

جامعة الجبالي بونعامة - خميس مليانة -
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية
شعبة علوم الاعلام والاتصال

**دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي
المستدام لدى الطلبة الجامعيين
-موقع الفاسبوك نموذجا-**

دراسة ميدانية لعينة من طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة الجبالي
بونعامة بخميس مليانة

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال
تخصص: وسائل الاعلام والتنمية المستدامة

إشراف الأستاذ:

كريدر شريف

إعداد الطالبتين:

-قويدر جلول صبرينة

-مبدوع وفاء

السنة الجامعية: 2017/2016

شكر وتقدير

الشكر لله عزوجل الذي وفقنا وأعاننا على انجاز هذا البحث
ويسر السبيل إليه وهدانا إلى طريق العلم وبعده،
اعترافا بالفضل والجميل نتوجه بخالص الشكر وعميق التقدير
والامتنان

إلى الأستاذ القدوة كريدر شريف، الذي أشرف على هذا العمل
وتعهده بالتصويب في جميع مراحل إنجازهِ
وزودنا بالنصائح والارشادات التي أضاءت أمامنا سبيل البحث
فجزاه الله عنا كل خير

-قويدر جلول صبرينة

-مبدوع وفاء

إهداء

إلى من ربياني صغيرة...
إلى رمز التضحية والوفاء... إلى التي سهرت على راحتي...
إلى أمي الغالية...
إلى رمز العطاء... إلى الذي بذل الكثير في تربيتي... وكان لي
المثل في نفسي...
إلى أبي رمز الفداء... حفظه الله وأطال في عمره
إلى من وقفوا بجانبني خلال دراستي لهذه المرحلة
إلى زوجي العزيز "مقدم عبد الرحمن"
إلى ثمرة حبي ابنتي الغالية "رانيا"
إلى إخوتي وأخواتي (محمد، إسحاق، دحمان، أسامة، حنان،
فاطمة، ليليا، نغم، ريتاج، رحمة سيف الدين، تاج الدين، سيرين).
إلى كامل طلبة سنة ثانية ماستر وسائل الاعلام والتنمية المستدامة
إلى من يكن لي المودة والمحبة
إلى هؤلاء أهدي ثمرة جهدي المتواضع

-قويدر جلول صبرينة

-مبدوع وفاء

ملخص الدراسة باللغة العربية:

تهدف هذه الدراسة والمسماة دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي المستدام إلى لقاء الضوء على مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في نشر الوعي البيئي المستدام لدى الطلبة الجامعيين، وبالأخص طلبة جامعة الجبالي بونعامة، قسم علوم الاعلام والاتصال، حيث وقفنا على الاستخدامات والاشباعات لمواقع التواصل الاجتماعي واخترنا منها موقع الفايسبوك نموذجاً، وهو أحد أهم الوسائل التكنولوجية الحديثة بغية الكشف عن مدى ارتباط الطلبة الجامعيين بموقع الفاسبوك، من أجل تبادل المعلومات والأفكار والنقاشات البيئية التي تساعدهم على اكتساب الوعي البيئي المستدام.

تدرج هذه الدراسة الحالية ضمن الدراسات الوصفية حيث اعتمدت فيها الباحثين على منهج المسح بالعينة، والذي يعد المنهج الرئيسي لدراسة وسائل الاعلام الجديدة في إطارها الوصفي، كما تناولنا إشكالية الدراسة، أسباب اختيار الموضوع، الأهمية والاهداف المتوخاة من هذه الدراسة، كما تم تحديد المفاهيم المتعلقة بالدراسة، واستعراض الدراسات السابقة، كما تطرقنا إلى أداتين لجمع المعلومات تمثلت في الملاحظة والاستمارة اليت تضمنت 26 سؤالاً قسمت إلى 5 محاور بغية الإجابة على الإشكالية وتساؤلاتها، وذلك بتطبيق العينة القصدية والتي شملت 60 مفردة من أفراد مجتمع البحث، وقد توصلت الدراسة الميدانية إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- يعتبر موقع الفايسبوك من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً لدى المبحوثين.
- إن موقع الفايسبوك يساهم بنسبة مرتفعة في نشر الوعي البيئي المستدام من خلال الدور الذي يلعبه الفايسبوك، حيث بات هذا الأخير وسيلة مهمة للاطلاع على الاخبار والمعلومات في شتى المجالات، وباعتباره واحداً من تطبيقات الاعلام الجديد بصفة خاصة.
- إن غالبية الاشباعات الإعلامية المحققة للمبحوثين في المجال البيئي هي التعرف على الاخبار والمعلومات البيئية.
- إن أغلب المبحوثين يستخدمون موقع الفايسبوك في معرفة الأوضاع البيئية الراهنة ومشكلاتها.

الكلمات المفتاحية:

ص: صفحة.

د ط: دون طبعة.

د ت: دون تاريخ.

Cop 21: النسخة 21 من مؤتمر الأطراف في اتفاقية الأمم المتحدة في باريس فرنسا.

Cop 22: النسخة 22 من مؤتمر الأطراف في اتفاقية الأمم المتحدة في مراكش المغرب.

Abstract:

The purpose of this study is to promote the awareness of the social media and its role in spreading sustainable environmental awareness among university students, especially the students of A L-Jilali Bounàma University, the department of information and communication sciences, where we stopped using the social networking sites.

A model, which is one of the most important modern technological means in order to reveal the extent to which university students link Facebook to exchange information, ideas and environmental discussions that help them to gain sustainable environmental awareness.

The study is based on descriptive studies, the researchers adopted the sample survey methodology, which is the main method of studying the new media in its descriptive frame work, we also discussed the problematic of the study, the reasons for selecting the subject, the importance and the objectives of this study, we also discussed two data collection tools, which included 26 questions divided into 5 axes in order to answer the problem and its questions by applying the sample which included 60 members of the research community to a set of results, the most important of which are:

- The site Facebook more sites social networking use of the respondents.
- The site Facebook contribute by high in the publication of environmental awareness sustainable through the role-played by Facebook where is this the last an important means for news and information in various areas as the one of the application of the media's new in particular.
- The majority of media achieved in the field of environmental are identified news, information and environmental.
- The majority of respondents use the site Facebook to know the situation current environmental.

Key words:

P.D:no edition.

D.D: no date.

COP21: version 21 of the conference of the parties to the United Nations convention in Paris France.

COP22: version 22 of the conference of the parties to the United Nations convention in Marrakesh Morocco.

خطة الدراسة:

- ملخص الدراسة باللغة العربية.
- ملخص الدراسة باللغة الأجنبية.
- مقدمة.
- الإطار المنهجي.
- 1-إشكالية البحث.
- 2-تساؤلات الدراسة.
- 3-أهمية الدراسة وأهدافها.
- 4-أسباب اختيار الموضوع.
- 5-تحديد مفاهيم الدراسة.
- 6-منهج وأداة البحث.
- 7-مجمع الدراسة وعينته.
- 8-حدود الدراسة.
- 9-الدراسات السابقة.
- 10-المدخل النظرية للدراسة.
- الإطار النظري.
- 1-مواقع التواصل الاجتماعي واستخداماتها.
- تمهيد.
- 1-1 ماهية مواقع التواصل الاجتماعي.
- 1-1-1 مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي.
- 1-1-2 لمحة تاريخية عن ظهور مواقع التواصل الاجتماعي.
- 1-1-3 سمات مواقع التواصل الاجتماعي.
- 1-1-4 أشكال مواقع التواصل الاجتماعي.
- 1-2 الفاسبوك كوسيلة اتصالية واستخداماته.
- 1-2-1 مفهوم الفاسبوك.
- 1-2-2 جمهور الفاسبوك وسماته.

1-2-3 العملية الاتصالية من خلال الفاسبوك.

1-2-4 التفاعلية في الفاسبوك.

-خلاصة.

2-الفيسبوك والوعي البيئي المستدام.

-تمهيد.

2-1 ماهية الوعي البيئي المستدام.

2-1-1 مفهوم الوعي البيئي المستدام.

2-1-2 عوامل ظهور الوعي البيئي المستدام.

2-1-3 أبعاد الوعي البيئي المستدام.

2-1-4 أهداف الوعي البيئي المستدام.

2-2 الفاسبوك وعملية نشر الوعي البيئي المستدام.

2-2-1 أهم القضايا البيئية المثارة في الفاسبوك.

2-2-2 الفاسبوك كإعلام بيئي.

2-2-3 ردود أفعال الطلبة الجامعيين للقضايا البيئية في الفاسبوك.

-خلاصة.

-الإطار التطبيقي.

-تمهيد.

1-التحليل الكمي والكيفي للنتائج المتعلقة بالبيانات الشخصية لعينة البحث.

2-التحليل الكمي والكيفي للنتائج المتعلقة بعادات وأنماط استخدام عينة البحث لموقع

الفاسبوك.

3-التحليل الكمي والكيفي للنتائج المتعلقة بالدوافع والحاجات من استخدام عينة البحث لموقع

الفاسبوك.

4-التحليل الكمي والكيفي للنتائج المتعلقة بالاشباع المحققة من استخدام عينة البحث

لموقع الفاسبوك في مجال نشر الوعي البيئي المستدام.

5-التحليل الكمي والكيفي للنتائج المتعلقة بتقييم دور موقع الفاسبوك في نشر الوعي البيئي

المستدام.

-نتائج الدراسة.

-خاتمة.

-الملاحق.

-قائمة المراجع والمصادر .

-الفهرس.

يعيش المجتمع المعاصر اليوم تحولات هائلة في مجال الاعلام والاتصال، أدت في السنوات الأخيرة إلى تغيرات كبيرة في أساليب إنتاج وتوزيع وتلقي المعلومات، فقد ظهرت تقنيات وأساليب اتصالية حديثة، وانتشرت عن طريقها خصائص ووظائف اتصالية جديدة، من أهمها التحول من وسائل الاتصال الجماهيري ذات الاتجاه الواحد والمحتوى المتجانس إلى تقنيات الاتصال التفاعلية ذات الاتجاهين والمضامين المتعددة، وظهر مصطلح الاعلام الجديد أو الاعلام الرقمي للتعبير عن هذه الظواهر الجديدة باعتباره ثمرة التقدم الناتج عن اندماج الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، حيث أصبح هذا العصر رمزا لوفرة المعلومات وتدفقها بسرعة هائلة.

كما ساهمت التطورات المتلاحقة في شبكة الانترنت في إيجاد شكل جديد من الاعلام تعددت تصنيفاته ومسمياته لدى المهتمين والمختصين الذين أطلقوا عليه اسم الاعلام البديل أو ما يعرف بصحافة المواطن التي أفرزت عدة تطبيقات أهمها مواقع التواصل الاجتماعي، والمدونات والمنتديات وغيرها من الأشكال المتعددة.

وهذا ما شجع متصفح الانترنت على الاقبال المتزايد عليها، فإن هناك من يرى فيه وسيلة مهمة لأحداث التنمية البشرية المستدامة داخل المجتمع ووسيلة للالتحام وتقريب المفاهيم والرؤى مع الآخرين.

ومن هنا تتضح أهمية علاقة التفاعل الالكتروني مع النشاطات البيئية والتي تعد ضرورة ملحة في ظل المشكلات البيئية الراهنة.

فحماية البيئة لم تعد خيارا يحتمل للقبول أو الرفض بقدر ما هي مسألة بقاء لا تحتمل التأجيل أو التراخي في السعي نحو توفير كل المقومات لإنجاحها، فالبيئة بمفهومها الواسع لا تعني شيئا أقل من حياة الانسان ومستقبله، وعليه فلا بد من توفير منظومة متكاملة للعمل البيئي الجاد بهدف نشر الوعي البيئي المستدام وتعزيزه خاصة عند فئة الطلبة الجامعيين باعتبارهم نواة المجتمع وأداة من أدوات التنمية، فيقدر ما يتوفر لهم من الإحساس بالمسؤولية اتجاه البيئة بقدر ما يتوفر للمجتمع القدرة الذاتية على النمو والتطور ولإدراك خطورة التدهور البيئي بغية تأسيس بيئة سليمة خالية من أسباب وعوامل تدهورها.

حيث أبرزت هذه الدراسة أن الحصول على الاخبار وتداول المعلومات البيئية من أكثر الفوائد التي تعود على المبحوثين من جراء استخدام هذه المواقع لاكتساب الوعي البيئي المستدام في ظل الممارسات العشوائية الناجمة عن عدم صياغة سياسة بيئية للمتطلبات التي تكفل الحفاظ على البيئة وعدم التعسف في استخدام مواردها.

وجاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على الدور الذي يمكن أن يلعبه موقع الفايسبوك في نشر الوعي البيئي المستدام في أوساط الطلبة الجامعيين كأهم شرائح المجتمع استخداما له، ومن أجل ذلك تم تقسيم هذه الدراسة إلى أربعة فصول، تضمن الفصل الأول الاطار المنهجي الذي خضعت له الدراسة، فشمّل بذلك طرح الإشكالية الرئيسية التي اندرجت ضمنها التساؤلات الفرعية، أسباب اختيار الموضوع، وكذا أهداف وأهمية الدراسة، ثم تحديد المفاهيم ذات العلاقة بالدراسة وهي مواقع التواصل الاجتماعي، الفاسبوك، الوعي البيئي المستدام، كما تضمنت المنهج المستخدم وأدواته ومجتمع الدراسة وعينته، كما احتوت على الدراسات السابقة كمرتكزات نظرية وفكرية ثم المدخل النظري لهذه الدراسة.

في الفصل الأول تم التركيز فيه على الإطار النظري، حيث جاء بعنوان مواقع التواصل الاجتماعي واستخداماته خصص لدراسة مواقع التواصل الاجتماعي من خلال عرض بعض التعريفات ولمحة تاريخية عن ظهورها وخصائصها، ثم التطرق إلى الفايسبوك كوسيلة اتصالية واستخداماته من حيث جمهوره والعملية الاتصالية وكذا التفاعلية.

في حين خصص الفصل الثاني في تحديد المواضيع الأساسية لموضوع الدراسة المتمثل في الفاسبوك ودوره في نشر الوعي البيئي المستدام من خلال معالجته للقضايا البيئية المثارة في الفاسبوك.

أما الفصل الثالث تناولنا فيه الجانب الميداني لهذه الدراسة من أجل الوقوف على التحليل الكمي والكيفي لنتائج البيانات التي تم جمعها من أفراد عينة البحث ومنها استخلاص النتائج ومناقشتها وأخيرًا صبا الإشكاليات.

الإطار المنهجي

1- إشكالية الدراسة:

شهد العالم مؤخرًا طفرة نوعية على جميع الأصعدة بفعل التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال وما أفرزته هذه الأخيرة من شبكات عنكبوتية وفضاء الكتروني أعاد تشكيل خارطة العمل الاتصالي والإعلامي في المجتمعات المعاصرة.

ولعل أبرز هذه الشبكات العنكبوتية مواقع التواصل الاجتماعي التي أحدثت بدورها تحولات جذرية في بنية العمليات الاتصالية وأتاح للمتلقين إمكانيات غير محدودة للاختيار والتفاعل المزمع القائمين بالاتصال واستطاعت بسرعة كبيرة أن تقلب المعادلة التي قامت عليها المؤسسات الإعلامية، حيث تجاوزت بذلك الإعلام المكتوب إلى مرحلة الصورة والمشاهدة، ومن أبرز شواهد ذلك موقع الفيسبوك الذي غير تمامًا من نمطية تدفق المعلومات الاتصالية حيث بات الفرد المتلقي منتجًا ومرسلًا ومستقبلًا في الوقت نفسه، ولم يتوقف الأمر إلى هذا الحد بل تجاوزه إلى أن يكون هذا النمط الجديد أقوى وأبلغ في التعامل مع قضايا المجتمعات تشكيلا وتعزيزًا وتغييرًا، حيث شكل موقع الفيسبوك أحد المصادر الأساسية التي تساهم في نشر وتنمية الوعي البيئي المستدام، باعتبار أن التوجه نحو الوعي البيئي المستدام يعد خطوة هامة لحماية البيئة وصيانتها، لاسيما بعدما ازداد تأثير الإنسان على بيئته، وأصبحت علاقة الإنسان ببيئته تركز على فلسفة نفعية اقتصادية ذات طبيعة استهلاكية جشعة، هذا ما شجع على الاهتمام بالشأن البيئي، حيث عقدت منظمة الأمم المتحدة عدة مؤتمرات لحماية البيئة وصيانة مواردها.

ومن الجلي إذن أن الدراسة الحالية تراعي بعدين في غاية الأهمية وتبحث عن العلاقة بينهما وهما مواقع التواصل الاجتماعي وأبرزها موقع الفيسبوك وكذا تنمية ونشر الوعي البيئي المستدام الذي نعني به زيادة وترسيخ المعلومات البيئية لدى الطلبة الجامعيين واكسابهم اتجاهات إيجابية نحو بيئتهم تمكنهم من الحفاظ على البيئة ومواردها الطبيعية.

وعليه وانطلاقًا مما سبق نطرح الإشكالية التالية: ماهو الدور الذي يؤديه موقع الفيسبوك كأبرز مواقع التواصل الاجتماعي في مجال نشر الوعي البيئي المستدام لدى فئة الطلبة الجامعيين؟

2-تساؤلات الدراسة:

- ما هي عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الفايسبوك؟
- ما هي أسباب ودوافع استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الفايسبوك؟
- ماهي الاشباعات المحققة من طرف الطلبة الجامعيين من جراء استخدامهم لموقع الفايسبوك؟
- كيف تفاعل الطلبة الجامعيين من خلال موقع الفايسبوك اتجاه القضايا البيئية؟
- ما هو الدور الذي يلعبه موقع الفايسبوك في نشر وبلورة الوعي البيئي المستدام؟

3- أهمية الدراسة وأهدافها:

يمكن تحديد أهمية هذه الدراسة في ضوء الاعتبارات التالية:

- تناولت هذه الدراسة وسيلة مهمة من وسائل الاتصال الحديثة والتي تتمثل في مواقع التواصل الاجتماعي وموقع الفايسبوك تحديدا الذي أصبح منبرا للمشاركة والتعبير وتبادل المعلومات والأفكار حول القضايا البيئية.
- تستمد هذه الدراسة أهميتها من طبيعة فئة الطلبة الجامعيين التي تعد طاقة بشرية مهمة ومؤثرة في كيان المجتمع.
- الوقوف على بعض النقاط المهمة في مواقع التواصل الاجتماعي وموقع الفايسبوك خاصة، وعلاقته بالوعي البيئي المستدام لدى الطلبة الجامعيين، من أجل تحمل مسؤولياتهم اتجاه القضايا البيئية وعناصرها في مجال إمكانية صيانتها والمحافظة عليها.

أهداف الدراسة:

- تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على طبيعة الدور الذي يقوم به موقع الفايسبوك في تحفيز الطلبة الجامعيين للمشاركة في القضايا البيئية وبلورة مفهوم الوعي البيئي المستدام كهدف رئيسي لهذه الدراسة.
- بيان دور التفاعل الذي يتيح موقع الفايسبوك في تشكيل الوعي البيئي المستدام لدى الطلبة الجامعيين من خلال المواضيع والقضايا البيئية المطروحة.
 - إبراز أهمية البحث العلمي في مجال البيئة وضرورة استقلال وسائل الاتصال الحديثة سيما مواقع التواصل الاجتماعي، من نشر الوعي البيئي بمسائل البيئة وقضاياها.
 - الكشف عن مدى ارتباط الطلبة الجامعيين بمواقع التواصل الاجتماعي واستخدامهم لها من أجل تبادل المعلومات والأفكار والنقاشات والاقام البيئية التي تساعدهم على نشر الوعي البيئي المستدام.

4-أسباب اختيار الموضوع:

هناك مجموعة من الأسباب وراء اختيار هذا الموضوع، وقد تم تقسيمها إلى أسباب ذاتية وأخرى موضوعية.

أ-الأسباب الذاتية:

- تقارب الموضوع مع اهتمامات الباحثين وميولاتنا واستعداداتنا المعرفية، فوسائل الاعلام والتنمية المستدامة كتنحصر يدفع حتما إلى مساندة القضايا والمواضيع المتعلقة بالبيئة والوعي البيئي المستدام ودور وسائل الاعلام في ذلك.
- الرغبة في دراسة الموضوع لارتباطه بالعولمة وتكنولوجيا الاتصال الحديثة.
- الرغبة في معرفة سبب نجاح مواقع التواصل الاجتماعي في استقطاب واستمالة عدد كبير من المستخدمين خاصة موقع الفايستوك.
- الازع الإنساني والايمان بأن الحفاظ على البيئة ونشر الوعي البيئي المستدام هي مهمة كل فرد في المجتمع لاسيما الفئات المتعلمة مثل الطلبة الجامعيين.

ب-الأسباب الموضوعية:

- قلة الدراسات العلمية المتخصصة في هذا الموضوع.
- الانتشار الكبير لجماهير المستخدمين وتعدد اهتماماتهم الامر الذي بات ظاهرة تستدعي الدراسة والبحث.
- جدية موضوع الدراسة والدور الإيجابي الذي حققه الفايستوك في تنمية التواصل الاجتماعي لدة الطلبة الجامعيين في العديد من القضايا المختلفة.
- تزايد أهمية قضايا البيئة والحاجة الماسة للوعي البيئي المستدام بها إذ أصبحت من أهم النقاشات المطروحة على الساحة الدولية والمحلية.

5- تحديد مفاهيم الدراسة:

الدور:

-لغة:

"من دار يدور دورا، أي تحرك باتجاهات متعددة، وهو في مكانه، وهو السلوك المتوقع من الفرد في الجماعة"¹.

ويعرف بأنه: "الحركة أي الفعل والعمل"².

-اصطلاحا:

يعرف الدور على أنه: "الوظيفة التي من خلالها يمكن تحصيل جملة من المعارف المرادة عن شيء ما، أو وسيلة ما، وذلك للحصول على معرفة جديدة، وهو مجموعة من المسؤوليات والأنشطة والصلاحيات الممنوحة لشخص أو منظومة ليقوم بمسؤولياته اتجاه نشاط ما"³. وهناك تعريف آخر للدور مفاده بأنه: "أنماط سلوكية تكون وحدة ذات معنى، وتبدو ملائمة لشخص يشغل مكانة معينة في المجتمع، أو يشغل مركزا محددًا في علاقات شخصية متبادلة"⁴.

التعريف الاجرائي:

يقصد بالدور في دراستنا هذه وظيفة موقع الفايسبوك في خلق ونشر الوعي البيئي المستدام لدى الطلبة الجامعيين من جراء استخدامهم المتواصل له في مجال البيئة ومشكلاتها وقضاياها المطروحة.

مواقع التواصل الاجتماعي:

يعرف زاهر راضي مواقع التواصل الاجتماعي: "منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها"¹.

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

²-فؤاد أقوام البستاني، منجد الطلاب، د ط، دار الشروق، بيروت، د ت، ص211.

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

⁴-نبيل الصادق، طريقة تنظيم المجتمع في الخدمة الاجتماعية، د ط، دار الثقافة، القاهرة، 1983، ص367.

وتسمى أيضا الشبكات الاجتماعية ومواقع التشبيك الاجتماعي، وهي عبارة عن مواقع تستعمل من طرف الافراد من أجل التواصل الاجتماعي، وإقامة العلاقات وللتعرف وتطوير الصداقات حول العالم، وبناء جماعات افتراضية وفقا لاهتمامات أو انتماءات مشتركة، ويمكن للمستعمل عبرها أن ينشئ صفحته وينشر فيها سيرته وصوره ومعلوماته الشخصية، ويكتب مقالات ونصوص، وأيضا ينشر تسجيلات فيديو².

التعريف الاجرائي:

نقصد بمواقع التواصل الاجتماعي في هذه الدراسة الشبكات الالكترونية المستخدمة من طرف الطلبة الجامعيين في مجال الوعي البيئي المستدام، وكذا تبادل الآراء والأفكار والنقاشات اتجاه القضايا البيئية المطروحة ومختلف مشاكلها الراهنة.

الفايسبوك:

لغة:

"كتاب الوجوه، وهو موقع الشبكات الاجتماعية يتيح للأشخاص العاديين والاعتباريين أن يبرزوا مكانتهم عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع"³.

اصطلاحا:

الفايسبوك هو: "موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجانا وتديره شركة فيس بوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم، كذلك يمكن للمستخدمين إضافة أفراد إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم وأيضا تحديث ملفاتهم الشخصية.

¹-زاهر راضي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، العدد 15، جامعة عمان الاهلية، عمان، 2003، ص23.

²-رضا هميسي، دراسة قانونية، الاعلام الجديد بين حرية التعبير وحماية الامن الوطني، كلية الحقوق، العلوم السياسية، ورقلة، الجزائر، ص6.

³-خالد غسان، يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس، ط1، عمان، الأردن، 2013، ص34.

وتعريف الأصدقاء بأنفسهم، ويشير اسم الموقع إلى دليل الصور التي تقدمه الكليات والمدارس التمهيدية في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد، والذي يتضمن وصفا لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف إليهم¹.

التعريف الاجرائي:

الفايسبو ك هو موقع الكتروني يسمح لمستخدميه وهم الطلبة الجامعيين حسب هذه الدراسة بالتواصل فيما بينهم ومع غيرهم في عالم افتراضي يتقاسمون فيه اهتماماتهم، ويتبادلون أفكارهم وآرائهم حول القضايا البيئية ومشاكلها المطروحة محليا وعالميا.

البيئة:

لغة:

"يعود أصل كلمة البيئة في اللغة العربية إلى الجذر (بوا) الذي أخذ منه الفعل الماضي (باء)، كما جاء في معجم لسان العرب لابن منظور بآء إلى الشيء أي رجع إليه، وذكر المعجم نفسه معنيين قريبين من بعضهما البعض لكلمة تبوأ.

الاول: اصلاح المكان وتهيئته للمبيت فيه.

الثاني: بمعنى النزول والإقامة².

