

جامعة محمد خيضر بسكرة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية



مذكرة ماستر

العلوم الإنسانية
فرع علوم الإعلام والاتصال
تخصص اتصال وعلاقات عامّة

إعداد الطالبتين:

رفيقة شابي / يمينة زموش

يوم: 27 سبتمبر 2020

فعالية شركات التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة البيئية

دراسة مسحية على عينة من متابعي صفحة جمعية حماية البيئة ونظافة المحيط

بمقر سيدي سليمان ولاية ورقلة على شبكة الفيسبوك

لجنة المناقشة:

أ. مس أ جامعة محمد خيضر - بسكرة مقرر

أ/ أمال رحماني

السنة الجامعية: 2019 - 2020

شكر وعرفان

نشكر الله سبحانه وتعالى الذي أعاننا على إنهاء
هذا العمل المتواضع ثم نتقدم بالشكر الجزيل
والامتنان الكبير إلى الأستاذة القدوة "آمال رحمانى"
التي أشرفت على هذا العمل وتعهدت بالتصويب
في جميع مراحل انجازه وزودتنا بالنصائح
والإرشادات التي أضاعت أمامنا سبيل البحث
فجزاها الله عنا كل خير كما نتقدم بالشكر الجزيل
إلى كل من ساعدنا من قريب أو بعيد حتى ولو
بالنصيحة.

كما نتوجه بخالص الشكر لجميع أساتذة قسم علوم
الإعلام والاتصال على ما بذلوه من جهد وتضحية
من أجل تكويننا وجزاكم الله عنا خير الجزاء.

خطة الدراسة

الإطار المنهجي للدراسة:

- (1) إشكالية الدراسة.
- (2) تساؤلات الدراسة.
- (3) أسباب اختيار موضوع الدراسة.
- (4) أهداف الدراسة.
- (5) أهمية الدراسة.
- (6) مفاهيم الدراسة.
- (7) منهج وأدوات الدراسة.
- (8) مجتمع البحث والعينة.
- (9) الدراسات السابقة.
- (10) النظرية المؤطرة للدراسة.

الفصل الأول: مدخل مفاهيمي لشبكات التواصل الاجتماعي.

المبحث الأول: ماهية شبكات التواصل الاجتماعي.

المطلب الأول: تعريف شبكات التواصل الاجتماعي.

المطلب الثاني: نشأة شبكات التواصل الاجتماعي.

المطلب الثالث: خصائص شبكات التواصل الاجتماعي.

المطلب الرابع: سلبيات وإيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي.

المبحث الثاني: شبكات التواصل الاجتماعي (أنماط، أهم المواقع، نظريات شبكات التواصل الاجتماعي، خدماتها).

المطلب الأول: أنماط شبكات التواصل الاجتماعي.

المطلب الثاني: أهم مواقع شبكات التواصل الاجتماعي.

المطلب الثالث: نظريات شبكات التواصل الاجتماعي.

الفصل الثاني: الاتصال البيئي والثقافة البيئية.

المبحث الأول: الاتصال البيئي .

المطلب الأول: تعريف الاتصال البيئي.

المطلب الثاني: خصائص الاتصال البيئي.

المطلب الثالث: مهام الاتصال البيئي.

المطلب الرابع: ادوار الاتصال البيئي.

المطلب الخامس: أهداف الاتصال البيئي.

المبحث الثالث: الثقافة البيئية .

المطلب الأول: تعريف الثقافة البيئية وخصائصها .

المطلب الثاني: أهداف الثقافة البيئية .

المطلب الثالث: وسائل نشر الثقافة البيئية .

المطلب الرابع: معوقات نشر الثقافة البيئية.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة:

1)التعريف بالصفحة

2)عرض وتحليل البيانات.

3)النتائج العامة للدراسة.

خاتمة.

قائمة المراجع.

الملاحق.

مقدمة

مقدمة:

شهد العالم في السنوات الأخيرة نوعاً من التواصل الاجتماعي بين الشعوب والغى الحدود وزاوج بين الثقافات ،ومن بين الوسائل و الأدوات التي استخدمها في التواصل (شبكات التواصل الاجتماعي)، وتعددت هذه الشبكات وتأثرت بجمهور واسع من المتلقين ولعبت الأحداث السياسية والطبيعية في العالم دوراً بارزاً في التعريف بهذه الشبكات، وبالمقابل كان الفضل أيضاً لهذه الشبكات في إيصال الأخبار السريعة والرسائل النصية ومقاطع الفيديو عن تلك الأحداث ،الأمر الذي ساعد في شهرة هذه الشبكات.

وتعد شبكات التواصل الاجتماعي أو ما يعرف بالتشبيك الاجتماعي **social media** نوعاً جديداً من أنواع الصحافة التي نشأت وتبلورت في بيئة الانترنت وتكنولوجيا الوسائط المتعددة ،حيث تلعب دوراً بارزاً في عملية جمع وتحرير وتحليل الأخبار وتبادلها بين المستخدمين ،وكذا تزويد الوسائل الإعلامية بمعلومات دقيقة وذات مصداقية يكون فيها المواطن الحلقة الأساسية في بناء وصياغة المضمون الإعلامي وتبادلته على نطاقات واسعة تشمل قضايا ذات أبعاد مختلفة مثل تفعيل المشاركة السياسية وتنمية الوعي السياسي وجوانب أخرى ثقافية اقتصادية، اجتماعية ،وكذا إنسانية وتوعية كقضايا البيئة.

