي

الفصل الثالث: الأدبيات النظرية للوعي البيئي

تمهيد

1. تعريف الوعي البيئي
2. خصائص الوعي البيئي
3. الغاية من الوعي البيئي وكيفية تحقيقه
4. مجالات الوعي البيئي
5. دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي البيئي

خلاصة الفصل

تمهيد:

إن البيئة هي ذلك الحيز المكاني الذي نعيش فيه ولدى وجب على علينا المحافظة عليها وحمايتها من مختلف المشكلات التي قد تتعرض لها البيئة وذلك عن طريق تنمية ونشر التوعية البيئية لدى الأفراد والمجتمعات.

نقوم من خلال هذا الفصل بالتعرف على الوعي البيئي لدى الأفراد ومختلف الاجراءات التي يمكن أن تؤدي إلى تطور الوعي لدى الطلبة الجامعيين.

.

1. تعريف الوعي البيئي:

أ. تعريف الوعي:

لغة: وعى، يعي، وعيا الشيء أي جمعه وحواه ووعى الحديث أي قبله وتدبره وحفظه.

وجاء في لسان العرب وعي بمعنى حفظ قلب الشيء ، ووعى الشيء ، والحديث يعيه وعيا و أوعاه :حفظه وفهمه وقبله ، فهو واع.

اصطلاحا: المعرفة التي يمتلكها كل واحد حول وجوده، حول أفعاله والعالم الخارجي.¹

ب. تعريف الوعي البيئي:

تعددت تعريفات الوعي البيئي ونذكر منها ما يلي:

يعرف (William itelson) الوعي البيئي على أنه إدراك الفرد لدوره في مواجهة الأخطار البيئية.

أما (سلامة) يعرف الوعي البيئي على أنه: "عملية تكوين القيم والاتجاهات والمهارات والمدرجات اللازمة لفهم وتقدير العلاقات المعقدة التي تربط الإنسان وحضارته بمحيطه الحيوي الفيزيقي، وتوضيح حتمية المحافظة على مصادر البيئة.²

ويعرفه (عبد المسيح سمعان) بأنه الإدراك القائم على الشعور بالعلاقات والمشكلات البيئية من حيث أسبابها و آثارها ووسائل حلها.

¹ كحل فتحة: الاعلام الجديد ونشر الوعي البيئي، رسالة ماجستير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2011-2012، ص 85.

² بن عربية لحبيب، بلعابد عبد القادر: إشكالية الوعي البيئي لدى تلاميذ مرحلة التعليم الثانوي، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد(35)، 2018، ص 325.

في حين عرفته (منى جاد) على أن الوعي البيئي هو الإدراك القائم على المعرفة بالعلاقات والمشكلات البيئية من حيث أسبابها و أثارها و وسائلها.¹

كما يعرف الوعي البيئي على أنه ذلك المفهوم الذي يهتم بتزويد الأفراد بالمعارف البيئية الأساسية والمهارات و الأحاسيس والاتجاهات البيئية المرغوبة ، بحيث تمكنهم من الاندماج الفعال مع بيئتهم التي يعيشون فيها ، في إطار تحملهم المسؤولية البيئية المنشودة التي تضمن الحفاظ على البيئة من أجل الحياة الحاضرة والمستقبلية.²

2. وخصائص الوعي البيئي:

يرتكز الوعي البيئي على ضرورة تحديد مسؤولية الأفراد تجاه المنظومة البيئية من خلال التزود بالمعلومات والمعارف اللازمة وتطوير المهارات وصقلها لمواجهة المشكلات البيئية، ويتسم الوعي البيئي بخصائص معينة يمكن تلخيصها في النقاط الآتية:

- إن تكوين الوعي البيئي وتنميته لا يتطلب بالضرورة تربية بيئية نظامية لأن البيئة المحيطة بالفرد لها أثرها الفعال في ذلك.
- الوعي البيئي يتضمن تلازم جانبين: الجانب المعرفي والجانب الوجداني، فبالرغم من أن الوعي البيئي يتصل بالجانب الوجداني، إلا أنه مشبع بالنواحي المعرفية المختلفة.
- 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 إزائها سلوكيات إيجابية.
- الوعي البيئي هو الخطوة الأولى في تكوين الاتجاهات البيئية التي تتحكم في سلوك الفرد.

¹ بغدادي سوزان يوسف محمد: التحديات المعاصرة الداعية للنهوض بالوعي البيئي، مجلة كلية التربية، العدد(14)، جامعة بورسعيد، 2013، ص 908.

² كichel فتحة: مرجع سابق، ص 86.

- الوعي البيئي وظيفة تنبؤية لما يمكن أن يصدر عن سلوك الفرد تجاه البيئة مستقبلاً.¹

3. الغاية من الوعي البيئي وكيفية تحقيقه:

أ. الغاية من الوعي البيئي:

وتتمثل فيما يلي:

- إكساب الأفراد المعرفة والمهارة والقيم والاتجاهات والشعور نحو تحسين البيئة والمحافظة عليها بتكوين وعي بيئي لديه من أجل جعله ايجابيا في تفاعله معها.
- ترسيخ السلوكيات الايجابية لدى الأفراد من أجل التعامل مع مكونات وعناصر البيئة بالشكل الصحيح.
- تفعيل دور المجتمع من أجل تحسين مستوى المعيشة عن طريق تقليل الاستهلاك المؤدي إلى المشكلات البيئية.
- اكتشاف المشكلات البيئية وإيجاد حلول مناسبة لها بمساعدة أفراد المجتمع.²

ب. كيفية تحقيق الوعي البيئي:

- كيفية تحقيق الوعي ليست بالأمر السهل ولكنها في الوقت نفسه ليست أمراً مستحيلاً حيث يمكن تحقيق الوعي البيئي عند الإنسان متى تمت مراعاة ما يلي:
- التركيز على تنمية الجانب الإيماني عند الإنسان إذ أن هذا الجانب يؤكد على ضرورة تعامل الإنسان مع البيئة من منطلق إيماني خالص يربى الإنسان على أهمية احترام هذه البيئة وحسن التعامل مع مكوناتهم والحرص على عدم تدمير مواردها.
 - غرس الشعور بالانتماء الصادق للبيئة في النفوس والحث على إدراك عمق العلاقة الإيجابية بين الإنسان والبيئة بما فيها من الكائنات ومكونات وهذا بدوره كفيل بتوفير

¹ كichel فتيحة: مرجع سابق، ص ص 96.97.

² بوجاجة ندى: وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التوعية البيئية وتحقيق التنمية المستدامة، المجلة العربية للارشيف والتوثيق والمعلومات، العدد(46)، 2019، ص 400.

الدافع الفردي والجماعي لتعرف على ما من شأنه الحفاظ على البيئة وعدم تعريضها لأي خطر يمكن أن يهددها أو يلحق الضرر بمحتوياتهم.

- العمل الجاد والمخلص من مختلف الجهات المعنية في المجتمع على القضاء على معوقات الوعي البيئي ومعالجة ما قد يعترضه من مشكلات سواء كانت فردية أو اجتماعية.

- العمل على تضمين المناهج التعليمية في مختلف المراحل الدراسية فكرة لو مختصرة عن البيئة ومشكلاتها وكيفية التعامل الإيجابي معها وذلك كفيل بتحقيق وتنمية الوعي البيئي تدريجياً.

- العناية بتوفير المعلومات والحقائق البيئية الصحيحة، والعمل على نشرها وإيصالها بمختلف الطرائق والوسائل التربوية والتعليمية والإعلامية والإرشادية لجميع أفراد وفئات المجتمع حتى تكون في متناول الجميع بشكل مبسط وصورة سهلة وميسرة.

- إخضاع جميع العلوم والمعارف ذات العلاقة بالنظام البيئي لتعاليم وتوجيهات الدين الإسلامي الحنيف وتربيته الإسلامية الصحيحة، حتى يكون استخدامها إيجابياً ونافعاً ومتفقاً مع الصالح العام.¹

4. مجالات الوعي البيئي:

يمكن للوعي البيئي أن يكون عاملاً أساسياً في عدة مجالات كما أشار إليها:

- مجال تعليم الأفراد سواء للأفراد المتعلمين وغير المتعلمين للتعرف إلى مشكلات البيئة، وتنمية إدراكهم ومساعدة الأفراد بالإحساس بالمسؤولية تجاه بيئتهم والمحافظة عليها.

- مجال الفئات الاجتماعية المهنية بحكم عملهم من خلال الدورات التدريبية التثقيفية لتنمية روح المشاركة في الأنشطة البيئية للتقليل من الآثار البيئية السلبية.

¹ بوجاجة ندى: مرجع سابق، ص 399.

- مجال التعليم المدرسي عن طريق التربية البيئية وإدراج المواضيع البيئية في المناهج المدرسية والأنشطة المدرسية التي تنمي الشعور بالمسؤولية الاجتماعية نحو البيئة وحمايتها لكافة المراحل الدراسية.
- مجال التعليم غير النظامي من خلال عمل الدورات، الندوات والمحاضرات عن الوعي البيئي ومشكلاته وطرق المحافظة عليه، لكافة القطاعات خارج المؤسسات التعليمية مثل النوادي، المتاحف، الجمعيات، المساجد وكافة منظمات المجتمع المدني.¹

5. دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي البيئي:

أ. دور وخصائص موقع الفيسبوك في نشر الوعي البيئي:

يستطيع موقع الفيسبوك أن يقوم بأدوار أساسية في حملات التوعية البيئية خاصة إذا ما تم توظيفه ضمن منظومة الوسائل الإعلامية للحملات التوعوية وذلك للخصائص الكبيرة التالية التي يمتلكها:

- انتشاره الواسع للفيسبوك شعبية كبيرة وانتشار متزايد ليس فقط عالميا وأيضاً محليا حيث توضح الدراسات الحديثة التي تمت في المملكة انتشاره بين الشباب والفتيات على حد سواء وإن انتشاره في تزايد مستمر.
- خصائصه المتعددة يستخدم الفيسبوك اليوم من قبل مستخدميه في أغراض شتى بناء على نوعية وطبيعة وديموغرافية مستخدميه فهو يستخدم كأداة اتصالية بين الأصدقاء والمعارف وأداة للتعرف على الأخبار الاجتماعية والاقتصادية والسياسية بيئية ومتابعتها ومناقشتها كأداة إعلانية توعوية.
- تطبيقاته المختلفة: يتميز الفيسبوك بأنه أكثر الوسائل الاجتماعية قدرة على العمل ضمن تطبيقات عدة مثل اليوتيوب ، التويتر الدردشة خدمات الهواتف النقالة بل يتيح

¹ اسحاق دانا عز الدين سليم: دور كتب العلوم في مرحلة التعليم الاساسي في نشر الوعي البيئي لدى الطلبة من وجهة نظر المعلمين في لواء وادي سير، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، 2021، ص ص 19.18.

صاحبه خلق التطبيق الذي يرغب به وهذا ما يساعد القائمين على حملات التوعية في ربط الفيسبوك بمواقعهم على الانترنت وربطه بالوسائل الاتصال المختلفة.

- استخدامه في التنظيم والاجتماعات يمكن الاستفادة منه في تنظيم التجمعات التي تحتاجها الحملة والمقابلات التي ترغب في القيام بها بل انه من أفضل الوسائل في الوصول إلى الجماهير المستهدفة بدقة.

- كما يتيح موقع الفيسبوك الشباب فرصة تحميل الصور والمشاركة في مجموعات النقاش حول مختلف القضايا البيئية كما يستخدم الأغلبية الساحقة من الشباب موقع الفيسبوك في وقت كبير طوال اليوم للتواصل مع أصدقائهم.¹

ب. الإعلام البيئي عبر الفيسبوك والتحديات البيئية في الجزائر:

تمثل الجزائر أحد البلدان والدول المعنية بشكل كبير بالقضايا البيئية، فهي معنية بظاهرة التصحر ومهددة هي الأخرى بندرة مياه شديدة قريبا، ومضطرة بالتالي إلى العمل سريعا على وضع خطط وإستراتيجيات على المدى القريب والمتوسط والبعيد، ومن المعلوم أن الدولة الجزائرية تبنت إستراتيجيات عديدة لمواجهة الأزمات البيئية على غرار تحلية مياه البحر، وتشبيد السدود لزيادة القدرة التخزينية للمياه وإنشاء محطات تصفية لاستغلالها في سقي الأراضي الزراعية، وتجدر الإشارة إلى أن الماء يمثل أحد التحديات البيئية وليس كلها، فمساحات الأراضي الصالحة للزراعة والتلوث بالنفايات وغيرها كلها تحديات تطرح نفسها خصوصا بالجزائر، وهنا يتضح جليا أن الإعلام البيئي لابد أن يلعب دوره في هذه الظروف المهمة ، ويكون بمثابة الورقة الداعمة في إلغاء تنمية مستدامة تقوم على استغلال أمثل للثروات والموارد البيئية الجزائرية، وذلك من خلال خلق وعي بيئي لدى الأفراد، ومناقشة وتحليل الخطط والإستراتيجيات المتبناة بغرض تقويمها وتعديلها أو حتى تغييرها إذا تطلب الأمر، وفي ما يلي حوصلة لوسائل الإعلام الجزائرية ومدى تناولها للقضايا البيئية وطرق معالجتها وكيفية التعامل معها:

¹ اسحاقيات دانا عز الدين سليم: مرجع سابق، ص403.