اصطلاحا:

عرف مؤتمر ستوكهولم في جوان 1972 البيئة بأنها: "كل ما يتعلق بنمط حياة الانسان في الوسط الطبيعي والصناعي"³.

أما الاستاذان رشيد الحمد ومحمد صباريني فقد أشارا إلى أن البيئة هي: "ذلك الإطار الذي يحي فيه الانسان ويحصل منه على مقومات حياته من غذاء وكساء، ودواء ومأوى، ويمارس فيه علاقاته مع أقرانه من بني البشر"⁴.

التعريف الاجرائي:

¹-فتحي حسين عامر، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفاسبوك، دار العربي، ط1، القاهرة، 2011، ص203.

²-ابن منظور الاقريقي، لسان العرب، المجلد الأول، دار بيروت للطباعة والنشر، بيروت، 1956، ص39.

³-Académie des sciences-France: livret sur l'environnement, 2002، p4.

⁴-رشيد الحمد ومحمد صباريني، البيئة ومشكلاتها، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، العدد 22 من سلسلة عالم المعرفة، الكويت، 1979، ص24.

البيئة هي الوسط الطبيعي الحيوي الذي يعيش فيه الانسان مؤثرا ومتأثرا بعناصره، وهي كذلك جملة العناصر الطبيعية التي يستخدمها الانسان في مجال تنميته، وما يترتب عنها من قضايا ومشاكل جراء النشاط الإنساني المتعدد الابعاد، والتي يتم تداولها ومناقشة جوانبها من قبل الطلبة الجامعيين عبر موقع التواصل الاجتماعي الفايسبو ك.

الوعي:

لغة:

"(الوعاء) وهو مفرد الاوعية، وأوعى الزاد والمتاع أي جعله في الوعاء، ووعي الحديث أي حَفِظَهُ وَفَهَمَهُ وَقَبَلَهُ، والوعي هو الحفظ والتقدير والفهم وسلامة الادراك"¹.

اصطلاحا:

يعرّف الوعي على أنه: "عملية عقلية ووجدانية تشمل الجانبين المعرفي والوجداني، وإن كان الجانب المعرفي يحتل المقام الأول من الوعي، لكنه ليس معرفيا بحتا، إذ أنه يقع في الجانب الوجداني"².

التعريف الاجرائي:

الوعي هو إدراك الطلبة الجامعيين لواقعهم وما يحيط بهم في بيئتهم الطبيعية وترجمته إلى أفعال وسلوكيات صحيحة اتجاه البيئة وعناصرها المختلفة من خلال التجاوب مع قضايا البيئة ومشاكلها والسعي إلى المشاركة في حلها.

الوعي البيئي المستدام:

يعرف على أنه "الوعي الوقائي" الذي يمنع حدوث الخلل أو المشكلة "والوعي العلاجي" الذي يواجه به الفرد المشكلات الفعلية الناجمة عن سوء الاستخدام والأضلاع الثلاثة للوعي البيئي هي: الحكومة بأجهزتها، والمجتمع بكافة هيئاته ومؤسساته، والافراد الذين يشكلون حماة البيئة الفعلية في حالة توافر المعرفة والادراك والفهم الصحيح لدورهم اتجاه البيئة"³.

¹-الرازي، محمد بن أبي بكر عبد القادر، مختار الصحاح، مكتبة لبنان، بيروت، 1986، ص303.

²-قمر عصام توفيق، الاتجاهات العالمية المعاصرة في ممارسة الأنشطة المدرسية البيئية في اليابان والولايات المتحدة وإنجلترا، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2007، ص21.

³-جمال الدين السيد علي صالح، الاعلام البيئي بين النظرية والتطبيق، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، 2003، ص91-92.

وعرفت ندوة الاعلام وقضايا البيئة في مصر والعالم العربي الوعي البيئي المستدام بأنه: "إدراك الفرد لدوره في مواجهة البيئة أو مساعدة الفئات الاجتماعية والافراد على اكتساب الوعي بالبيئة ومشكلاتها، وهو إدراك قائم على المعرفة بالعلاقات والمشكلات البيئية من حيث أسبابها وآثارها ووسائل حلها، والهدف من ذلك هو أن يصبح المواطن العادي ملما بالعلاقات الأساسية بين مكونات البيئة ومدى تأثير كل منها بالأخرى، ومدى تأثير الانسان عليها وتأثره بها"¹.

التعريف الاجرائي:

هو اكتساب الطلبة الجامعيين لمختلف المعلومات والحقائق عن البيئة التي يعيشون فيها ومشكلاتها واحساسهم الثابت والمتواصل بخطورة هذه المشكلات للعمل على تعديل سلوكهم إيجابيا نحو البيئة والمشاركة في حل مشكلاتها بشكل دائم مادامت نشاطات الانسان دائمة.

الطلبة الجامعيين:

هم الأشخاص الذي سمحت لهم كفاءتهم العلمية بالانتقال من مرحلة الثانوية إلى الجامعة لمتابعة دراستهم وفق تخصص علمي ما"².

التعريف الاجرائي:

يمثل الطلبة الجامعيون في هذه الدراسة المجتمع الذي سوف تجرى حوله الدراسة بناء على كفاءتهم العلمية ومستواهم المعرفة، وهم طلبة جامعة الجيلالي بونعامة بخميس مليانة المنتمون إلى شعبة علوم الاعلام والاتصال بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية.

6- منهج وأداة البحث:

1. المنهج المستخدم:

عند القيام بأي دراسة علمية، لابد من انتاج خطوات فكرية منظمة وعقلانية هادفة إلى بلوغ نتيجة ما، وذلك باتباع منهج معين يتناسب وطبيعة الدراسة التي سنتطرق لها، وبذلك فقد

¹-أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الاعلام الأمني العربي وقضايا ومشكلاته، ط1، الرياض، 2001، ص11.

²-أحمد محمد موسى، الشباب بين التهميش والتشخيص (رؤية إنسانية)، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، ط1، المنصور، مصر، 2009، ص15.

عرف المنهج بأنه: "مجموعة من القواعد التي يتم وضعها بقصد الوصول إلى الحقيقة في العلم أو هو الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة من أجل اكتشاف الحقيقة"¹. كما يعرف كذلك بأنه: "الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة تهيمن على سير العقل، وتحديد عملياته، حتى يصل إلى نتيجة معلومة"². وبما أننا نسعى في هذه الدراسة إلى معرفة وجمع المعلومات والحقائق حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي المستدام لدى الطلبة الجامعيين، فإن هذه الدراسة تندرج ضمن الدراسات الوصفية التي تسعى لمعرفة عادات وأنماط الاستخدام، وكذا الإشباعات المحققة من وراء استخدام موقع الفايسبو ك لدى أفراد عينة الدراسة في محاولة للكشف عن الدور الذي يمكن أن تؤديه هذه الوسيلة في نشر الوعي البيئي المستدام لدى الطلبة الجامعيين.

وبالتالي فإن المنهج الأكثر ملائمة في هذه الدراسة هو منهج المسح، لأنه أقدر المناهج على توضيح الطبيعة الحقيقية للمشكلة أو الأوضاع الاجتماعية، وتحليل الأوضاع والوقوف على الظروف المحيطة بها أو الأسباب الدافعة إلى ظهورها³.

يعرفه أحمد بن مرسل: "بأنه الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة، من حيث العوامل المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها، كما هي في الحيز الواقعي، وضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة، من خلال جمع المعلومات والبيانات المحققة لذلك"⁴.

كما يعرف على أنه: "المنهج الذي يقوم على جمع المعلومات والبيانات عن الظاهرة المدروسة قصد التعرف على وضعها الحالي وجوانب قوتها وضعفها"⁵.

¹-صلاح الدين شروخ، منهجية العلوم الاجتماعية، دار العلوم، عنابة، الجزائر، 2003، ص92.

²-أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص283.

³-عمار بوحوش، دليل المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية، د ط، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985، ص29.

⁴-أحمد بن مرسل، مناهج البحث في علوم الاعلام والاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2006، ص286.

⁵-ذوقان عبيدات وآخرون، البحث العلمي: مفهومه، أدواته وأساليبه، ط5، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، 1996، ص113.

2. أدوات البحث:

أدوات البحث العلمي هي تلك الوسائل المختلفة التي يستخدمها الباحث في جمع المعلومات والبيانات المستهدفة في البحث ضمن استخدامه لمنهج معين أو أكثر¹. وباعتبار أن موضوع بحثنا هو دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي المستدام لدى الطلبة الجامعيين، فقد استخدمنا أداتين لجمع المعلومات والبيانات وذلك مراعاة لتوافقها مع منهج دراستنا وهي الملاحظة واستمارة الاستبيان.

¹-موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة صحراوي بوزيد وآخرون، دار القصبية، الجزائر، 2004، ص129.

2-1 الملاحظة:

تم توظيفها أثناء استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الفايبيو ك وملاحظة كيفية تعاملهم مع القضايا البيئية وعملية نشر الوعي البيئي، وتستند هذه العملية على قيام الباحثين بملاحظة الظاهر أثناء حدوثها بصفة تلقائية ودون تدخل، وهذا من خلال القيام بملاحظة التصرفات عن قرب، كما تعتمد العملية على المتابعة وبعيدا عن المشاركة مع تسجيل مواقف وردود أفعال الطلبة الجامعيين من جراء استخدامهم لموقع الفايبيو ك.

تعرف الملاحظة على أنها: "الاهتمام أو الانتباه إلى الشيء أو الظاهرة بشكل منظم عن طريق الحواس، حيث نجمع خبراتنا من خلال ما نشاهده أو نسمع عنه"¹.

وتعرف الملاحظة كذلك بأنها: "عملية مراقبة أو مشاهدة الظواهر والمشكلات والاحداث ومكوناتها المادية والبيئية، متابعة سيرتها واتجاهاتها وعلاقاتها، بأسلوب علمي منظم ومخطط بقصد تفسير وتحديد العلاقة بين المتغيرات والتنبؤ بسلوك الظاهرة وتوجيهها لخدمة أغراض الانسان وتلبية احتياجاته"².

وتعتبر الملاحظة من إحدى أهم الطرق العلمية للكشف عن كينونة الظواهر بصفة دقيقة عن طريق المشاهدة الدقيقة، من أجل الوصول إلى الخصائص والعوامل المتحكمة في الظاهرة، كما تتطلب الوقوف على الأشياء والتعمق فيها بواسطة استخدام مختلف الحواس³.

2-2 استمارة الاستبيان:

استخدمت الباحثين أداة الاستبيان نظرا لما تتميز به عن الأدوات الأخرى، إذ تعتبر من أكثر الأدوات استخداما في العلوم الإنسانية والاجتماعية لما توفره من سهولة جمع المعلومات والبيانات الميدانية على الظاهرة موضوع الدراسة، وتستخدم بكفاءة أكثر في البحوث الوصفية لتقرير ما توجد عليه الظاهرة في الواقع⁴.

¹-جودت عزوي عطوي، أساليب البحث العلمي: مفاهيمه، أدواته، طرقه الإحصائية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص212.

² -محمد محمود الذنبيات وآخرون، منهجية البحث العلمي، القواعد والمراحل والتطبيقات، ط2، دار وائل للنشر، بيروت، 1999، ص73.

³-عناية غازي، منهجية اعداد البحث العلمي، د ط، دار المناهج للنشر والتوزيع، 2008، ص202.

⁴-عبد الله محمد عبد الرحمان ومحمد بدوي، مناهج وطرق البحث الاجتماعي، د ط، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، مصر، 2002، ص371.

وتعرف على أنها: "أداة تتكون من مجموعة من الأسئلة توجه أو ترسل أو تسلم إلى الأشخاص الذين يتم اختيارهم لموضوع الدراسة ليقوموا بتسجيل إجاباتهم على الأسئلة الواردة، ليعاد تسليمها بعد ذلك للباحث"¹.

بعد أن تطرقنا إلى مفهوم الاستمارة يجدر بنا الإشارة إلى طريقة توزيع الاستمارة حيث أنه بعد الانتهاء من تحديد عينة الدراسة كما وكيفا، شرعت الباحثين في بداية الامر باقتراح استمارة أولية على عدد من الأساتذة المحكمين (الدكتور كيحول طالب، الأستاذ المشرف كريد شريف، الأستاذ بوترة عبد الرزاق، والأستاذة إقلمين فاطمة الزهراء)، قصد معرفة جوانب النقص ومدى صلاحيتها للدراسة، وعلى هذا الأساس تم حذف بعض التفاصيل وإضافة بعض التعديلات ليتم فيما بعد وضع الاستمارة في شكلها النهائي.

وقد قمنا بإنجاز 80 استمارة تم توزيعها على الطلبة الجامعيين في الفترة الممتدة بين 2017/04/24 إلى غاية 2017/05/02، بحيث تم استرجاع 60 نسخة منها، وتم إلغاء 20 منها لعدم توفر كافة الإجابات عن الأسئلة المتضمنة فيها، ليصبح عندنا 60 استمارة للتحليل والدراسة.

وقد صممت أسئلة الاستمارة بما يتوافق وطبيعة الموضوع، حيث حاولنا قدر المستطاع أن تكون أسئلة الاستبيان واضحة ومعبرة عن إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، حيث احتوت على 26 سؤالاً، تنوعت بين الأسئلة المغلقة والمفتوحة، فالأسئلة المغلقة تكون فيها الإجابة مقيدة وما على المشارك سوى اختيار الإجابة بوضع إشارة عليها، وهذا النوع يشجع المشاركين على الإجابة عليه لأنه لا يتطلب جهداً ووقتاً كبيرين، أما الأسئلة المفتوحة فهي تلك الأسئلة التي تكون فيها الإجابة حرة مفتوحة، فهذا النوع يهدف إلى إعطاء المشارك فرصة للتعبير عن رأيه، وفي الأخير الأسئلة المغلقة المفتوحة ذات الإجابات الجاهزة والمحددة وأسئلة ذات إجابات محددة متبوعة بطلب تفسير سبب الاختيار.

وقد تضمن الاستبيان الخاص بهذه الدراسة أربعة محاور بالإضافة إلى محور خامس يشمل البيانات الشخصية:

¹- أحمد بدر، مناهج البحث في علم المعلومات والمكتبات، د ط، دار المريخ، الرياض، 1988، ص 17.

-البيانات الشخصية: شملت عددا من الأسئلة الشخصية كمتغيرات تقيد في تفسير نتائج البحث وتتمثل هذه المتغيرات في الجنس، السن، المستوى التعليمي، التخصص العلمي والإقامة، حاولت الباحثين من خلالها التعرف على مختلف خصائص عينة الدراسة.

-المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الفايسبو ك، احتوى على سبعة (07) أسئلة منها (02) سؤالين اختياريين، وثلاثة أسئلة نصف مفتوحة، ويهدف إلى التعرف على عادات وأنماط استخدام طلبة علوم الاعلام والاتصال لموقع الفايسبو ك.

-المحور الثاني: الدوافع والحاجات من استخدام الطلبة لموقع الفايسبو ك، احتوى على ستة (06) أسئلة، منها أربعة (04) أسئلة مغلقة وسؤالين (02) اختياريين، يهدف إلى التعرف على الدوافع والحاجات من استخدام طلبة علوم الاعلام والاتصال لموقع الفايسبو ك في عملية نشر الوعي البيئي المستدام.

-المحور الثالث: الاشباعات المحققة من استخدام الطلبة لموقع الفايسبو ك في مجال نشر الوعي البيئي المستدام، تضمن أربعة (04) أسئلة، منها سؤالين (02) نصف مفتوحين، وسؤال (01) واحد اختياري، وسؤال واحد (01) مفتوح، يهدف إلى التعرف على الاشباعات المحققة من استخدام طلبة علوم الاعلام والاتصال لموقع الفايسبو ك في مجال نشر الوعي البيئي المستدام.

-المحور الرابع: تقييم دور موقع الفايسبو ك في نشر الوعي البيئي المستدام، ويضم هذا المحور (04) أربعة أسئلة، منها ثلاثة (03) أسئلة مغلقة وسؤال واحد 01 اختياري، ويهدف إلى معرفة تقييم دور موقع الفايسبو ك في مجال نشر الوعي البيئي المستدام لدى طلبة علوم الاعلام والاتصال.

7-مجمع وعينة البحث:

يعد مجتمع البحث: "مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة¹، بمعنى جميع الوحدات التي يرغب الباحث في دراستها، ويمثل المجتمع الكل أو المجموع الأكبر الذي يستهدف دراسته ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته، إلا أنه يصعب الوصول إلى هذا المجتمع المستهدف، فيتم التركيز على المجتمع المتاح أو الممكن الوصول إليه أو الاقتراب منه لجمع البيانات.²

فعندما يصعب تحديد حجم مجتمع البحث يقوم الباحث بتحديد مجتمع بحثه الأصلي من خلال الاكتفاء بدراسة أوساط مختلفة فيه، ويكون الجزء المتاح عادة الجزء الذي يمثل الكل ويخدم أهداف الدراسة³.

وتمثل مجتمع بحثنا في فئة الطلبة الجامعيين المستخدمين لموقع الفايسبو ك من طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة الجبالي بونعامة بخميس مليانة، وبعد الاطلاع على قائمة الطلبة الجامعيين البالغ عددهم 244، تم اختيار أفراد مجتمع البحث من أربعة تخصصات، تخصص سنة ثالثة سمعي بصري، وسنة ثالثة اتصال وعلاقات عامة، وكذا سنة أولى ماستر تخصص وسائل الاعلام والتنمية المستدامة وتخصص وسائل الاعلام والمجتمع، إضافة إلى سنة ثانية ماستر تخصص وسائل الاعلام والتنمية المستدامة وتخصص وسائل الاعلام والمجتمع.

وتمثلت خصائص أفراد مجتمع بحثنا في اختلاف جنسهم ومستواهم الجامعي ومكانة إقامتهم وتخصصهم العلمي، وما يميزهم أن أغليبتهم من فئة الشباب التي لها الدور الطلائعي من حيث نشاطها وفعاليتها في بناء المجتمعات المعاصرة.

ومن خلال ملاحظتنا لأفراد مجتمع البحث تبين لنا أن أغلبية الطلبة الجامعيين يستخدمون موقع الفايسبو ك باستمرار.

¹-سامية محمد جابر، منهجيات البحث الاجتماعي والإعلامي، د ط، دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، القاهرة، د ت، ص405.

²-عبد العزيز السيد، مناهج البحث العلمي، د ط، دار النهضة العربية، القاهرة، 2007، ص169.

³-أحمد بن مرسل، مرجع سبق ذكره، ص172-173.

-عينة البحث:

يعرفها محمد زيان محمد على أنها: "عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل معها الباحث منهجيا، ويسلج من خلال هذا التعامل البيانات الأولية المطلوبة، ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلا لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها المجتمع"¹.

والعينة تختار بطريقتين إما عشوائية أو منتظمة، فالباحث يلجأ على الطريقة العشوائية لاجتناب التحيز خاصة إذا كان مجتمع البحث كبيرا².

ونظرا لتباين أفراد مجتمع البحث في دراستنا من حيث الجنس، السن ومستواهم الجامعي ومكانة إقامتهم وتخصصهم العلمي، قمنا باختيار العينة القصدية الطبقية التي تنتمي إلى العينات العشوائية، يعرفها إبراهيم حامد الاسطل أنها: "تتم عن طريق اختيار الباحث لمجموعة من الافراد تلائم الغرض من البحث كأن تكون هذه العينة عايشة ظاهرة معينة"³.
تكونت عينة البحث من 80 مفردة من مجتمع البحث المتمثل في الطلبة الجامعيين الذين يدرسون في قسم علوم الاعلام والاتصال وزعت عليها 80 استمارة وتم استرجاع 60 استمارة، وبذلك تكون العينة الحقيقية للدراسة 60 مفردة مقسمة على ثلاثة طبقات سنة ثالثة ليسانس، سنة أولى ماستر، وسنة ثانية ماستر، حيث بلغ عدد المفردات داخل كل طبقة 20 مفردة، فالمستوى الجامعي يمثل طبقة من العينات الثلاث للعينة الكلية، وكل 20 مفردة تم اختيارها عشوائيا داخل كل طبقة.

8-حدود الدراسة:**أ-الحد المكاني:**

يتمثل في جامعة الجبالي بونعامة بمدينة خميس مليانة، أين يدرس طلبة شعبة علوم الاعلام والاتصال المتمثلين لأفراد مجتمع الدراسة في هذا البحث العلمي.

¹-محمد زيان محمد، منهج البحث العلمي وتقنياته، د ط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1983، ص123.

²-أحمد بن مرسل، مرجع سبق ذكره، ص197.

³-إبراهيم حامد الاسطل، مناهج البحث العلمي، د ط، قسم المناهج وتكنولوجيا التعليم، الجامعة الإسلامية، غزة، 2012،

ب- الحد الزمني:

امتد الحد الزمني لهذه الدراسة من أوائل شهر جانفي إلى أوائل شهر ماي 2017، حيث تم إعداد الإطار المنهجي أولا ثم الانتقال إلى الإطار النظري، وفي الأخير الجانب الميداني، حيث شرعنا في توزيع الاستمارات على الطلبة الجامعيين من أواخر شهر أفريل إلى أوائل شهر ماي، وقمنا بتفريغ البيانات المتحصل عليها ومعالجتها وتحليلها.

ج- الحد البشري:

يشمل مستخدمي موقع الفايسبو ك من كلا الجنسين من مستويات تعليمية محددة ممثلين في طلبة السنة الثالثة ليسانس تخصص سمعي بصري واتصال وعلاقات عامة، إضافة إلى طلبة السنة أولى وثانية ماستر تخصص وسائل الاعلام والتنمية المستدامة، ووسائل الاعلام والمجتمع في شعبة علوم الاعلام والاتصال.

9- الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى:¹ (ياسين بوذراع).

بعنوان دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي البيئي دراسة ميدانية بجامعة منتوري قسنطينة مذكرة ماجستير في علم اجتماع البيئة نوقشت سنة 2010.

تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية، التي تسعى إلى اكتشاف الواقع ووصف الظواهر وصفا دقيقا، وهي تتناول إشكالية محورية تتمثل في معرفة الدور الذي تلعبه إذاعة قسنطينة المحلية ومدى مساهمتها في نشر الوعي البيئي، وقد تم بلورة إشكالية الدراسة في تساؤل رئيسي مفاده ما دور إذاعة قسنطينة المحلية في نشر الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين؟

استخدم الباحث منهج المسح الاجتماعي نظرا لكون مجتمع البحث كبير نسبيا، متخذا منهج المسح بالعينة بغية تحقيق أهداف الدراسة وغاياتها إلى جانب مجموعة من أدوات جمع البيانات منها المقابلة، وقد استخدم الباحث العينة العشوائية الطبقة والتي شملت 103 مفردة من مجتمع البحث المتمثل في طلبة السنة الرابعة علم اجتماع الموزعين على ثلاث تخصصات وذلك بنسبة 40% من كل تخصص، جاءت نتائج الدراسة موافقة للفرضية

¹ -ياسين بوذراع، دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علم الاجتماع، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2010.

العامة والتي تؤكد على أن إذاعة قسنطينة المحلية تولى أهمية بالغة لقضايا البيئة ومشكلاتها، كما أنها تقدم برامج متنوعة تهتم بقضايا البيئة، ولكن تعد الاخبار البيئية الطابع الغالب فيها.

الدراسة الثانية:¹ (فتيحة كيجل 2012/2011).

بعنوان الاعلام الجديد ونشر الوعي البيئي، دراسة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي بجامعة الحاج لخضر باتنة مذكرة ماجستير في فرع الاعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة نوقشت سنة 2012.

تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي تطرقت إلى طرق استخدام وأنماط المشاركة والتطبيقات الإعلامية لتكنولوجيا الاعلام الجديد وتأثيراته على المستخدمين الجزائريين، حيث تدور إشكالية الدراسة حول دور الاعلام الجديد بصفة عامة وموقع الفايسبو ك بصفة خاصة حيال القضايا البيئية، حيث وضعت الباحثة إشكالية متمثلة في كيف يؤدي استخدام موقع الفايسبو ك كإحدى تطبيقات الاعلام الجديد إلى نشر الوعي البيئي لدى جمهور المستخدمين الجزائريين، واعتمدت في جمعها للبيانات على الملاحظة من أجل متابعة الموضوع عن قرب، حيث عمدت الباحثة إلى فتح صفحة عبر الموقع في الفايسبو ك وشاركت المستخدمين اهتماماتهم، وهو ما سهل عليها فرصة التحليل والتفسير وربط جوانب الدراسة النظرية والتطبيقية واعتمدت كذلك على أداة الاستبيان.

أما نتائج الدراسة فقد تمثلت في كون الفايسبو ك أكثر المواقع استخداما لدى المبحوثين، حيث يقضي المبحوثين عبر هذا الموقع ما يفوق الساعتين في معظم الأحيان خلال الفترة المسائية، وبلغت النسبة المئوية لموقع الفايسبو ك ومدى مساهمته في نشر الوعي البيئي %74.19

الدراسة الثالثة:² (عاطف عدلي العبد، 1993).

الاعلام العماني وقضايا البيئة، سعت هذه الدراسة إلى مقارنة عدة دول عربية حول الاعلام العربي عموما وقضايا البيئة، حيث هدفت إلى الإجابة عن سؤال مزدوج للتعرف على

¹-فتيحة كيجل، الاعلام الجديد ونشر الوعي البيئي، جامعة الحاج لخضر، باتنة، مذكرة ماجستير، الجزائر، 2012.

²-عاطف عدلي العبد: الاعلام العماني وقضايا البيئة، القاهرة، دار الفكر العربي، الطبعة الأولى، 1993.

المعلومات وآراء القائمين بالاتصال والشخصيات العامة والجمهور حول قضايا البيئة ومشكلاتها من ناحية، ومدى مواكبة الاعلام العماني المطبوع والمسموع والمرئي للاهتمام الكبير الذي توليه السلطنة لقضايا البيئة ومشكلاتها من ناحية أخرى.