ويعد موضوع البيئة من المواضيع التي تهتم بها شبكات التواصل الاجتماعي ،وذلك لما تشهده البيئة من تدهور كبير زادت من حدته مشكلة التلوث البيئي واستنزاف الموارد الطبيعية وغيرها من المشكلات .لذلك أفرزت شبكات التواصل الاجتماعي نوع جديد من أنواع الاتصال وهو ما يسمى بالاتصال البيئي وهو العملية التي تكون بين المرسل ومستقبل الرسالة الاتصالية البيئية ورجع الصدى لها ،ويعتبر مصدر من مصادر المعرفة البيئية التي تشكل وعي الإنسان وتساهم في تطوير المفاهيم العامة التي يجب تثبيتها في وضع الأنشطة البيئية المختلفة وذلك من أجل نشر ثقافة بيئية بين أفراد المجتمع.

وسنحاول من خلال هذه الدراسة تسليط الضوء على شبكات التواصل الاجتماعي وبصفة خاصة و أساسية على موقع "الفيسبوك" وتحديد الدور الذي يلعبه لبلورة ونشر الثقافة البيئية انطلاقاً من طرق وأنماط الاستخدام الجماهيري له .ويأتي هذا الموضوع

الذي يتناول شبكات التواصل الاجتماعي ونشر الثقافة البيئية، حيث قسمناه إلى ثلاثة فصول بالإضافة إلى الإطار المنهجي، حاولنا أن نجعل منها نسقا متكاملًا، بحيث يخدم كل فصل الفصل الذي يليه ويمهد له حتى يتمكن القارئ من تتبع الأفكار الواردة فيه.

ويحتوي الإطار المنهجي على إشكالية الدراسة وأهدافها و التساؤلات التي تطرحها بالإضافة إلى أهمية الموضوع وأسباب اختياره وكذا تحديد المفاهيم إلى جانب عرض الدراسات السابقة وأخيرا النظرية المؤطرة للدراسة.

أما الفصل الأول فيتناول شبكات التواصل الاجتماعي من ناحية التعريف والنشأة بالإضافة إلى خصائصها وسلبيات وإيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي، كما يندرج تحت هذا الفصل أنماط شبكات التواصل الاجتماعي وأهم تطبيقاته والنظريات التي تدرس هذه الشبكات.

الفصل الثاني ويدور حول الاتصال البيئي والثقافة البيئية وتم التطرق إلى تعريف الاتصال البيئي وخصائصه وأهم أدواره، بالإضافة إلى تعريف الثقافة البيئية والإحاطة بأهدافها ووسائل نشرها وأخيرا تطرقنا إلى معوقات الثقافة البيئية.

في حين خصص الفصل الثالث والأخير من الدراسة لمناقشة البيانات ومعطياتها والتعليق عليها، وأخيرا استخلاص النتائج العامة للدراسة.

الإطار المنهجي

(1) الإشكالية:

من أبرز ملامح هذا العصر ظهور شبكات التواصل الاجتماعي عبر شبكة المعلومات العالمية، حيث أحدثت هذه الشبكات موجة جديدة من موجات ثورة المعلومات التي بدأت أواخر القرن الميلادي المنصرم ومع انتشار أجهزة التواصل الحديثة دخلت البشرية مرحلة غير مسبوقة في مجال تواصل الأفراد مع غيرهم من الأفراد، كما أنها قامت بتقريب المسافات بين الشعوب حيث لم يعد العالم قرية صغيرة كما كان يقال سابقا. بل صار بأجملة تحت تحكم الإنسان.

وتعد شبكات التواصل الاجتماعي من أحدث منتجات الإعلام الجديد وأكثرها شعبية ورغم أن هذه الشبكات أنشئت في الأساس للتواصل الاجتماعي بين الأفراد فان استخدامها تجاوز إلى نشاطات أخرى كالنشاط البيئي، فالبيئة هي المحيط الذي يكفل الوجود الإنساني وباقي الكائنات الحية ولكي يضمن الإنسان الحياة في بيئة نظيفة وصحية وجب عليه المحافظة عليها باعتباره الفاعل المهم فيها خاصة مع ارتباط نشاطاته بالتطور التكنولوجي. وهذا الأمر الذي تطلب تضافر الجهود من قبل الأفراد سواء كان الأمر على ارض الواقع أو على شبكات التواصل الاجتماعي فلا يخلو موقع تويتر من هاشتاج حماية البيئة أو معا لحماية البيئة ولا يخلو موقع انستغرام من الصفحات الشخصية والجماعية التي تندد بضرورة حماية البيئة والمحيط وحتى الحيوانات ونفس الأمر على موقع الفيس بوك هناك العديد من المجموعات والصفحات التي تمارس نشاطها البيئي باستمرار في معالجة مختلف القضايا البيئية سواء تعلق الأمر بنظافة المحيط أو المحافظة على المياه أو حتى تشجير الطرقات والمرافق.

لذلك فشبكات التواصل الاجتماعي يمكن أن تلعب دورا كبيرا في مجال تنمية الثقافة البيئية لدى المستخدمين باعتبار أنها قد أثبتت جدارتها في التأثير المعرفي والسلوكي في مجالات وقضايا عدة وهذا.

واستنادا لما سبق، سنحاول الإجابة عن الإشكال في هذه الدراسة من خلال طرح

التساؤل الآتي:

كيف يساهم موقع الفيس بوك في تنمية الثقافة البيئية لدى المستخدمين؟

(2) التساؤلات الفرعية للدراسة:

- ما هي عادات وأنماط استخدام المتابعين لموقع الفيس بوك؟
- ما هي عادات تعرض المتابعين لصفحة جمعية حماية البيئة و المحيط؟
- ما هي دوافع استخدام لهذه الصفحة بالذات فيما يتعلق بمواضيع ومضامين البيئة؟
- ما هي طبيعة الاشباعات المحققة للمتابعين فيما يخص المضامين البيئية من خلال صفحة جمعية حماية البيئة والمحيط بمقر سيدي سليمان ولاية ورقلة؟

(3) أسباب اختيار الموضوع:

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

◀ الأسباب الذاتية:

- الميولات الشخصية إلى هذا النمط من الدراسات المتعلقة بشبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تنمية الثقافة البيئية.
- الوازع الإنساني والإيمان الشخصي بان حماية البيئة ونشر الثقافة البيئية واجب في المجتمع.