- جمعية حماية البيئة وتهيئة الإقليم في إطار التنمية المستدامة بأرزيو وتضم الصفحة الخاصة بهذه الجمعية 923 مشترك ، وهي تساهم في التوعية البيئية من خلال إطلاق الحملات التحسيسية لتنظيف الأحياء وكذا الشواطئ بمنطقة وهران وضواحيها، وهي من ضمن جمعيات المجتمع المدني ولذا مقر إلى جانب نشاطها عبر موقع الفيسبوك.
 - جمعية البيئة والمجتمع جيجل: وتضم الصفحة الخاصة بها 282 مشترك وشعارها بيئتنا حياتنا وتعني هذه الجمعية بدورها بحماية البيئة البحرية، وكذا المناطق الحضرية والأحياء على مستوى ولاية جيجل.
 - جمعية الجزائرية للتراث والبيئة وتحسين المناطق الصحراوية فرع حاسي مسعود وتضم 822 عضو، وتهتم هذه الجمعية بحماية المناطق الصحراوية من التلوث الصناعي بفعل الشركات النفطية ، بالإضافة إلى حماية الثروة الحيوانية (الإبل) والطابع الجمالي للمناطق الصحراوية.
- والى جانب هذه الجمعيات توجد العديد من الجمعيات البيئية التي تنشط ميدانيا و عبر موقع الفيسبوك على مستوى التراب الوطني ، بالإضافة إلى مجموعات أخرى وصفحات لحماية البيئة على المستوى العربي وحتى العالمي.¹

¹ رقيق عبد الحكيم: شبكات التواصل الاجتماعي أوعية جديدة لنشر الوعي البيئي في الجزائر، مجلة الرواق، المركز الجامعي غليزان، العدد(01)، المجلد(04)، 2018، ص ص 260.259.

خلاصة الفصل:

تطرقنا في هذا الفصل لتعريف الوعي البيئي باعتباره قضية محورية، بالإضافة إلى خصائصه والغاية منه وكيفية تحقيق هذا الوعي، بالإضافة إلى مجالاته. ولأن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي البيئي هو الهدف الرئيسي لدراستنا فقد تم اخذ موقع الفايسبوك كنموذج وتم التطرق إلى دور وخصائص موقع الفايسبوك في نشر الوعي البيئي، بالإضافة إلى الإعلام البيئي عبر الفيسبوك والتحديات البيئية في الجزائر.

الجانِب المِيداني

الفصل الرابع:

الاجراءات المنهجية للدراسة الميدانية

الفصل الرابع: الاجراءات المنهجية للدراسة الميدانية

تمهيد

1. منهج الدراسة
 2. حدود الدراسة
 3. مجتمع وعينة الدراسة
 4. أدوات جمع البيانات
 5. الأساليب الإحصائية المعتمدة
- خلاصة الفصل

تمهيد:

بعد التطرق إلى الجانب النظري للدراسة، سيتم تناول إجراءات الدراسة الميدانية باعتبارها وسيلة هامة من اجل معالجة فرضيات الدراسة، كما أنها تمكن الباحث من الوصول إلى نتائج دقيقة وموثوقة، وهي تعد قاعدة أساسية لأي بحث علمي، وفي هذا الصدد سيتم التطرق في هذا الفصل إلى إجراءات الدراسة انطلاقا من منهج الدراسة، ثم حدود الدراسة، ثم وصف عينة الدراسة، ثم الحديث عن أدوات جمع البيانات والأساليب الإحصائية التي تم إتباعها في هذه الدراسة.

1. منهج الدراسة

ولأنه من المعروف أن طبيعة الدراسة هي التي تحدد نوع المنهج المستخدم فيها، وبما أن الدراسة الحالية تتناول الدور الذي يلعبه الاتصال التنظيمي في تحسين الفعالية التنظيمية في المؤسسة، وقد تم اختيار المنهج الوصفي التحليلي لأنه الأنسب لهذه الدراسة.

هذا ويعرف المنهج الوصفي التحليلي بأنه استقصاء ينصب على ظاهرة من الظواهر كما هي قائمة في الحاضر بقصد تشخيصها وكشف جوانبها وتحديد العلاقات بين عناصرها.

2. حدود الدراسة

تمثلت حدود الدراسة في:

***الحدود الزمنية:** تمت الدراسة الميدانية خلال الموسم الجامعي: 2021 / 2022

***الحدود المكانية:** جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي.

***الحدود البشرية:** الدراسة الراهنة حددت في مجالها البشري على مجموعة من الطلبة في جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي، البالغ عددهم 45 طالبا.

3. مجتمع وعينة الدراسة:

لما كان من العسير بل من المستحيل في كثير من الأحيان القيام بالبحث على جميع مفردات المجتمع الأصلي، لذا فانه اختيار العينات لتمثيل هذا المجتمع مع اقل قدر من التحيز والأخطاء الأخرى هو أمر مرغوب فيه.

وعليه قد تمثل مجتمع الدراسة الحالية في طلبة الشهيد حمة لخضر الوادي، ونظرا لما يترتب على دراسة المجتمع الأصلي بأكمله من تكاليف باهظة يتعذر معها تنفيذ الدراسة، يلجأ الباحث إلى اختيار عينة من الأفراد المستهدفين بالدراسة، حيث تكون ممثلة للمجتمع الأصلي.

وتعرف العينة بأنها نموذجا يشمل جانب أو جزءا من وحدات المجتمع الأصلي المعني بالبحث تكون ممثلة له بحيث تحمل صفاته المشتركة، وهذا النموذج أو الجزء يغني الباحث

عن دراسة كل وحدات ومفردات المجتمع الأصلي، خاصة في حالة صعوبة أو استحالة دراسة كل تلك الوحدات¹.

هذا، وقد اختيرت العينة في هذه الدراسة بطريقة عشوائية. وقد ضمنت 45 طالبا جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي.

4. أدوات جمع البيانات:

للبحث العلمي وأدواته التي تساعد الباحث في بحثه، وترتبط الأدوات بموضوع البحث، والمنهج المستخدم في الدراسة، ويتوقف النجاح باحث في بحثه إلى حد كبير على قدرته في استخدام أدوات البحث².

وإذا كانت أدوات جمع البيانات متعددة ومختلفة فإن طبيعة الدراسة هي التي تحدد حجم ونوعية وطبيعة أدوات جمع البيانات التي يجب أن يتخذها البحث، وفي الدراسة الحالية اعتمدنا على استمارة استبائية (الاستبيان).

الاستبيان:

يعد الاستبيان أحد الوسائل التي يعتمد عليها الباحث في جمع البيانات والمعلومات من مصادرها، فالاستبيان عبارة عن أداة تتضمن مجموعة من الأسئلة أو الجمل الخبرية التي يطلب من المفحوص الإجابة عنها بطريقة يحددها الباحث بحسب أغراض البحث³.

5. الأساليب الإحصائية المعتمدة:

تم الاعتماد في معالجة البيانات على الإحصائية التالية:

-ألفا كرونباخ

-معامل ارتباط بيرسون.

¹ عامر إبراهيم قديلي: البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، عمان، الاردن، دار اليازوري العلمية للنشر، 1999، ص 137.

² محمد الصاوي: البحث العلمي أسسه وطريقة كتابته، د ب، قسم تطوير التعليم، المكتبة الاكاديمية، ص 35.

³ محمد الصاوي، المرجع السابق، ص 37.

خلاصة الفصل:

بناء على ما تم عرضه في هذا الفصل، يتبين أن أداة الدراسة قد حققت درجات عالية من الصدق والثبات، مما يطمئن لاستخدامهما في الدراسة الأساسية، وسيتم معالجة الفرضيات المطروحة بالأساليب الإحصائية المدرجة أعلاه.

الفصل الخامس:

عرض نتائج الدراسة الميدانية

الفصل الخامس: عرض نتائج الدراسة الميدانية

تمهيد

أولاً: عرض وتحليل نتائج البيانات الشخصية لأفراد العينة:

ثانياً : عرض وتحليل البيانات المتعلقة بفرضيات الدراسة .

خلاصة الفصل

تمهيد:

بعد الانتهاء من عرض الإطار التصوري والنظري وكذا المنهجي تأتي مرحلة التغذية المرتدة الناتجة عن توزيع الاستمارات على عينة البحث، بالإضافة إلى إجراء المقابلة، حيث في هذا الفصل سنحاول تحليل المعطيات الميدانية بغرض تقصي واختبار فروض الدراسة والإجابة على مختلف التساؤلات المتضمنة في المشكلة البحثية.

أولاً: عرض وتحليل نتائج البيانات الشخصية لأفراد العينة:

لقد قمنا بعرض وتحليل البيانات الأولية لأنها بمثابة الإطار المنهجي لأي دراسة ميدانية، بحيث تقدم للباحث صورة واقعية عن مجتمع البحث بمختلف خصائصه، وهذا ما يساعد على تحليل و تفسير البيانات الميدانية و ربطها بالإطار النظري للدراسة، و فيما يلي عرض لإجابات عينة الدراسة على الجزء الخاص بالبيانات الشخصية على النحو التالي:

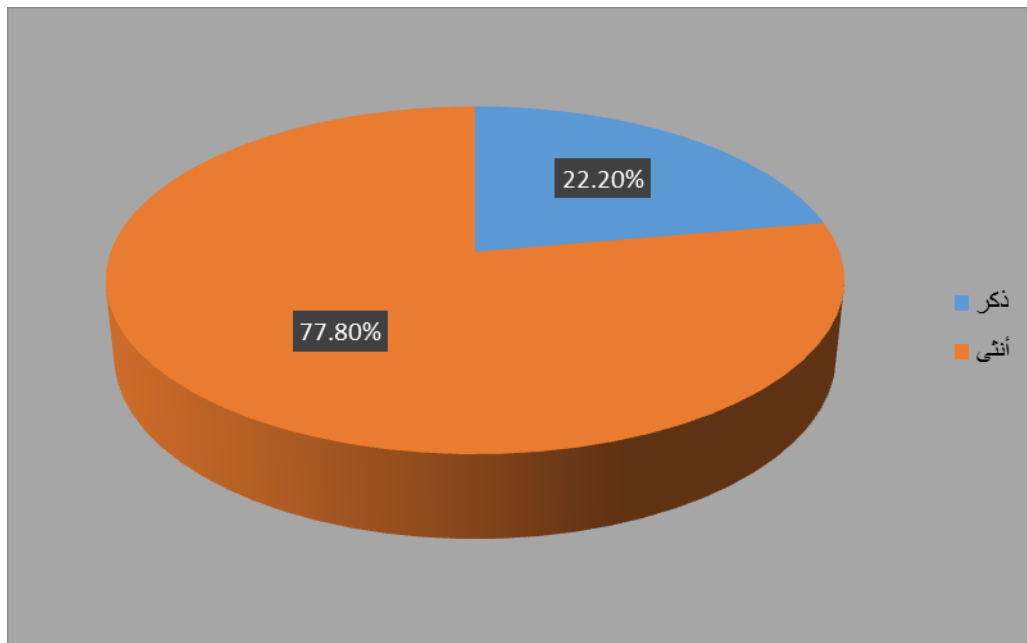
1-الجنس:

جدول رقم (01): يوضح توزيع ونسبة العينة حسب الجنس (ذكر، أنثى)

الجنس	العدد	النسبة المئوية %
ذكر	10	22.2%
أنثى	35	77.8%
المجموع	45	100%

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على برنامج ال Excel.

التمثيل البياني رقم (01): يوضح توزيع ونسبة العينة حسب الجنس (ذكر، أنثى)



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على برنامج ال Excel

من خلال قراءتنا للجدول رقم (01) والتمثيل البياني رقم (01): نجد أن العينة المأخوذة لدراستنا غير متساوية العدد بين الجنسين، حيث نجد عدد الذكور قد بلغ نسبته 22.20% والإناث بلغت نسبتهم 77.80%.

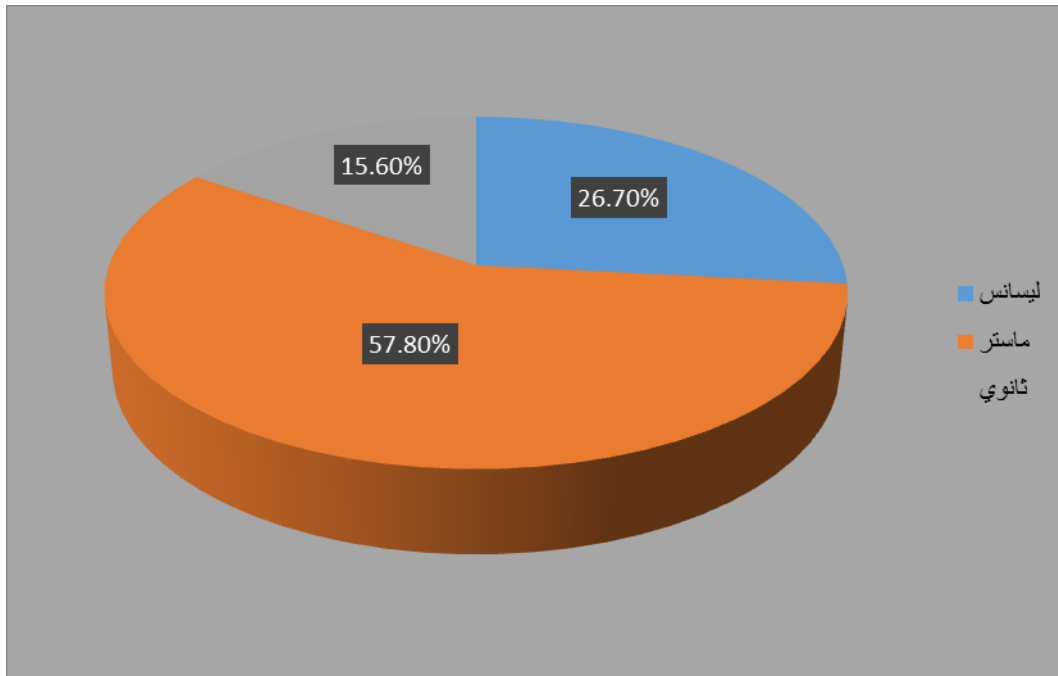
2. المستوى التعليمي:

جدول رقم (02): يوضح توزيع ونسبة العينة حسب المستوى التعليمي

النسبة المئوية %	العدد	المستوى التعليمي
26.7%	12	ليسانس
57.8%	26	ماستر
15.6%	7	ثانوي
100%	45	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على برنامج ال Excel

التمثيل البياني رقم (02): يوضح توزيع ونسبة العينة حسب المستوى التعليمي



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على برنامج ال Excel

من خلال قراءتنا للجدول رقم (02) والتمثيل البياني رقم (02) نجد أن توزيع أفراد العينة بحسب المستوى التعليمي إلى ثلاث فئات رئيسية احتل فيها "مستوى ماستر" النسبة الأكبر حيث بلغت هذه النسبة 57.80% بينما قدرت نسبة "المستوى ليسانس" 26.70% يليها "مستوى ثانوي" البالغة نسبتهم 15.60%.