أوضحت نتائج هذه الدراسة نجاح الاعلام العماني في إمداد الأفراد بالمعلومات البيئية وتشكيل الآراء والاتجاهات الداعمة للجهود التي تبذلها السلطة في هذا المجال، فلقد سمح كل القائمين بالاتصال عن قضايا البيئة ومشكلاتها، وأشار أغلبهم إلى توفر معلومات كافية عن هذه القضايا تحصلوا عليها من وسائل الاعلام المختلفة في مقدمتهم التلفزيون والصحف.

كما تمثلت تصورات هذه الدراسة للدور الذي يجب أن تقوم به وسائل الاعلام لخلق وعي بيئي لدى الجمهور في توفير الكفاءات المتخصصة والمهتمة بقضايا البيئة.

وأخيرا يمكن القول ان هذه الدراسة تشير إلى اهتمام ملحوظ بقضايا البيئة ومشكلاتها، ووجود تكامل واتساق في تناول وسائل الاعلام العمانية هذه القضايا من ناحية أخرى.

الدراسة الرابعة:¹ (William Allen 2001).

استعرض الباحث تجربته باعتباره عالم بيولوجيا حول كيفية تعامل وسائل الاعلام في قضايا البيئة، وأظهر في دراسته عن وجود حالة من الإحباط في الشكل الذي تتناول به وسائل الاعلام قضايا البيئة ويستعير "الشيء الأكثر عقبة على التعليم البيئي هو أن تعيش وحيدا في عالم جريح".

وينطلق الباحث من أن النوعية البيئية ومعها التعليم من وجهة نظر علماء الاحياء والتنوع الحيوي يكتشفان عن عملية مهمة وهشة وتتفاقم بفعل الجهل واللامبالاة.

حيث اقترح تدعيم مهمة علماء البيئة ووسائل الاعلام التي تتناول قضايا البيئة، كما أن نشر الوعي البيئي يتطلب ضرورة معرفة عمل وسائل الاعلام وتركيبها غير المتجانسة وسياساتها التحريرية المختلفة.

¹-Allen, William : « A new media perspective on Envirommental communication, bioscience, 2001, N04.

ويحذر الباحث من أن وسائل الاعلام قد تضعنا في حالة عدم الثقة في حال منحنا لمعلومات غير مكتملة وغير صحيحة نظرا لغياب الإعلاميين المهنيين الذين يهتمون بالحقيقية البيئية.

وتحت الدراسة على أهمية دور الاعلام في تبسيط المعلومات البيئية والاهتمام بالدقة والتفاصيل، وهذا يتطلب بدوره تفعيلًا في القائم بالاتصال نفسه.

مجالات الاستفادة من الدراسات السابقة:

- اشتركت جميع الدراسات السابقة مع موضوع الدراسة في جعل هدفها قياس مستوى الوعي البيئي ووصف وتحليل القضايا البيئية.
- تعميق مشكلة الدراسة والتمكن من تحقيق الأهداف بدقة، فمن خلال مراجعتنا للدراسات السابقة تمكنا من تجديد النقاط المهمة التي يمكن تناولها والتركيز عليها، وكيفية صياغة تساؤلات الدراسة بشكل جيد، وهذا ما مكن من تحديد الخطوات المنهجية الاعلمة المناسبة لموضوع الدراسة.
- استفدنا من الدراسات السابقة في تحديد الإجراءات المنهجية مثل مجتمع البحث وعينته، نوعية الدراسة، المنهج وأدوات البحث.
- تحديد المدخل النظري وتوسيع المعلومات في هذا الجانب، حيث تعددت الأبحاث التي تعتمد على مدخل الاستخدامات والاشباعات وهذا ما ساعد على توضيح جميع جوانب المدخل والتعرف على الاتجاهات الجديدة للمدخل.
- اهتمام الدراسات السابقة بأهم تطبيقات الاعلام الجديد المتمثلة في موقع التواصل الاجتماعي ومنها الفاييسبو ك، وبالتالي كانت الاستفادة منها في التأهيل النظري للدراسة.

10-المدخل النظرية للدراسة:

نظرية الاستخدامات والاشباعات.

تمهيد:

تعتبر نظرية الاستخدامات والاشباعات من أهم نظريات الاتصال الحديثة التي تفسر الدور الذي يلعبه الجمهور في عملية الاتصال وذلك عن طريق دراسة استخداماته لها والاشباعات التي يحصل عليها من تلك الوسائل كمتغيرات متداخلة فيما بين وسائل الاتصال وتأثيرها على الجمهور.

أ-تعريف نظرية الاستخدامات والاشباعات:

تعد نظرية الاستخدامات والاشباعات اتجاها سيكولوجيا يبحث ويستقصي استخدامات الافراد لوسائل الاعلام، ويحدد أسباب استعمال نوع محدد دون الآخر، وكذلك الاشباعات التي يحققها الفرد من وراء تعرضه أو استهلاكه لوسيلة إعلامية معينة، حيث تقوم النظرية على

مسلمات مفادها أن الجمهور إيجابي، وأن تفاعله مع وسائل الاعلام يهدف إلى تحقيق عدد واسع من الاحتياجات، بالإضافة إلى أن مستهلكي وسائل الاعلام يعرفون لماذا يستعملونها، وأن الاشباعات تظهر في الأساس في محتوى وسائل الاعلام وفي التعرض لها وفي المجال الاجتماعي للتعرض¹.

ب-تطور نظرية الاستخدامات والاشباعات:

بعد نهاية الحرب العالمية الثانية، وتزامنا مع تطور تكنولوجيا الاتصال ازدادت حاجة الناس لاستخدام وسائل الاعلام والاتصال في تلك الفترة، وبالضبط في سنة 1959 طرح (أليهو كاتز) مقالا رد فيه عن رؤية (بيرنارد بيرسون) بموت حقل أبحاث الاعلام، وقال إن حقل الأبحاث المرتبطة بالإقناع هو الذي مات حيث استهدفت أغلب الأبحاث في ذلك الوقت اختبار تأثير الحملات الإقناعية على الجماهير بمعرفة ماذا تفعل الوسيلة بالناس؟ وأظهرت نتائج الأبحاث ضعف تأثير الاتصال الجماهيري في إقناع الجمهور واقترح (كاتز) التحول إلى التساؤل ماذا يفعل الناس بالوسيلة الاتصالية؟ وتطور مفهوم الاستخدامات والاشباعات في دراسة (بلومر وكاتز) سنة 1969 حول الانتخابات العامة البريطانية التي جرت سنة 1964، والتعرف على أسباب مشاهدة أو تجنب الحملات الانتخابية، وحدد الباحثان (بلومر وكاتز وغيرفاتش) سنة 1974 ما اختصاص مدخل الاستخدامات والاشباعات بالأصول النفسية والاجتماعية للاحتياجات والتوقعات من وسائل الاتصال والمصادر الأخرى، والتي تؤدي إلى نماذج مختلفة للتعرض للوسيلة والاندماج في أنشطة تنتج من الاحتياجات والاشباعات، بالإضافة إلى نتائج أخرى لم يكن مخططا لها².

وتطورت أبحاث الاستخدامات في فترة الثمانينات في إطار المنهج التجريبي من خلال دراسات (ريكوميني وستاندفورد) و(زيلمار وبرانيت) حيث أفادت النتائج بارتفاع تفضيل المبحوثين للوسيلة، والتعرض لها في حالة توافق الاشباعات التي تم الحصول عليها.

وقد كان لسرعة انتشار الانترنت كماً وكيفا وجغرافيا، وكذلك طبيعتها التفاعلية دورا كبيرا في تطوير أبحاث الاستخدامات والاشباعات، خاصة أن الانترنت تتطلب من مستخدميها تفاعلية

¹-ثقافة الانترنت وأثرها على الشباب، ندوة علمية، إصدارات دائرة الثقافة والاعلام، الشارقة، 2006، ص56.

²-رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الالكترونية، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص255.

أكثر من وسائل الاعلام التقليدية، فالمبدأ في شبكة الانترنت أن مستهلكيها يستهدفون عن قصد المحتوى الذي يريدونه ويحتاجونه لإشباع حاجات معينة على عكس مستخدمي وسائل الاعلام الذين في كثير من الأحيان يستخدمونها من باب النقود والروتين بدون دوافع محددة¹.

ج-فروض نظرية الاستخدامات والاشباعات وأهدافها:

تعتمد نظرية الاستخدامات والاشباعات على مجموعة فروض أساسية وضعها (إياهو كاتز) وكل من (بلومر) و(جوفيتيش) ويمكن إجمال هذه الفروض في:

- إن الجمهور في وسائل الاعلام يتسم بالإيجابية والفاعلية ويستخدم هذه الوسائل لتحقيق أهداف معينة خاصة به.
 - إن جمهور وسائل الاعلام هو الذي يقوم بالدور الرئيسي في إشباع احتياجاته من وسائل الاعلام حيث يربط بين إشباع حاجاته واختياره للوسائل التي تشبع هذه الحاجات.
 - تتنافس وسائل الاعلام مع مصادر أخرى في إشباع حاجات الافراد المتعددة والمتنوعة.
 - إن جمهور وسائل الاعلام قادر على تحديد أهدافه واهتماماته ومن ثم فهو قادر على تحديد واختيار المضمون الذي يلبي حاجاته².
 - الاحكام حول قيمة العلاقة بين حاجات الجمهور، واستخدامه لوسيلة أو محتوى معين يجب أن يحددها الجمهور نفسه، لأن الناس قد تستخدم نفس المحتوى بطرق مختلفة بالإضافة إلى أن المحتوى يمكن أن يكون له نتائج مختلفة³.
- ويحقق منظور الاستخدامات والاشباعات ثلاثة أهداف رئيسية تتمثل في:
- السعي لاكتشاف كيف يستخدم الافراد وسائل الاعلام وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع ان يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.

¹-ثقافة الانترنت وأثرها على الشباب، مرجع سابق، ص58.

²-محمد منير حجاب، نظريات الاتصال، ط1، دار الفجر، القاهرة، مصر، دت، ص299-300.

³-محمد عبد الحميد، مناهج البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص222.

- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاعلام والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.

- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاعلام بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري¹.

د- عناصر نظرية الاستخدامات والاشباعات:

1-افتراض الجمهور النشط:

ويرى (بالمفردين) أن الجمهور يكون نشطا من خلال ثلاثة أبعاد رئيسية وهي:

-الانتقاء: حيث ينتقي الجمهور الوسائل الإعلامية، والمضامين وفقا لما يتفق واحتياجاته واهتماماته.

-الاستغراق: يتم من خلال الاندماج مع ما يتعرض له الفرد من مضامين.

-الإيجابية: بمعنى الدخول في مناقشات والتعليق على مضمون الاتصال².

2-الأصول النفسية والاجتماعية لمستخدمي وسائل الاعلام:

لقد أدى ظهور مفهوم الادراك الانتقائي المرتكز على الفروق الفردية إلى افتراض أن الأنماط المختلفة من البشر يختارون الأنشطة بأنفسهم.

3-دوافع استخدام الجمهور لوسائل الاعلام:

وترتبط دوافع التعرض لوسائل الاعلام بمجموعة من الحاجات تتلخص أساسا في حاجات معرفية، أي الحاجة إلى الخبرة والمعرفة بشكل عام، حاجات عاطفية كالحاجة إلى الإحساس بالأخوة والمحبة والفرح، حاجات اجتماعية، وحاجات تحقيق الذات والحاجة إلى الترفيه³. إضافة إلى حاجات الهروب من الواقع وهي متعلقة بالشرد الذهني وتخفيف حدة التوتر النفسي⁴.

¹ محمد منير حجاب، نظريات الاتصال، مرجع سابق، ص300.

² مرزوق عبد الحكيم العدلي، الإعلانات الصحفية -دراسة في الاستخدامات والاشباعات-، ط1، دار الفجر، القاهرة، 2004، ص126.

³ عبد الرحمان عزي، دراسات في نظرية الاتصال، د ط، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، 2003، ص101.

⁴ منصف الشوفي وآخرون، دراسات إعلامية، د ط، ذات السلاسل، الكويت، 1995، ص473.

ويشير (إلياهو كاتز) إلى أن الحاجات تتبع أساسا من الافراد، ويتوقع هؤلاء الافراد أن وسائل الاعلام تقوم بتلبية حاجاتهم، ويرى (بلمر وجورفيتش) أنه لابد للباحث أن يحدد الأصول النفسية للحاجات أولا، ثم يتعرف على الدوافع المرتبطة بتلك الحاجات وينبغي ربط هذه الدوافع بتوقعات الجمهور من وسائل الاعلام، وعلى هذا فالدوافع تقوم بوظيفة الدفع والجذب، الدفع في التوقع والجذب في الطبيعة غير المحسومة للحاجة، وذلك أن الحاجة هي من تولد الدافع.

كما يؤكد (دينيس) على أهمية النظر إلى مدخل الاستخدامات والاشباعات من منظور مجتمعي، بدلا من المنظور الفردي، ذلك أن الحاجات الفردية لا تظهر بمعزل عن البيئة الثقافية والاجتماعية، وقدم على هذا نموذجين أحدهما يؤكد على ربط الاستخدامات بالثقافة والآخر يؤكد على ربط الاستخدامات بالمعرفة¹.

ويفسرون وسائل الاعلام بطرق متنوعة ومتباينة، أي أن العوامل النفسية يمكن أن تؤدي إلى وجود حوافز، وأن تحدد أصول كثير من استخدامات وسائل الاعلام².

وتؤدي العوامل النفسية والفروق الفردية دورا مهما في اختلاف الافراد في اختيار الرسائل الإعلامية، الامر الذي أدى إلى مفهوم الادراك الانتقائي لدى الباحثين.

ويؤكد الباحثون في هذا المجال على أن الانسان ليس حالة سلبية يتأثر بتلقائية ساذجة بكل الرسائل الإعلامية التي يتعرض لها، إنما تأثره تتدخل فيه متغيرات كثيرة بعضها نفسي، الذي له علاقة بشخصية الفرد ودوافعه واحتياجاته النفسية، وبعضها الاجتماعي الذي له علاقة بالظروف والعوامل المحيطة بالفرد داخل البيئة الاجتماعية، فالفرد يختار المضمون الذي يتوافق مع تركيبته الذهنية، ويتلاءم مع استعداده النفسي وظروفه الاجتماعية ويلفت إلى الرسالة المتوافقة مع دوافعه، واحتياجاته، خبراته، توقعاته، وتجاربه النفسية والاجتماعية، وعلى هذا يمكن أن تكون أسباب التعرض لوسائل الاعلام دوافع نفسية، أو اجتماعية تبحث عن إشباع حاجة، أو حل مشكلة عبر وسائل الاعلام المتعددة.

¹-مرزوق عبد الحكيم العدلي، مرجع سبق ذكره، ص118.

²-حمدي حسن، الوظيفة الإخبارية لوسائل الاعلام، د ط، دار الفكر العربي، مصر، 1991، ص21.

وحدد (كاتز) أن الاتجاه نفسه يقوم على دوافع مختلفة بين الناس وما لم تعرف الحاجات النفسية التي تدفع الفرد إلى استخدام هذه الوسيلة أو تلك، يكون القائم بالاتصال في موقع ضعيف في إشباع الحاجات والدوافع¹.

أما عن الدوافع فيقسمها (روبن) إلى فئتين هما:

- الدوافع الوظيفية أو النفعية التي تعني اختيار الفرد لنوع معين من المضمون ووسيلة اتصالية معينة لإشباع حاجاته من المعلومات والمعرفة.
- الدوافع الطقوسية وتستهدف تضيعة الوقت والتنفس والاسترخاء والهروب من الروتين اليومي والمشكلات².

4- توقعات الجمهور من وسائل الاعلام:

لقي مفهوم التوقع الكثير من التعريفات منها تعريف (ماكلويد وبيكر) القائل بأن التوقع هو احتمالات الرضا التي ينسبها الجمهور لسلوكيات متنوعة، بينما يري (بيليد) و(كاتز)، أن التوقع هو مطالب الجمهور من وسائل الاعلام.

ويعد مفهوم التوقع الذي يربط توقعات أفراد الجمهور بخصائص وسائل الاتصال وسماتها ومحتواها، وبقيمة الاشباعات الكامنة، والمحتملة التي تتطوي عليها محتوى رسائلها التي يمكن أن تحقق لهؤلاء الافراد أحد المفاهيم التي تنطلق منها افتراضات مفهوم الاستخدام والاشباع وتقوم عليها دراسات حول الجمهور الفاعل النشط، واقترن هذا المفهوم بمدى مقابلة الاشباع الذي يتحقق للأفراد لتوقعاتهم المسبقة لمرحلة ما قبل التعرض بشأن خصائص وسائل الاتصال ومحتواها والمتمثل في الاشباعات المتحققة قياسا بالاشباعات المطلوبة والمتوقعة³.

5- استخدام الجمهور لوسائل الاعلام:

يشير (سيفين ونداehl) إلى أن الاستخدام ربما يشير إلى عملية معقدة تتم في ظروف معينة، يترتب عليها تحقيق وظائف ترتبط بتوقعات معينة للإشباع، ولذلك فإنه لا يمكن تحديده في

¹- عبد الله يوسف الجبوري، نظريات التأثير الإعلامية المفسرة لسلوك الجمهور، د ط، الجامعة الكندية العربية الحرة، 2009، ص30.

²- عبد الله يوسف الجبوري، مرجع سبق ذكره، ص27.

³- عبد الله يوسف الجبوري: مرجع سبق ذكره ص28.

إطار مفهوم التعرض فقط، ولكن يمكن وصفه في إطار كمية المحتوى المستخدم، نوع المحتوى، العلاقة مع وسيلة الاعلام، طريقة الاستخدام¹.

6- اشباكات الجمهور من وسائل الاعلام:

ويفرق (لورانس وينر) بين نوعين من الاشباكات:

- اشباكات المحتوى: وهي نوعين اشباكات توجيهية تتحقق من خلال مراقبة البيئة والحصول على المعلومات، واشباكات اجتماعية ويقصد بها ربط المعلومات التي يتحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية.

- اشباكات العملية: وهي نوعين اشباكات شبه توجيهية تتحقق من خلال تخفيض الإحساس بالتوتر والدفاع عن الذات وتتعكس في برامج التسلية والترفيه والاثارة، واشباكات شبه اجتماعية مثل التوحد مع شخصيات وسائل الاعلام، وتزيد هذه الاشباكات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية واحساسه بالعزلة².

هـ- الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والاشباكات:

تلقت هذه النظرية عدة انتقادات أشهرها التي أوردها (ماكويل) وهي:

- تعتبر مقارنة نفسية حدية ومبالغ فيها، فهي تلغي احتمالات التواصل مع تفسيرات أخرى.
- تعتمد بإفراط على دفاثر ذاتية للحالات النفسية للمستخدمين.
- تتراوح باستمرار بين جبرية الدوافع والحاجات الأساسية للمستخدم وبين تطويع المستخدم للتفاعلية مع الرسائل وهما حدان متناقضان.
- تفترض بأن السلوك اتجاه الوسيلة يعتمد على الاختيار الواعي والعقلاني، إلا أن الملاحظ عادة أن عادات الاستخدام هي موجهة له.
- تواجه فلسفة الاستخدامات والاشباكات باستمرار مسألة قوة تأثير المضمون³.

¹-محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص228.

²-حسن عماد مكاي، ليلي السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003، ص249.

³-فضيل دليو، مدخل إلى الاتصال الجماهيري، د ط، مخبر علم الاجتماع والاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر،

2003، ص31-33.

- أما من أقوى الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والاشباع، فتكمن في الطابع الوظيفي لها، وهو ما يعني تكريس الوضع القائم والتكرار للتغيير الاجتماعي¹. يرى عدد من الباحثين أن مدخل الاستخدامات والاشباع لا يزيد عن كونه استراتيجية لجمع المعلومات، من خلال التقارير الذاتية للحالة العقلية التي يكون عليها الفرد وقت التعامل مع الاستقصاءات، فإجابات الجمهور لا تعكس بالضرورة الواقع الفعلي لاستخدام أي وسيلة، حيث يطلب الباحث من عينة البحث اختيار حاجات محددة من القائمة المذكورة، فتكون النتائج مبنية على توقعاتهم وليس على حقيقة هذه الحاجات².

¹-حمدي حسن، مرجع سابق، ص33.

²-محمد البشير، قصور النظرية في الدراسات الإعلامية، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، العدد 83، 2003، ص104.

الإطار النظري

1-مواقع التواصل الاجتماعي واستخداماته:

تمهيد:

مع التطورات التكنولوجية الهائلة في بداية القرن الحادي والعشرين مرت الدول الصناعية المتقدمة عبر مرحلة انتقالية غيرت تركيبها الاجتماعية والثقافية، وأعدت هيكله القوى العاملة بها، ونقلها بما عرف بعصر الثورة الصناعية منتقلا على عصر جديد سمي عصر ثورة المعلومات، القائم على امتزاج تكنولوجيا الكمبيوتر مع تكنولوجيا الاتصال، مما أدى إلى خلق اعلام جديد يعتمد على النشر الالكتروني، أفرز عدة تطبيقات أهمها مواقع التواصل الاجتماعي التي اعتبرت ركيزة جديدة للتواصل وبث المعلومات وتبادلها على نطاق واسع في فضاء الكتروني قُرب المسافات وألغى الحدود وزاوج بين الثقافات، ومن أهم المواقع شهرة موقع الفاسبوك الذي بلغ غايات بعيدة في عمق الأثر وأداة للتوجيه وتغيير الاتجاهات لدى جمهوره من خلال خاصية التفاعلية المتبادلة وحدة العملية الاتصالية ذو اتجاهات واسعة على عكس الوسائل الإعلامية التقليدية ذو اتجاه واحد.

وفي هذا الصدد سنحاول في هذا الفصل التعرف على ماهية مواقع التواصل الاجتماعي من حيث نشأتها وسماتها وأشكالها، وكذا التعرف على موقع الفاسبوك من حيث جمهوره والعملية الاتصالية من خلاله، والتعرف أيضا على السمة الأساسية التي تميز بها هذا الموقع وهي التفاعلية.

1-1 ماهية مواقع التواصل الاجتماعي:

1-1-1 مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

عكس مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي التطور التقني الذي طرأ على استخدام التكنولوجيا، فهي تشير إلى الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على شبكة الانترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع¹.

وتتعدد تعريفات مواقع التواصل الاجتماعي وتختلف من باحث لآخر حيث يعرفها (كاستل) على أنها: "قنوات تواصلية تخلق بنية اجتماعية مفتوحة متفاعلة قادرة على الابتكار، دون المساس بشكل هذه البنية مع صعوبة تحديد الهدف لهذه الخلايا الاجتماعية المبتكرة من خلال التطور التقني والمعلوماتي"².

-أما زاهر راضي فيعرفها بأنها: "منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها"³.

بينما زهير عابد يعرف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها: "مجموعة من الشبكات العالمية المتصلة بملايين الأجهزة حول العالم، لتشكل مجموعة من الشبكات الضخمة، والتي تنقل المعلومات بسرعة فائقة بين دول العالم المختلفة، وتتضمن معلومات دائمة التطور"⁴. في حين عرفها عباس مصطفى صادق على أنها: "فيها يجتمع الافراد ذوو الاهتمامات المشتركة وتبادل الأفكار والمعلومات، ويتصلون مع بعضهم ويدردشون وينشرون الأخبار التي تهتم مجتمعاتهم، وقد يكون المجتمع طائفا أو دينيا أو حتى علميا"¹.

¹-سعود كاتب، الاعلام الجديد وقضايا المجتمع -التحديات والفرص-، ورقة مقدمة للمؤتمر العالمي الثاني للإعلام

الإسلامي، جامعة الملك عبد العزيز، جدة، السعودية، 2011، ص4-5.

²-المؤتمر العربي - الأوروبي، تمكين الشباب ومنظماتهم ودعم مبادرات المجتمع المدني في الدول العربية جنوب البحر المتوسط، ورقة مقدمة في المؤتمر العربي الأوروبي، مالطا، 22-24 مارس، 2012.

³-زاهر راضي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، العدد 15، جامعة عمان الاهلية، عمان، 2003، ص23.

⁴-بشرى الراوي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير، مجلة الباحث الإعلامي، جامعة بغداد، العراق، كلية الاعلام، العدد 18، 2012، ص94.

-وترى الباحثين من خلال التعريفات السابقة أن مواقع التواصل الاجتماعي هي إحدى وسائل الاعلام الحديثة، وهي مجتمعات الكترونية افتراضية تسمح للمشاركين فيها من كافة الأعمار والاجناس بإنشاء حساب خاص بهم، وتقدم لهم مجموعة من الخدمات من شأنها تدعيم التواصل والتفاعل بينهم في أي وقت يشاؤون وفي أي مكان من خلال مجموعة من الطرق مثل الدردشة، الرسائل، تبادل الملفات، المحادثات الصوتية وغيرها.

1-1-2 لمحة تاريخية عن ظهور مواقع التواصل الاجتماعي:

كان أول ظهور لمواقع التواصل الاجتماعي عام 1995، حيث صمم (Randy conradz) موقع classmates.com، كان الهدف منه مساعدة الأصدقاء والزلاء الذين جمعهم الدراسة في مراحل حياتية معينة وفرقتهم ظروف الحياة العملية في أماكن متباعدة، وكان هذا الموقع يلبي رغبة هؤلاء الأصدقاء والزلاء في التواصل فيما بينهم الكترونياً². ثم تلاه موقع six degrees.com سنة 1997 اعتمدت هذه المواقع على فتح صفحات شخصية للمستخدمين، وعلى إرسال رسائل لمجموعة من الأصدقاء والربط المباشر بينهم، مع بداية عام 2003 ظهر موقع myspace.com وهو من أوائل مواقع التواصل الاجتماعي المفتوحة والأكثر شهرة على مستوى العالم، ثم ظهر موقع الفاسبوك Facebook.com الذي انطلق رسمياً في 2004 إلى أن أصبح يتصدر قائمة مواقع التواصل الاجتماعي في العالم³.