◀ الأسباب الموضوعية:

- دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر معارف وأفكار وثقافة بيئية لدى مستخدميها.
- التزايد الكبير والمستمر لرواد هذه الشبكات واعتبارها مصدر أولي للمعرفة.
- انتشار مشاكل وقضايا البيئة وضرورة نشر وعي حولها.
- محاولة تنمية الشعور بالمسؤولية تجاه المحافظة على البيئة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي.

(4) أهداف الدراسة:

- محاولة التعرف على كفاءات وأنماط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والصفحات والمجموعات ذات المحتويات البيئية التي على موقع فيس بوك
- معرفة مدى اهتمام مستخدمين موقع الفيس بوك بالصفحات والمنشورات البيئية وهل هناك تفاعل كبير
- التعرف على كيفية طرح مواضيع وقضايا البيئة عبر شبكات التواصل الاجتماعي عبر الصور، مقاطع الفيديو....
- معرفة مدى الرواج الذي تلاقيه صفحة حماية البيئة والمحيط بمقر سيدي سليمان لدى سكان ولاية ورقلة و سكان ولايات أخرى.
- محاولة قياس مدى وعي الجمهور الإلكتروني بالمشكلات و القضايا البيئية .

(5) أهمية الدراسة:

يتمحور موضوع هذه الدراسة حول مدى فعالية شبكات التواصل الاجتماعي وعلى وجه الخصوص موقع الفيس بوك صفحة حماية البيئة والمحيط بمقر سيدي سليمان في تنمية الثقافة البيئية لدى المستخدمين كون أنها أصبحت مصدر أولي لمعارفهم وسلوكياتهم. وتقدم هذه الدراسة أهمية اجتماعية من خلال نشر الشعور بالمسؤولية تجاه المحيط والبيئة التي نعيش فيها من خلال التنديد بالمحافظة عليها بالإضافة إلى أهمية نفسية سلوكية وهي لفت انتباه مستخدمي هذه الشبكات بمواضيع البيئة ومحاولة تعديل سلوكياتهم تجاه هذه الأخيرة وجعلها من أولوياتهم.

(6) مفاهيم الدراسة:

التعريف الاصطلاحي لشبكات التواصل الاجتماعي: تعرف شبكات التواصل الاجتماعي على أنها مواقع الكترونية مبنية على أسس معينة. تمكن الناس من التعبير عن أنفسهم والتعرف على أشخاص آخرين يشاركونهم الاهتمامات نفسها، ويمكن القول بان شبكات

التواصل الاجتماعي هي عبارة عن مجتمعات افتراضية تمكن مستخدميها من مشاركة الأفكار والاهتمامات.¹

التعريف الإجرائي: هي مواقع الكترونية على شبكة الانترنت لها خاصية اجتماعية تفاعلية تتيح للأفراد والجماعات التواصل اللامحدود والتفاعل فيما بينهم، إذ يتم فيها طرح مختلف القضايا التي تشغل اهتمام المستخدمين ومن أبرزها القضايا المتعلقة بالبيئة والمحافظة عليها وتلعب هذه الشبكات دور كبير في تشكيل سلوكيات الأفراد وتوجهاتهم وإشباع وتنمية الثقافة البيئية لديهم.

التعريف الاصطلاحي للثقافة البيئية: هي عملية تكوين القيم والاتجاهات والمهارات والمدرجات اللازمة لفهم وتقدير العلاقات المعقدة التي تربط الإنسان وحضارته بالبيئة ولاتخاذ القرارات المناسبة المتصلة بنوعية البيئة وحل المشكلات القائمة والعمل على منع ظهور مشكلات بيئية جديدة.²

التعريف الإجرائي: هي عملية خلق سلوك ايجابي تجاه البيئة لدى المتابعين و جمهور الصفحات والمجموعات على موقع الفيس بوك من خلال نشر مضامين ومنشورات إرشادية وسلوكية وتعليمية بهدف المحافظة على البيئة ومراعاتها وذلك من اجل إنماء وترسيخ هذا السلوك لدى مستخدمي الفيس بوك ومتابعي هذه الصفحات تحديدا .

(7) منهج وأدوات الدراسة:

إن المنهج هو مجموعة من القواعد التي يتم وضعها بقصد الوصول إلى الحقيقة في العلم، أو هو الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة من اجل الكشف عن الحقيقة وكما أن المنهج طريقة بحث فانه يتبع دوما خصائص الموضوع المدروس وكذا الأهداف المرجوة من الدراسة.³

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

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

³ صلاح الدين شروخ، منهجية العلوم الاجتماعية، دار العلوم، الجزائر، 2003، ص92.

وفي دراستنا هذه اعتمدنا على منهج المسح بالعينة، وهو احد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن حالة الأفراد وسلوكياتهم وإدراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم، لأنه يعتبر الشكل الرئيسي والمعياري لجمع المعلومات عندما تشمل الدراسة المجتمع الكلي أو تكون العينة كبيرة ومنتشرة بالشكل الذي يصعب الاتصال بمفردياته، ويستهدف وصف حجم وتركيب هذا الجمهور وتصنيف الدوافع والحاجات والمعايير الثقافية والاجتماعية وكذا الأنماط السلوكية ودرجتها أو شدتها ومستويات الاهتمام والتفضيل.¹

ولأن دراستنا هذه خاصة بشبكات التواصل الاجتماعي تدخل في هذا الإطار لأنها تتمحور حول استطلاع طرق استخدامها ودوافع استخدام موقع الفيس بوك ومعرفة الحاجات الاشباع المحققة للمستخدمين، وبالتالي استخدمنا المسح عن طريق العينة لأننا اكتفينا بدراسة عدد محدود من المفردات التي استطعنا الوصول لها التواصل معها إلكترونياً.