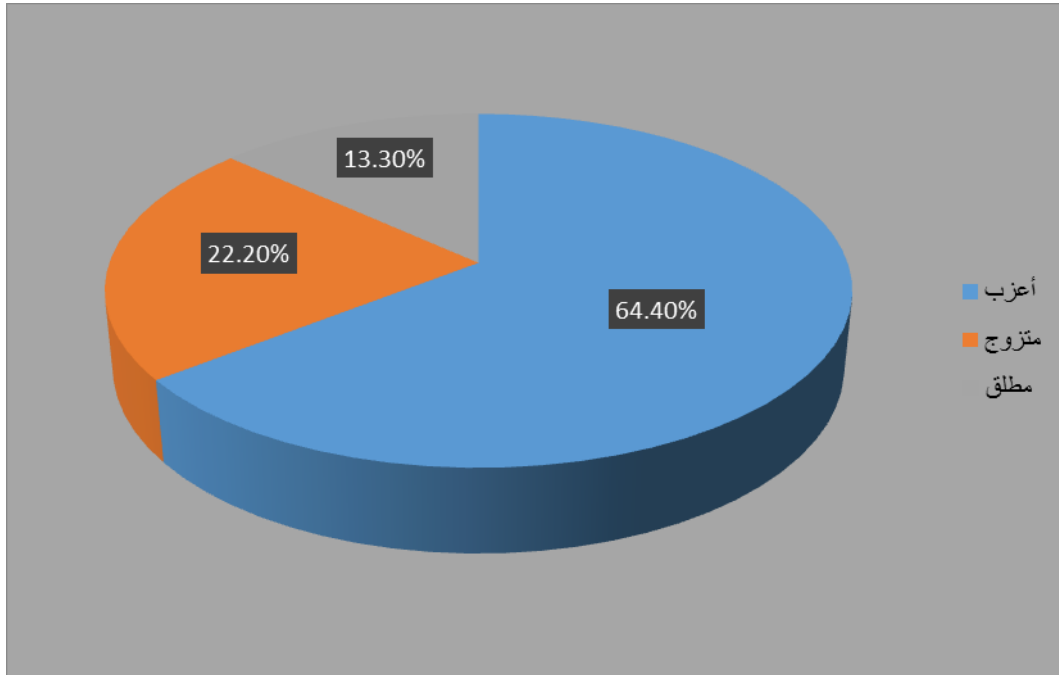
3. الحالة الاجتماعية:

جدول رقم (03): يوضح توزيع ونسبة العينة حسب الحالة الاجتماعية

النسبة المئوية %	العدد	الحالة الاجتماعية
64.4%	29	أعزب
22.2%	10	متزوج
13.3%	6	مطلق
100%	45	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على برنامج ال Excel

الشكل رقم (03): يمثل عينة الدراسة حسب الحالة الاجتماعية



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على برنامج ال Excel

من خلال قراءتنا للجدول رقم (03) والتمثيل البياني رقم (03) نجد أن توزيع أفراد العينة بحسب الحالة الاجتماعية إلى ثلاث فئات رئيسية احتل فيها "الأعزب" النسبة الأكبر حيث بلغت هذه النسبة 64.40% بينما قدرت نسبة "المتزوج" 22.20% يليها "المطلق" البالغة نسبتهم 13.30%.

ثانيا : عرض وتحليل البيانات المتعلقة بفرضيات الدراسة .

بعد قيامنا بعملية جمع البيانات باستخدام أدوات البحث العلمي وكذا التعرف على خصائص مجتمع البحث ننقل إلى تشخيص الدور الذي يلعبه الاتصال التنظيمي في تحسين الفعالية التنظيمية لمؤسسة الضمان الاجتماعي، وذلك من خلال تفريغ بيانات الفرضيات الفرعية وباستعمال المعالجة الإحصائية spss.

1. نص التساؤل: ما هي وسائل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟

جدول رقم (04): يوضح توزيع ونسبة العينة حسب مدى استخدام وسائل مواقع التواصل

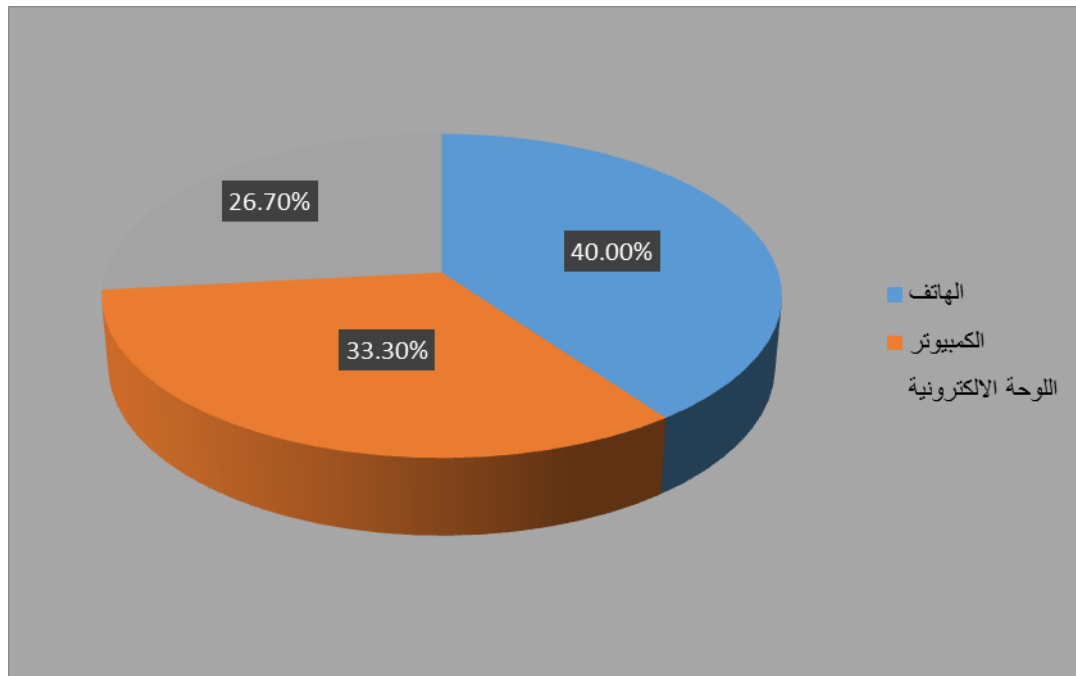
الاجتماعي

النسبة المئوية %	العدد	العبارة
40.0%	18	الهاتف
33.3%	15	الكمبيوتر
26.7%	12	اللوحة الالكترونية
100%	45	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على برنامج ال spss.

التمثيل البياني رقم (04): يمثل عينة الدراسة حسب استخدام وسائل مواقع التواصل

الاجتماعي



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على برنامج ال spss.

من خلال قراءتنا للجدول نجد أن توزيع أفراد العينة بحسب مدى استخدام وسائل مواقع التواصل الاجتماعي إلى ثلاث فئات رئيسية احتل فيها "الهاتف" النسبة الأكبر حيث بلغت هذه النسبة 40% بينما قدرت نسبة "الكمبيوتر" 33.30% يليها "اللوحة الالكترونية" البالغة نسبتهم 26.70%.

نستخلص من ذلك أن الهاتف النقال يعد من أهم وسائل الاتصال المستخدمة في موقع التواصل الاجتماعي وقد يعود ذلك إلى إمكانية انجاز العمل عن بعد وعدم الاضطرار للوجود في مكان معين لتحقيق ذلك.

2. نص التساؤل: كم تستغرق في الوقت في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي؟

جدول رقم (05): يوضح توزيع ونسبة العينة حسب مدى استغرق الوقت في تصفح مواقع

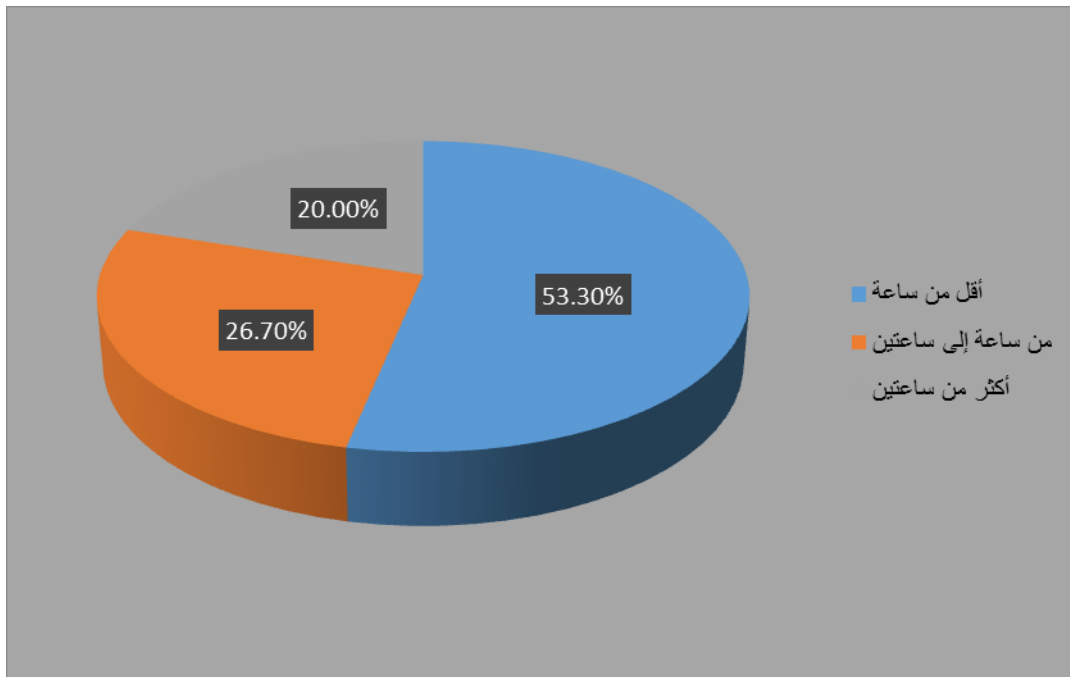
التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية %	العدد	العبارة
53.3%	24	أقل من ساعة
26.7%	12	من ساعة إلى ساعتين
20.0%	9	أكثر من ساعتين
100%	45	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على برنامج ال spss.

التمثيل البياني رقم (05): يمثل عينة الدراسة حسب مدى استغرق الوقت في تصفح مواقع

التواصل الاجتماعي



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على برنامج ال spss.

من خلال قراءتنا للجدول نجد أن توزيع أفراد العينة بحسب مدى استغرق الوقت في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي إلى ثلاث فئات رئيسية احتل فيها "أقل من ساعة" النسبة الأكبر حيث بلغت هذه النسبة 53.30% بينما قدرت نسبة "من ساعة إلى ساعتين" 26.70% يليها "أكثر من ساعتين" البالغة نسبتهم 20%.

نستخلص من ذلك أن غالبية المبحوثين يستغرقون اقل من ساعة في تصفح المواقع وقد يعود السبب في ذلك إلى عدم الاهتمام بمثل هذه المواقع.

3. نص التساؤل: ما هي الأوقات المفضلة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي؟

جدول رقم (06): يوضح توزيع ونسبة العينة حسب الأوقات المفضلة لتصفح مواقع التواصل

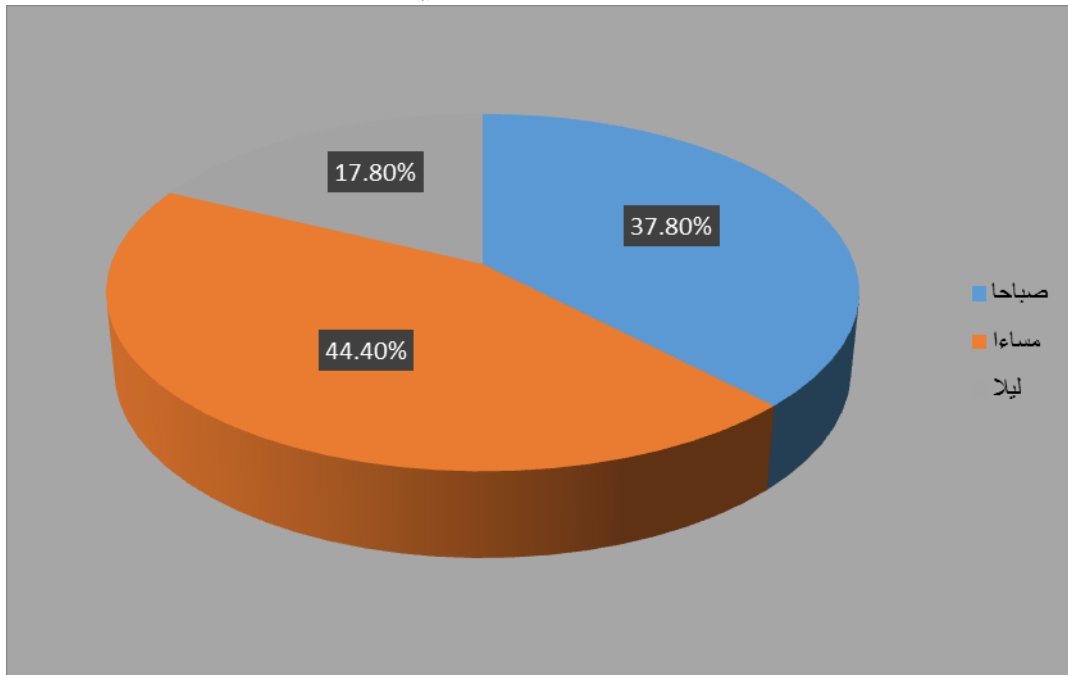
الاجتماعي

النسبة المئوية %	العدد	العبارة
37.8%	17	صباحا
44.4%	20	مساء
17.8%	8	ليلا
100%	45	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على برنامج ال spss.