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 وثنورية مثل موسوعة ويكيبيديا، وقد كانت

¹-عباس مصطفى صادق، الاعلام الجديد -المفاهيم والوسائل والتطبيقات-، دار الشروق، ط1، عمان، الأردن، ص100.

²-صفاء زمان، الشبكات الاجتماعية تعريفها تأثيرها وأنواعها، 2012، انظر :

<http://Kse.org.KW/ALMohanderson/issue/113-article/365.Consult le 30/03/2017 à 15h:45.>

³-عباس مصطفى صادق، مرجع سبق ذكره، ص157-158.

هذه القفزة في تغيير طريقة التعامل مع متصفحات الانترنت هي البداية الحقيقية لما يعرف بتطبيقات الويب¹.

وكذلك ظهر موقع اليوتيوب youtube.com في 2005، وبعد ذلك انتشرت فكرة مواقع التواصل الاجتماعي للمدونات الصغيرة بظهور موقع Twitter وقد ظهر في عام 2006، وقد بدأ بالانتشار كخدمة جديدة للتواصل الاجتماعي على الساحة العالمية².

1-1-2 سمات مواقع التواصل الاجتماعي:

تشتمل مواقع التواصل الاجتماعي على عدة سمات أبرزها:

1-3 تكوين مجتمع افتراضي:

تسمح مواقع التواصل الاجتماعي للأفراد بخلق صداقات مع الآخرين يبادلونهم الاهتمام والمحتوى، فهي تساهم في تجسيد مجتمع افتراضي متواجد منذ بداية تطبيقات الانترنت الجديدة³.

2-3 التفاعلية:

وتطلق هذه السمة على الدرجة التي يكون فيها المشاركون في عملية الاتصال لها تأثير في أدوار الآخرين وباستطاعتهم تبادلها، ويطلق على ممارستهم الممارسة المستبدلة أو التفاعلية، وهي بمعنيين هناك سلسلة من الأفعال للاتصال التي يستطيع الفرد (أ) أن يأخذ فيها موقع الشخص (ب)، ويقوم بأفعاله الاتصالية، فالمرسل يستقبل ويرسل في الوقت نفسه وكذلك المستقبل.

¹-عباس مصطفى صادق، نفس المرجع السابق، ص158.

²-صفاء زمان، نفس المرجع السابق، ص365.

³-أولجا رديس بيلي وآخرون، فهم الاعلام البديل، ترجمة علا أحمد إصلاح، مجموعة النيل العربية، ط1، مصر، 2009، ص46.

3-3 اللاتزامنية:

وتعني إمكانية إرسالها واستقبالها في وقت مناسب للفرد والمستخدمين ولا تتطلب من المشاركين كلهم أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه¹.

3-4 التفتيت:

وتعني تعدد الرسائل التي يمكن الاختيار منها لتلائم الافراد أو الجماعات الصغيرة المتجانسة بدلا من توحيد الرسائل لتلائم الجماهير العريضة.

3-5 الحركة والمرونة:

حيث يمكن تحريك الرسائل الجديدة إلى أي مكان مثل الحاسب الشخصي والهاتف المحمول وكاميرا الفيديو المحمولة.

3-6 قابلية التحويل:

حيث أتاح الاتصال الرقمي إمكانية تحويل الإشارات المسموعة إلى رسائل مطبوعة أو مصورة أو العكس².

3-7 خاصية الإعلان:

تمكن المستخدمين من الإعلان عن أي منتج يودون الإعلان عنه والبحث عن أي منتج يرغبون في شرائه.

3-8 العالمية:

حيث استطاعت أن تلغي الحواجز المكانية والزمانية وسمحت للتواصل بسهولة ويسر في بنية افتراضية تقنية تجمع مجموعة من الافراد.

3-9 الانفتاح:

ساعدت على الانفتاح والعالمية لسهولة تواصل الافراد مع غيرهم متخطية جميع الحواجز، والقيام بتبادل المعلومات والآراء³.

¹-بسيوني إبراهيم حمادة، رسات في الاعلام والتكنولوجيا والرأي العام، عالم الكتب، ط1، مصر، 2008، ص102.

²-حسن عماد مكاوي ولىلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2006، ص39.

³-إبراهيم أحمد الدوي، شبكات التواصل الاجتماعي، مقال المنظمة العربية للهلال الأحمر والصليب الأحمر، ص7.

2-1-4 أشكال مواقع التواصل الاجتماعي:

هناك العديد من أصناف مواقع التواصل الاجتماعي نذكر منها:

4-1 النوع الأول:

يختص بالاتصالات وإيجاد وتبادل المعلومات مثل:

أ- المدونات (Blogs):

هي عبارة عن مدونات شخصية تختص بتناقل المعلومات بكل أنواعها بالإضافة إلى نشر يوميات ومدونات شخصية لمدير المدونة.

ب- المدونات الجزئية (Micro Blogs):

موقع لبث المعلومات بشكل سريع وما يميزه من المدونات العادية هو صغر حجم وكميات المعلومات المتداولة عليه، سواء كانت نصية، فوتوغرافية، صوتية، مرئية¹.

ج- خدمات تحديد المواقع الجغرافية (Location Based Services):

هي مواقع يمكن المستخدم من تحديد موقعه الجغرافي، من فوائد هذه المواقع انها تمكن المستخدم من تعريف أصدقائه بالأماكن الجديدة في مدينته أو أي مدينة أخرى يزورها².

د- مواقع الترابط الشبكي (Social Networking Sites):

أشهر هذه المواقع الفاسبوك ولينكدان، هي مواقع تمكن المستخدمين من التواصل المباشر ببعضهم ومشاركة الاهتمامات والفعاليات، كما يمكن استخدام تلك المواقع للبحث عن أصدقاء الدراسة³.

4-2 النوع الثاني: مواقع التعاون وبناء فرق عمل مثل:

أ- الويكي (WIKI):

هي مواقع تمكن المستخدمين من الاشتراك في تكوين المعلومات المترابطة بشكل منطقي عن طريق روابط الكترونية ويميزها سرعة تفاعلها وتحديثها الآني، من الأمثلة على ذلك موقع ويكيبيديا.

¹-سمر محمد الدريملي، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية للمرأة، أطروحة مقدمة لاستكمال شهادة الماجستير في برنامج دراسات الشرق الأوسط، جامعة الأزهر، غزة، كلية العلوم الإنسانية، قسم التاريخ، 2013، ص27.

²-ياسر بكر، الاعلام البديل، مطابع الحواس، القاهرة، مصر، 2010، ص25.

³-عباس مصطفى صادق، مرجع سابق، ص201.

ب-مواقع الاخبار الاجتماعية (Social News):

في هذه المواقع يمكن الاعتماد على شبكة واسعة من المستخدمين لإيجاد الاخبار المهمة حيث يقوم المستخدمين بتقديم الاخبار التي يجدونها مهمة من ثم يقوم القراء بمتابعتها، وما يميز هذه المواقع هو التركيز على ما هو حديث في مجال اهتمام العالم، وتقديم تصنيفات متعددة لمواقع الاخبار بكافة أنواعها من الأمثلة: new public.

ج-الملاحة الاجتماعية (Social Navigation):

هي عبارة عن برمجيات يقوم المستخدم بثنيتها على جهاز الهاتف الخليوي والاستعانة ببرنامج GPS نظام تحديد المواقع لرسم خريطة حركته بالمدينة.

د-مواقع إدارة ملفات وتحرير النصوص:

هي مواقع للتعاون في إتمام مذكرة أو نص أو حتى التعاون على تحضير عرض، فباستخدام هذه المواقع يتم التعاون بين عدد المستخدمين لتفاعل سلس وإنتاج عمل تفاعلي مشترك¹.

3-4 النوع الثالث: مواقع الوسائط المتعددة.

وهي مواقع تعتمد على الصوت والصورة نذكر منها:

أ-مواقع التصوير والفن (Photo sharing):

تقدم هذه المواقع العديد من الفوائد، حيث يمنح مكانا لحفظ وعرض الاعمال الفنية، سواء كانت صور أو رسومات فنية، وتوفر خاصية التبادل التجاري وإيجاد دخل مالي منها².

ب-مواقع مشاركة الفيديو والبث المباشر:

يمكن البحث عبر هذه المواقع إيجاد العديد من مقاطع للفيديو المرئية وتقييمها، كما تقدم معظم هذه المواقع خدمة مشاركتها على المواقع الاجتماعية الأخرى، وإعادة نشرها على شبكاته الخاصة، ومن الأمثلة: YOU TUBE.³

¹-سمر محمد الدريملي، نفس المرجع السابق، ص30.

²-محمد عبد الحميد، المدونات، الاعلام البديل، عالم الكتب، القاهرة، 2009، ص59.

³- سمر محمد الدريملي، نفس المرجع السابق، ص31.

ج-مواقع مشاركة المقاطع الصوتية والموسيقى:

تمكن هذه المواقع المستخدمين من مشاركة الآخرين المقاطع الصوتية والموسيقية، كما أن بعض هذه المواقع تقدم خدمة الراديو على الانترنت ومن الأمثلة: Sound Cloud.¹

1-2 الفاسبوك كوسيلة اتصالية واستخداماته:

1-2-1 مفهوم الفاسبوك:

يعرف Facebook أو كتاب الوجوه باللغة العربية هو موقع الشبكات الاجتماعية، أي أنه يتيح عبره للأشخاص العاديين والاعتباريين أن يبرز نفسه، وأن يعزز مكانته عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع.²

الفاسبوك هو موقع ويب للتواصل الاجتماعي، يمكن الدخول إليه مجاناً، وتديره شركة فيس بوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم.

بدأ موقع الفاسبوك في 4 فيفري سنة 2004 من طرف "مارك زكريغ" وهو طالب في جامعة هارفرد الأمريكية، بهدف إنشاء شبكة للتعارف بين طلاب البكالوريوس في جامعة هارفرد، ويمكنهم من تبادل أخبارهم وصورهم وآرائهم، ونظراً للإقبال الشديد من قبل الطلاب قرر "مارك" توسيع قاعدة من يحق لهم الدخول إلى الموقع ليشمل طلبة جامعات أخرى، وطلبة الثانوي الذين يسعون للتعرف على الحياة الجامعية، وفي سبتمبر 2006، قرر "مارك" أن يفتح أبواب موقعه أمام كل من يرغب في استخدامه، وقد حقق الموقع طفرة في عدد المشتركين، حيث تجاوز 200 مليون مشترك.³

1-2-2 جمهور الفاسبوك وسماته:

تطور مفهوم جمهور وسائل الاعلام الجماهيرية في صياغته الشكلية وفي مضامينه الراهنة تحت تأثير التطور السريع الذي تشهده المجتمعات الحديثة في مجالات الاعلام والاتصال

¹-عباس مصطفى صادق، نفس المرجع السابق، ص102.

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

³-فتحي حسين عامر، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفاسبوك، دار العربي، ط1، القاهرة، 2011، ص203-

خاصة انعكاسات الاستعمال المكثف لتكنولوجيات الاعلام التي أدت إلى التفكير في إعادة صياغة العديد من المفاهيم السائدة حتى تتمكن من استيعاب العناصر المستجدة الناتجة عن هذا التطور.

غير أن إعادة صياغة المفاهيم غالبا ما تضيف عناصر جديدة مستجدة، ولا تعني دائما وبالضرورة إلغاء أو تعديل العناصر السابقة التي تدخل في تكوين المفهوم. وعلى هذا الأساس يعرف الجمهور على أنه: "مجموع الأشخاص الذين تتوفر لديهم وفيهم مواصفات معينة ليشاركوا في التعرض إلى رسائل إعلامية تبثها وتنتشرها الصحافة المكتوبة الورقية والالكترونية والإذاعة والتلفزيون والمواقع الالكترونية"¹.

اثبتت العديد من الدراسات المتخصصة أن جمهور الفاسبوك كنوع من جمهور الانترنت هو في الغالب من فئة الشباب، نذكر على سبيل المثال ما توصل إليه الدكتور (العقاب): أغلب متصفح الانترنت تتراوح أعمارهم بين 15-45 سنة².

استم موقع الفاسبوك بعدة خصائص أهمها:

2-1 ميزة الاتصال السريع:

من أهم مميزات الفاسبوك نقل الخبر بسرعة فائقة وأنية مع إمكانية التفاعل مع الخبر والتعليق عليه وتبادل الرسائل والأفكار ونقل الصور والفيديوهات، فأى حدث يحصل في الشارع لا يحتاج إلا لبضع دقائق ليصبح محورا نقاشيا مدعما بالصور والفيديوهات والتصريحات والبيانات، ولتتوالى بعدها ردود الفعل والتعليقات والاقتراحات، كما أن هذه الميزة التواصلية ألغت الحواجز الجغرافية والزمانية، وجعلت الفضاء الالكتروني فضاءا مشتركا للحوار.

2-2 فاسبوك شبابي:

من خلال متابعة الإحصاءات التي يشير إليها موقع Social Bakers حول استخدامات الفاسبوك في أكثر من مئتي دولة، يتبين أن الموقع الشهير في العالم العربي هو تقنية شبابية

¹-علي قسايسية، محاضرات في دراسات وقياس جمهور وسائل الاعلام، جامعة الجزائر، 2011، ص4.

²-محمد العقاب، مجتمع الاعلام والمعلومات ماهيته، خصائصه، دار هومة للطباعة والنشر، الجزائر، 2007، ص374.

بامتياز، ففي مصر 96%، تونس 93%، البحرين 93%، هذا ما يدل على أن من يتحاور ويتفاعل ويشارك في الفضاء الإلكتروني هم الشباب.

2-3 قدرة الفاسبوك على التعبئة:

يستطيع المستخدم من خلال الفاسبوك أن يستثمر جيدا قدرته على تعبئة الجمهور من خلال المميزات التي يتنوع بها النص، الصورة، الفيديو، التعليقات، إنشاء صفحات خاصة حول أي فكرة أو حدث¹.

1-2-3 العملية الاتصالية من خلال الفاسبوك:

إن التطورات السريعة التي شهدتها تكنولوجيا الاتصال والمستحدثات التي عززتها التقنيات الرقمية والتكنولوجيا الحديثة، بدأت تقودنا نحو ترتيب جديد للمنظومة الاتصالية، حيث تحولت العملية الاتصالية التقليدية وأصبحت عملية انتقال المعاني تتطوي على عمليات تفاعل اتصالي معولمة ذات سمات تتميز بالسرعة والكفاءة وتجاوز الحدود والمسافات وتغيرت الأدوار بين المرسل والمتلقي فأصبحت تبادلية ثنائية الاتجاه بعد أن كانت أحادية محدودة، فأصبح التركيز على الوسيلة بدل الرسالة وحققت الوسيلة الابداع في عملية نقل الرسائل الاتصالية وعملية الاتصال عموما وبذلك تحققت نبوة ماكلوهان إذ قال "تكمُن أهمية الرسالة في وسيلة نقلها".

3-2 عناصر العملية الاتصالية في الفاسبوك:

تتمثل عملية الاتصال في الفاسبوك بمواصفات وميزات تختلف عنها في عملية الاتصال التقليدي من خلال نفس المعطيات المصدر الرسالة، المستقبل، رجع الصدى، ولكن أصبح لكل عنصر خصوصية في الدور والمحتوى، ويمكن إلقاء الضوء على كل عنصر في العملية الاتصالية لموقع الفاسبوك وفقا للآتي:

3-1 المصدر (Source):

في الاتصال الشبكي قد يكون فردا واحدا مثل استخدام صفحات الفاسبوك وقد يكون مجموعة ذات اهتمامات مشتركة مثل جماعات الاخبار أو مجموعات النقاش².

¹-نديم منصور، مجلة الاخبار، العدد 1670، 28 مارس 2012.

www.al-akhbar.com consulté le 03-04/2017 à 16 :30.

²-انتصار رسمي موسى، التحولات في عملية الاتصال الجماهيري باستخدام الشبكة الدولية للمعلومات في ظل التكنولوجيا الحديثة، بحث منشور في مجلة الأكاديمي، جامعة بغداد، العدد، 69، 2014، ص144-164.

3-2 الرسالة (Message):

تختلف أشكال الرسائل في الاتصال الشبكي عنه في الاتصال التقليدي فتتخذ أشكالاً متنوعة، فقد تكون محادثات يتم فيها تبادل الآراء أو برامج الدردشة، وتكمن عملية الاتصال في الفاسبوك من خلال نشر المعلومات والرسائل واسترجاعها.

3-2-3 المستقبل (Receiver):

وهو الجمهور المستقبل للرسائل فقد يكون فرداً أو عدة ملايين، كما يتيح الفاسبوك فرصاً لتبادل المعلومات والرسائل بين المرسل والمستقبل وإمكانية تبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل فيصبح المستقبل منتجا للرسالة في ذات الوقت.

3-4 الوسيلة الاتصالية (Channel):

لقد تحولت عملية الاتصال فأصبح التركيز على الوسيلة أو ما تسمى بالقناة الاتصالية في عملية التراسل وليس على الرسالة الاتصالية كما كان معهوداً سابقاً، حيث تمثلت عملية الاتصال سابقاً في الإجابة على التساؤلات من قال، وماذا قال، ولمن قال، وما هو أثر قوله، وهي تمثل عناصر الاتصال التقليدية، تميزت الوسيلة الاتصالية في ظل التكنولوجيا الحديثة بأنها الكترونية شبكية حيث تستخدم الصورة والصوت والحركة والنصوص والفيديو.

3-5 رجع الصدى (Feed Back):

لم يعد رجع الصدى تقليدياً كما في الأساليب التقليدية بل أصبح تفاعلياً ويستخدم الاتصال مع فرد أو مجموعة بهدف إجراء نقاشات ثنائية أو جماعية حول مختلف المواضيع والدراسات بهدف الحصول على الأخبار والمعلومات، ولم يقتصر على مجرد استشعار ردود أفعال وآراء الجمهور بل أصبحت الشبكة وسيلة اتصال وتواصل بين مختلف الثقافات بغض النظر عن الزمان والمكان¹.

3-6 التفاعلية (Interactivity):

حل مفهوم التفاعلية محل رجع الصدى وهو مفهوم وأسلوب أعم وأشمل من رجع الصدى لأنه يساهم في إشراك أطراف العملية الاتصالية لحظياً وآنياً والتفاعلية ليست سمة للوسيلة الاتصالية الحديثة بقدر ما هي عملية ترتبط بالاتصال نفسه، حيث يتم من خلالها تبادل

¹-انتصار رسمي موسى، نفس المرجع السابق، ص144-164.

الأدوار بين أطراف العملية الاتصالية، ويتأثر كل طرف بمعطيات الطرف أو الطرف الآخر، ويحصل المتلقي المعلومات الفورية من الموقع ويتمكن من التفاعل مع مصدر هذه المعلومات ومع غيره من زوار الموقع، كما أنه يستطيع أن يكون لنفسه خدمة إخبارية مناسبة لاحتياجاته¹.

1-1-1 التفاعلية في الفاسبوك:

لقد أصبحت التفاعلية سمة أساسية مميزة لوسائل الاعلام الحديثة بفضل التطور الهائل في تقنيات الاتصال التي ساهمت في كسر حواجز المكان والزمان وجعلت الجمهور المستخدم لموقع الفاسبوك جزءا أساسيا ومؤثرا في وسائل الاعلام.

ويرتبط مفهوم التفاعلية بالعالم "وينر" حينما أضاف رجع الصدى إلى نموذج "شانون ويفر" عام 1948، حيث بدأ أول اهتمام بدراسة الاتصال كعملية ديناميكية بين المرسل والمستقبل. وتعرف التفاعلية على أنها: "قدرة المستخدم على المشاركة في إنتاج المحتوى الاتصالي، وينفق الكثير من الباحثين أن هذه الخاصية من أهم ما يميز الاعلام الجديد نظرا لأنها تكاد معدومة في الاتصال الجماهيري التقليدي². وتطلق هذه السمة على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال تأثير في أدوار الآخرين وباستطاعتهم تبادلها ويطلق على ممارستهم الممارسة المتبادلة أو التفاعلية³.

وتنطبق ملاحظة مارشال ماكلوهان والتي عبر عنها في جملته الشهيرة "الوسيلة هي الرسالة" على الوسائل الإعلامية التفاعلية الحديثة حيث ترتبط كفاءتها في نقل المحتوى بمدى كونه تفاعليا مع ملاحظة أن التوظيف الجيد للتفاعلية ينشأ عن العلاقة بين الوسيلة والمحتوى الذي تقدمه في الوقت نفسه⁴.

تميز موقع الفاسبوك بسرعة نقل الخبر وتدعيمه بالصورة الحية والمعتبرة وسرعة مواكبة الأحداث على مدار الساعة ونقلها مباشرة من مكان حدوثها، وهذه الشبكات مكنت الناس من

¹-انتصار رسمي موسى، نفس المرجع السابق، ص144-164.

²شمس ضيات خلفاوي، الاعلام الجديد قراءة في تطور المفهوم والوظيفة، جامعة عنابة، الجزائر، العدد 15، 2015، ص295.

³-شبخاني سميرة، الاعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة دمشق، المجلد 26، العدد 1، 2010.

⁴-حسنين شفيق، الاعلام التفاعلي، دار فن للطباعة والنشر والتوزيع، 2010، ص33.

التعبير عن طموحاتهم ومطالبهم في حياة حرة من خلال مشاركتهم في تغذية هذه الشبكات بالأخبار والمعلومات والمساهمة بشكل فعال في صناعة وإدارة المضامين الإعلامية وجعلتهم أكثر تفاعلا ومشاركته في مختلف القضايا¹.

فالتفاعلية في الفاسبوك تعني أن هناك سلسلة من الأفعال الاتصالية التي يستطيع الفرد (أ) أن يأخذ فيها موقع الشخص (ب) ويقوم بأفعاله الاتصالية، المرسل يستقبل ويرسل في الوقت نفسه وكذلك المستقبل وبذلك تدخل مصطلحات جديدة في عملية الاتصال مثل الممارسة الثنائية، التبادل والتحكم.

وعليه تمثل التفاعلية الانتصار الكبير للمعلوماتية، حيث أصبح بإمكان الآلة الاستجابة لنا وتحقيق رغباتنا، وهذا ما غير مفهوم التفاعلية فهي سمة مفترضة بالنسبة لوسائل الاعلام الحديثة². فالجمهور على الشبكة ليس مستقبل للرسائل وإنما مرسل لها في الوقت ذاته، هذا ما يؤدي إلى مستوى مرتفع في التفاعل³.

¹-شبخاني سميرة، نفس المرجع السابق.

²-خالد زعموم والسعيد بومعيرة، التفاعلية في الإذاعة، أشكالها ووسائلها، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2007، ص29.

³-فضيلة تومي، تكنولوجيا الاتصال -التفاعلية- وعلاقتها بالبحث العلمي في الجامعة الجزائرية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، عدد خاص الحاسوب وتكنولوجيا المعلومات في التعليم العالي، ص498.

خلاصة الفصل:

من خلال ما تطرقنا إليه في هذا الفصل يمكن القول بأن أهمية مواقع التواصل الاجتماعي ومن بينها الفاسبوك تكمن في كونها أتاحت مجالاً واسعاً أمام الإنسان للتعبير عن آرائه وأفكاره مع الآخرين، قربت المسافات وألغت الحدود، حيث مهدت لظهور ثورة معلوماتية غيرت أنماط استهلاك المعلومات وتبادلها واسترجاعها، نذراً لما تتميز به من التفاعلية والمرونة في الاستخدام في عالم افتراضي جعل العالم قرية صغيرة.

-
- 2- الفاييسبوك والوعي البيئي المستدام.
-تمهيد.
- 1-2 ماهية الوعي البيئي المستدام.
- 1-1-2 مفهوم الوعي البيئي المستدام.
- 2-1-2 عوامل ظهور الوعي البيئي المستدام.
- 3-1-2 أبعاد الوعي البيئي المستدام.
- 4-1-2 أهداف الوعي البيئي المستدام.
- 2-2 الفاسبوك وعملية نشر الوعي البيئي المستدام.
- 1-2-2 أهم القضايا البيئية المثارة في الفاسبوك.
- 2-2-2 الفاسبوك كإعلام بيئي.
- 3-2-2 ردود أفعال الطلبة الجامعيين للقضايا البيئية في الفاسبوك.
-خلاصة.

2- الفايسبوك والوعي البيئي المستدام:

-تمهيد:

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

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

2-1 ماهية الوعي البيئي المستدام:

2-1-1 مفهوم الوعي البيئي المستدام:

إن الوعي البيئي المستدام هو "ذلك المفهوم الذي يهتم بتزويد الافراد بالمعارف البيئية الأساسية والمهارات والاحاسيس 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"¹.

وتعرفه إقبال الأمير بأنه: "إدراك الفرد للعلاقات والمشكلات البيئية المحيطة وفهمه لأسبابها، وآثارها وكيفية التعامل معها، وهو يتأثر بكل ما يحيط بالفرد من معارف ومشاعر سواء كانت إيجابية أو سلبية"².

وقد حدد قمر عصام توفي الملامح الرئيسية للوعي البيئي المستدام في مجموعة عناصر، أن الوعي لا بد أن يجمع بين الجانبية المعرفي والوظيفي، ذلك أن الوعي هو الدرجة الاولى في تكوين الاتجاهات البيئية التي تحدد سلوك الانسان وتصرفاته نحو البيئة، وغايته إدراك الفرد للعلاقات والمشكلات من حيث أسبابها وآثارها وكيفية معاملتها، وتكوينها وتمييزها لدى الانسان، شريطة مروره بالتربية النظامية أو اللانظامية، فكل ما يحيط بالفرد له تأثيره في تكوين الوعي البيئي لديه، فقد يكون الانسان مدركا تماما لأضرار التلوث، ولكنه رغم ذلك يلوث البيئة³.

كما حدد مؤتمر تبليس الوعي البيئي المستدام بأنه: "مساعدة الفئات الاجتماعية والافراد على اكتساب وفهم الوعي بالبيئة ومشكلاتها ذات الصلة وإيجاد حساسية خاصة اتجاهها"⁴. وعرفه وليام ألتسون William Ilton على أنه: "إدراك الفرد لدوره في مواجهة المخاطر البيئية"¹.