(8) أدوات جمع البيانات:

إن طبيعة موضوع الدراسة والمنهج المستخدم يتطلب من الباحث استعمال أدوات منهجية معينة يستعين بها في جمع البيانات الضرورية من الميدان حول أبعاد المشكلة موضوع الدراسة وذلك لقياس متغيراتها، وهذا يتوقف على حسن اختيار الباحث لهذه الأدوات وعلى ذلك تم استخدام في هذه الدراسة أكثر من أداة وتمثلت هذه الأدوات في:

◀ **الملاحظة:** تعد الملاحظة أداة ووسيلة لجمع المعلومات في مختلف مجالات البحث العلمي وقد تتم على عدة مستويات². وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على الملاحظة بالمشاركة من اجل متابعة الموضوع، حيث تابعنا صفحة جمعية حماية البيئة والمحيط بمقر وشاركنا بنشر عدد من المنشورات البيئية من خلالها لملاحظة سلوك المتابعين وتفاعلهم.

◀ **أداة الاستبيان:** يُعد الاستبيان احد الوسائل التي يعتمد عليها الباحث في تجميع البيانات والمعلومات من مصادرها والاستبيان لا يمكن أن يمثل الموضوع ولا يمكن أن يمثل المبحوثين ولكنه يمثل توقعات الباحث. وعليه فان الاستبيان هو مجموعة من الأسئلة

¹محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتاب، مصر، 2004، ص158.

²رحيم يونس كرو العزاوي، مقدمة في البحث العلمي، دار دجلة، عمان، 2008، ص150.

التي يطرحها الباحث على المبحوثين وفق توقعاته للموضوع والإجابة تكون حسب توقعات الباحث التي صاغها في استفسارات محددة. وتتم عملية تصميم استمارة الاستبيان في محاولة تحقيق أغراض الباحث بما يلي :

- تحديد البيانات والأسئلة المطلوبة.
 - بناء الاستمارة في صورتها المبدئية.
 - عرض الاستمارة على الأستاذ المشرف ومجموعة من الأساتذة المتخصصين بغرض الإثراء وللتحكيم.
 - صياغة أسئلة الاستمارة في شكلها النهائي.
 - توزيع الاستمارة على المبحوثين.¹
- ولكي يحقق الاستبيان الهدف المرجو منه لا بد أن يتضمن أسئلة ذات مواصفات خاصة بحيث تكون هذه الأسئلة بحق معبرة عن المبحوث وتتيح أجوبة يمكن التعامل معها لاحقا .

9) مجتمع البحث والعينة:

يعد مجتمع البحث مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة بمعنى جميع الوحدات التي يرغب الباحث في دراستها ويمثل المجتمع الكلي أو المجموع الأكبر الذي يستهدف دراسته ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته فيتم التركيز على المجتمع المتاح أو الممكن الوصول إليه و الاقتراب منه لجمع البيانات.²

ولأن دراستنا تعنى بصفحة جمعية حماية البيئة والمحيط بمقر سيدي سليمان الناشطة على مستوى ولاية ورقلة فان مجتمع بحثنا هم متابعي هذه الصفحة.

عينة الدراسة:

إن العينة هي اختيار جزء صغير من وحدات مجتمع البحث اختيارا عشوائيا أو منتظما والمعروف لدى الباحثين بأسلوب العدد العشوائي أو تحكيميا قصديا ليشكل هذا الجزء من

¹ عبد الله محمد عبد الرحمان، محمد بدوي، مناهج وطرق البحث الاجتماعي، دار المعرفة، مصر، 2002، ص371.

² عبد العزيز السيد، مناهج البحث العلمي، دار النهضة العربية، مصر، 2007، ص169.

وحدات مجتمع البحث المادة الأساسية للدراسة ،والعينة كلمة مشتقة من الفعل عين ،الذي يفيد في العربية معنى خيار الشيء وبذلك فالعينة هي ما تم اختياره من هذا الشيء ،وفي البحث العلمي العينة تعني الجزء الذي يختاره الباحث وفق اطر محددة ليمثل مجمع البحث تمثيلا سليما .¹

لان دراستنا تركز على متابعي صفحة جمعية حماية البيئة والمحيط بمقر سيدي سليمان على مستوى ولاية ورقلة ولهذا تم اعتماد على العينة القصدية ، والتي تعتبر نوعا من العينات غير الاحتمالية والتي يقوم فيها الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكيمية تبعا لما يراه من سمات تتوفر في هذه المفردات والتي تخدم البحث² . وبالنسبة لدراستنا فقد تم اخذ 100 مفردة كعينة لدراسة أي ما يعادل عشرة بالمئة من إجمالي عدد متابعين الصفحة الذين يتراوح عددهم ألف متابع.

(10) الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى تحت عنوان "دور الإذاعة المحلية في ترسيخ الثقافة البيئية ": دراسة ميدانية لعينة من طلبة قسم العلوم الإنسانية إذاعة أم البواقي -أنموذجا-لحفيفة عبد الحكيم .

- تتدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية ،واستخدام منهج المسح الاجتماعي .
- تمحور سؤال الإشكالية في :كيف تساهم إذاعة أم البواقي في ترسيخ الثقافة البيئية لدى الطالب الجامعي؟

- تمثلت عينة الدراسة في العينة القصدية لطلبة قسم العلوم الإنسانية بجامعة أم البواقي .
- من أهداف هذه الدراسة مايلي:

- 1.الكشف عن مدى اهتمام إذاعة أم البواقي ببرامج البيئة .
- 2.التعرف على الجمهور الذي يهتم ببرامج البيئة .
- 3.الكشف عن تأثير هذه البرامج على الجمهور المحلي .