التمثيل البياني رقم (06): يمثل عينة الدراسة حسب الأوقات المفضلة لتصفح مواقع

التواصل الاجتماعي



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على برنامج ال spss.

من خلال قراءتنا للجدول نجد أن توزيع أفراد العينة بحسب مدى الأوقات المفضلة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي إلى ثلاث فئات رئيسية احتل فيها "مساء" النسبة الأكبر حيث بلغت هذه النسبة 44.40% بينما قدرت نسبة "صباحا" 37.80% يليها "ليلا" البالغة نسبتهم 17.80%.

نستخلص من ذلك أن غالبية المبحوثين يفضلون وقت المساء لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي وقد يعود السبب في ذلك أن هذه الفترة تعتبر فترة راحة من العمل وبالتالي يتجه معظم المبحوثين لتصفح مواقع التواصل.

4. نص التساؤل: ما هو المكان المفضل لدي لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي؟

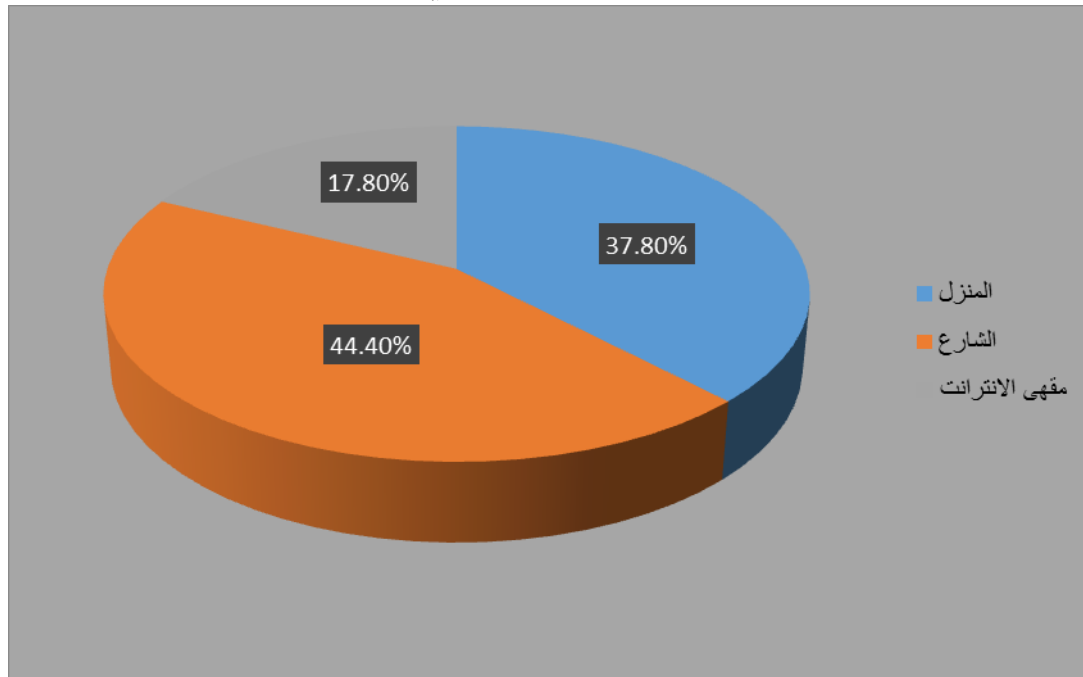
جدول رقم (07): يوضح توزيع ونسبة العينة حسب المكان المفضل عند تصفح مواقع

التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية %	العدد	العبارة
37.8%	17	المنزل
44.4%	20	الشارع
17.8%	8	مقهى الانترنت
100%	45	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على برنامج ال spss.

التمثيل البياني رقم (07): يمثل عينة الدراسة حسب المكان المفضل عند لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على برنامج ال spss.

من خلال قراءتنا للجدول نجد أن توزيع أفراد العينة بحسب المكان المفضل عند لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي إلى ثلاث فئات رئيسية احتل فيها "الشارع" النسبة الأكبر حيث بلغت هذه النسبة 44.40% بينما قدرت نسبة "المنزل" 37.80% يليها "مقهى الانترنت" البالغة نسبتهم 17.80%.

5. نص التساؤل: ما هي المواضيع التي تتابعها عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
جدول رقم (08): يوضح توزيع ونسبة العينة حسب المواضيع التي تتم متابعتها عبر مواقع

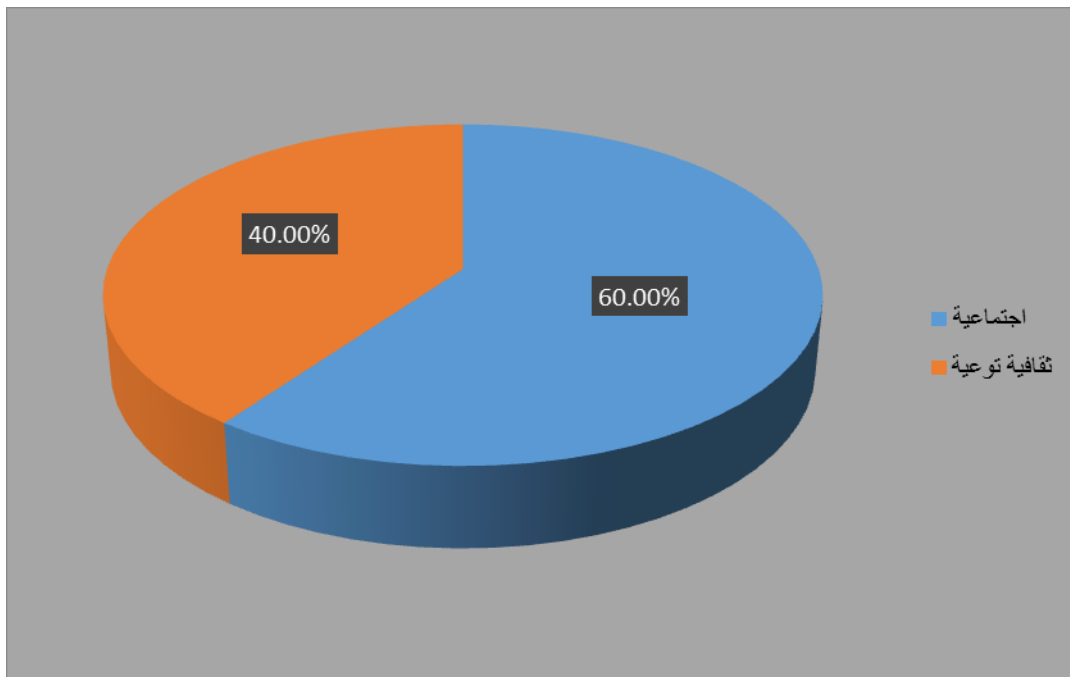
التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية %	العدد	العبارة
60.0%	27	اجتماعية
40.0%	18	ثقافية توعية
100%	45	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على برنامج ال spss.

التمثيل البياني رقم (08): يمثل عينة الدراسة حسب المواضيع التي تتم متابعتها عبر مواقع

التواصل الاجتماعي



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على برنامج ال spss.

من خلال قراءتنا للجدول نجد أن توزيع أفراد العينة بحسب المواضيع التي تتم متابعتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي إلى فئتين رئيسيتين احتل فيها "اجتماعية" النسبة الأكبر حيث بلغت هذه النسبة 60% بينما قدرت نسبة "ثقافية توعية" 40%.

نستخلص من ذلك أن غالبية المبحوثين يتابعون مواضيع اجتماعية وقد يعود السبب في ذلك بهدف الاقتراب من المحيط الاجتماعي والمشاركة في إيجاد حلول للمشاكل الاجتماعية.

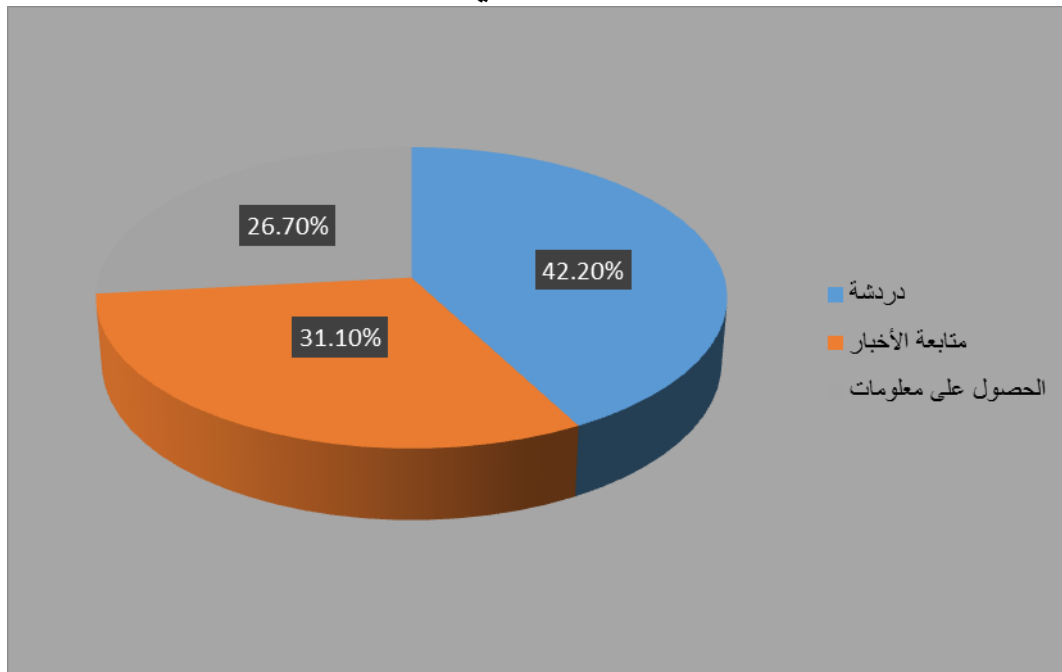
6. نص التساؤل: ما هي الخدمات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي؟

جدول رقم (09): يوضح توزيع ونسبة العينة حسب الخدمات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي

العبارة	العدد	النسبة المئوية %
دردشة	19	42.2%
متابعة الأخبار	14	31.1%
الحصول على معلومات	12	26.7%
المجموع	45	100%

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على برنامج ال spss.

التمثيل البياني رقم (09): يمثل عينة الدراسة حسب الخدمات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على برنامج ال spss.

من خلال قراءتنا للجدول نجد أن توزيع أفراد العينة بحسب الخدمات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي إلى ثلاث فئات رئيسية احتل فيها "الدرشة" النسبة الأكبر حيث بلغت هذه النسبة 42.20% بينما قدرت نسبة "متابعة الأخبار" 31.10% يليها "الحصول على معلومات" البالغة نسبتهم 26.70%.

ونستخلص مما سبق أن اغلب المبحوثين يفضلون خدمة الدردشة في مواقع التواصل الاجتماعي وقد يعود السبب في ذلك إلى تفضيل الدردشة في مواضيع مختلفة على متابعة الأخبار والحصول على المعلومات.

1. نص التساؤل: هل قمت بأيام تحسيسية للمحافظة على البيئة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

جدول رقم (10): يوضح توزيع ونسبة العينة حسب مدى القيام بأيام تحسيسية للمحافظة

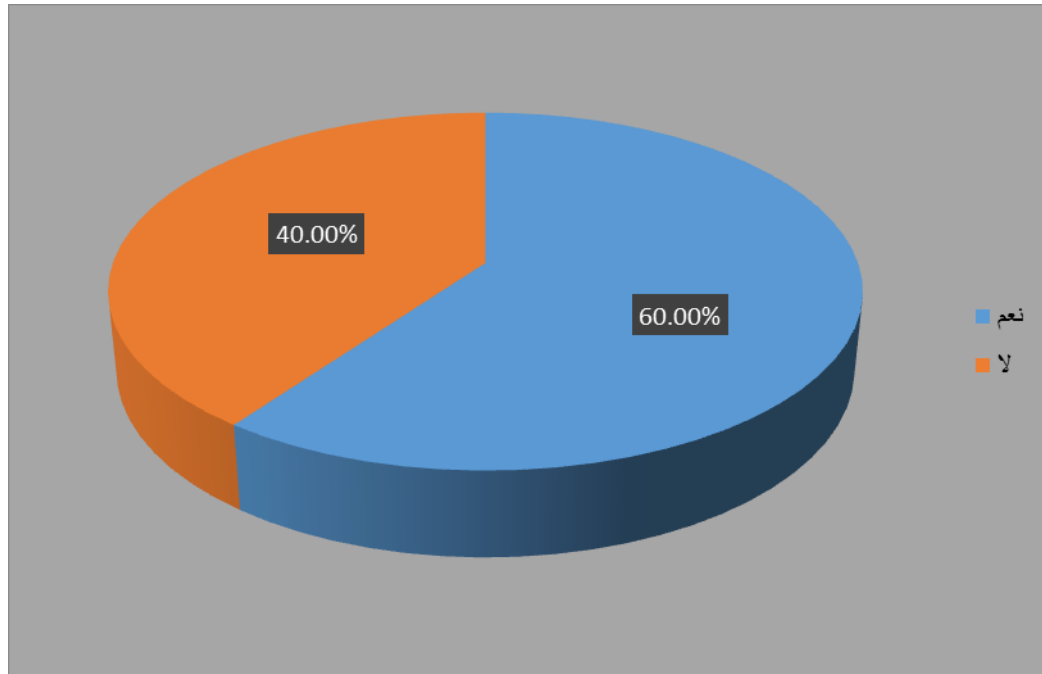
على البيئة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية %	العدد	العبارة
60.0%	27	نعم
40.0%	18	لا
100%	45	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على برنامج ال spss.