¹-محمد محمود كامل الرفاعي وماهر إسماعيل صبري محمد، التربية البيئية من أجل بيئة أفضل، المركز القومي للبحوث التربوية والتنمية، القاهرة، مصر، 2004، ص304.

²-أحمد محمد موسى، الخدمة الاجتماعية وحماية البيئة، المكتبة العصرية، ط1، القاهرة، مصر، 2007، ص302.

³-قمر، عصام توفيق، الاتجاهات العالمية المعاصرة في ممارسة الأنشطة المدرسية البيئية في اليابان والولايات المتحدة وإنجلترا، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2007، ص22-23.

⁴-جمال الدين السيد علي صالح، الاعلام البيئي بين النظرية والتطبيق، مركز الإسكندرية للأبحاث، مصر، 2003، ص91.

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

أ-التربية والتعليم البيئي:

ويبدأ التعليم من رياض الأطفال ويستمر خلال مراحل التعليم العام إلى التعليم الجامعي بشرط وهو وجود تكامل لأهداف البرنامج التعليمي والتربوي.

ب-الثقافة البيئية:

وتبدأ من توفير مصادر المعلومات كالكتب والنشرات وإشراك المثقفين البيئيين في الحوارات والنقاشات المذاعة والمنشورة والقضايا البيئية ذات الصلة المباشرة وغير المباشرة بالمجتمع خاصة ذات المردود الإعلامي.

ج-الاعلام البيئي:

هو أحد أهم أجنحة التوعية البيئية، وهو أداة إذا حسن استثمارها كان لها المردود الإيجابي للوعي البيئي، ونشر الادراك السليم للقضايا البيئية، ويعمل الاعلام البيئي في تسيير فهم وإدراك المتلقي لقضايا البيئة المعاصرة وبناء قنوات معينة اتجاه البيئة وقضاياها².

2-1-2 عوامل ظهور الوعي البيئي المستدام:

إن الوعي البيئي من الناحية التاريخية ليس حديث النشأة، فقد بدت مظاهره واضحة في الحضارات الإنسانية القديمة، فمنذ آلاف السنين كان مفتشو الأراضي الزراعية في الصين يملكون على الحقول ويرشدون المزارعين إلى تدهور البيئة الزراعية، ووسائل منع ذلك، كما اهتم قدماء المصريين بالحدائق والزهور والحفاظ عليها³.

وقد عرف الوعي البيئي اهتماما تدريجيا لدى المجتمعات الصناعية كأحد افرازات حركات التصنيع العشوائي وآثاره السلبية على البيئة الطبيعية، ويمكن إجمال عوامل ظهور الوعي البيئي المستدام في النقاط التالية:

¹-William Ilton and Harald, M. Proshonsky, an introduction to Environmental psychology, New York, 1974, p24.

²-نايف بن صالح الشلهوب، الاعلام والتوعية البيئية، الملتقى الإعلامي الأول للبيئة والتنمية المستدامة، المنعقد بالقاهرة 28-30/11/2006.

³-رضوان سلامن، الاعلام والبيئة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر، الجزائر، ص133.

أ-الجمعيات الأهلية والمنظمات غير الحكومية:

لقد أدى سعي الانسان الدائم إلى التحضر والتصنيع إلى تلويث البيئة واستنزاف مواردها الطبيعية، وقد أدى ذلك بدوره إلى ظهور الجمعيات والتنظيمات غير الحكومية التي تبنت برامج وإجراءات قصد التصدي لهذه المشكلات، محاولة تبيان الأثر السلبي الذي تركته التنمية الاقتصادية على حساب البيئة الطبيعية، ومن بين هذه التنظيمات البيئية ذات الصيت الإعلامي الكبير (منظمة السلام الأخضر Green Peace) و(منظمة أصدقاء الأرض FOE)، حيث شكلت جميعها جماعات ضغط لا يستهان بها، نظرا لتصديها للمشكلات البيئية مثل النفايات الحضرية، ارتفاع درجة حرارة الأرض واختلاف التوازن البيولوجي والتلوث والتنمية غير الملائمة¹.

ولا يتسنى لنا في هذا الصدد ذكر كل المنظمات غير الحكومية الناشطة في المجال البيئي، نظرا لعددها الكبير وتعدد تخصصاتها، وتشعب أهدافها، وعلى العموم فإن الحركة البيئية في توجهاتها وأهدافها تنقسم إلى ثلاثة أقسام وهي كما يلي²:

التوجه الأول: يطالب أنصاره بضرورة إرساء تشريعات بيئية والحل التكنولوجي لمشاكلها.

التوجه الثاني: يركز أصحابه على أهمية تشجيع جماعات الضغط للتأثير على أصحاب القرار لانتهاج السياسات الكفيلة بحماية البيئة من الاخطار اليت تهددها.

التوجه الثالث: ويتبنى أصحابه رؤية لقضية التكنولوجيا والطاقة ويدعون إلى تطوير تكنولوجيا بديلة ويطالبون بضرورة الاعتماد على الذات وينتو أنصار هذا التيار إلى دول الجنوب.

ب-الجماعات العلمية:

قدم علماء البيئة والاكولوجيين إسهامات بارزة في مجال الزراعة والصحة العامة، ونبهوا مبكرا إلى الأخطار البيئية الناجمة عن سوء استخدام الموارد الطبيعية والعوامل المتحكمة فيها

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، ص21.

² -عواطف عبد الرحمان، هموم صحافة الصحفيين في مصر، دار الفكر العربي، 1995، ص256.

وقد أسهم التطور التكنولوجي بشكل كبير في تطور طرق البحث، وأدوات التحليل، ورصد الملوثات وتحديد مصيرها¹.

ومن أمثلة الجماعات العلمية الناشطة في هذا المجال اللجنة العلمية والدولية للقطب الشمالي (Comité scientifique international d'Arctique)، وهي منظمة علمية ودولية أنشأتها أكاديميات العلوم الدولية في 18 بلدا وكذا هيئة مستشاري الأمم المتحدة للأوزون التي تضم 226 عالما². وتساهم الجماعات العلمية في نشر التوعية البيئية بتوفير المعلومات وتبسيطها، من خلال إقامة الندوات والمؤتمرات في الداخل والخارج وتغطيتها عبر وسائل الاعلام المختلفة لتزويد الرأي العام بالمعطيات التي ترفع من درجة الوعي البيئي لديه.

ج-الرأي العام:

إن قضايا البيئة أصبحت أهم مشاكل الانسان 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 المواد البيئية، ولكن الاتجاه السائد هو أنه يجب النظر إلى مشاكل البيئة نظرة أكثر شمولية وأنها تهدد الانسان ككل³.

ورغم اختلاف درجة الوعي البيئي لدى الرأي العام في الدول المتقدمة والدول النامية، إلا أن السمة المشتركة بينهما هو انفعال الرأس العام عند وقوع الكوارث الايكولوجية، 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 مختلفة⁴.

د-النخبة في المجتمع:

وتضم نخبة العلماء والسياسيين والمتقنين وقادة الفكر والرأي، وكذلك الفنانين ونجوم الرياضة ومشاعر الاعلام وغيرهم، فهؤلاء يسهمون في صياغة الوعي لدى الافراد من خلال

¹-أحمد الشربيني، عندما يذوب القطب ماذا يحدث للأرض؟، مجلة العربي، العدد 554، جانفي 2005، ص179.

²-أحمد الشربيني، مرجع سابق، ص179.

³-علي الربيعي، الاعلام وقضايا البيئة، مجلة البحوث الاعلامية، العدد 05، أفريل، 2005، ص142.

⁴-رضوان سلامن، مرجع سابق، ص137.

مشاركتهم في الندوات الإعلامية والزيارات والأحاديث من خلال الإذاعة أو الصحافة، وكذا من خلال تصرفاتهم اليومية اتجاه البيئة، أو أسلوب حياتهم اليومية الذي يتماشى والسلوك البيئي المتحضر، مما يجعلهم قدوة للمعجبين بهم، ومن ثم تقليدهم بما يؤدي إلى نمو الوعي البيئي لديهم¹.

هـ-التنظيمات الاجتماعية:

تقوم التنظيمات الاجتماعية المختلفة، وبما لها من إيديولوجيات وأفكار بدور هام في إتاحة فرصة الممارسة والمشاركة في العمل البيئي وتنميته ومن أهم التنظيمات الاجتماعية الفاعلة في المجتمع وزارة شؤون البيئة، 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 التنظيمات الطلابية، والنادي الرياضية والثقافية إذ تساهم بشكل كبير في خلق الوعي البيئي لدى الافراد من خلال أنشطتها المتنوعة.

وتجدر الإشارة إلى الدور الكبير الذي تلعبه دور العبادة على غرار المساجد في ترسيخ مبادئ الوعي البيئي عن طريق الخطب (الجمعة)، دروس المساجد، والمحاضرات والمناقشات الدينية².

و-وسائل الاعلام:

أصبح الاتصال الجماهيري قوة مؤثرة في حياة المجتمعات، ويلعب دورا هاما في مواجهة الكوارث والأزمات البيئية التي تعاني منها، وهناك تفاعل مستمر بين وسائل الاتصال الجماهيري والمجتمع، حيث يؤثر ويتأثر بها باعتباره عنصرا لا يبتعد عن الكيان الاجتماعي والثقافي والاقتصادي، ويدخل في مختلف أوجه النشاط، وأصبح لوسائل الاعلام دورها

¹-عقيل محمود الرفاعي، دور الاعلام 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، ص506.

²-عقيل محمود الرفاعي، مرجع سابق، ص49.

الواضح في تكوين الصور الذهنية والتي تعكس واقع هذه الكوارث والأزمات وغيرها، فوسائل الاعلام تؤثر في اتجاهات الافراد ومواقفهم بما ينعكس على سلوكياتهم¹. ويتعامل الاعلام مع مشكلات البيئة بواسطة خلق الإحساس لدى المواطن بضرورة الاهتمام بها، والمحافظة عليها، من خلال تقوية اهتمام الجماهير بقضايا البيئة ومشكلاتها، وذلك انطلاقاً من أن الانسان هو أكثر الكائنات الحية فاعلية وتأثيراً في النظام البيئي². فالإعلام يعني تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعد في مواجهة الكوارث والأزمات البيئية من خلال الرسائل التي يبثها على أعداد كبيرة من الناس... وتتميز وسائل الاعلام بقدرتها الفائقة على نشر الحقائق والمعلومات والأرقام والاحصائيات عن الكوارث البيئية بسرعة كبيرة، وبالتالي تُعرّفُ بها فور حدوثها وتزيد من معلومات الناس عنها بما يشكل الوعي لديهم حيالها³.

2-1-3 أبعاد الوعي البيئي المستدام:

أ-المعلومات البيئية:

بفضل التطور التكنولوجي ووسائل الاعلام ازدادت أهمية المعلومات وتأثيرها على جميع المجالات على حد سواء الاجتماعية والاقتصادية والسياسية وحتى البيئية، فهي تعتبر المادة الأولية التي يعتمد عليها أي نشاط. تعرف المعلومات على أنها: "عملية النقل الواعي والهادف والمقصودة التي تتضمن آراء الناقل الصحفي، المحرر، المراسل، المذيع، والتي تتعلق بمصالح الآخرين⁴. يعد توفير المعلومات البيئية من أهم الخطوات التي تتخذ لوضع استراتيجية فعالة لحماية البيئة والحفاظ عليها نظراً لما تحقّقه من نتائج إيجابية في هذا المجال ونكشف عن أهميتها فيما يلي:

¹ -محمد معوض إبراهيم، تكنولوجيا الاعلام (تطبيق على الاعلام في بعض الدول العربية)، دار الكتاب الحديث، القاهرة، مصر، 2008، ص35.

² -ياسين بوزراع، دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، ص141.

³ -محمد معوض إبراهيم، مرجع سابق، ص36.

⁴ -فلاح كاظم المحنة، علم الاتصال بالجماهير، الأفكار النظرية الأنماط، مؤسسة الوراق، ط1، 2001، ص404.

1- تنمية قدرة الدولة على الإفادة من المعلومات المتاحة في وضع استراتيجيات حماية البيئة ومكافحة التلوث البيئي.

2- ترشيد وتنسيق ما تبذله الدولة من جهد في البحث والتطوير على ضوء ما هو متاح من معلومات بيئية وخاصة خطط التنمية.

3- توفير قاعدة معرفية عريضة لحل المشكلات البيئية وما يرتبط بها من أنشطة اقتصادية وصناعية واجتماعية مع رفع مستوى فعالية وكفاءة مؤسسات الإنتاج والخدمات.

4- ضمان اصدار القرارات المتخذة على أساس المعلومات في جميع القطاعات وعلى مختلف المستويات المسؤولة¹.

ب-الاتجاهات نحو البيئة:

يتحدد السلوك الإنساني بمنظومة اتجاهات الافراد وأنساقهم القيمية والعقائدية السائدة ويعد (هربرت سبنسر) أول من استخدم مفهوم الاتجاهات حيث قال في كتابه "المبادئ الأولى": "إن حصولنا على أحكام صحيحة في المسائل الجدلية يعتمد إلى حد كبير على الاتجاه الذهني الذي نحمله أثناء إصغائنا إلى هذا الجدل والاشتراك فيه"².

-عناصر الاتجاه:

1-العنصر العاطفي:

ويعبر عن المشاعر والاحاسيس التي توجد لدى الفرد نحو شيء معين، وتتكون هذه المشاعر لدى الشخص من تجاربه وخبراته السابقة، وكذلك مما يعطيه العرف والتقاليد من معان للأشياء.

2-العنصر الفكري:

ويتمثل في المعلومات والمعتقدات الذهنية التي توجد لدى الشخص نحو الأشياء من حوله، وتتكون هذه المعلومات والمعتقدات من القراءة والاستماع والدراسة والمشاهدة.

¹-حامد الشافعي دياب، المعلومات ودورها في خدمة البيئة، مجلة التربية تصدر عن اللجنة الوطنية القطرية للتربية والثقافة والعلوم، العدد 111، قطر، 1994، ص159.

²-سعاد الشبو وعلي وطفة، بنية الوعي الوجدوي واتجاهاته، حالة طلاب جامعة الكويت، مجلة التربية تصدر عن اللجنة الوطنية القطرية للتربية والثقافة والعلوم، العدد 2، قطر، 2001، ص61.

3-العنصر السلوكي:

ويعبر هذا العنصر عن كيفية تصرف الشخص اتجاه الشيء أو الحدث أو موقف معين، وغالبا ما يتكون هذا التصرف من تشكيلة من الاستجابات المتوقعة.

-وعندما نتناول الحديث عن الاتجاهات نحو البيئة فنقصد بها تلك المشاعر والمعلومات والميولات السلوكية التي تتكون لدى الفرد، اتجاه كل الجوانب المتعلقة بالبيئة، فالمشاركة الإيجابية تؤدي إلى الاقلال من الاخطار التي تتعرض لها البيئة¹.

2-1-4 أهداف الوعي البيئي المستدام:

يهدف نشر الوعي البيئي المستدام إلى:

أ- تفعيل دور المجتمع وخلق كوادر وقيادات تتحمل مسؤولية نشر الوعي البيئي بالاتصال المباشر في أماكن التجمعات كالمدارس والجامعات والمؤسسات العامة، وتمكين الافراد من اكتشاف المشاكل البيئية، وإيجاد الحلول لها، وتعزيز السلوك الإيجابي في التعامل مع البيئة².

ب- الارتقاء بالبيئة وحمايتها وصيانة مواردها المتعددة والقدرة على تشخيص مشكلاتها المحلية، والإقليمية، والعالمية، وصولا إلى وعي بيئي اجتماعي يهدف إلى وضع أو تعديل المعايير، التي تمكن الفرد والجماعة من معرفة العوامل المخلّة بالبيئة ومكافحتها³.

ج- تنمية الوعي الناقد وترسيخ القيم البيئية المرغوبة لصون البيئة وتحسين نوعية الحياة، وتعديل السلوكيات غير المرغوبة، لتحقيق التوافق مع متطلبات التوازن الحيوي⁴.

د- مساعدة أفراد المجتمع المحلي على فهم مشكلات البيئة المحيطة ومعرفة أسبابها، والعمل على تجنبها، وحثهم على المشاركة في إيجاد الحلول المناسبة لها.

¹-سعيد يسن عامر، الفكر المعاصر في التنظيم والإدارة، القاهرة، مركز سيرقيس للاستثمارات والتطوير، ط2، 1998، ص326.

²-ربيع عادل، التوعية البيئية، مكتبة المجتمع العربي، عمان، الأردن، 2009، ص62.

³-أبو البن ايناس، مستوى الوعي البيئي وعلاقته ببعض المتغيرات لدى طلبة كلية التربية في الجامعات الفلسطينية بغزة، رسالة ماجستير، جامعة الأزهر، غزة، 2005، ص88.

⁴-صالح جمال الدين، الاعلام البيئي بين النظرية والتطبيق، مركز الإسكندرية للكتاب، 2003، ص92.

هـ- تنمية المعارف والاتجاهات والمهارات لدى فئات المجتمع المختلفة سيما فئة الشباب منهم، لتمكينهم من فهم العلاقة المتبادلة بين مكونات البيئة الرئيسية، ومدى تعقيداتها وتأثر الانسان بها، وتأثيره فيها نتيجة تفاعله مع جوانبها المادية والحيوية أو الثقافية¹.

2-2 الفاسبوك وعملية نشر الوعي البيئي المستدام:

1-2-2 أهم القضايا البيئية المثارة في الفاسبوك:

يعتبر الانسان أهم عامل حيوي في إحداث التغيير البيئي والاخلال الطبيعي البيولوجي، فمنذ وجوده وهو يتعامل مع مكونات البيئة وكلما توالى الاعوان ازداد تحكما وسلطانا على البيئة، وخاصة بعد أن يسر له التقدم العلمي والتكنولوجي مزيدا من فرص احداث التغيير في البيئة وفقا لازدياد حاجاته المعيشية².

يستأثر كل من الاحتباس الحراري والتغيرات المناخية والتلوث والتنوع الحيوي باهتمام جماهير موقع الفاسبوك في مناقشة هذه المشكلات البيئية وخاصة الاهتمام الكبير بالكوارث الطبيعية، وفيما يلي سنعرض أهم القضايا البيئية المثارة في موقع الفاسبوك:

أ- الاحتباس الحراري:

ترتبط مخاطرها بارتفاع درجة حرارة سطح الأرض على المدى الطويل، وتعمل عدد من الغازات الموجودة في الغلاف الجوي بشكل طبيعي على حدوث نفس العملية التي تحدث في الصوب الزجاجية فهي تساعد على احتفاظ الأرض بجزء من حرارة الشمس عن طريق الاحتفاظ بتلك الاشعة الحرارية ومنعها من الخروج من الغلاف الجوي للأرض، بعد ظهور التصنيع واستخراج الطاقة من الفحم والغاز الطبيعي إلى جانب قطع الأشجار للاستفادة من الأراضي للزراعة والري، ساهمت هذه العوامل في ارتفاع نسبة حرارة الشمس التي يتم منعها من الخروج من الغلاف الجوي للأرض، كما نجد ان التأثيرات الأساسية لظاهرة الاحتباس

¹-إبراهيم محمد، تأثير بعض إصدارات جهاز شؤون البيئة على تنمية الوعي البيئي لدى عينة من المواطنين في محافظة القاهرة، رسالة ماجستير، جامعة عين شمس، القاهرة، 1997، ص80.

²-مجلة الفرات، يومية سياسية، مؤسسة الوحدة للصحافة والطبع والنشر والتوزيع، دير الزور، العدد 3577، 2017.

الحراري على الانسان تتمثل في التغيرات المناخية، وهذا ما يؤدي إلى اختلال التوازن الطبيعي¹.

ب- التلوث:

الذي يعرف على أنه: "عملية تراكم لبعض العناصر والمركبات في البيئة وبشكل يؤدي إلى الاضرار بهذه البيئة، والعناصر الحية المختلفة المرتبطة بها: مثل الانسان والحيوان والنبات².

وترجع مشكلة التلوث البيئي في العالم الثالث إلى عدة عوامل منها اتساع الصناعة في هذه الدول في فترة الستينات والسبعينات، وتعاني من مشكلة التلوث البيولوجي الناجمة عن التخلف والفقر، ويظهر ذلك من خلال أساليب الصرف الصحي المتخلفة، وأساليب جمع القمامة وتنقية مياه الشرب، إضافة إلى إلقاء الدول المتقدمة نفاياتها الصناعية في مياه دول العالم الثالث أو دفنها في أراضيها مقابل الحصول على تعويض مالي³.

ج- الكوارث الطبيعية:

هي دمار كبير يحدث بسبب حدث طبيعي منطوي على مخاطرة مثل الزلازل وغيرها من الظواهر الطبيعية التي تسبب دمار كبير للممتلكات والبشر، وتختلف الكوارث حسب نسبة السكان المحيطة بظاهرة طبيعية منطوية أو قابلة للحصر⁴.

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

2-2-2 الفاسبوك كإعلام بيئي:

¹-محمد عبد الكريم علي عبد ربه، محمد عزت محمد إبراهيم غزلان، اقتصاديات الموارد والبيئة، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2000، ص273-276.

²-محمد عبد الكريم، على عبد ربه، مرجع سابق، ص54.

³-احسان حفطي، علم اجتماع التنمية، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2003، ص119-200.

⁴-صفحة جمعية دنيا لحماية البيئة.

إن المهمة التي يسعى الاعلام البيئي إلى إنجازها، تتمثل في توظيف وسائل الاعلام التقليدية والجديدة وتطويرها بهدف حماية البيئة والمحافظة على جودة الحياة، والتنبيه لمخاطر الكوارث الطبيعية المحتملة، وحماية التنوع الحيوي، والتوقف عن تدخل الانسان بتوازنه، وكشف الجهات التي تتسبب بتلويث البيئة وتدميرها بشتى السبل¹.

ويشكل الاعلام باختلاف تقسيماتها -الفاسبوك- محركا لخلق رأي عام وبناء اتجاهات عملية، وصياغة واقتراح الحلول، وبوسع الاعلام الجديد التفاعلي أن يتجاوز تدني اهتمام وسائل الاعلام بالبيئة، فالكل يشترك في صناعة الخبر والقصة والرأي والوعي، وبمقدور الجمهور أن يلجأ إلى "الفاسبوك" و"تويتر" والمدونات لنقل رسائلنا الكثيرة.

يمكننا أن نساهم في إرسال مئات وآلاف الرسائل الالكترونية للصحف والاذاعات والقنوات ومواقع الانترنت، نتحدث عن البيئة وتطالب رئيس التحرير والمدير العام بأن يناقشوا قضايا البيئة، لأنها تتحدث عن البيئة وعن غذائنا ومائنا وهوائنا وصحتنا، وهي ليست ترفا أو خيالاً أو مبالغة².

ويتحول الاعلام الجديد بوسائله كالفاسبوك إلى أحد أهم وسائل الضغط والمطالبة بتفعيل القوانين، وإصلاح الخلل، والمحاسبة، ومنع المزيد من التدهور للبيئة، وهو مصدر بث الوعي للجمهور، والكشف عن الحقائق، والاشارة إلى المخاطر والأضرار الجانبية للغذاء والماء والهواء والدواء³.

ولكي نحدد أهداف الاعلام البيئي من خلال الفاسبوك ندرج المفاهيم التالية:

أ- المعرفة (البعد الادراكي):

ويقصد بها المعلومات والمفاهيم التي ينبغي أن يعرفها الافراد والجماعات عن النظم البيئية وكل ما تحتويه من موارد وما تتعرض له من مشكلات⁴.

¹- خلف عبد الباسط، تنمية عرجاء، مجلة آفاق البيئة والتنمية، رام الله مركز العمل التنموي، العدد 16، 2009، ص30.

²- خلف عبد الباسط، قضايا التغير المناخي في وسائل الاعلام الفلسطينية، غياب أم تغيب؟ مجلة آفاق البيئة والتنمية، رام

الله، مركز العمل التنموي، العدد 31، 2011، ص7-9.

³- خلف عبد الباسط، نفس المرجع السابق، ص5.

⁴- علي عجوة، الاعلام وقضايا التنمية، د ط، عالم الكتب، القاهرة، 2009، ص94.

وهنا يبرز دور وسائل الاعلام الجديدة الأكثر فاعلية في نشر الوعي البيئي بين المواطنين على اختلاف أعمارهم ودرجات ثقافتهم وأماكن تواجدهم ولضمان الادراك والفهم الصحيحين للعلاقة التي تربط الانسان بالبيئة ينبغي الاهتمام والعناية بقنوات الاتصال وقدرتها على الأداء الجيد في إيصال المعلومات والبيانات البيئية، ونقصد هنا وسائل الاعلام المتعددة منها الفاسبوك لما له من القدرة التقنية في نقل كل ما يتعلق بالبيئة من خلال المعالجة الشاملة للأحداث بغية ايصالها إلى كافة الشرائح الاجتماعية، ورفع وعيهم بأبعاد ومخاطر المشكلات البيئية¹.

ب-تكوين المواقف والقيم (البعد المهاري):

والمقصود بها مساعدة الافراد والجماعات على اكتساب مجموعة من مشاعر الاهتمام بالبيئة وكذا اكتساب المهارات، وهنا يأتي دور وسائل الاعلام الجديدة باعتبارها جزءا من منظومة التعليم والتدريب المستمر خاصة حيث تستطيع أن تخلق أنماطا جديدة من الاتجاهات الإيجابية لما لها من دور محوري في تنمية المواقف والقيم المختلفة، وجعل المواطنين يعيشون مشكلات البيئة، ويشعرون بوجودها ويحسون بأضرارها وتأثيراتها عليهم، هذا ما يعزز الوعي البيئي العام والخاص في المناطق الحضرية والبيئية.