¹ دلال القاضي ،محمود البياتي ،منهجية وأساليب البحث العلمي وتحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي ، دار الحامد ،الأردن ،2000،ص148.

² ربحي مصطفى عليان ،عثمان غنيم ،مناهج واساليب البحث العلمي (النظرية والتطبيق)،دار الصفاء ،عمان ،2000،ص141.

- من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة مايلي:

1. أغلب المبحوثين يستمعون لبرامج الإذاعة أحيانا بحكم انشغالاتهم اليومية.
2. يرى معظم المبحوثين أن مستوى أداء الطاقم الإذاعي في الحصص البيئية متوسط .
3. معظم المبحوثين يستفيدون من المعلومات التي تقدمها البرامج الإذاعية ويعتمدون على مناقشتها مع غيرهم.

الدراسة الثانية: "دور وسائل الإعلام الجديد في نشر الوعي البيئي موقع الفيسبوك أنموذجاً لبدة علي و طالب عبد الرحمان .

- يدور إشكال الدراسة في التساؤل الآتي :كيف تساهم وسائل الإعلام الجديد في نشر الوعي البيئي لدى طلبة جامعة المسيلة ؟.
- تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية معتمدة على منهج المسح بالعينة لجمع المعلومات عن حالة الأفراد و سلوكياتهم وإدراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم .
- تمثل مجتمع الدراسة في طلبة ماستر إعلام واتصال من مستخدمي موقع الفيسبوك في جامعة المسيلة الذي ينحصر سنهم بين 20 إلى 30 سنة فما فوق متبعي صفحة جمعية البيئة والتنمية المستدامة على مستوى ولاية جيجل ، وهذا بالاعتماد على العينة القصيدة.

أهداف الدراسة:

-الوقوف على مختلف الأطر و المداخل النظرية لفهم الإعلام الجديد و السياقات التاريخية التي ظهر وتبلور فيها وفهم الجوانب المتعلقة بالتطورات في تكنولوجيا الاتصال من النواحي الاجتماعية و السياسية بما يسهل فهم خصائص هذا الإعلام الجديد وتطبيقاته المختلفة خاصة في جانبها المتعلق باستخدامات مواقع التواصل الاجتماعي وموقع الفيسبوك بالذات والمرتكز بالأساس على شبكة الانترنت ومن جهة أخرى فان هذه الدراسة تهدف إلى تحديد تطبيقات الإعلام الجديد التي بإمكانها خلق الوعي البيئي وبناء الخلفيات الثقافية لقضايا البيئة و اشكالياتها أو ما يعرف بالإعلام البيئي انطلاقاً من أدوات ووسائل جديدة أفرزتها التطورات التكنولوجية المتلاحقة.

- تمثلت أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة في
- تعد الانترنت الوسيلة أكثر استخداما من قبل المبحوثين بنسبة 57:78 يليها التلفزيون بنسبة 33:33 وفي الأخير يأتي الراديو بنسبة 8:89.
 - يستخدم المبحوثين مواقع التواصل الاجتماعي دائما بنسبة 93:3.
 - يحتل موقع الفيس بوك الرتبة الأولى من حيث الاستخدام لدى المبحوثين .
 - يستخدم المبحوثين موقع الفيس بوك دائما بنسبة 58:89
 - تتصفح النسبة الأكبر من المبحوثين موقع الفيس بوك من ساعة إلى ثلاث ساعات يوميا بنسبة 47:78
 - أكثر الأوقات تفضيلا لاستخدام موقع الفيس بوك لدى المبحوثين هي الفترة الليلية بنسبة 51:11
 - جاءت الاشباعات الاجتماعية في المرتبة الأولى وذلك بنسبة 32:22.تليها الاشباعات المعرفية في المرتبة الثانية و في المرتبة الثالثة جاءت الاشباعات الإعلامية.
 - غالبية الاشباعات الإعلامية المحققة للمبحوثين في المجال البيئي هي الاطلاع على الإحداث البيئية في العالم بنسبة 52:22
 - يبنني 80 من المبحوثين ثقتهم في ما يقدم عبر الفيس بوك انطلاقا من طبيعة المحتوى.

الدراسة الثالثة: دراسة عداد جيلالي تحت عنوان :دور الإعلام في نشر الثقافة البيئية .

- تندرج هذه الدراسة إلى البحوث الاستطلاعية إذ اعتمدت على المنهج التحليلي للوصول إلى النتائج.
- تمحور تساؤل الدراسة في :ماهو دور وسائل الإعلام في نشر الثقافة البيئية ؟.
- أقيمت هذه الدراسة حول قضية الغاز الصخري بمنطقة عين صالح.
- من أهداف هذه الدراسة مايلي :
- التعرف على خصائص جمهور برامج البيئة في الإعلام المرئي والمسموع .

- التعرف على خصائص الجمهور المحلي ،ونظرتهم إلى العلاقة بين الإعلام والبيئة.

- التعرف على القيمة التي يوليها الجمهور لقضايا البيئة.

تمثلت نتائج الدراسة فيما يلي:-

1.تعتبر التوعية البيئية من أهم العناصر الفعالة في التعامل مع المشكلات البيئية التي تواجه المختلفة التي تواجه اغلب الجامعات المعاصرة.

2.الوعي البيئي لا يقتصر فقط على الإعلام البيئي ولكنه يتوقف أيضا على التعليم والثقافة البيئية.

3.تبقى المعرفة البيئية والوعي بخطورة التلوث وأهميته حماية البيئة معرفة عميقة ما لم تجسد في سلوكيات بيئية حقيقية تعبر عن صفة المواطنة.