التمثيل البياني رقم (10): يمثل عينة الدراسة حسب مدى القيام بأيام تحسيسية للمحافظة

على البيئة عبر مواقع التواصل الاجتماعي



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على برنامج ال spss.

من خلال قراءتنا للجدول يتضح أن أعلى نسبة المقدرة ب 60% تؤكد بأنه يتم القيام بأيام تحسيسية للمحافظة على البيئة عبر مواقع التواصل الاجتماعي. في حين نفت نسبة 40% ذلك.

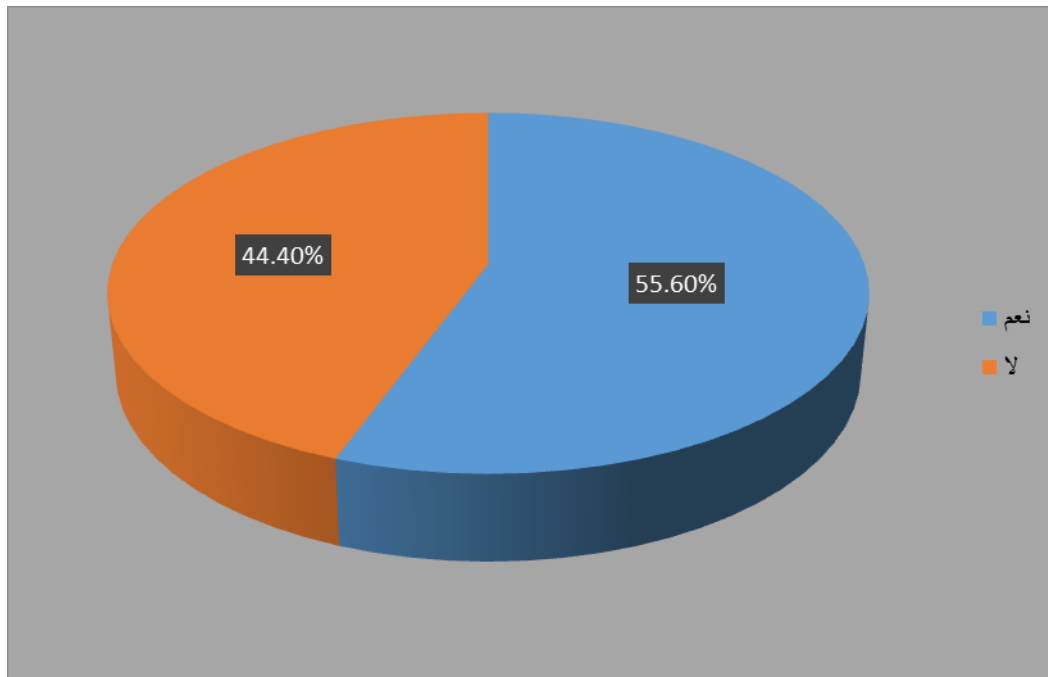
ونستخلص مما سبق أن غالبية المبحوثين أكدوا على قيامهم بأيام تحسيسية للمحافظة على البيئة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وقد يعود السبب في ذلك إلى أن مسؤولية المحافظة على البيئة تقع على عاتق الجميع من أفراد وجماعات ومؤسسات.

2. نص التساؤل: هل قمت بالتشجيع على غرس الأشجار والنباتات للمحافظة على البيئة؟
جدول رقم (11): يوضح توزيع ونسبة العينة حسب مدى القيام بالتشجيع على غرس الأشجار والنباتات للمحافظة على البيئة

النسبة المئوية %	العدد	العبارة
55.6%	25	نعم
44.4%	20	لا
100%	45	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على برنامج ال spss.

التمثيل البياني رقم(11): يمثل عينة الدراسة حسب مدى القيام بالتشجيع على غرس الأشجار والنباتات للمحافظة على البيئة



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على برنامج ال spss.

من خلال قراءتنا للجدول يتضح أن أعلى نسبة المقدرة ب 55.60% تأكد بأنه يتم القيام بالتشجيع على غرس الأشجار والنباتات للمحافظة على البيئة. في حين نفت نسبة 44.40% ذلك.

ونستخلص مما سبق أن غالبية المبحوثين أكدوا على قيامهم بالتشجيع على غرس الأشجار والنباتات للمحافظة على البيئة وقد يعود السبب في ذلك إلى الشعور بالمسؤولية اتجاه البيئة والتشجيع على الاهتمام بها والمحافظة عليها.

3. نص التساؤل: هل تتحدث مع زملائك حول مواضيع البيئة؟

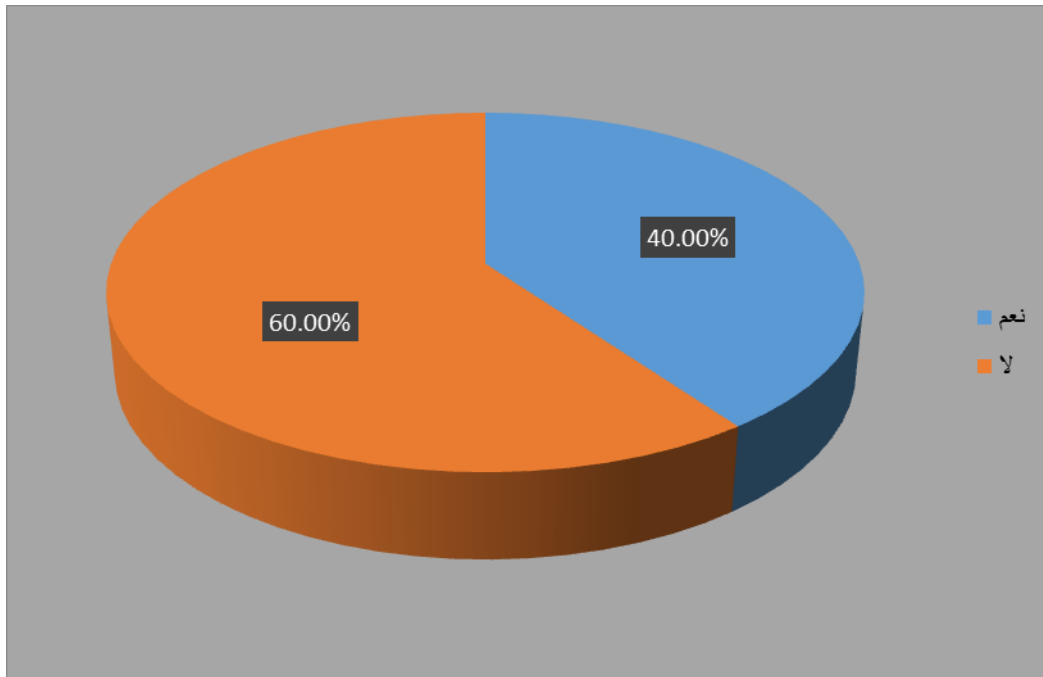
جدول رقم (12): يوضح توزيع ونسبة العينة حسب مدى التحدث مع الزملاء حول مواضيع

البيئة

النسبة المئوية %	العدد	العبارة
40.0%	18	نعم
60.0%	27	لا
100%	45	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على برنامج ال spss.

التمثيل البياني رقم(12): يمثل عينة الدراسة حسب مدى التحدث مع الزملاء حول مواضيع البيئة



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على برنامج ال spss.

من خلال قراءتنا للجدول يتضح أن أعلى نسبة المقدرة ب 60% تأكد بأنه لا يتم التحدث مع الزملاء حول مواضيع البيئة. في حين أكدت نسبة 44% ذلك.

نستخلص مما سبق أن غالبية المبحوثين لا يقومون بالتحدث مع الزملاء حول مواضيع البيئة وقد يعود السبب في ذلك إلى أنهم لا يولون اهتمام للمواضيع الخاصة بالبيئة وأنها ليست من أولوياتهم.

4. نص التساؤل: هل شجعت حملة عامة حول تنظيف البيئة عبر موقع الفيسبوك؟

جدول رقم (13): يوضح توزيع ونسبة العينة حسب مدى القيام بتشجيع حملة عامة حول

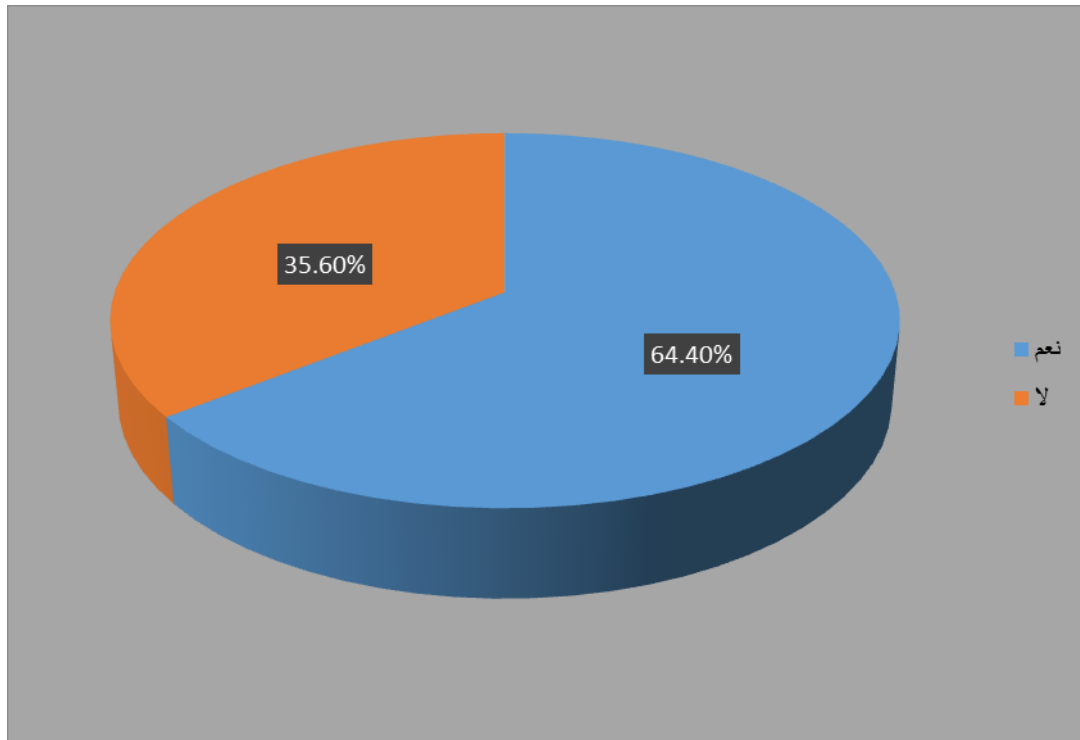
تنظيف البيئة عبر موقع الفيسبوك

النسبة المئوية %	العدد	العبارة
64.4%	29	نعم
35.6%	16	لا
100%	45	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على برنامج ال spss.

التمثيل البياني رقم (13): يمثل عينة الدراسة حسب مدى القيام بتشجيع حملة عامة حول

تنظيف البيئة عبر موقع الفيسبوك



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على برنامج ال spss.

من خلال قراءتنا للجدول يتضح أن أعلى نسبة المقدرة بـ 64.40% تأكد بأنه يتم القيام بتشجيع حملة عامة حول تنظيف البيئة عبر موقع الفيسبوك. في حين أكدت نسبة 35.60% ذلك.

نستخلص مما سبق أن غالبية المبحوثين يؤكدون على القيام بتشجيع حملة عامة حول تنظيف البيئة عبر موقع الفيسبوك وقد يعود السبب في ذلك إلى اهتمامهم بمواضيع البيئة والهدف إلى تقليل من حجم الأضرار التي يلحقها الإنسان بالبيئة.

5. نص التساؤل: هل تستخدم الفيسبوك في معرفة الأوضاع الراهنة لبيئة

جدول رقم (14): يوضح توزيع ونسبة العينة حسب مدى استخدام الفيسبوك في معرفة

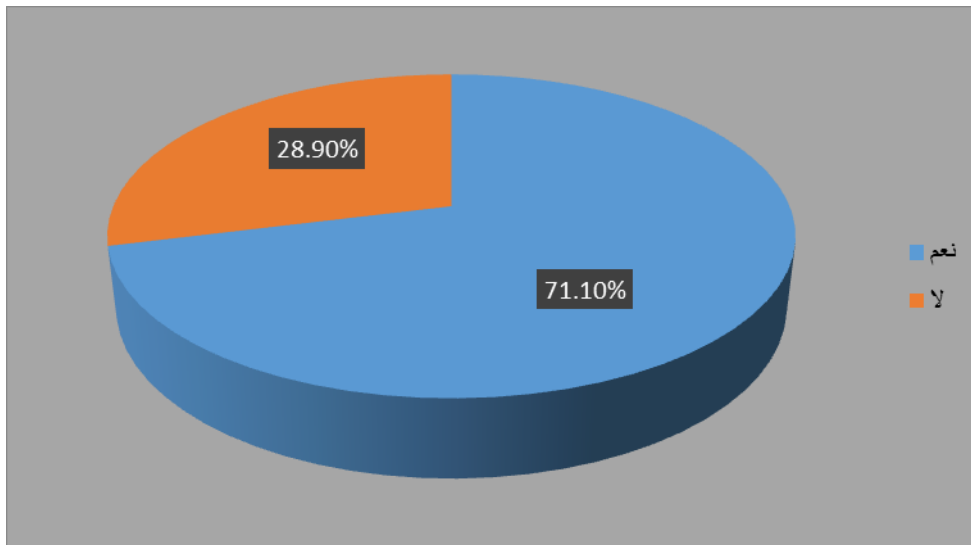
الأوضاع الراهنة لبيئة

النسبة المئوية %	العدد	العبارة
71.1%	32	نعم
28.9%	13	لا
100%	45	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على برنامج الـ spss.