كما يتعين على وسائل الاعلام التقليدية والجديدة في هذا الصدد إعداد جمهور يتقبل مواقفه وقيمه التقليدية وسلوكياته المضرة بالبيئة والتأثير فيه من أجل تحسينها ورفع مستوى معيشتة، وحفظ التنوع البيولوجي والموارد الغير متجددة والقدرة الاستيعابية للأنظمة الايكولوجية².

ج-المشاركة (البعد الانفعالي):

وهي اتاحة الفرصة للأفراد والجماعات للمشاركة الفعالة في كافة المستويات على حل المشكلات البيئية.

وقد أثبتت التجارب أن اشراك الناس في صنع القرارات التي يتعلق بها مستقبلهم أمر ضروري فلإعلام الجديد بكافة وسائله دور في إعداد أفراد المجتمع ليقوموا بدورهم وتحفيزهم

¹-سهام زواوي وهاجر تركي، الاعلام البيئي، (مذكرة ليسانس غير منشورة)، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والاعلام، قسم علوم الاعلام والاتصال، 2008، ص48.

²-اليونيسكو، اتجاهات التعليم البيئي بين الحكومات لمدينة تلبيس بالاتحاد السوفياتي، مجلة اليونسكو، 01 أكتوبر 1977، ص161.

لبذل كل الجهود وتحمل مسؤولياتهم تجاه البيئة عن رضا واقتناع يصل إلى التأديب مع البيئة، شريطة أن يكون ذلك الاتصال مدعما بكل الخدمات والامدادات اللازمة والمناخ المناسب¹.

ولتعزيز المشاركة الجماهيرية في هذا الصدد ينبغي على وسائل الاعلام الجديد -الفاسبوك- أن يخلق قنوات للحوار الاجتماعي للمواطنين للوصول إلى القرار المشترك، مما يساعد على خلق تيار شعبي ضاغط على الحكومات عندما يتعلق الام بالبيئة².

2-2-3 ردود أفعال الطلبة الجامعيين للقضايا البيئية في الفاسبوك:

إن نشر الوعي البيئي المستدام في أوساط الطلبة الجامعيين لا يتوقف عند مجرد حثهم على العمل الفردي بل يتجاوز ذلك إلى تزويدهم بالمعرفة والدوافع لتشكيل رأي عام يحترم المنظومة البيئية، فالفاسبوك كأعلام بيئي يعد حلقة أساسية لنشر الوعي البيئي المستدام. في هذه الدراسة التي أجريناها وباستخدام أداة الملاحظة والاستمارة تمثلت ردود أفعال الطلبة الجامعيين للقضايا البيئية في الفاسبوك فيما يلي:

- أ- يحتل موقع الفاسبوك لدى الطلبة الجامعيين مكانة هامة لتبادل الأفكار والمعلومات البيئية من خلال انضمامهم للصفحات والجمعيات الناشطة في الفاسبوك.
- ب- يستخدم جل المبحوثين موقع الفاسبوك غالبا وينسب عالية باستمرار.
- ج- إن خدمة الدردشة عبر موقع الفاسبوك هي أكثر الخدمات تفضيلا لدى الطلبة الجامعيين من كل الفئات العمرية، حيث أخذت أعلى النسب لدى كل الفئات العمرية ما عدا الفئة الأكثر سنا، والتي حلت فيها خدمة متابعة الاخبار على جدار الصفحة.
- د- يرى أغلب المبحوثين الذين يقيمون في الجامعة والبيت أن الاشباكات المحققة لهم في مجال البيئة هي التعرف على الاخبار والمعلومات البيئية، وهذا راجع إلى الدور الكبير الذي يلعبه موقع الفاسبوك كشبكة اجتماعية.
- هـ- أغلب المبحوثين يستخدمون موقع الفاسبوك لمعرفة الأوضاع البيئية الراهنة على كل المستويات التعليمية نظرا لخصائص موقع الفاسبوك المتمثلة في التفاعلية والانتشار.

¹-سهام زواوي وهاجر تركي، المرجع نفسه، ص49.

²-أحمد جلال الموسى، الخدمة الاجتماعية وحماية البيئة، المنصورة، المكتبة العصرية، مصر، 2007، ص70.

و- يرى أغلب المبحوثين ومن كل التخصصات أن الدور الذي يؤديه موقع الفاسبوك هو دور إعلامي بالدرجة الأولى.

ل- يرى جل المبحوثين أن موقع الفاسبوك يساهم في نشر الوعي البيئي المستدام من خلال تبادل الآراء والأفكار والمعلومات والمشاركة الإيجابية فيما يخص القضايا البيئية فيما بينهم.

خلاصة:

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



الإطار التطبيقي

تحليل الجداول الاحصائية البسيطة:

انطلاقاً من طبيعة هذا البحث والذي يتطلب منا الإعتماد على أداة الإستمارة، وبهدف الوصول نتائج دقيقة قمنا بتوزيع الاستبيان على 60 مفردة التي تم تعيينها بطريقة قصديه على الطلبة الجامعيين الذين يشترط فيهم استخدام الفايسبوك من بين طلبة جامعة خميس مليانة على تخصصات ومستويات قصديه وهي كالتالي : السنة الثالثة ليسانس وماستر 1 وماستر 2 أجاب على الاستمارة 60 مفردة وفيما يلي عرض النتائج وفقاً للمتغيرات المتعلقة بالجنس، السن، التخصص، المستوى التعليمي والإقامة .

1- التحليل الكمي والكيفي للنتائج المتعلقة بالبيانات الشخصية لعينة البحث.
الجدول رقم (01) يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
46.7%	28	ذكر
53.3%	32	أنثى
100%	60	المجموع

يوضح الجدول توزيع أفراد العينة حسب الجنس، حيث نرى أن أغلبية المبحوثين هم اناث بنسبة 53.3% في حين أن الذكور بلغت نسبتهم 46.7%، وهذا يعكس طبيعة علو نسبة الاناث على نسبة الذكور المقبلين على تخصصات الاعلام والاتصال في جامعة الجليلي بونعامة بخميس مليانة.

الجدول رقم (02): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن.

السنوات	التكرارات	النسبة المئوية
من 20 الى 28	52	86.7 %
من 29 الى 34	07	11.7 %
من 35 فما فوق	01	1.7 %
المجموع	60	100 %

من خلال هذا الجدول نلاحظ أن نسبة مستعملي الفايسبوك الذين يتراوح سنهم من 20 الى 28 سنة تقدر نسبتهم ب 86.7% في حين نجد أن الشباب الذين يستعملون الفايسبوك والذي تتراوح أعمارهم من 29 الى 34 سنة بنسبة 11.7%، ثم تأتي نسبة 1.7 % من 35 سنة فما فوق، ويرجع هذا الى الإقبال الواسع على استخدام شبكات التواصل الإجتماعي لاسيما الفايسبوك خاصة عند الشباب الذين تقل أعمارهم عن 30 سنة وعلى غرار هذا فإن الطلبة المبحوثين من جامعة الجيلالي بونعامة يستخدمون مواقع التواصل الإجتماعي ويتفاعلون فيها مع غيرهم .

جدول رقم (03) يمثل توزيع أفراد العينة حسب التخصص .

التخصص	التكرارات	النسبة المئوية
سمعي بصري	12	20%
اتصال وعلاقات عامة	13	21.7%
وسائل الاعلام والمجتمع	18	30%
وسائل الاعلام والتنمية المستدامة	17	28.3%
المجموع	60	100%

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 30% من الطلبة هم تخصص وسائل الإعلام والمجتمع ، ثم تخصص وسائل الاعلام والتنمية المستدامة بنسبة 28.3% ثم تخصص اتصال وعلاقات عامة بنسبة 21.7% في حين نسبة 20% سمعي بصري، وهذا راجع الى معرفة دور الفايسبوك في نشر الوعي البيئي المستخدم فيما بينهم.

جدول رقم (04) يمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي.

المستوى التعليمي	التكرارات	النسبة المئوية
سنة ثالثة ليسانس	25	41.7%
ماستر 1	18	30%
ماستر 2	17	28.3%
المجموع	60	100%

من خلال هذا الجدول نلاحظ ان اغلب افراد العينة مستواهم التعليمي سنة ثالثة ليسانس 41.7%، ثم نسبة 30% ماستر 1، ثم نسبة 28.3% ماستر 2، وهذا راجع الى ان اغلب افراد العينة مستواهم التعليمي سنة ثالثة ليسانس يشمل مختلف المستويات الجامعية (ليسانس - ماستر - دكتوراه) حتى يتمكنوا من معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي على الوعي البيئي بالنسبة للطلبة .

الجدول رقم 05: يمثل توزيع افراد العينة حسب الإقامة.

الإقامة	التكرارات	النسبة المئوية
البيت	46	76.7 %
الجامعة	14	23.3 %
المجموع	60	100 %

من خلال الجدول نلاحظ ان اغلب المبحوثين يقيمون في البيت بنسبة 76.7% ثم نسبة 23.3% في الجامعة، وهذا راجع الى ان الطلبة يفضلون الإقامة في البيت اكثر من الجامعة.

2- التحليل الكمي والكيفي للنتائج المتعلقة بعادات وأنماط استخدام عينة البحث لموقع الفاسبوك.

الجدول رقم 06: يوضح استخدام موقع الفاييس بوك.

السؤال	بدائلالإجابة	التكرار	النسبة
هل تستخدم موقع الفاييسبوك؟	نعم	60	100 %
	لا	00	00 %
	المجموع	60	100 %

من خلال الجدول ان اغلبية المبحوث يستخدمون الفايسبوك، وهذا راجع الى سهولة استخدام هذا الموقع بالنسبة للطلبة.

الجدول رقم 07: يوضح معدل تصفح الفايسبوك في اليوم:

النسبة	التكرار	بدائلالإجابة	السؤال
13.3%	08	أقل من ساعة	ما هو معدل تصفحك لموقع الفاييس بوك في اليوم؟
45%	27	من ساعة الى ساعة	
41.7%	25	من 03 ساعات	
100%	60	المجموع	

نلاحظ من خلال الجدول ان أغلبية المبحوثين يتصفحون موقع الفاييسبوك في اليوم من ساعة الى ساعتين بنسبة 45 %، ثم نسبة 41.7% من ثلاث ساعات فما فوق، ثم تليها من يتصفحون من ساعة الى ساعتين بنسبة 13.3% .

ويرجع ذلك حسب رأينا الى الإقبال الواسع الذي شهدته مواقع التواصل الإجتماعي منذ نشأتها خاصة في السنوات الأخيرة ، حيث أصبحت هذه المواقع عبارة عن وسائط تمكن الملايين من تبادل الآراء و التعبير عنها أكثر في العالم الحقيقي و على غرار كل هؤلاء فإن الطلبة المبحوثين من جامعة الجيلالي بونعامة ، يتصفحون مواقع التواصل الإجتماعي و يتفاعلون فيها مع غيرهم ، و أغلبهم يتواصلون في هذا الموقع من ساعة الى ساعتين .

الجدول رقم 08: يوضح الوقت المفضل لاستخدام الفايسبوك:

النسبة	التكرار	بدائلالإجابة	السؤال
%1.7	01	صباحا	ماهي الأوقات المفضلة لاستخدام الفايسبوك؟
%36.7	22	مساء	
%61.7	37	ليلا	
%100	60	المجموع	

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ بأن الفترة الليلية هي الفترة المفضلة لأفراد العينة لتصفح الفيسبوك بنسبة %61.7، ثم تأتي الفترة المسائية في المرتبة الثانية بنسبة %36.7 .

أما أخفض نسبة فكانت في الفترة الصباحية ب %1.7.

و هذا راجع الى أن معظم أفراد العينة يقبلون على الفيسبوك في الفترة الليلية نظرا لتفرغهم من انشغالاتهم وارتباطاتهم اليومية ، عكس الفترة الصباحية و المسائية .

الجدول رقم 09: يوضح مكان تصفح الفايسبوك:

النسبة	التكرار	بدائلالإجابة	السؤال
%88.3	53	المنزل	ماهو المكان المفضل لديك في تصفح الفايسبوك؟
8.2%	05	الجامعة	
%3.3	02	مقهى الأنترنت	
%4.22	03	أخرى	
%100	60	المجموع	

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه معظم مستخدمي الفيسبوك يكون في المنزل بنسبة 88.3%، ثم نسبة 8.2% الجامعة، ثم نسبة 3.3% مقهى الانترنت، وهذا راجع الى وقت الفراغ لتصفح هذا الموقع من مواقع التواصل الاجتماعي.

ومن خلال قراءتنا للمعطيات الواردة في الجدول أعلاه نلاحظ أن المنزل هو المكان المفضل لتصفح أفراد العينة للفيسبوك، ودليل ذلك وارتفاع نسبة الاستخدام في هذا الأخير مقارنة بالأمكن الأخرى كالجامعة و مقهى الانترنت. وهذا راجع الى تفرغهم لتصفح هذا النوع من الشبكات.

الجدول رقم 10: يوضح المواضيع التي يتابعها افراد العينة عبر الفيسبوك:

النسبة المئوية %	التكرار	بدائلالإجابة	السؤال
46.7%	28	اجتماعية	ما هي طبيعة لمواضيع التي تتابعها عبر موقع الفيسبوك؟
43.3%	26	ثقافية	
05%	03	سياسية	
05%	03	علمية	
100%	60	المجموع	

من خلال الجدول نلاحظ ان اغلب المبحوثين يتابعون المواضيع الاجتماعية عبر الفيسبوك بنسبة 46.7% ثم الثقافية بنسبة 43.3% ثم السياسية والعلمية بنسبة 05%، وهذا راجع الى اهمية الفيسبوك ودوره الكبير في المجتمعات كونه شبكة لتبادل الاراء والافكار والمعلومات والمشاركة في مختلف المواضيع.

الجدول رقم 11: يوضح الخدمات التي يتيحها الفايسبوك:

النسبة	التكرار	بدائلالإجابة	السؤال
36.7%	22	الدرشة	ماهي الخدمات التي يتيحها لك الفايسبوك ؟
30%	18	متابعة آخر الأخبار	
05%	03	تبادل المعلومات	
28.3%	17	نشر وبث المعلومات	
100%	60	المجموع	

من خلال الجدول يتبين لنا أن الدردشة هي أكثر الخدمات التي يتيحها الفايسبوك بنسبة 36.7%، ثم تليها متابعة الاخبار بنسبة 30%، في حين نشر وبث المعلومات بنسبة 28.3%، ثم تأتي نسبة 05% .

وهذا راجع الى ان أفراد العينة يفضلون الدردشة على صفحات الفايسبوك لإثراء الفكر والتنقيف والإطلاع على كل ما هو جديد ومعرفة كيفية التعامل مع المعلومة وشغف الإطلاع على الأخبار الجديدة باختلاف أنواعها سياسية،اقتصادية،اجتماعية .

الجدول رقم 12: يوضح مشاركة المواضيع المتعلقة بالبيئة عبر الفايسبوك:

النسبة	التكرار	بدائلالإجابة	السؤال
21.7%	13	لوحدهم	مع من
65%	39	الزملاء والاصدقاء	تشارك
13.3%	08	العائلة والجمهور العام	المواضيع المتعلقة
100%	60	المجموع	بالبيئة في الفايسبوك؟

من خلال هذا الجدول نلاحظ أن اغلب أفراد العينة يشاركون المواضيع المتعلقة بالبيئة عبر الفايسبوك مع الأصدقاء والزملاء الطلبة بنسبة 65 ثم نسبة 21.7 لوحيدهم مقابل نسبة 13.3 مع العائلة والجمهور العام .

وهذا راجع الى ان الطلبة يشاركون المواضيع البيئية اكثر في الفايسبوك مع الاصدقاء والطلبة من اجل التفاعل والمشاركة حول القضايا البيئية عبر فتح باب النقاشات وتبادل الآراء والأفكار بهدف اكتساب الوعي البيئي المستدام.

المحور الثاني: الدوافع والحاجات من استخدام الطلبة لموقع الفايسبوك:

3- التحليل الكمي والكيفي للنتائج المتعلقة بالدوافع والحاجات من استخدام عينة البحث لموقع الفاسبوك.
الجدول رقم 13: يوضح دوافع استخدام الفاسبوك:

النسبة	التكرار	بدائل الإجابة	السؤال
43.3%	26	التواصل مع الأصدقاء	ما الذي يدفعك الى استخدام الفاسبوك؟
25%	15	التسلية والترفيه	
15%	09	تبادل الأفكار والآراء	
6.7%	04	متابعة الاحداث الجارية	

نلاحظ من خلال الجدول أن أغلب أفراد العينة يستخدمون الفاسبوك للتواصل مع الاصدقاء والاقارب أكثر بنسبة 43.3% ثم نسبة 25% للتسلية والترفيه في حين نسبة 15% لتبادل الآراء والافكار مقابل 9 نسبة 6.7 متابعة الاحداث الجارية ثم تاتي نسبة 5 لاكتساب الثقافة والمعرفة والوعي والتنمية .

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه يظهر بأن استخدام الفيسبوك غالبا ما يكون اكثر مع الأصدقاء والاقارب، و هذا راجع الى إدمان المستخدمين على هذه الشبكة ، لما توفره لهم من خدمات خاصة في المجال البيئي من خلال ايجاد الحلول لمختلف المشاكل الراهنة حول القضايا البيئية .

الجدول رقم 14: يوضح اعتقاد طبيعة الاحتياجات التي يلبيها الفايسبوك:

النسبة المئوية%	التكرار	بدائلالإجابة	السؤال
91.7%	55	نعم	هل تعتقد ان الفايسبوك يلبي احتياجاتك ؟
08.3%	05	لا	
100%	60	المجموع	
21.7%	13	ثقافية	إذا كانت إجابتك ب "نعم" فماهي طبيعة هذه الاحتياجات؟
06.7%	04	علمية	
33.3%	20	اجتماعية	
13.3%	08	اعلامية	
10%	06	بيئية	
15%	09	توعوية	
100%	60	المجموع	

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ بأن أغلبية أفراد العينة يعتقدون ان الفايسبوك يلبي احتياجاتهم اذ قدرت نسبة الإجابة بنعم بنسبة 91.7% ، ثم نسبة 08.3% لمن نفى اعتقاده لتلبية احتياجاتهم .

وهذا راجع الى أهمية الفيسبوك و الدور الكبير الذي بات يلعبه هذا الأخير في المجتمعات المعاصرة ، وهذا من خلال كونه وسيلة لتبادل الأفكار و الآراء التي من شأنها المساهمة في تشكيل الوعي البيئي المستدام لديهم.

من خلال الجدول أعلاه ان اغلب افراد العينة يرون طبيعة هذه الاحتياجات اجتماعية بنسبة 33.3% وتليها الثقافية ب21.7% ثم التوعوية بنسبة. 15%، ثم الاعلامية بنسبة13.3% والبيئية بنسبة.10% أما العلمية بنسبة.6.7%.

من خلال النسب المتباينة لدى افراد العينة يظهر أن طبيعة الاحتياجات اجتماعية بالدرجة الأولى فهو يعالج القضايا الاجتماعية من خلال تبادل الأفكار والتفاعل والمشاركة بشكل كبير.

الجدول رقم 15: يوضح شكل مساهمتك خلال الفايسبوك:

النسبة المئوية%	التكرار	بدائلالإجابة	السؤال
36.7%	22	تعليقات	في أي شكل كانت مساهمتك؟
03.3%	02	مقالات	
11.7%	07	صور	
11.7%	07	فيديوهات	
36.7%	22	مشاركة الاخبار	
100%	60	المجموع	

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ ان اغلب المبحوثين كانت مساهمتهم على شكل مشاركة الاخبار وتعليقات بنسبة 36,7 ثم تليها الصور والفيديوهات بنسبة 11,7 ثم نسبة 3.3 مقالات، وهذا راجع الى تعلق افراد العينة بالفايسبوك ومشاركة الاخبار والتعليقات والصور والفيديوهات من اجل التفاعل معها بشكل متواصل.

الجدول رقم 16: يوضح متابعة الصفحات البيئية عبر الفايسبوك:

النسبة المئوية%	التكرار	بدائلالإجابة	السؤال
65%	39	نعم	هل انت متابع لاحدى الصفحات البيئية الناشطة عبر الفايسبوك؟
35%	21	لا	
100%	60	المجموع	

من خلال الجدول نلاحظ ان اغلب المبحوثين من المتابعين لاحدى الصفحات البيئية الناشطة عبر الفايسبوك بنسبة 65 مقابل نسبة 35 من نفى تتبعه لهذه الصفحات، وهي نسبة ضعيفة تؤكد على الاستخدام الواسع لهذا الموقع انطلاقا من خدمات المتنوعة التي يقدمها للمستخدمين.

الجدول رقم 17: يوضح متابعة الصفحات البيئية عبر الفيس بوك:

النسبة	التكرار	بدائلالإجابة	السؤال
83.6%	49	صفحات المحافظة على البيئة البيئية	إذا كانت الإجابة بنعم ماهي هذه الصفحات؟
11.7%	07	صفحات كيفية الاستفادة من البيئة	
6.7%	04	صفحات اخطار البيئة	
100%	60	المجموع	

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ ان افراد العينة يتابعون صفحات المحافظة على البيئة بنسبة مئوية قدرها 83.6% وتليها نسبة 11.7% صفحات كيفية الاستفادة من البيئة ثم نسبة 6.7% صفحات اخطار البيئة، وهذا راجع الى ان اغلب الباحثين يتابعون صفحات المحافظة على البيئة من خلال المشاركة والتفاعل فيما بينهم والملاحظ أن طبيعة موقع الفيسبوك والتي تربط جماعات الأصدقاء في اطار شبكي التي تتيح التعرف على اهتماماتهم ونشاطاتهم وهو ما يمني لدى المستخدمين ما يعرف بالتوعية البيئية .

4- التحليل الكمي والكيفي للنتائج المتعلقة بالاشباكات المحققة من استخدام عينة البحث لموقع الفاسبوك في مجال نشر الوعي البيئي المستدام.

الجدول رقم 18: يوضح مفهوم الوعي البيئي المستدام:

النسبة	التكرار	بدائلالإجابة	السؤال
46.7%	28	نشر توجه معين حول قضايا البيئة	ماهو مفهومك للوعي البيئي المستدام؟
20%	12	ادراك المخاطر البيئية	
33.3%	20	الالمام بالمواضيع البيئية	
100%	60	المجموع	

من خلال الجدول نلاحظ أن اغلب المبحوثين يرون بان الوعي البيئي المستدام هو نشر توجه معين حول قضايا البيئة بنسبة 46.7% في حين نجد نسبة 33.3% الالمام بالمواضيع البيئية مقابل نسبة 20% ادراك المخاطر البيئية.

وهذا راجع الى ان اغلب المبحوثين يرون الوعي البيئي المستدام عبرالفاسبوك هو نشر معلومات حول القضايا البيئية من خلال تداولها عبر موقع الفاسبوك ومشاركة مختلف القضايا المطروحة فيما يخص البيئة والمحيط.

الجدول رقم 19: يوضح استخدام الفايسبوك في معرفة الأوضاع البيئية الراهنة ومشكلاتها:

النسبة	التكرار	بدائلالإجابة	السؤال
75%	45	نعم	هل يمكنك استخدام الفايسبوك في معرفة الأوضاع البيئية الراهنة ومشكلاتها؟
25%	15	لا	
100%	60	المجموع	

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن اغلب افراد العينة يستخدمون الفايسبوك في معرفة الأوضاع البيئية الراهنة ومشكلاتها بنسبة تقدر بـ 75% ثم إجابة لا بنسبة قدرت بـ 25% وهذا راجع الى ان الطلبة يهتمون بالمجال البيئي ومناقشة المواضيع المتعلقة بالبيئة، بغية ايجاد حلول للمشكلات البيئية في ظل التدهور البيئي التي تشهده مختلف دول العالم.

الجدول رقم 20: يوضح الاشباعات التي يحققها لك الفايسبوك في مجال البيئة:

النسبة	التكرار	بدائلالإجابة	السؤال
43.3%	26	التعرف على الاخبار والمعلومات البيئية	فيما تتمثل الاشباعات التي يحققها لك الفايسبوك في مجال البيئة؟
23.3%	14	تبادل الآراء والأفكار حول قضايا البيئة	
23.3%	14	اكتساب الثقافة البيئية	
10%	06	الالمام بمختلف المواضيع البيئية	

من خلال الجدول نلاحظ ان اغلب المبحوثين يرون ان الاشباعات التي يحققها الفايسبوك في مجال البيئة تتمثل في التعرف على الاخبار والمعلومات البيئية بنسبة 43.3 في حين نسبة 23.3% مناقشة وتبادل الآراء والأفكار حول قضايا البيئة واكتساب الثقافة البيئية مقابل نسبة 10% الالمام بمختلف الموضوعات البيئية، وهذا راجع الى ان الاشباعات التي يحققها الفايسبوك بيئية حيث صار الموقع فضاء للتعرف على المعلومات البيئية واكتساب ثقافة في شتى المجالات.

5- التحليل الكمي والكيفي للنتائج المتعلقة بتقييم دور موقع الفاسبوك في نشر الوعي البيئي المستدام.

الجدول رقم 21: يوضح تقييم الخدمات التي يتيحها الفاسبوك:

النسبة	التكرار	بدائل الإجابة	السؤال
33.3%	20	جيدة	ما تقييمك للخدمات التي يتيحها الفاسبوك ؟
38.3%	23	حسنة	
26.7%	16	مقبولة	
01.7%	01	رديئة	

من خلال الجدول نلاحظ ان تقييم المبحوثين للخدمات التي يتيحها الفاسبوك حسنة بنسبة تقدر 38.3% في حين نسبة 33.3 جيدة، ثم نسبة 26.7 % مقبولة مقابل نسبة 1.7 رديئة، وهذا راجع إلى ان الفاسبوك يتيح خدمات حسنة وجيدة للطلبة باعتباره موقعا مهما في الحصول على المعلومات وتداولها خاصة بين فئة الطلبة الجامعيين التي تعد قوة بشرية لبناء أي مجتمع محافظ على البيئة ومقوماتها و عناصرها.