الدراسة الرابعة: الدراسة قويدر جلول صبرينة ومبدوع وفاء بعنوان : دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي المستدام لدى الطلبة الجامعيين -موقع الفيس بوك أنموذجا-. وهي دراسة ميدانية لعينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجليلي بونعامة بخميس مليانة.

- محور تساؤل الإشكالية حول :ماهو الدور الذي يؤديه موقع الفيس بوك كأبرز مواقع التواصل الاجتماعي في مجال نشر الوعي البيئي المستدام لدى فئة الطلبة الجامعيين ؟.

- وتدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية ،حيث اعتمدت الباحثين على منهج المسح بالعينة

- تم اختيار العينة القصدية وذلك لملائمتها مع طبيعة الموضوع .

- من أهم أهداف هذه الدراسة:

1) بيان دور التفاعل الذي يتيحه موقع الفيس بوك في تشكيل الوعي البيئي المستدام لدى الطلبة الجامعيين من خلال المواضيع والقضايا البيئية المطروحة.

2) إبراز أهمية البحث العلمي في مجال البيئة وضرورة استقلال وسائل الاتصال الحديثة سيما مواقع التواصل الاجتماعي ،من نشر الوعي البيئي بمسائل البيئة وقضاياها .

- من أهم النتائج التي توصلت إليها الباحثين في هذه الدراسة مايلي :
1. يعتبر موقع الفيس بوك من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما لدى المبحوثين .
 2. إن اغلب المبحوثين يستخدمون موقع الفيس بوك في معرفة الأوضاع البيئية الراهنة ومشكلاتها .
 3. إن غالبية الاشباكات الإعلامية المحققة للمبحوثين في المجال البيئي هي التعرف على الأخبار والمعلومات البيئية .

تعد الدراسات السابقة التي تم اعتمادها دراسات مشابهة للدراسة الحالية، وذات علاقة مباشرة بها. ويمكن تلخيصها في النقاط التالية:

- تشترك جل الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية في اهتمامها بموضوع البيئة والثقافة البيئية وضرورة الحفاظ عليها والتوصل لحلول ناجعة للقضاء على المشاكل البيئية انطلاقا من البيئة.
 - تتفق الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في دراستها لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالثقافة البيئية.
 - أما الاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة يكمن في أنها الدراسة درست صفحة جمعية حماية البيئة والمحيط بمقر سيدي سليمان ولاية ورقلة أم باقي الدراسات ركزت على الإذاعة او موقع الفيس بوك بصفة عامة و ركزت هذه الدراسة على الثقافة البيئية بينما درست بعض الدراسات السابقة المعتمد عليها الوعي البيئي.
- 11) النظرية المؤطرة للدراسة:**

أولا: مفهوم نظرية الاستخدامات الاشباكات: تعرف نظرية الاستخدامات الاشباكات بأنها دراسة جمهور وسائل الإعلام الذين يتعرضون بدوافع معينة لإشباع حاجات فردية معينة ويعني ذلك تعرض الجمهور لمواد إعلامية لإشباع رغبات معينة لاستجابة لدوافع الحاجات الفردية. وتهتم نظرية الاستخدامات الاشباكات بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة.¹

¹ محمد منير حجاب، نظريات الاتصال، دار الفجر، مصر، ص299.

ثانياً: فروض نظرية الاستخدامات الإشباعية:

تعتمد نظرية الاستخدامات الإشباعية على مجموعة من فروض أساسية وضعها الياهوكاتز وكل من بلومر وجوفيتش، ويكمن إجمال هذه الفروض في:

• إن جمهور وسائل الإعلام يتسم بالإيجابية والفاعلية ويستخدم هذه الوسائل لتحقيق أهداف معينة خاصة به.

• إن جمهور وسائل الإعلام هو الذي يقوم بالدور الرئيسي في إشباع احتياجاته من وسائل الإعلام حيث يربط بين إشباع حاجاته واختيار الوسائل التي تشبع هذه الحاجات.

• يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ويتحكم عوامل الفروق الفردية.

• إن جمهور وسائل الإعلام قادر على تجديد أهدافه واهتماماته ومن ثم فهو قادر على تحديد واختيار المضمون الذي يلبي حاجاته .

• يمكن الاستدلال على الثقافة السائدة في المجتمع من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتواها فقط.

ويحقق منظور الاستخدامات الإشباعية ثلاثة أهداف رئيسية تتمثل في:

• السعي لاكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الإعلام وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.

• شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الإعلام والتفاعل الذي يحدث نتيجة التعرض

• التأكد على استخدام وسائل الإعلام بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.¹

ثالثاً: إسقاط النظرية على دراستنا:

استفادة هذه الدراسة من نظرية الاستخدامات والإشباعية من خلال معرفة أهدافها والتي من شأنها أن تتوصل إلى معرفة دور موقع الفيس بوك وبالضبط صفحة جمعية

¹ منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، دار المسيرة، عمان، 2012، ص 186، 182.

حماية البيئة والمحيط بمقر سيدي سليمان ولاية ورقلة في تنمية الثقافة البيئية لدى المستخدمين من خلال ما طرحه من مضامين بيئية متنوعة وهذا ما يدفع إلى تحريك دوافع المستخدمين ومساعدتهم في تحقيق رغباتهم حول ما يخص القضايا البيئية من خلال المضامين المطروحة على موقع فيس بوك. لتساهم في بناء وتنمية ثقافة بيئية لديهم.