التمثيل البياني رقم (14): يمثل عينة الدراسة حسب مدى استخدام الفيسبوك في معرفة

الأوضاع الراهنة لبيئة



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على برنامج الـ spss.

من خلال قراءتنا للجدول يتضح أن أعلى نسبة المقدرة ب 71.10% تأكد بأنه يتم استخدام الفايسبوك في معرفة الأوضاع الراهنة للبيئة. في حين نفت نسبة 28.90% ذلك. ونستخلص مما سبق أن غالبية المبحوثين يستخدمون الفيسبوك في معرفة الأوضاع الراهنة للبيئة وقد يعود السبب في ذلك إلى الثقة في المعلومات التي يمدّها موقع الفيسبوك حول الأوضاع الراهنة للبيئة ويرجع هذا إلى أن هناك مختصين في مجال البيئة ينشطون عبر مواقع التواصل.

6. نص التساؤل: هل تتفاعل مع المواضيع البيئية التي يقدمها موقع الفيسبوك؟

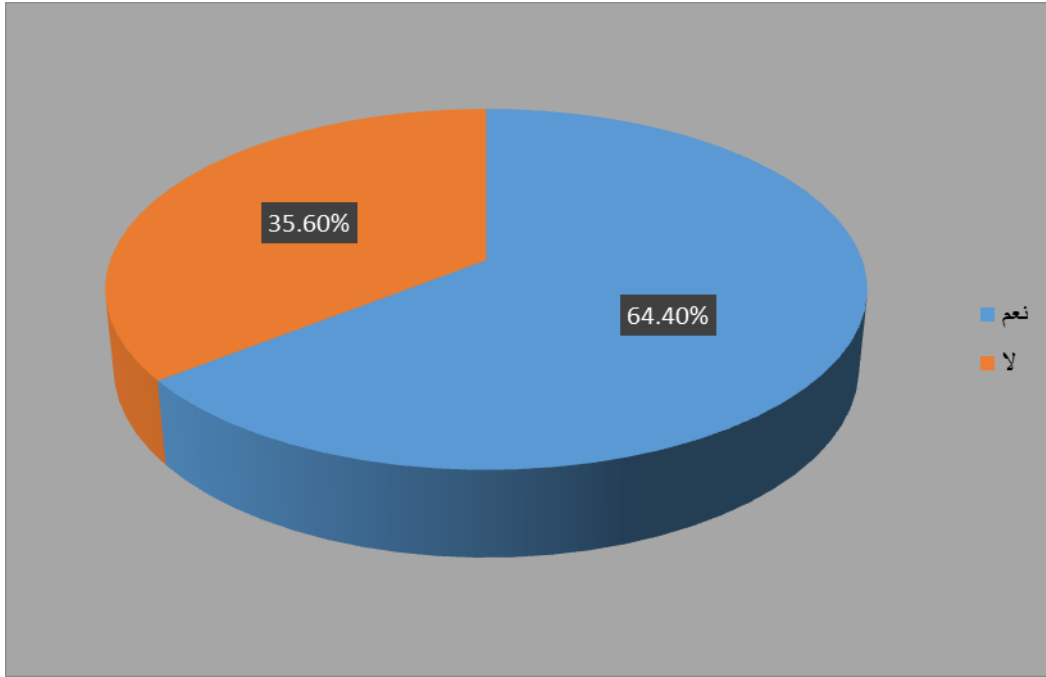
جدول رقم (15): يوضح توزيع ونسبة العينة حسب مدى التفاعل مع المواضيع البيئية التي

يقدمها موقع الفيسبوك

النسبة المئوية %	العدد	العبرة
64.4%	29	نعم
35.6%	16	لا
100%	45	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على برنامج ال spss.

التمثيل البياني رقم(15): يمثل عينة الدراسة حسب مدى التفاعل مع المواضيع البيئية التي يقدمها موقع الفيسبوك



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على برنامج ال spss.

من خلال قراءتنا للجدول يتضح أن أعلى نسبة المقدرة ب 64.40% تؤكد بأنه يتم التفاعل مع المواضيع البيئية التي يقدمها موقع الفيسبوك. في حين نفت نسبة 35.60% ذلك.

ونستخلص مما سبق أن غالبية الباحثين يتفاعلون مع المواضيع البيئية التي يقدمها الفيسبوك ويرجع هذا إلى هدفهم في نشر الثقافة البيئية وتبادل المعلومات بشكل أوسع.

1. نص التساؤل: هل أنت عضو ضمن مجموعات تهتم بتوعية البيئة وقضايا البيئة؟

جدول رقم (16): يوضح توزيع ونسبة العينة حسب الوجود ضمن مجموعات تهتم بتوعية

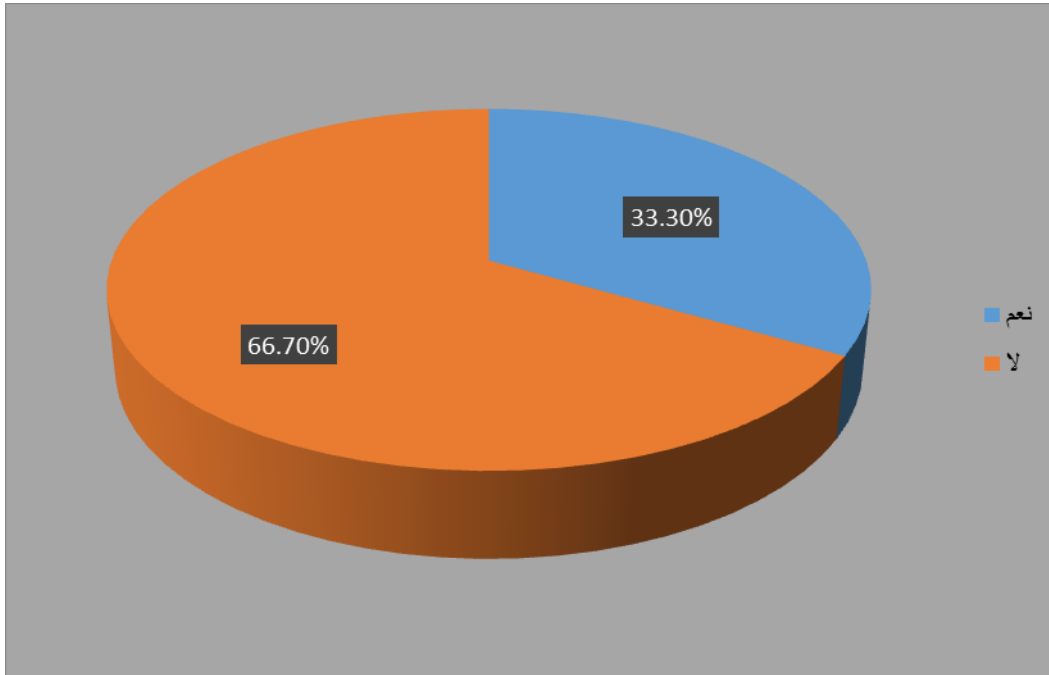
البيئة وقضايا البيئة

العبارة	العدد	النسبة المئوية %
نعم	15	33.3%
لا	30	66.7%
المجموع	45	100%

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على برنامج ال spss.

التمثيل البياني رقم (16): يمثل عينة الدراسة حسب الوجود ضمن مجموعات تهتم بتوعية

البيئة وقضايا البيئة



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على برنامج ال spss.

من خلال قراءتنا للجدول يتضح أن أعلى نسبة المقدرة ب 66.70% تنفي التواجد ضمن مجموعات تهتم بتوعية البيئة وقضايا البيئة. في حين أكدت نسبة 33.30% ذلك. من خلال ما سبق يتضح أنه أغلب المبحوثين لم يتواجدوا ضمن مجموعات تهتم بالتوعية البيئية وقد يعود السبب في ذلك وعلى الرغم انتمائهم لبعض الصفحات و المجموعات إلا أنها ليس من أولوياتهم.

2. نص التساؤل: هل لديك أصدقاء لديهم اهتمامات بقضايا التوعية البيئية؟

جدول رقم (17): يوضح توزيع ونسبة العينة حسب مدى وجود أصدقاء لديهم اهتمامات

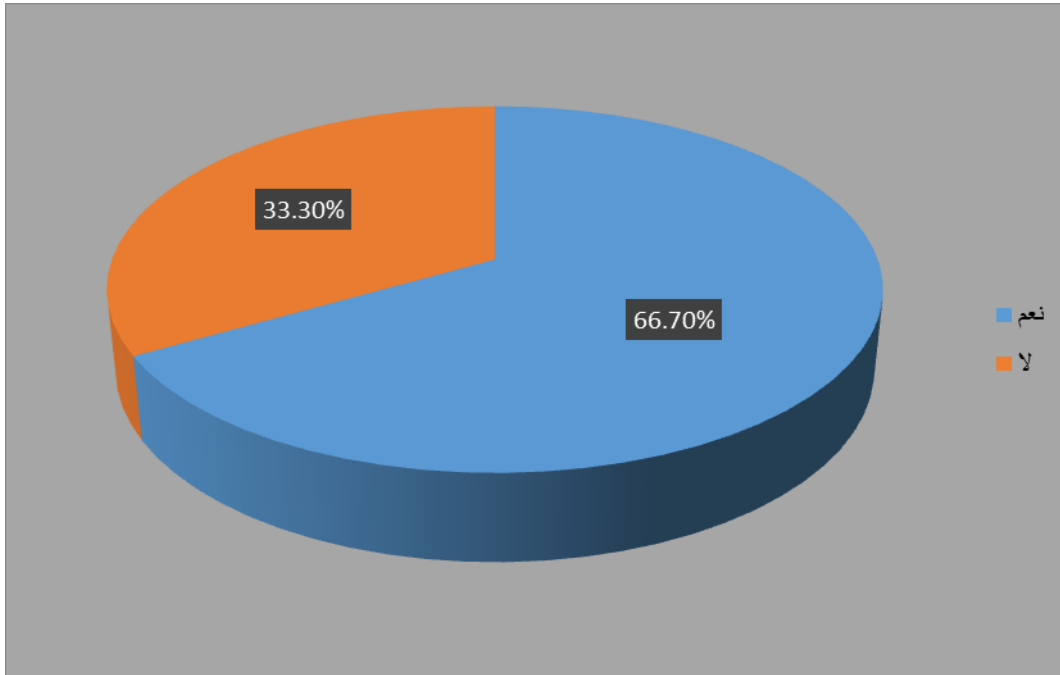
بقضايا التوعية البيئية

العبارة	العدد	النسبة المئوية %
نعم	30	66.7%
لا	15	33.3%
المجموع	45	100%

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على برنامج ال spss.

التمثيل البياني رقم (17): يمثل عينة الدراسة حسب مدى وجود أصدقاء لديهم اهتمامات

بقضايا التوعية البيئية



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على برنامج ال spss.

من خلال قراءتنا للجدول يتضح أن أعلى نسبة المقدرة بـ 66.70% تأكد بأنه يوجد أصدقاء لديهم اهتمامات بقضايا التوعية البيئية. في حين نفت نسبة 33.30% ذلك. من خلال ما سبق يتضح أن غالبية المبحوثين لديهم أصدقاء مهتمين بقضايا التوعية البيئية وهذا يدل على وعيهم وإدراكهم لأهمية البيئة وإعطاء صورة ايجابية عن البيئة المتواجدين فيها.

3. نص التساؤل: هل تتابع وتعلق على صفحات جمعية البيئة والمحيط؟

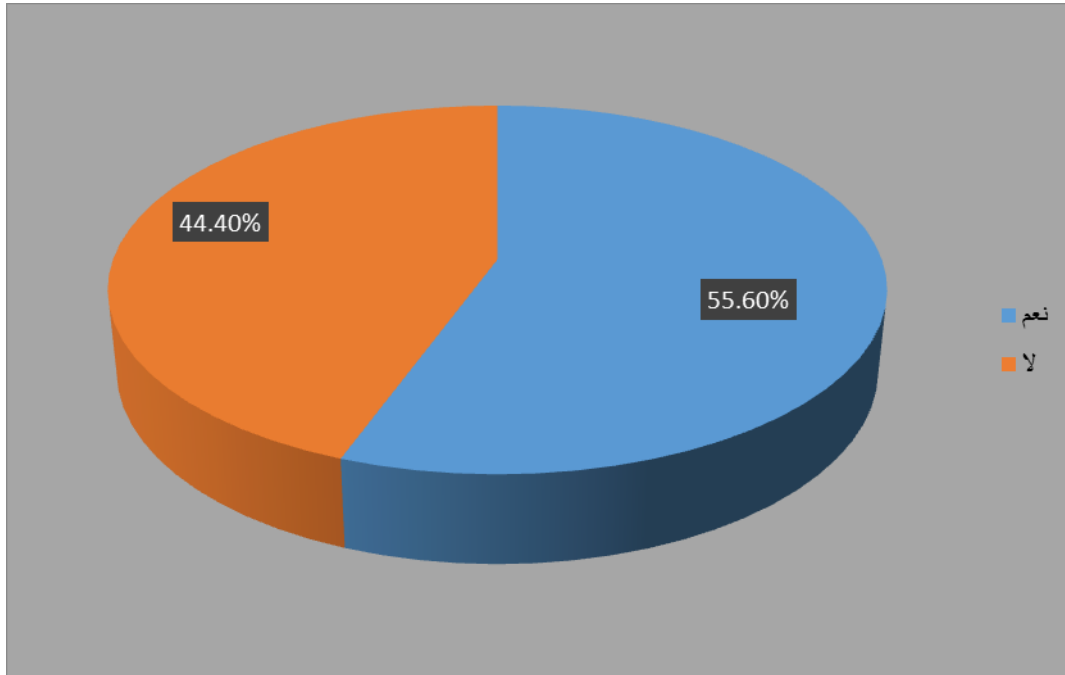
جدول رقم (18): يوضح توزيع ونسبة العينة حسب مدى متابعة وتعليق على صفحات جمعية

البيئة والمحيط

العبارة	العدد	النسبة المئوية %
نعم	25	55.6%
لا	20	44.4%
المجموع	45	100%

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على برنامج ال spss.