الجدول رقم 22: يوضح مساهمة الفاييسبوك في نشر الوعي البيئي المستدام:

النسبة المئوية %	التكرار	بدائل الإجابة	السؤال
91.7%	55	نعم	هل تعتقد ان الفايسبوك يساهم في نشر الوعي البيئي المستدام؟
8.3%	05	لا	
100%	60	المجموع	
38.3%	23	تقديم معلومات حول البيئة	إذا كانت إجابتك ب "نعم" ماهي هذه المساهمة؟
15%	09	فتح باب النقاشات في المواضيع البيئية	
16.7%	10	نشر أنشطة بيئية	
18.3%	11	تبادل الأفكار	
11.7%	07	إيجاد حلول للمشكلات	

من خلال الجدول نلاحظ أن الفاييسبوك يساهم في نشر المستدام بنسبة قدرها 91.7% ثم تليها نسبة 8.3% إجابة لا، وهذا راجع الى ان الفاييسبوك يساهم في نشر الوعي البيئي المستدام من خلال المشاركة وتبادل الآراء والأفكار بشكل دائم ومتواصل ومستمر في أوساط الطلبة الجامعيين نظرا لخصائصه المتنوعة وقابليته على جذب المستخدمين.

ونلاحظ ان اغلب افراد العينة يرون بان الفايسبوك يساهم في نشر الوعي البيئي المستدام من خلال تقديم معلومات حول البيئة بنسبة مئوية قدرها 38.3% ثم نسبة 18.3% تبادل الأفكار والمعلومات البيئية، في حين نسبة 16.7 نشر أنشطة بيئية مقابل نسبة 15 فتح باب للنقاشات في المواضيع البيئية وتأتي نسبة 11.7 إيجاد حلول للمشكلات البيئية، وهذا راجع الى ان اغلب المبحوثين يرون بان الفايسبوك يساهم في نشر الوعي البيئي المستدام .

اي ان افراد العينة يتفاعلون مع الصفحات الفايسبوكية التي تهتم بالبيئة بشكل كبير.

الجدول رقم 23: يوضح الدور الذي يؤديه الفاييس بوك:

النسبة	التكرار	بدائلالإجابة	السؤال
43.3%	26	اعلامي	في اعتقادك ماهو الدور الذي يؤديه الفاييسبوك ؟
15%	09	ترفيهي	
23.3%	14	إجتماعي	
18.3%	11	توعوي	
100%	60	المجموع	

من خلال الجدول نلاحظ ان اغلب افراد العينة يرون بان الدور الذي يؤديه الفاييسبوك اعلامي بالدرجة الأولى بنسبة 43.3% ثم نسبة 23.3% اجتماعي، في حين نسبة 18.3% توعوي مقابل نسبة 15% ترفيهي، وهذا راجع الى ان الفاييسبوك يلعب دورا إعلاميا واجتماعيا نظرا لأهميته البالغة التي تتطلب المشاركة الجماعية.

تحليل الجداول المركبة:

الجدول رقم 24: يوضح طبيعة المواضيع التي تتابعها عبر صفحة الفايسبوك مع متغير

ماهي طبيعة المواضيع التي تتابعها عبر صفحة الفايسبوك؟											
المجاميع	35			34-29		-20 28					
28	%00	0	% 71,42	5	%44,23	23	%43,75	14	%50	14	اجتماعية
26	%100	1	%25,58	2	%44,23	23	%52,25	18	%28,58	8	ثقافية
03	%00	0	%00	0	%00	0	%00	0	%10,71	3	سياسية
03	%00	0	%00	0	%11,54	3	%00	0	%10,71	3	علمية
60	%100	1	%100	7	%100	52	%100	32	%100	28	

من خلال الجدول نلاحظ أن أغلب الذكور يتابعون عبر الصفحات الفايسبوكية المواضيع الإجتماعية بنسبة 50% ثم المواضيع الثقافية بنسبة 28,71% مقابل نسبة 10,71% المواضيع السياسية و العلمية، أما بالنسبة للإناث فنجد أن المواضيع الثقافية بنسبة 52,25% مقابل نسبة 43,75% المواضيع الاجتماعية ، وعليه نستنتج أن أغلب الذكور و الإناث يتابعون طبيعة المواضيع الإجتماعية و الثقافية عبر الصفحات الفايسبوكية، وهذا راجع إلى ميلهم الشخصي ومتابعتهم الدائمة و المتواصلة للمواضيع الإجتماعية و الثقافية .

أما بالنسبة لطبيعة المواضيع التي يتابعونها المبحوثين وفق متغير السن نجد أن المواضيع الثقافية أكثر متابعة بنسبة 100% لدى المبحوثين من كامل الفئات العمرية تقريبا ، ثم المواضيع الإجتماعية بنسبة 71,42% مقابل نسبة 11,54% المواضيع العلمية وعليه نستنتج

أن المواضيع الثقافية و الإجتماعية الأكثر متابعة لدى المبحوثين ومن كل الفئات العمرية خاصة الفئة الأصغر من 20-28 وهو راجع إلى الأهمية البالغة للمواضيع الإجتماعية و الثقافية المتداولة عبر شبكة الفيس بوك .

الجدول رقم 25: يوضح الخدمات التي يتيحها الفايسبوك مع متغير الجنس والمستوى التعليمي:

		المستوى التعليمي								ماهي الخدمات التي يتيحها الفايسبوك؟
المجاميع	2	1		السنة الثالثة ليسانس						
22	47,05	8	22,22	4	%40	10	%37	12	%35.71	10
18	%23,52	4	%38,88	7	%28	7	%31,25	10	%28,5	8
3	%00	0	%5.55	1	%8	2	%6.25	2	%3.57	1
17	%29.43	5	%33.33	6	%24	6	%25	8	%32.14	9
60	%100	17	%100	18	%100	25	%100	32	%100	28

من خلال الجدول نلاحظ أن أغلب الإناث يرون بأن الخدمات التي يتيحها الفايسبوك هي الدردشة بنسبة 37% ثم نسبة 21,25% متابعة الأخبار بنسبة 25% لتبادل الأفكار و المعلومات مقابل 6,25% في نشر و بث المعلومات , أما بالنسبة للذكور فيرون أن نسبة الدردشة 33,71% في حين نسبة 32,14% في نشر و بث المعلومات 32,14% مقابل 28,57% متابعة الأخبار في حين نسبة 3,57% في نشر و بث المعلومات , وعليه

نستنتج أن أغلب الإناث و الذكور يرون بأن الدردشة مع الأصدقاء هي أكثر الخدمات التي يتيحها الفيس بوك .

أما بالنسبة للخدمات التي يتيحها الفيس بوك وفق متغير المستوى التعليمي فيرون أن الدردشة هي أكثر الخدمات لدى المبحوثين ،السنة الثالثة ماستر بنسبة 47,05% ثم ليسانس بنسبة 40% ثم 22,22% ماستر 1 ، في حين نسبة 38,88% في متابعة الأخبار للسنة الأولى ماستر ، ثم تليها نسبة 33,35% تبادل الأفكار و المعلومات مقابل نسبة 5,55 في نشر و بث المعلومات ، وعليه نستنتج أن الخدمات التي يتيحها الفيسبوك لدى المبحوثين الدردشة مع الأصدقاء، وهذا راجع إلى الإستخدام و الإنتشار الواسع لهذا النوع من الشبكات .

الجدول رقم 26: يوضح متابعة احدى الصفحات البيئية الناشطة عبر الفايسبوك مع متغير الجنس والتخصص

المجاميع	هل أنت متابع											
	البيئية الناشطة عبر الفيسبوك											
	والتنمية المستدامة											
14	%68,79	22	%60,71	17	%70,58	12	%72,22	13	%53,84	7	%58,33	7
11	%31,25	10	%39,28	11	%29,41	05	%27,77	5	%46,15	6	%41,66	5
25	%100	32	%100	28	%100	17	%100	18	%100	13	%100	12

من خلال الجدول نلاحظ أن أغلب الإناث يتابعون إحدى الصفحات البيئية الناشطة عبر الفايسبوك بنسبة 68,75% ثم نسبة 31,25% إجابة لا، أما بالنسبة للذكور فيتابعون بنسبة 60,73% مقابل نسبة 39,28% إجابة لا، وعليه نستنتج أن كلا الجنسين يتابعون الصفحات الفايسبوكية، أما بالنسبة للتخصص العلمي فنرى أن أغلب المبحوثين يتابعون الصفحات الفايسبوكية كل التخصصات ونسبة مرتفعة قدرت ب 72,22% لوسائل الإعلام و التنمية السدامة ثم نسبة 70,58% وسائل الإعلام و المجتمع في حين نسبة 58,33% سعي بصري مقابل نسبة 53,89% إتصال وعلاقات عامة أما فيما يتعلق بنسبة إجابة لا فكانت نسبة 46,15% لتخصص إتصال وعلاقات عامة ثم نسبة 41,66% سمعي بصري ثم نسبة 27,77% وسائل الاعلام والتنمية المستدامة مقابل 49,41% وسائل الاعلام والمجتمع، وعليه نستنتج أن أغلب المبحوثين كل التخصصات يتابعون الصفحات البيئية الناشطة عبر الفايسبوك وهذا راجع إلى أهمية هذه الصفحات البيئية في حياة الأفراد و الجماعات .

الجدول رقم 27: يوضح متابعة الصفحات الفايسبوكية مع متغير السن والاقامة

المجاميع	بنعم فما هي هذه													
	البيت					35					34-29		28-20	
36	%77,77	7	%47,05	24	%100	7	%46,66	7	%79,31	29			البيئة	
13	%22,22	2	%47,05	24		0	%40	6	%18,42	7			صفحات كيفية البيئة	
11		0	%5,88	03		0	%13,33	2	%5,26	9			البيئة	
60	%100	09	%100	51	%100	07	%100	15	%100	38				

من خلال الجدول نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين يتراوح سنهم من 20 إلى 28 يتابعون صفحات المحافظة على البيئة بنسبة 76,31-34 يتابعون صفحات المحافظة على البيئة بنسبة 46,66 ثم صفحات كيفية الإستفادة من البيئة بنسبة 40% ثم نسبة صفحات % 18,42 من كيفية الإستفادة من البيئة مقابل 25,26% صفحات أخطار البيئة أما بالنسبة للذين يتراوح سنهم من 29 أخطار البيئة بنسبة 13,33% أما الذين يتراوح سنه من 35 سنة فما فوق صفحات المحافظة على البيئة، وعليه نستنتج أن الصفحات الأكثر متابعة لدى المبحوثين صفحات المحافظة على البيئة من كل الفئات العمرية وهذا راجع إلى المضامين المقدمة عبر هذه الصفحات من خلال نشر و بث المعلومات في المجال البيئي، أما بالنسبة للإقامة نلاحظ أن معظم المبحوثين مقيمون بالجامعة يتابعون صفحات المحافظة

على البيئة بنسبة 77,77% مقابل نسبة 22,22% في صفحات كيفية كيفية الإستفادة من البيئة أما الذين يقيمون في البيت فيتابعون صفحات المحافظة على البيئة، وعليه نستنتج أن المبحوثين الذين يقيمون في الجامعة والبيت يتابعون صفحات المحافظة على البيئة و كيفية الإستفادة منها وهذا راجع إلى الإهتمام الكبير بالبيئة عبر الصفحات الفايسبوكية .

الجدول رقم 28: يوضح استخدام الفايسبوك في معرفة الأوضاع البيئية الراهنة ومشكلاتها مع متغير الجنس والمستوى التعليمي

المجاميع	المستوى التعليمي						هل يمكنك إستخدام الفيس بوك في البيئي الراهنة و مشكلاتها؟		
	2		1		السنة الثالثة ليسانس				
45	14	%66,66	12	%76	19	81,25 %	26	67,85 %	19
15	03	%33,33	06	%24	06	18,75 %	6	32,14 %	09
60	17	%100	18	%100	25	%100	32	%100	28

من خلال الجدول نلاحظ أن أغلب الإناث يستخدمون الفايسبوك في معرفة الأوضاع البيئية الراهنة ومشكلاتها بنسبة 81,25% مقابل نسبة 18,75% لإجابة لا أما بالنسبة للذكور الذين يستخدمون الفيس بوك في معرفة الأوضاع البيئية الراهنة ومشكلاتها بنسبة 67,85% مقابلة نسبة 32,14% إجابة لا، وعليه نستنتج أن كلا الجنسين يستخدمون الفايسبوك في معرفة الأوضاع البيئية الراهنة ومشكلاتها، وهذا راجع إلى الإقبال الواسع على شبكة الفيس بوك .

أما بالنسبة للذين يستخدمون الفيس بوك في معرفة الأوضاع البيئية الراهنة مشكلاتها وفق متغير المستوى التعليمي فنجد أن السنة الثانية ماستر يستخدمونه بنسبة 82,35% مقابل نسبة 17,64 إجابة لا , ثم السنة الثالثة ليسانس يستخدمون نسبة 76% ثم نسبة 24% إجابة لا , ثم السنة الأولى ماستر 66,66 لا يستخدمونه بنسبة 33,33% إجابة لا , وعليه نستنتج أن أغلب المبحوثين يستخدمون الفيس بوك في معرفة الأوضاع البيئية الراهنة على المستوى التعليمي، و هذا راجع إلى ان الفايسبوك ظاهرة واسعة الانتشار و شبكة إجتماعية عالية الجودة جديدة و مؤثرة على أفراد المجتمع الجزائري .

الجدول رقم 29: يوضح الاشباعات التي يحققهاك الفايسبوك في مجال البيئة مع متغير السن والاقامة

المجاميع	فيما تتمثل الإشباعات التي يحققها لك الفيسبوك في مجال البيئة؟										
	البيت				35		34-29		28 -20		
26	%46,15	6	%40,42	19	00	0	%42,85	3	%44,23	23	المعلومات البيئية
14	%7,69	1	%27,65	13	00	0	%14,28	1	%25	13	أفكار حول قضايا البيئة
13	%23,07	3	%23,40	11	%100	1	%28,57	2	%21,15	11	إكتساب الثقافة البيئية
06	%23,07	3	%8,51	04	00	0	%14,28	1	%9,61	05	الموضوعات البيئية
60	%100	13	%100	47	%100	1	%100	7	%100	52	

من خلال الجدول نلاحظ أن أغلب المبحوثين الذين يتراوح سنهم من 20 إلى 28 يرون بأن الإشباعات التي يحققها لهم الفيس بوك في مجال البيئة هي التعرف على الأخبار و المعلومات البيئية بنسبة 44,23% ثم نسبة 25% مناقشة و تبادل الآراء و الأفكار حول قضايا البيئة ثم 21,15% لإكتساب الثقافة البيئية مقابل نسبة 9,61% بمختلف الموضوعات البيئية كما أن الذين يتراوح سنهم 29-34 فيرون أن نسبة 44,85 هي التعرف على الأخبار و المعلومات بنسبة 42,85 ثم نسبة 28,57 إكتساب الثقافة البيئية مقابل نسبة 14,28 مناقشة وتبادل الآراء و الافكار حول قضايا البيئة و الإمام بمختلف الموضوعات البيئية مقابل نسبة 14,28% للذين يتراوح أعمارهن من 35 فما فوق فيرون الإشباعات بنسب مرتفعة تقدر ب 100% في إكتساب الثقافة البيئية، وعليه نستنتج أن كلا الجنس يرون ان الإشباعات المحققة على الفايسبوك في مجال البيئة التعرف على الاخبار و المعلومات البيئية .

أما بالنسبة للإقامة أن أغلب المبحوثين يقيمون في الجامعة فيرون أن الإشباعات المحققة لهم هي التعرف على الأخبار و المعلومات البيئية بنسبة 46,15% ثم نسبة 20,07% إكتساب الثقافة البيئية و الإمام بمختلف الموضوعات البيئية مقابل نسبة 7,69% منافسة و تبادل الآراء و المعلومات البيئية , أما الذين يقيمون في البيت فيرون الإشباعات المحققة هي أكثر في الأخبار بنسبة 40,42% ثم مناقشة وتبادل الآراء و الافكار بنسبة 27,65% في حين نسبة إكتساب الثقافة البيئية بنسبة 23,40% مقابل نسبة 8,5% الإمام بمختلف الموضوعات البيئية , وعليه نستنتج أن أغلب المبحوثين الذين يقيمون في الجامعة و البيت يرون أن الأشياء المحققة لهم في مجال البيئة تكمن في التعرف على الأخبار و المعلومات البيئية وهذا راجع إلى الدور الكبير الذي يلعبه الفايسبوك كشبكة إجتماعية في تحقيق الكثير من الإشباعات .

الجدول رقم 30: مساهمة الفايسبوك في نشر الوعي البيئي المستدام مع متغير الجنس والتخصص

المجاميع	هل تعتقد أن الفيسبوك يساهم البيئي المستدام؟											
	التمية المستدامة											
55	%82,35	14	%94,44	17	%100	13	%91,66	11	%90,62	29	%92,85	26
05	07,65	03	05,56	01	%00	0	08,34	1	%9,38	03	%07,05	02
60	%100	17	%100	18	%100	13	%100	12	%100	32	%100	28

من خلال الجدول نلاحظ أن أغلب الذكور يرون أن الفايسبوك ساهم في نشر الوعي البيئي المستدام بنسبة 92,85 ثم نسبة 07,05% إجابة لا , أما بالنسبة للإناث فيرون أن الفايسبوك يساهم بنسبة 90,62% ثم نسبة 38% إجابة لا، وعليه نستنتج أن المبحوثين من كلا الجنسين يرون أن موقع الفيس بوك بدل يساهم في نشر الوعي البيئي .

أما بالنسبة لمساهمة الفاييس بوك في نشر الوعي البيئي من كل التخصصات بنسب مرتفعة تقدر ب 100 % بالنسبة لتخصص إتصال وعلاقات عامة ثم نسبة 94,44 وسائل الإعلام و التتمية ثم نسبة 05,56% سمعي بصري بنسبة 91,66% مقابل نسبة 82,35% أما فيما يتعلق بنسبة إجابة لا فكانت منخفضة من كل التخصصات أين قدرت ب 08,34% تخصص إعلام سمعي بصري حيث نسبة 07,65 وسائل الإعلام و المجتمع مقابل نسبة 05,56 و عليه نستنتج أن الفاييسبوك يساهم في نشر الوعي البيئي المستدام من خلال تبادل الآراء و الافكار و المعلومات و المشاركة بشكل إيجابي فيما بينهم .

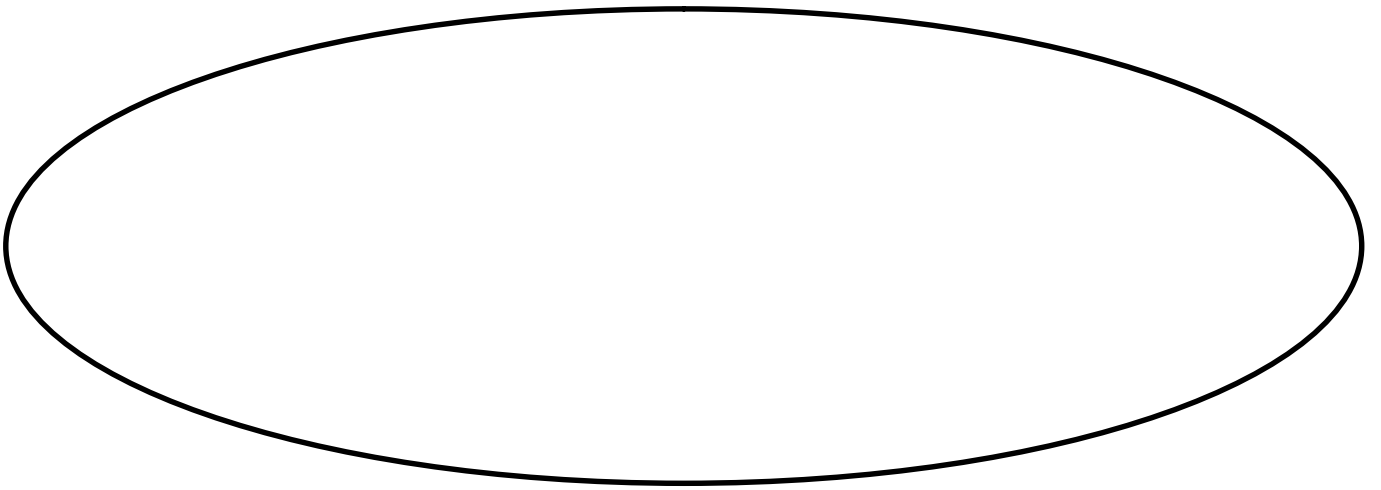
الجدول رقم 31: يوضح الدور الذي يؤديه الفايسبوك في نشر الوعي البيئي المستدام مع متغير الجنس والمستوى التعليمي

المجاميع	المستوى التعليمي										ما هو في اعتقادك الدور الذي يؤديه الفيس بوك بالنسبة
	2		1		السنة الثالثة ليسانس						
26	64,70	11	16,66	3	48	12	%40,62	13	%46,42	13	
14	%23,52	4	%22,22	4	%24	06	%31,25	10	14,28	04	
09	5,88	1	%27,77	5	12	03	%18,75	06	10,71	3	ترفيهي
11	5,88	1	33,33	6	16	04	9,37	3	28,57	8	
60	%100	17	%100	18	%100	25	%100	32	%100	28	

من خلال الجدول نلاحظ أن أغلب الذكور يرون بأن الدور الذي يؤديه الفيس بوك إعلامي بنسبة %42,42 ثم توعوي بنسبة %28,57 ثم إجتماعي بنسبة %14,28 مقابل %10,71 ترفيهي , أما بالنسبة للإناث فيرون الدور إعلامي بنسبة %40,62 ثم نسبة %31,25 إجتماعي في حين نسبة %18,75 ترفيهي مقابل نسبة %9,37 توعوي , وعليه نستنتج أن الدور الذي يؤديه الفايسبوك إعلامي بالدرجة الأولى كون هذه الشبكة تلعب دورا فعالا لدى المجتمعات المعاصرة

أما بالنسبة وفق متغير المستوى التعليمي من أن المبحوثين من مختلف المستويات التعليمية أن موقع الفاييس بوك له دور إعلامي للبيئة الثانية ماستر بنسبة %64,07 ثم نسبة %23,52 إجتماعي مقابل نسبة %5,88 ترفيهي و توعوي أما السنة أولى ماستر فيرون الدور توعوي بنسبة %33,33 ثم نسبة %27,77 ترفيهي مقابل نسبة %22,22 إجتماعي

ثم تليه نسبة 16,66 في الدور الإعلامي أما السنة الثالثة إتصال فيرون أن الدور إعلامي ثم نسبة 24% إجتماعي ثم نسبة 16% توعوي ثم نسبة 12% ترفيهي و عليه نستنتج أن أغلب المبحوثين كل التخصصات يرون أن الدور الذي يؤديه الفايسبوك إعلامي من الدرجة الأولى وهذا راجع إلى الدور الفعال الذي يلعبه الفايسبوك في حياة الافراد و الجماعات .



من خلال نتائج الدراسة وعلى ضوء التساؤلات يمكن القول بأن الإشكالية الرئيسية للدراسة الحالية والتي تناولت: ماهو الدور الذي يؤديه موقع الفايسبوك كأبرز مواقع التواصل الاجتماعي في مجال نشر الوعي البيئي المستدام لدى فئة الطلبة الجامعيين ؟

والتي تشمل عادات وأنماط استخدام طلبة علوم الاعلام والاتصال بموقع الفايسبوك،إهتمام الطلبة الجامعيين بالمواضيع البيئية في الفايسبوك ومساهمته في ايجاد حلول للمشاكل البيئية وكذا مساهمة صفحات البيئية في نشر الوعي البيئي المستدام حيث توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- ❖ أن أغلبية الطلبة الجامعيين يستخدمون موقع الفايسبوك من ساعتين إلى ثلاث ساعات بشكل كبير وهو من أحد أهم المواقع الإجتماعية الذي يفضلونه لخصوصيته وانتشاره الواسع .
 - ❖ الدافع الرئيسي الذي يجعل الطلبة الجامعيين يستخدمون موقع الفايسبوك هو متابعة الاخبار بالدرجة الأولى نظرا لسرعة تدفق المعلومات واختصار الزمن.
 - ❖ أغلبية الطلبة الجامعيين يهتمون بالصفحات الفايسبوكية ذات المواضيع البيئية .
 - ❖ أوضحت الدراسة أن معظم الطلبة الجامعيين يتفاعلون مع المنشورات التي تهتم بالمواضيع البيئية عن طريق التفاعل والمشاركة.
 - ❖ إن الفايسبوك وسيلة هامة و قادرة على المساهمة في نشر الوعي البيئي المستدام من خلال المعلومات المقدمة.
- وفي الأخير تبين لنا أن موقع الفايسبوك يمثل واحدا من اهم وسائل الاعلام الجديدة التي لها دور فعال في التوعية البيئية وترويج الوعي البيئي المستدام خاصة بين فئة الطلبة الجامعيين الذين يستخدمون هذه التقنيات بشكل كبير وما يقدمه هذا الأخير من اسهامات في مجال الحفاظ على البيئة.

ترتبط حياة الإنسان في كل المجتمعات إرتباطا وثيقا بالبيئة باعتبارها المحيط الذي يعيش فيه الإنسان فيؤثر و يتأثر، كما تعد مصدرا أساسيا يعتمد عليه في تطوير و تحسين مستواه المعيشي و أنعاش مؤسساته في المجالات المختلفة منها الإقتصادية والإجتماعية .