الإطار النظري

الفصل الأول

مدخل مفاهيمي لشبكات التواصل
الاجتماعي

تمهيد:

مرت الدول الصناعية المتقدمة عبر مرحلة انتقالية غيرت تركيبتها الاجتماعية والثقافية وذلك بسبب التطورات التكنولوجية الهائلة في بداية القرن الحادي والعشرين، فقد أعادت هيكلية القوى العاملة بها، ونقلها بما عرف بالثورة الصناعية منتقلا على عصر جديد سمي عصر ثورة المعلومات، القائم على امتزاج تكنولوجيا الكمبيوتر مع تكنولوجيا الاتصال، مما أدى إلى ظهور الإعلام الجديد يعتمد على النشر الإلكتروني أفرزت عدة تطبيقات أهمها شبكات التواصل الاجتماعي التي اعتبرت ركيزة جديدة للتواصل وبت المعلومات وتبادلها على نطاق واسع.

سنحاول في هذا الفصل تسليط الضوء على شبكات التواصل الاجتماعي بصفة عامة مع التركيز على أهم شبكات التواصل الاجتماعي.

المبحث الأول: ماهية شبكات التواصل الاجتماعي:

وفرت شبكات التواصل الاجتماعي في العالم الافتراضي مجالاً واسعاً أمام الإنسان للتعبير عن نفسه ومشاركة مشاعره وأفكاره مع الآخرين وتوسيع عموم الشبكات الاجتماعية إلى خلق جو من التواصل في مجتمع افتراضي تقني يجمع مجموعة من الأشخاص من مناطق ودول مختلفة في موقع واحد، تختلف جهاتهم ومستوياتهم وألوانهم وتنفق لغتهم التقنية ويهدفون إلى التعارف أو التعاون أو التشاور أو الاستطلاع والاكتشاف أو لمجرد الترفيه وتكوين علاقات جديدة والشخص المنتمي لهذا المجتمع عضو فاعل، أي أنه يرسل ويستقبل ويقرا ويكتب ويشارك ويسمع ويتحدث.

المطلب الأول: تعريف شبكات التواصل الاجتماعي

يعرف زاهر راضي شبكات التواصل الاجتماعي: 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.¹ ويعرف بالاس BALAS شبكات التواصل الاجتماعي على أنها برامج يستخدم لبناء المجتمعات على شبكة الانترنت أين يمكن للأفراد أن يتصلوا ببعضهم البعض للعديد من الأسباب المتنوعة.²

ويعرفها إيهاب خليفة في كتابه بأنها مواقع تتشكل من خلال الانترنت تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة وإتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين والتعبير عن وجهة نظر الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الاتصال، وتختلف طبيعة التواصل من موقع لآخر. وتعرف أيضا على أنها عبارة تستخدم لوصف أي موقع على الشبكة العنكبوتية تتيح لمستخدمه وضع صفحة شخصية عامة ومعروفة وتتيح إمكانية تكوين علاقات شخصية مع المستخدمين الآخرين الذين يقومون بدخول إلى تلك الصفحة الشخصية.³

المطلب الثاني: نشأة شبكات التواصل الاجتماعي

تتنوع دوافع استخدام الشبكات الاجتماعية وذلك يرجع إلى متغيرات عديدة منها: زيادة انتشار الانترنت والتوسع في سرعته، وقلة تكاليف النفاذ إلى الشبكات وسهولة التواصل معها والمزايا والخدمات التي تقدمها هذه الشبكات، وعند الحديث عن مراحل تطور الشبكات الاجتماعية في الفضاء المعلوماتي تجدر الإشارة إلى مرحلتين أساسيتين:

مركز المحتسب للاستشارات، دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب تويتر نموذجا، دار المحتسب، الرياض 1438، ص16.¹

² خالد سليم، ثقافة مواقع التواصل الاجتماعي والمجتمعات المحلية، دار المنتبي، قطر، ص 56.

³ عيشة علة، الاشباكات المحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الطلبة، مجلة الوقاية والارغويا، العدد 6، جامعة الجزائر ص174.

المرحلة الأولى: يمكن وصف هذه المرحلة بالمرحلة التأسيسية للشبكات الاجتماعية، وهي المرحلة التي ظهرت مع الجيل الأول للويب 1.0 ومن ابرز الشبكات التي تكونت في هذه المرحلة هي شبكة موقع sixdegrees.com وهو الموقع الذي يمنح فرصة للأفراد المتفاعلين في إطاره فرصة طرح حياتهم ولمحاتهم العامة وإدراج أصدقائهم وبدأت فكرة قوائم الأصدقاء عام 1998، واخفق هذا الموقع عام 2000، ومن المواقع التأسيسية للشبكات الاجتماعية أيضا موقع classmates.com ذلك الموقع الذي ظهر في منتصف التسعينات وكان الغرض منه الربط بين زملاء الدراسة.

شهدت هذه المرحلة مواقع متعددة من أشهرها أيضا موقع live journal وموقع 1999 cyword الذي انشأ في كوريا وموقع Ryze الذي تبلور الهدف منه في تكوين شبكات اجتماعية لرجال الأعمال لتسهيل التعاملات التجارية، وتجدر الإشارة في الطرح التالي أن ابرز ما ركزت عليه مواقع الشبكات الاجتماعية في بدايتها هي خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء، وعلى الرغم من أنها وفرت بعض خدمات الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أنها لم تستطع أن تدر ربح على مؤسسيها ولم يكتب لها البقاء .

المرحلة الثانية: يمكن وصف المرحلة الثانية بأنها مرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية ويمكن التأريخ للمرحلة الثانية بالموجة الثانية للويب 2.0 والمقصود هنا أنها ارتبطت بتطور خدمات الشبكة، ويمكن أن نؤرخ لهذه المرحلة بانطلاق موقع My space وهو الموقع الأمريكي المشهور ثم موقع الفيس بوك .