التمثيل البياني رقم (18): يمثل عينة الدراسة حسب مدى متابعة وتعليق على صفحات جمعية البيئة والمحيط



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على برنامج ال spss.

من خلال قراءتنا للجدول يتضح أن أعلى نسبة المقدرة بـ 55.60% تأكد بأنه يتم متابعة وتعليق على صفحات جمعية البيئة والمحيط. في حين نفت نسبة 44.40% ذلك. ونستخلص مما سبق أن غالبية المبحوثين يقومون بالتعليق ومتابعة صفحات جمعية البيئة وهذا يدل على مدى ارتفاع الوعي البيئي لديهم.

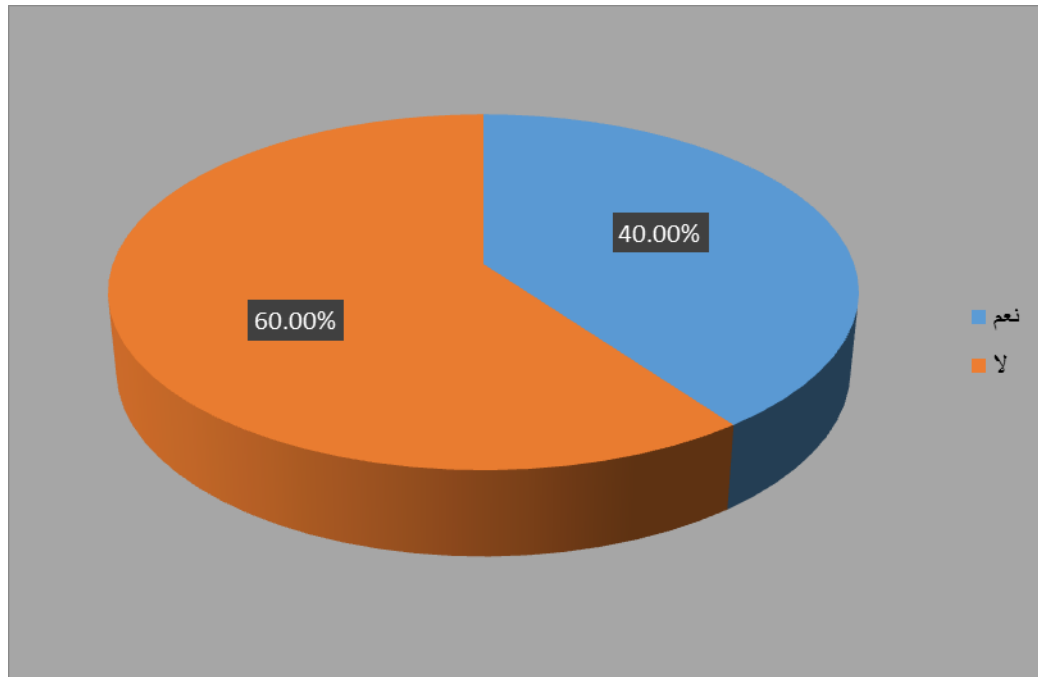
4. نص التساؤل: هل تبادر في طرح أفكار عبر مواقع التواصل تساهم في حل مشاكل البيئة؟

جدول رقم (19): يوضح توزيع ونسبة العينة حسب مدى المبادرة في طرح أفكار عبر مواقع التواصل تساهم في حل مشاكل البيئة

النسبة المئوية %	العدد	العبارة
40.0%	18	نعم
60.0%	27	لا
100%	45	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على برنامج ال spss.

التمثيل البياني رقم (19): يمثل عينة الدراسة حسب مدى المبادرة في طرح أفكار عبر مواقع التواصل تساهم في حل مشاكل البيئة



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على برنامج ال spss.

من خلال قراءتنا للجدول يتضح أن أعلى نسبة المقدرة ب 60% نفت بأنه يتم المبادرة في طرح أفكار عبر مواقع التواصل تساهم في حل مشاكل البيئة. في حين أكدت نسبة 40% ذلك.

من خلال ما سبق يتضح انه يتم المبادرة في طرح الأفكار المساهمة في حل مشاكل البيئة وقد يعود السبب في ذلك لاهتمامهم بقضايا البيئة وحمايتها من المخاطر.

5. نص التساؤل: ما هو تقييمك لصفحات جمعيات حماية البيئة والمحيط؟

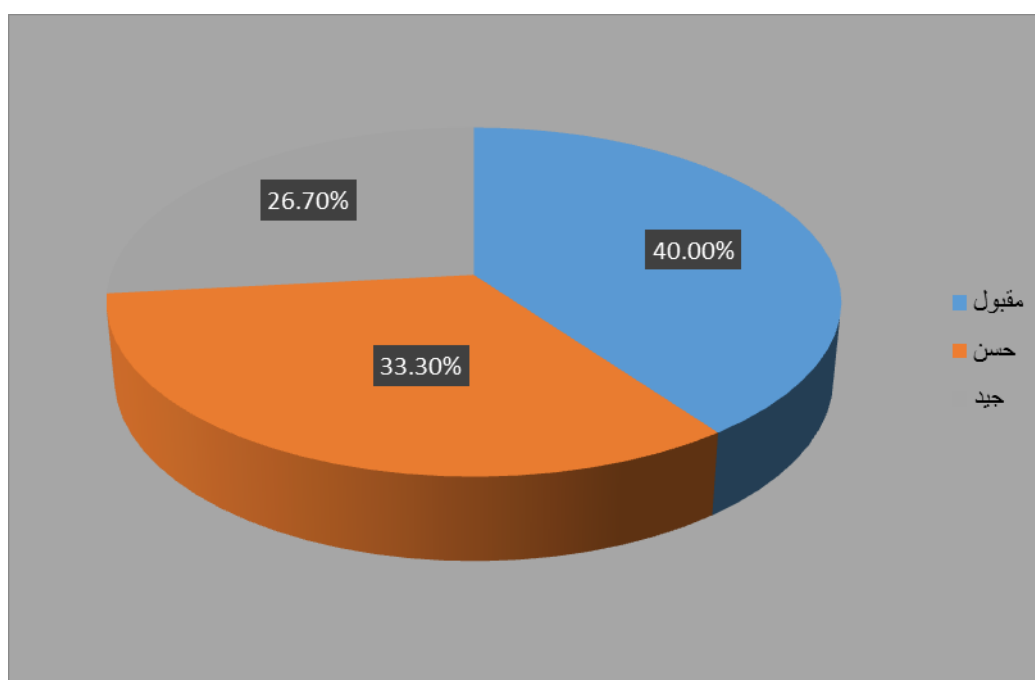
جدول رقم (20): يوضح توزيع ونسبة العينة حسب مدى تقييم صفحات جمعيات حماية البيئة والمحيط

النسبة المئوية %	العدد	العبرة
40.0%	18	مقبول
33.3%	15	حسن
26.7%	12	جيد
100%	45	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على برنامج ال spss.

التمثيل البياني رقم (20): يمثل عينة الدراسة حسب مدى تقييم صفحات جمعيات حماية

البيئة والمحيط



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على برنامج ال spss.

من خلال قراءتنا للجدول نجد أن توزيع أفراد العينة بحسب مدى تقييم صفحات جمعيات حماية البيئة والمحيط إلى ثلاث فئات رئيسية احتل فيها "مقبول" النسبة الأكبر حيث بلغت هذه النسبة 40% بينما قدرت نسبة "حسن" 33.30% يليها "جيد" البالغة نسبتهم 26.70%.

من خلال ما سبق يتضح انه يتم تقييم صفحات الجمعيات حماية البيئة والمحيط بتقدير مقبول وقد يعود السبب في ذلك إلى الدور الفعال الذي يمكن أن يلعبه هذه الصفحات في نشر التوعية البيئية وتبادل الأفكار والأخبار بشكل دائم بين المهتمين بالقضايا البيئية خاصة المتعلقة بالمناخ، التلوث، الكوارث الطبيعية... إضافة إلى طرق حماية البيئة من هذه المخاطر.

6. نص التساؤل: كيف تتفاعل مع منشورات حماية البيئة والمحيط؟

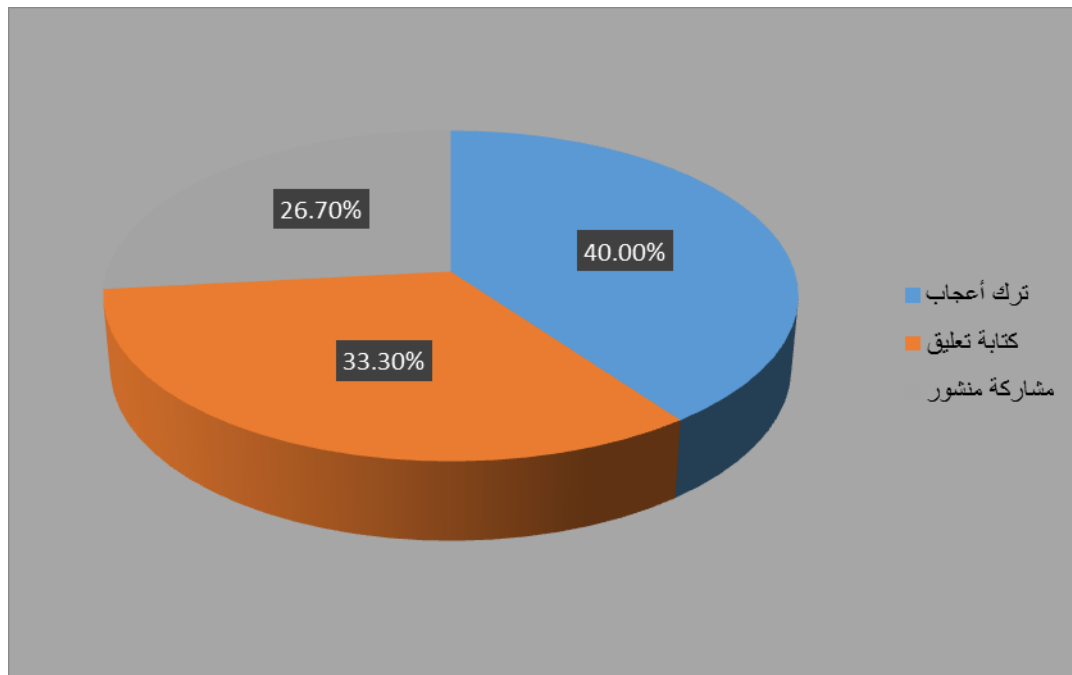
جدول رقم (21): يوضح توزيع ونسبة العينة حسب مدى التفاعل مع منشورات حماية البيئة

والمحيط

النسبة المئوية %	العدد	العبارة
40.0%	18	ترك أعجاب
33.3%	15	كتابة تعليق
26.7%	12	مشاركة منشور
100%	45	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على برنامج ال spss.

التمثيل البياني رقم (21): يمثل عينة الدراسة حسب مدى التفاعل مع منشورات حماية البيئة والمحيط



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على برنامج ال spss.

من خلال قراءتنا للجدول نجد أن توزيع أفراد العينة بحسب مدى التفاعل مع منشورات حماية البيئة والمحيط إلى ثلاث فئات رئيسية احتل فيها "ترك إعجاب" النسبة الأكبر حيث بلغت هذه النسبة 40% بينما قدرت نسبة كتابة تعليق "33.30%" يليها "مشاركة منشور" البالغة نسبتهم 26.70%.

خلاصة الفصل

من خلال تحليل وعرض النتائج الخاصة بالجانب التطبيقي نستخلص من ذلك أن الكثير من أفراد العينة يولون أهمية للجانب البيئي خاصة في الأماكن الترفيهية التي توفر لهم فضاء للاستجمام، كذلك يسعى المبحوثين إلى تطوير الجانب البيئي والتقليل من نسب التلوث وذلك بمتابعة مختلف التطورات التي تتواجد عبر منصات التواصل الاجتماعية خاصة الفيسبوك.

الخاتمة

تعد مواقع التواصل الاجتماعي أحد نتاج هذه الثورة التكنولوجية ابت استخدامها من جانبها الإيجابي في القضايا البيئية مسؤولية الجميع دون استثناء، وذلك من خلال تربية النشء بالمحافظة عليها، ومن هنا تأتي ضرورة تنمية الوعي البيئي والرامية بالأساس لتعديل السلوكيات الخاطئة حيال البيئة وذلك باستخدام كل الوسائل المتاحة لاسيما الوسائل العصرية الحديثة كمواقع التواصل الاجتماعي للمساهمة في نشر الوعي البيئي انطلاقاً من قدرته الفائقة في حشد الجماهير من مختلف الفئات.