لقد أصبحت العلاقة بين الإنسان و البيئة محض الإهتمام لدى عديد الدول و المنظمات و كذا العلماء و المتخصصين نظرا لما لحق بالمنظومة البيئية من دمار و خراب لفعل الإستغلال العشوائي لعناصرها، هذا ما أدى إلى ظهور مشاكل جمة تشمل التلوث و الإحتباس الحراري التصحر و غيرها من المظاهر السلبية و من هنا تأتي ضرورة تنمية الوعي البيئي و نشره بهدف تعديل السلوكيات الخاطئة اتجاه البيئة، وذلك باستخدام كل الوسائل المتاحة سيما وسائل الإعلام بأشكالها المتعددة التقليدية منها و الحديثة ، حيث تظهر مواقع التواصل الاجتماعي و أبرزها موقع الفيسبوك كإحدى الخيارات المتاحة للمساهمة في نشر الوعي البيئي المستدام إنطلاقا من قدرته الفائقة على حشد الجماهير من مختلف الفئات و الشرائح وعليه جاءت هذه الدراسة بدور مواقع التواصل الإجتماعي في نشر الوعي البيئي المستدام متخذة موقع الفيسبوك نموذجا للدراسة بهدف الكشف عن كيفية مساهمته في ترسيخ الوعي البيئي المستدام بناء على أنماط و دوافع و طرق استخدام الطلبة الجامعيين له و كذا الإشباعات المحققة للطلبة الجامعيين في المجال البيئي ، ولقد خلصت الدراسة إلى أن موقع الفيسبوك يساهم في نشر الوعي البيئي المستدام من خلال المعلومات التي يطرحها بعض المستخدمين و كذا الصفحات الناشطة في المجال البيئي غير أن استخدام هذا الموقع لبث المعلومات و الصور كل من شأنه نشر الوعي البيئي المستدام و تعديل السلوكيات الخاطئة اتجاه المنظومة البيئية و إيجاد أسس سليمة للمحافظة على البيئة و عناصرها حتى يتمكن الطلبة الجامعيين من الإستفادة منها في التوعية البيئية باعتبارها الأكثر استخداما لهذا الموقع و الأكثر وعيا نظرا لمستواهم العلمي، والإعتماد عليهم كعنصر أساسي للحفاظ على البيئة و المحيط .

جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة
كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية

: وسائل الإعلام والتنمية المستدامة

دور مواقع التواصل الإجتماعي في نشر الوعي البيئي المستدام
دراسة ميدانية لعينة من طلبة جامعة الجيلالي بونعامة

في إطار الحصول على شهادة الماستر تخصص إعلام و تنمية مستدامة نقدم اليكم هذه الاستمارة التي تحوي على مجموعة من الأ

لذلك نرجو من سيادتكم أن تقدموا على ملئ هذه الاستمارة وذلك بوضع علامة (x) الجواب المناسب ، ونعدكم أن تحظى معلوماتكم هذه بالسرية التامة و ان لا تستخدم الى

داد الطالبتين
- قويدر جلول صبرينة
-
: - كريدر شريف

السنة الجامعية : 2016-2017

البيانات الشخصية :

- 1-الجنس: ذكر أنثى
- 2-السن: من 18 إلى 22 سنة من 23- 28 من 29-34 45 فما فوق
- 3-المستوى التعليمي: السنة الثالثة ليسانس الأول ماستر الثانية ماستر
- 4-التخصص: سمعي بصري إتصال وعلاقات عامة وسائل الإعلام وتنمية مستداما
وسائل الإعلام والمجتمع
- 5-الإقامة: في البيت العائلي الإقامة الجامعية

٦ :

:

6- هل تستخدم موقع الفايسبوك ؟

- دائما أحيانا نادرا

7- ما هو معدل تصفحك لموقع الفايسبوك في اليوم ؟

- أقل من ساعة من 1 سا- 2 ساعات من 3 ساعات فما فوق

8- ماهي الأوقات المفضلة لديك لإستخدام موقع الفايسبوك ؟

- صباحا مساء ليلا

9- ماهو المكان المفضل لديك في تصفح موقع الفايسبوك؟

- المنزل مقهى الإنترنت الجامعة

10- ماهي طبيعة المواضيع التي تتابعها عبر موقع الفايسبوك؟

- ثقافية إجتماعية سياسية بيئية علمية

أخرى تذكر.....

11- ماهي الخدمات التي يتيحها لك موقع الفايسبوك؟

- الدرشة متابعة الأخبار نشر وبث المعلومات تبادل الأفكار والمعلومات
حملات وإرشاد

أخرى تذكر.....

12- مع من تشارك المواضيع المتعلقة بالبيئة في موقع الفايسبوك ؟
لوحذك مع زملائك الطلبة العائلة الأصدقاء الجمهور العام
أخرى تذكر.....

: الدوافع والحاجات من إستخدام الطلبة لموقع الفايسبوك:

13- ما الذي يدفعك إلى إستخدام موقع الفايسبوك؟
التسلية والترفيه التواصل مع الأصدقاء والأقارب تبادل الأفكار الأرا
متابعة الأحداث الجارية إكتساب الثقافة والمعرفة الوعي والتنمية

14- هل تعتقد أن إستخدامك لموقع الفايسبوك يلبي احتياجاتك؟
دائماً أحياناً أبداً

15- إذا كانت الإجابة نعم فما هي طبيعة هذه الإحتياجات ؟
إجتماعية ثقافية إعلامية علمية توعوية بيئية
16- في أي شكل كانت مساهمتك؟

تعليقات مقالات صور فيديوهات مشاركة الأخبار
17- هل أنت متابع لإحدى الصفحات البيئية الناشطة عبر موقع الفايسبوك ؟
نعم لا

18- إذا كانت الإجابة نعم ماهي هذه الصفحات ؟
صفحات المحافظة على البيئة صفحات كيفية الإستفادة من البيئة
صفحات أخطار البيئة

: ن إستخدام الطلبة لموقع الفايسبوك

نشر الوعي البيئي المستدام

19- ماهو مفهومك للوعي البيئي المستدام؟
نشر توجه معين حول قضايا البيئة ادراك المخاطر البيئية
الإلمام بالمواضيع البيئية

أخرى تذكر.....

20- هل يمكنك استخدام موقع الفايسبوك من معرفة الأوضاع البيئية الراهنة ومشكلاتها؟

نعم لا

21- فيما تتمثل الإشباع التي يحققها لك موقع الفايسبوك في مجال البيئة؟

التعرف على الأخبار و المعلومات البيئية مناقشة وتبادل آراء وأفكار حول قضايا البيئة
اكتساب الثقافة البيئية الإلمام بمختلف الموضوعات البيئية

أخرى تذكر.....

22- بصفتك طالب جامعي، ماهي أهمية الوعي البيئي المستدام بالنسبة لك؟

.....

تقييم دور موقع الفايسبوك في نشر الوعي البيئي المستدام:

23- ما تقييمك للخدمات التي يتيحها لك موقع الفايسبوك؟

جيدة حسنة مقبولة رديئة

24- هل تعتقد أن موقع الفايسبوك يساهم في نشر الوعي البيئي المستدام؟

دائما أحيانا أبدا

25- إذا كانت الإجابة نعم، يساهم موقع الفايسبوك في نشر الوعي البيئي المستدام من خلال:

تقديم معلومات حول البيئة فتح باب النقاشات في المواضيع البيئية
نشر أنشطة بيئية تبادل الأفكار والمعلومات البيئية
إيجاد حلول للمشكلات البيئية

26- في إعتقادك ما هو الدور الذي يؤديه موقع الفايسبوك بالنسبة لك كمستخدم؟

دور إعلامي دور اجتماعي دور ترفيهي دور توعوي

قائمة المراجع و المصادر :

قائمة الكتب باللغة العربية :

1. إبراهيم حامد الاسطل، مناهج البحث العلمي، د ط، قسم المناهج وتكنولوجيا التعليم، الجامعة الإسلامية، غزة، 2012 .
2. ابن منظور الافريقي، لسان العرب، المجلد الأول، دار بيروت للطباعة والنشر، بيروت، 1956.
3. أحمد بدر، مناهج البحث في علم المعلومات والمكتبات، د ط، دار المريخ، الرياض، 1988.
4. أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003 .
5. أحمد بن مرسل، مناهج البحث في علوم الاعلام والاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2006 .
6. أحمد محمد موسى، الشباب بين التهميش والتشخيص (رؤية إنسانية)، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، ط1، المنصور، مصر، 2009.
7. أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الاعلام الأمني العربي وقضايا ومشكلاته، ط1، الرياض، 2001.
8. جمال الدين السيد علي صالح، الاعلام البيئي بين النظرية والتطبيق، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، 2003.
9. جودت عزوي عطوي، أساليب البحث العلمي: مفاهيمه، أدواته، طرقه الإحصائية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2007.
10. خالد غسان، يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس، ط1، عمان، الأردن، 2013.
11. ذوقان عبيدات وآخرون، البحث العلمي: مفهومه، أدواته وأساليبه، ط5، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، 1996.
12. الرازي، محمد بن أبي بكر عبد القادر، مختار الصحاح، مكتبة لبنان، بيروت، 1986.
13. رشيد الحمد ومحمد صباريني، البيئة ومشكلاتها، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، العدد 22 من سلسلة عالم المعرفة، الكويت، 1979.
14. رضا هميسي، دراسة قانونية، الاعلام الجديد بين حرية التعبير وحماية الامن الوطني، كلية الحقوق، العلوم السياسية، ورقلة، الجزائر.
15. زاهر راضي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، العدد 15، جامعة عمان الاهلية، عمان، 2003.
16. سامية محمد جابر، منهجيات البحث الاجتماعي والإعلامي، د ط، دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، القاهرة، د ت.

17. صلاح الدين شروخ، منهجية العلوم الاجتماعية، دار العلوم، عنابة، الجزائر، 2003.
18. عبد العزيز السيد، مناهج البحث العلمي، د ط، دار النهضة العربية، القاهرة، 2007.
19. عبد الله محمد عبد الرحمان ومحمد بدوي، مناهج وطرق البحث الاجتماعي، د ط، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، مصر، 2002.
20. عمار بوحوش، دليل المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية، د ط، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985 .
21. عناية غازي، منهجية اعداد البحث العلمي، د ط، دار المناهج للنشر والتوزيع، 2008.
22. فتحي حسين عامر، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفاسبوك، دار العربي، ط1، القاهرة، 2011.
23. فؤاد أقوام البستاني، منجد الطلاب، د ط، دار الشروق، بيروت، د س.
24. قباري محمد إسماعيل، علم الاجتماع الجماهيري وبناء الاتصال، دار نشأت للمعارف، مصر، 2008.
25. قمر عصام توفيق، الاتجاهات العالمية المعاصرة في ممارسة الأنشطة المدرسية البيئية في اليابان والولايات المتحدة وانجلترا، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2007، ص21.
26. محمد زيان محمد : منهج البحث العلمي وتقنياته، دط، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 1983
27. محمد زيان محمد، منهج البحث العلمي وتقنياته، د ط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1983، ص123.
28. محمد عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع، ط1، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1995.
29. محمد عبد الحميد : المدونات، الإعلام البديل، عالم الكتب، القاهرة، 2009.
30. محمد عبد الحميد : مناهج البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، طد، عالم الكتب، القاهرة، 2000
31. محمد عبد الكريم عبد ربه : إقتصاديات الحوار و البيئة، دط، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2000
32. محمد عقاب : مجتمع الإعلام و المعلومات ماهيته، خصائصه، دار سومة للطباعة و النشر، الجزائر، 2007 .
33. محمد محمود الذنبيات وآخرون، منهجية البحث العلمي، القواعد والمراحل والتطبيقات، ط2، دار وائل للنشر، بيروت، 1999.
34. محمد محمود النبيات و اخرون: منهجية البحث العلمي، القواعد و المراحل و التطبيقات، طد، دار وائل للنشر، بيروت، 1999 .
35. محمد محمود كامل الرفاعي وماهر إسماعيل صبري محمد : التربية البيئية من أجل بيئة أفضل ، المركز القومي للبحوث التربوية و التنمية ، القاهرة ، مصر ، 2004 .
36. محمد معوض إبراهيم : تكنولوجيا الإعلام تطبيق على الإعلام في بعض الدول العربية، دار الكتاب الحديث، القاهرة، مصر، 2008 .
37. محمد منير حجاب : نظريات الإتصال، ط1، دار الفجر، القاهرة، مصر، دن .
38. مرزوق عبد الحكيم عدلي : الإعلانات الصحفية، دراسة في الإستخدامات و الإشاعات، طد، دار الفجر، القاهرة، 2004
39. منصف الشوقي و آخرون : دراسات إعلامية، دط، ذات السلاسل، الكويت 1995 .

40. مورييس أنجريس : منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة صحراوي بوزيد و آخرون، دار القصبية، الجزائر، 2004
41. مورييس أنجريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة صحراوي بوزيد وآخرون، دار القصبية، الجزائر، 2004.
42. نبيل الصادق : طريقة تنظيم المجتمع في الخدمة الاجتماعية، دط، دار الثقافة القاهرة، 1983
43. نبيل الصادق، طريقة تنظيم المجتمع في الخدمة الاجتماعية، د ط، دار الثقافة، القاهرة، 1983.
44. ياسر بكر: الإعلام البديل: مطابع الحواس، القاهرة، مصر، 2016
45. ياسين بوزراع، دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علم الاجتماع، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2010.

قائمة المذكرات :

46. إبراهيم محمد: تأثير بعض إصدارات جهاز شؤون البيئة على تنمية الوعي البيئي لدى عينة من المواطنين لمحافظة القاهرة، رسالة ماجستير، جامعة عين الشمس، القاهرة، 1997.
47. أبو اللين إيناس: مستوى الوعي البيئي و علاقته ببعض المتغيرات لدى طلبة كلية التربية في الجامعات الفلسطينية بغزة، رسالة ماجستير، جامعة الأزهر، غزة، 2005
48. رضا هميسي : دراسة قانونية، الإعلام الجديد بين حرية التعبير و حماية الأمن الوطني، كلية الحقوق، العلوم السياسية، ورقلة، الجزائر، دت .
49. رضوان سلامن : الإعلام و البيئة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر، الجزائر، 2006 .
50. سمر محمد الدريملي : أثر مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية للمرأة، أطروحة مقدمة لإستعمال شهادة الماجستير في برنامج دراسات الشرق الأوسط، جامعة الأزهر، كلية العلوم الإنسانية، قسم التاريخ غزة، 2012 .
51. سهام زواوي وهاجر تركي : الإعلام البيئي، مذكرة ليسانس غير منشورة، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية و الإعلام، قسم علوم الإعلام و الإتصال، 2008 .
52. عقيل محمود الرفاعي : دور الإعلام التربوي في تنمية الوعي الاجتماعي في مرحلة التعليم الأساسي في ضوء خبرات بعض الدول، رسالة دكتوراه في فلسفة التربية قسم التربية للمقارنة و الإدارة التعليمية، جامعة الزقازيق، مصر، 1998
53. فتيحة كيجل : الإعلام الجديد في نشر الوعي البيئي، جامعة الحاج لخضر باتنة، مذكرة ماجستير منشورة، الجزائر، 2012
54. 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 .

55. ياسين بوزراع : دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين, رسالة ماجستير غير منشورة, قسم علم الاجتماع, جامعة منشوري, قسنطينة, الجزائر, 2010 .

قائمة المقالات و المجالات :

56. إبراهيم أحمد النوي : شبكات التواصل الاجتماعي, مقال المنظمة العربية للهلال الأحمر و الصليب الأحمر, دت.
57. أحمد الشربيني : عندما يذوب القطب ماذا يحدث للأرض ؟ مجلة العربي العدد 454, 2005
58. أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية : الإعلام الأمني العربي و قضاياها و مشكلاته , الرياض, 2001
59. انتصار رسمي موسى : التحولات في عمليات الإتصال الجماهيري بإستخدام الشبكة الدولية للمعلومات في ظل التكنولوجيا المدني, مجلة الأكاديمي, جامعة بغداد, العدد69, 2014
60. بشرى الراوي : دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير, مجلة الباحث الإعلامي, جامعة بغداد, العراق, كلية الإعلام, العدد 18, 2012 .
61. حامد الشافعي دياب : المعلومات و دورها في خدمة البيئة, مجلة التربية صدرت عن اللجنة الوطنية القطرية للتربية و الثقافة و العلوم, العدد 111, قطر, 1994 .
62. خلف عبد الباسط : تنمية عرجاء, مجلة أفاق البيئة و التنمية, رام الله, مركز العمل التنموي, العدد 16, 2009
63. خلف عبد الباسط : قضايا التغيير المناخي في وسائل الإعلام الفلسطينية غياب أم تغيب ؟ مجلة أفاق البيئة و التنمية, مركز العمل التنموي, العدد31, 2016
64. رشيد محمد و محمد صباريني : البيئة و مشكلاتها, المجلس الوطني للثقافة و الفنون و الأداب, العدد22 من سلسلة عالم المعرفة, الكويت, 1979
65. زاهر راضي : إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي, مجلة التربية, العدد15, جامعة عمان الأهلية, عمان, 2003 .
66. سعاد الشبور علي وطفته : بنية الوعي الوجدوي و إتجاهاته, حالة طلاب جامعة الكويت, مجلة التربية, تصدر عن اللجنة الوطنية للتربية و الثقافة و العلوم, العدد 2, قطر, 2001 .
67. شمس ضيات خلفاوي : الإعلام الجديد قراءة في تطور المفهوم الوظيفية جامعة عنابة, الجزائر, العدد15, 2015
68. شيخاني سميرة : الإعلام الجديد في عصر المعلومات, مجلة دمشق, المجلة 26 العدد 1, 2010 .
69. علي الربيعي : الإعلام وقضايا البيئة, مجلة البحوث الإعلامية, العدد 5, 2005
70. فضيلة تومي : تكنولوجيا الإتصال التفاعلية و علاقتها بالبحث العلمي في الجامعة الجزائرية, مجلة العلوم الإنسانية و الاجتماعية, عدد خاص بالحاسوب و تكنولوجيا المعلومات للتعليم العالي, دت .
71. مجلة الفرات: يومية سياسية, مؤسسة الوحدة للصحافة و الطبع و النشر و التوزيع, دير زور, العدد3577, 2017 .

72. محمد بشر, قصور النظرية في الدراسات الإعلامية, المجلة العربية للعلوم الإنسانية العدد 83, 2003

قائمة الندوات و المؤتمرات :

73. ثقافة الأنترنت و أثرها على الشباب : ندوة علمية, إصدارات دائرة الثقافة و الإعلام, الشارقة, 2016
74. سعود كاتب : الإعلام الجديد و قضايا المجتمع التحديات و الفرص, ورقة مقدمة للمؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي, جامعة الملك عبد العزيز جدة, السعودية, 2011
75. المؤتمر العربي الأوروبي : تمكين الشباب و منظماتها و دعم مبادرات المجتمع المدني في الدول العربية جنوب البحر المتوسط , ورقة مقدمة, في المؤتمر العربي الأوروبي, مالطا 24 مارس, 2012
76. مؤتمر اليونيسكو : إتجاهات التعليم البيئي بين المكونات لمدينة تلبس بالإتحاد السوفياتي 1977 .
77. نيف بن صالح الشهلول : الإعلام و التوعية البيئية, الملتقى الإعلامي الأول للبيئة و التنمية المستدامة, القاهرة, 2006

المراجع باللغة الفرنسية :

78. academie de science France M livre sur l'environnement.2002
79. allen. William : anew media perspective on environmental communication bioscience.2001.
80. willian , iltson and harald,m,proshonsky an introduction to enviromental psychology new york, 1974.

المواقع الإلكترونية :

81. <http://Kse.org> . kw/almohamderson/ issue/113 article/365
82. الشبكات الإجتماعية تعريفها تأثيرها أنواعها 2012
83. www.facebook.com / permalink .ph,p3story,fbird 217-05-10
84. Consulte le 30-03-2017-a 15 ni 45.
85. 2 www. Al – akhbar.com ,consulté le 03-04-2017.
86. صفحة جمعية دنيا لحماية البيئة تم التصفح بتاريخ 2017-05-10 على الساعة 13:30
87. 2012, 30: 16 Aنديم منصورى مجلة الاخبار, العدد 167.

الصفحة	فهرس الجداول
66	الجدول رقم(01) يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.
67	الجدول رقم(02): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن.
67	جدول رقم (03) يمثل توزيع لأفراد العينة حسب التخصص .
68	جدول رقم (04) يمثل توزيع لأفراد العينة حسب المستوى التعليمي.
69	الجدول رقم 05: يمثل توزيع افراد العينة حسب الإقامة.
70	الجدول رقم 06: يوضح استخدام موقع الفاييس بوك.
71	الجدول رقم 07: يوضح معدل تصفح الفاييسبوك في اليوم
72	الجدول رقم 08: يوضح الوقت المفضل لاستخدام الفاييسبوك
73	الجدول رقم 09: يوضح مكان تصفح الفاييسبوك
74	الجدول رقم 10: يوضح المواضيع التي يتابعها افراد العينة عبر الفاييسبوك
75	الجدول رقم 11: يوضح الخدمات التي يتيحها الفاييسبوك

76	الجدول رقم 12: يوضح مشاركة المواضيع المتعلقة بالبيئة عبر الفايسبوك
77	الجدول رقم 13: يوضح دوافع استخدام الفايسبوك
78	الجدول رقم 14: يوضح اعتقاد طبيعة الاحتياجات التي يلبيها الفايسبوك
79	الجدول رقم 15: يوضح شكل مساهمتك خلال الفايسبوك
80	الجدول رقم 16: يوضح متابعة الصفحات البيئية عبر الفايسبوك
81	الجدول رقم 17: يوضح متابعة الصفحات البيئية عبر الفايس بوك
82	الجدول رقم 18: يوضح مفهوم الوعي البيئي المستخدم
83	الجدول رقم 19: يوضح استخدام الفايسبوك في معرفة الأوضاع البيئية الراهنة ومشكلاتها:
84	الجدول رقم 20: يوضح الاشباعات التي يحققها لك الفايسبوك في مجال البيئة
85	الجدول رقم 21: يوضح تقييم الخدمات التي يتيحها الفايسبوك
86	الجدول رقم 22: يوضح مساهمة الفايسبوك في نشر الوعي البيئي المستخدم
87	الجدول رقم 23: يوضح الدور الذي يؤديه الفايس بوك

88	الجدول رقم 24: يوضح طبيعة المواضيع التي تتابعها عبر صفحة الفايسبوك مع متغير الجنس والسن
89	الجدول رقم 25: يوضح الخدمات التي يتيحها الفايسبوك مع متغير الجنس والمستوى التعليمي:
90	الجدول رقم 26: يوضح متابعة احدى الصفحات البيئية الناشطة عبر الفايسبوك مع متغير الجنس والتخصص
91	الجدول رقم 27: يوضح متابعة الصفحات الفايسبوكية مع متغير السن والاقامة
92	الجدول رقم 28: يوضح استخدام الفايسبوك في معرفة الأوضاع البيئية الراهنة ومشكلاتها مع متغير الجنس والمستوى التعليمي
93	الجدول رقم 29: يوضح الاشباعات التي يحققها الفايسبوك في مجال البيئة مع متغير السن والاقامة
94	الجدول رقم 30: مساهمة الفايسبوك في نشر الوعي البيئي المستدام مع متغير الجنس والتخصص
95	الجدول رقم 31: يوضح الدور الذي يؤديه الفايسبوك في نشر الوعي البيئي المستدام مع متغير الجنس والمستوى التعليمي

الصفحة	فهرس المحتويات
أب	-مقدمة.
01	-الإطار المنهجي.
03	1-إشكالية البحث.
05	2-تساؤلات الدراسة.
06	3-أهمية الدراسة وأهدافها.
07	4-أسباب اختيار الموضوع.
08	5-تحديد مفاهيم الدراسة.
09	6-منهج وأداة البحث.
14	7-مجمع الدراسة وعينته.
18	8-حدود الدراسة.
20	9-الدراسات السابقة.

26	10-المدائل النظرية للدراسة.
31	-الإطار النظري.
32	1-مواقع التواصل الاجتماعي واستخداماتها.
33	-تمهيد.
34	1-1 ماهية مواقع التواصل الاجتماعي.
34	1-1-1 مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي.
36	1-1-2 لمحة تاريخية عن ظهور مواقع التواصل الاجتماعي.
38	1-1-3 سمات مواقع التواصل الاجتماعي.
40	1-1-4 أشكال مواقع التواصل الاجتماعي.
43	1-2 الفاسبوك كوسيلة اتصالية واستخداماتها.
44	1-2-1 مفهوم الفاسبوك.
45	1-2-2 جمهور الفاسبوك وسماته.
48	1-2-3 العملية الاتصالية من خلال الفاسبوك.

50	1-2-4 التفاعلية في الفاسبوك.
51	-خلاصة.
52	2-الفيسبوك والوعي البيئي المستدام.
53	-تمهيد.
53	2-1 ماهية الوعي البيئي المستدام.
54	2-1-1 مفهوم الوعي البيئي المستدام.
56	2-1-2 عوامل ظهور الوعي البيئي المستدام.
58	2-1-3 أبعاد الوعي البيئي المستدام.
59	2-1-4 أهداف الوعي البيئي المستدام.
60	2-2 الفاسبوك وعملية نشر الوعي البيئي المستدام.
61	2-2-1 أهم القضايا البيئية المثارة في الفاسبوك.
62	2-2-2 الفاسبوك كإعلام بيئي.
63	2-2-3 ردود أفعال الطلبة الجامعيين للقضايا البيئية في الفاسبوك.

64	- خلاصة.
65	- الإطار التطبيقي.
66	- تمهيد.
67	1- التحليل الكمي والكيفي للنتائج المتعلقة بالبيانات الشخصية لعينة البحث.
70	2- التحليل الكمي والكيفي للنتائج المتعلقة بعادات وأنماط استخدام عينة البحث لموقع الفاسبوك.
80	3- التحليل الكمي والكيفي للنتائج المتعلقة بالدوافع والحاجات من استخدام عينة البحث لموقع الفاسبوك.
87	4- التحليل الكمي والكيفي للنتائج المتعلقة بالاشباع المحققة من استخدام عينة البحث لموقع الفاسبوك في مجال نشر الوعي البيئي المستدام.
92	5- التحليل الكمي والكيفي للنتائج المتعلقة بتقييم دور موقع الفاسبوك في نشر الوعي البيئي المستدام.
98	- نتائج الدراسة.
100	- خاتمة.
103	- الملاحق.
107	- قائمة المراجع.