وفي هذه الدراسة حاولنا إبراز دور مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في تنمية الوعي البيئي لدى الشباب، وكذلك مدى أهمية القضايا الاجتماعية في مجتمعنا بشكل عام والأفراد بشكل خاص، ومدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي واستغلال شقها الإيجابي في خدمة البيئة.

من خلال ما سبق وما نتج عن هذه الدراسة من نتائج يمكن القول إن:

- تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي من بين أهم الأساليب ووسائل التوعية البيئية وخاصة موقع الفيسبوك.
- يعتبر تسخير مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك باعتباره وسيلة اتصال جماهيري في نشر الوعي البيئي وإحداث التنمية المستدامة من شأنه أن يؤدي إلى الحفاظ على البيئة وصيانة مواردها والمحافظة عن القوانين التي تنظم مكوناتها الطبيعية وتحافظ على توازنها بشكل جيد، نظراً لما تتميز به مواقع التواصل الاجتماعي من خصائص التفاعلية والمرونة والحركية، واللامركزية، التي تعد عوامل أساسية في جذب الأفراد نحوها، وتغير سلوكياتهم تجاه البيئة والحفاظ عليها والنهوض بالبالد نحو مستقبل أفضل.
- مواقع التواصل الاجتماعي عامة والفيسبوك خاصة من بين أهم الوسائل التكنولوجية التي ساهمت بشكل فعال في التوعية البيئية وذلك من خلال نشر

معلومات في شتى المجالات الاجتماعية، الاقتصادية، ومنها القضايا البيئية وما يتعلق بها من طرق ووسائل حمايتها من المخاطر التي قد تلحق بها.

- يساهم الفيسبوك بشكل فعال في التوعية لبيئية وتحقيق التنمية المستدامة وذلك عن طريق تقديم معلومات حول الحفاظ على البيئة نشر مواضيع عن التربية البيئية.

- كما انه يلعب دور كبير نشر الوعي البيئي المستدام سواء لدى الطلبة أو مجتمع مستخدميه.

- انه يعتبر وسيلة هامة خاصة للمتخصصين البيئيين في نشر مواضيعهم و إبداء آرائهم حول القضايا البيئية وذلك من خلال إنشاء صفحات خاصة بهم ينشطون من خلالها.

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: الكتب:

- عامر إبراهيم قنديلجي: البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، عمان، الاردن، دار اليازوري العدلية للنشر، 1999.
- محمد الصاوي: البحث العلمي أسسه وطريقة كتابته، د ب، قسم تطوير التعليم، المكتبة الاكاديمية.

ثانياً: الرسائل الجامعية والمذكرات

- ابزاخ ماريانه فردون زول: دور وسائل التواصل الاجتماعي في زيادة عدد مشاهدي البرامج الرياضية من وجهة نظر الاعلاميين الرياضيين في الاردن، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، 2017.
- اسحاق دانا عز الدين سليم: دور كتب العلوم في مرحلة التعليم الاساسي في نشر الوعي البيئي لدى الطلبة من وجهة نظر المعلمين في لواء وادي سير، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، .
- عبد الله حازم حسن أحمد: وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في تنمية الوعي بين طلاب الجامعات، رسالة ماجستير، جامعة النيلين، 2018.
- عمر معاذ الجيلي: مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الرأي العام النوعي، رسالة ماجستير، جامعة إفريقيا العالمية، 2018.2019.
- كichel فتحة: الاعلام الجديد ونشر الوعي البيئي، رسالة ماجستير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2011-2012.

ثالثاً: المقالات والمؤتمرات

- آمنة تونسني، إبراهيم بورنان، دور الثقافة البيئية في تدعيم تطبيق المحاسبة البيئية في ظل التنمية المستدامة، مجلة دراسات وأبحاث، العدد 17.
- بغدادي سوزان يوسف محمد: التحديات المعاصرة الداعية للنهوض بالوعي البيئي، مجلة كلية التربية، العدد(14)، جامعة بورسعيد، 2013.

- بن عربية لحبيب، بلعابد عبد القادر: إشكالية الوعي البيئي لدى تلاميذ مرحلة التعليم الثانوي، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد(35)، 2018.
- بوجاجة ندى: وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التوعية البيئية وتحقيق التنمية المستدامة، المجلة العربية للارشيف والتوثيق والمعلومات، العدد(46)، 2019.
- بوعمر سهيلة، جابر نصر الدين، العادل محمد: شبكات التواصل الاجتماعي: أدوات تواصل متنوعة وتأثيرات نفسية واجتماعية متعددة، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2021.
- البيومي رضا إبراهيم عبد الله: مواجهة نشر الشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي في الفقه الإسلامي والقانون الوضعي، المؤتمر العلمي السادس لكلية الحقوق، جامعة طنطا، 2019.
- توفيق ميمي محمد عبد المنعم: شبكات التواصل الاجتماعي...(النشأة والتأثير)، مجلة كلية التربية، العدد(24)، الجزء(02)، جامعة عين الشمس، 2018.
- رقيق عبد الحكيم: شبكات التواصل الاجتماعي أوعية جديدة لنشر الوعي البيئي في الجزائر، مجلة الرواق، المركز الجامعي غليزان، العدد(01)، المجلد(04)، 2018.
- فريدة ايت عيسى، اتصال الأزمات وشبكات التواصل الاجتماعي، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 28.
- معايش أميرة: دور شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة كفاءة الاتصال التسويقي، مجلة دراسات اقتصادية، العدد(04)، المجلد(02)، 2017.

قائمة الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة حمه لخضر - الوادي
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
قسم العلوم الاجتماعية
* استبيان *

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته:

في إطار إعداد مذكرة التخرج لنيل شهادة الماستر تخصص علم الاجتماع علوم تربية تحت عنوان "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي البيئي دراسة ميدانية لطلبة جامعة الوادي.

نتشرف بتعاونكم معنا بالإجابة على أسئلة الاستبيان بتحديد رأيكم بالنسبة لكل عبارة وذلك بوضع علامة (x) في الخانة التي تعبر على مدى واقعية كل عبارة من وجهة نظركم. نحيطكم علما بأن المعلومات التي ستدلون بها تبقى على سرية تامة وأن تستغل إلا لأغراض البحث العلمي.

شاكرين لكم حسن تعاونكم.

قائمة الملاحق

البيانات الشخصية

أرجو التكرم بالإجابة عن جميع الفقرات بوضع إشارة (X) في المكان المناسب:

- 01 - الجنس : ذكر أنثى
- 02 - المستوى التعليمي: ليسانس ماستر
- 03 - الحالة الاجتماعية: أعزب مطلق متزوج
- المحور الأول: عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

1- ما هي وسائل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟

الهاتف الكمبيوتر اللوحة الالكترونية

2_ كم تستغرق في الوقت في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي؟

أقل من ساعة من ساعة إلى ساعتين أكثر من ساعتين

3- ما هي الأوقات المفضلة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي؟

صباحا مساءا ليلا

4- ما هو المكان المفضل لدي لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي؟

المنزل الشارع مقهى الانترنت

5- ما هي المواضيع التي تتابعها عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

اجتماعية ثقافية توعية رياضية

6_ ما هي الخدمات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي؟

دردشة متابعة الأخبار الحصول على معلومات أخرى

المحور الثاني: مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في ترسيخ الوعي حول البيئة

قائمة الملاحق

1-هل قمت بأيام تحسيسية للمحافظة على البيئة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

نعم لا

2-هل قمت بالتشجيع على غرس الأشجار والنباتات للمحافظة على البيئة؟

نعم لا

3-هل تتحدث مع زملائك حول مواضيع البيئة؟

نعم لا

4- هل شجعت حملة عامة حول تنظيف البيئة عبر موقع الفيسبوك؟

نعم لا

5-هل تستخدم الفايسبوك في معرفة الأوضاع الراهنة لبيئة؟

نعم لا

6- هل تتفاعل مع المواضيع البيئية التي يقدمها موقع الفيسبوك؟

نعم لا

المحور الثالث: فعالية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي البيئي

1-هل أنت عضو ضمن مجموعات تهتم بتوعية البيئة وقضايا البيئة؟

نعم لا

2-هل لديك أصدقاء لديهم اهتمامات بقضايا التوعية البيئية؟

نعم لا

3-هل تتابع وتعلق على صفحات جمعية البيئة والمحيط؟

قائمة الملاحق

نعم لا

4- هل تبادل في طرح أفكار عبر مواقع التواصل تساهم في حل مشاكل البيئة؟

نعم لا

5- ماهو تقييمك لصفحات جمعيات حماية البيئة والمحيط؟

مقبول حسن جيد

6- كيف تتفاعل مع منشورات حماية البيئة والمحيط؟

ترك أعجاب كتابة تعليق مشاركة منشور

الملحق رقم (2): مخرجات نظام برنامج spss مخرجات نظام برنامج spss

Frequency Table

الجنس		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ذكر	10	22.2	22.2	22.2
	أنثى	35	77.8	77.8	100.0
	Total	45	100.0	100.0	

المستوى التعليمي		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ليسانس	12	26.7	26.7	26.7
	ماستر	26	57.8	57.8	84.4
	ثانوي	7	15.6	15.6	100.0
	Total	45	100.0	100.0	

الحالة الاجتماعية:		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أعزب	29	64.4	64.4	64.4
	مطلق	10	22.2	22.2	86.7
	متزوج	6	13.3	13.3	100.0
	Total	45	100.0	100.0	

ماهي وسائل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟-1		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	الهاتف	18	40.0	40.0	40.0
	الكمبيوتر	15	33.3	33.3	73.3
	اللوحة الالكترونية	12	26.7	26.7	100.0
	Total	45	100.0	100.0	

كم تستغرق في الوقت في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي؟-2		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أقل من ساعة	24	53.3	53.3	53.3
	من ساعة إلى ساعتين	12	26.7	26.7	80.0
	أكثر من ساعتين	9	20.0	20.0	100.0
	Total	45	100.0	100.0	

ماهي الأوقات المفضلة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي؟-3

قائمة الملاحق

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid صباحا	17	37.8	37.8	37.8
مساء	20	44.4	44.4	82.2
ليلا	8	17.8	17.8	100.0
Total	45	100.0	100.0	

ما هو المكان المفضل لدي تصفح مواقع التواصل الاجتماعي؟-

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid المنزل	17	37.8	37.8	37.8
الشارع	20	44.4	44.4	82.2
مقهى الانترنت	8	17.8	17.8	100.0
Total	45	100.0	100.0	

ما هي المواضيع التي تتابعها عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟-5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid اجتماعية	27	60.0	60.0	60.0
ثقافية توعية	18	40.0	40.0	100.0
Total	45	100.0	100.0	

ما هي الخدمات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي؟-6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid دردشة	19	42.2	42.2	42.2
متابعة الأخبار	14	31.1	31.1	73.3
الحصول على معلومات	12	26.7	26.7	100.0
Total	45	100.0	100.0	

هل قمت بأيام تحسيسية للمحافظة على البيئة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟-1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid نعم	27	60.0	60.0	60.0
لا	18	40.0	40.0	100.0
Total	45	100.0	100.0	

هل قمت بالتشجيع على غرس الأشجار والنباتات للمحافظة على البيئة؟-2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid نعم	25	55.6	55.6	55.6
لا	20	44.4	44.4	100.0
Total	45	100.0	100.0	

هل تتحدث مع زملائك حول مواضيع البيئة؟-3

قائمة الملاحق

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid نعم	18	40.0	40.0	40.0
لا	27	60.0	60.0	100.0
Total	45	100.0	100.0	

هل شجعت حملة عامة حول تنظيف البيئة عبر موقع الفيسبوك؟ -4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid نعم	29	64.4	64.4	64.4
لا	16	35.6	35.6	100.0
Total	45	100.0	100.0	

هل تستخدم الفيسبوك في معرفة الأوضاع الراهنة لبيئة؟ -5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid نعم	32	71.1	71.1	71.1
لا	13	28.9	28.9	100.0
Total	45	100.0	100.0	

هل تتفاعل مع المواضيع البيئية التي يقدمها موقع الفيسبوك؟ -6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid نعم	29	64.4	64.4	64.4
لا	16	35.6	35.6	100.0
Total	45	100.0	100.0	

هل أنت عضو ضمن مجموعات تهتم بتوعية البيئة وقضايا البيئة؟ -1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid نعم	15	33.3	33.3	33.3
لا	30	66.7	66.7	100.0
Total	45	100.0	100.0	

هل أنت عضو ضمن مجموعات تهتم بتوعية البيئة وقضايا البيئة؟ -1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid نعم	30	66.7	66.7	66.7
لا	15	33.3	33.3	100.0
Total	45	100.0	100.0	

هل أنت عضو ضمن مجموعات تهتم بتوعية البيئة وقضايا البيئة؟ -1

قائمة الملاحق

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid نعم	25	55.6	55.6	55.6
لا	20	44.4	44.4	100.0
Total	45	100.0	100.0	

هل أنت عضواً ضمن مجموعات تهتم بتوعية البيئة وقضايا البيئة؟-1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid نعم	18	40.0	40.0	40.0
لا	27	60.0	60.0	100.0
Total	45	100.0	100.0	

ما هو تقييمك لصفحات جمعيات حماية البيئة والمحيط؟-5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid مقبول	18	40.0	40.0	40.0
حسن	15	33.3	33.3	73.3
جيد	12	26.7	26.7	100.0
Total	45	100.0	100.0	

كيف تتفاعل مع منشورات حماية البيئة والمحيط؟-6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ترك أعجاب	18	40.0	40.0	40.0
كتابة تعليق	15	33.3	33.3	73.3
مشاركة منشور	12	26.7	26.7	100.0
Total	45	100.0	100.0	