وتشتهر المرحلة الثانية من تطور الشبكات الاجتماعية على الإقبال المتزايد من قبل المستخدمين لمواقع الشبكات العالمية، ويتناسب ذلك الإقبال المتزايد مع تزايد مستخدمي الانترنت على مستوى العالم.¹

يتضح من خلال الطرح السابق أن الموجة الثانية لشبكات الاجتماعية ساهمت في جذب العديد من المتفاعلين على مستوى العالم، وتعد مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة للتواصل والنقاطع بين العالمية والمحلية، إذ أن الفكرة الأساسية التي تقوم عليها الشبكات الاجتماعية

¹لامية طالة، اثر شبكات التواصل الاجتماعي على تطوير حرية التعبير عن الرأي في الجزائر ،دراسة مسحية في ضوء مدخل الاتصال السياسي ،رسالة دكتوراه،جامعة الجزائر 2015،3،ص152-123.

هي عالمية الاهتمامات والمحلية المرود، فالتفاعلات تتم على خلفية السياق العالمي وتتبلور متغيراتها على الصعيد المحلي.

المطلب الثالث: خصائص شبكات التواصل الاجتماعي

تتميز شبكات التواصل الاجتماعي بعدد من الخصائص تجعلها تتميز عن بقية التطبيقات والمواقع في شبكة الانترنت الذي ساهم في رفع أسهم هذه المواقع بالنسبة للمستخدمين ورغم تنوع هذه الخصائص من موقع إلى آخر إلا أنها تشترك مع بعض في عدد من الخصائص نوردتها في التالي:

1) التعريف بالذات :الخطوة الأولى للدخول إلى الشبكات الاجتماعية هي إنشاء

صفحة معلومات شخصية، وهي الصفحة التي يضعها المستخدم ويطورها، ويقوم من خلالها بالتعريف بنفسه من خلال النص والصور.الموسيقى، والفيديوهات، وغيرها من الوظائف الأخرى، كما تسمح مواقع الشبكات التواصل الاجتماعية بتعبئة وتنظيم علاقاتهم الاجتماعية وصفحاتهم الشخصية التي يحب أصدقائهم رؤيتها .

2) طرق جديدة لتكوين المجتمع :تسمح الشبكات الاجتماعية للأشخاص بخلق صداقات مع

أصدقاء يبادلونهم نفس الاهتمامات والمحتوى، وبالتالي فهي تساهم بشكل فعال في تجسيد مفهوم المجتمع الافتراضي المتواجد منذ بداية تطبيقات الانترنت ، غير أن الشبكات الاجتماعية دعمت طرق جديدة للاتصال بين الناس فمستخدمي هذه المواقع يخبرون في الاتصال بين مختلف الأساليب الرقمية مثل الوسم "tags"، والتطبيقات المدمجة في مواقع الشبكات كما انه بإمكان الأشخاص الانضمام إلى مجموعات قراءة الكتب التي أحبوها وغيرها من الخدمات .

3) سهولة الاستخدام: من بين الأمور التي ساعدت بشكل كبير في انتشار الشبكات

الاجتماعية هي بساطتها، لذا فان أي شخص يملك مهارات أساسية في الانترنت يمكنه خلق وتسيير موقع شبكة اجتماعية، فمن قبل كان بإمكان الأشخاص الحصول على تواجد عبر شبكة من خلال الحصول على صفحات وتطويرها وإضافة مواقع غالبا مايتحمل تكاليف ،حيث أن الشبكات الاجتماعية مجانية ومفتوحة أمام الجميع

فأغلبيتها تتيح للأشخاص التسجيل فيها في الوقت الذي يمر فيه التسجيل في مواقع أخرى من خلاله.

(4) إرسال دعوة من طرف أعضاء سابقين في الموقع.

(5) التفاعلية: لقد سعت مواقع الشبكات الاجتماعية منذ بداية ظهورها إلى تجسيد التفاعلية بين أفرادها لضمان الاستمرارية والتطور.

(6) الاهتمام: هي شبكات تبنى من خلال مصلحة مشتركة مثل الألعاب. الموسيقى. تسوق. المال. السياسة. الصحة. والشؤون الخارجية وغيرها .

ومن بين خصائص مواقع الشبكات الاجتماعية أيضا:

- تشمل هذه الشبكات على مجموعة غير متوقعة من المشاركين .
- يتبادل الأعضاء عدد غير منظم من المعلومات .
- كل الأعضاء يعملون على تطوير الحاجة إلى المعلومات وبسبب الطبيعة الديناميكية للشبكات الاجتماعية عبر الانترنت ،استطاعت هذه المواقع أن تحافظ على تطوير المشتركين وكذا محتوى المعلومات وبسبب الطبيعة الديناميكية للشبكات الاجتماعية على الانترنت استطاعت هذه المواقع أن تحافظ على تطوير المشتركين وكذا محتوى المعلومات .¹

المطلب الرابع: ايجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي:

الايجابيات:

- أتاحت هذه الشبكات تبادل الخبرات والاهتمامات والآراء فيما بينهم وإطلاق إبداعاتهم ومواهبهم الكامنة حيث أصبحت هذه الشبكات تمثل النوافذ التي يطل الشباب من خلالها على العالم الخارجي.
- تعتبر وسيلة مهمة لأحداث بعينها وخاصة الأحداث السياسية ومجرياتها.
- وسيلة استطلاع لأراء فئات مجتمعية معينة.
- مجموعة الملتقيات الاجتماعية مثل ملتقى العرب من المحيط للخليج.

¹ حمزة أبو شنب، تقنيات شبكات التواصل الاجتماعي..... الاستخدامات والمميزات. شبكة الالوكة ،ص02.

- تحفز على التفكير الإبداعي وتعمق مفهوم المشاركة والتواصل مع الآخرين.

السلبيات:

- تؤدي إلى التلاشي التدريجي لعملية التواصل المجتمعي على أرض الواقع بسبب ضياع واستغراق الوقت في تصفح هذه الشبكات .
- نشر البيانات الشخصية يؤدي إلى إلحاق الضرر بصاحبها بسبب سوء استخدامها من طرف الآخرين
- نشر الشائعات والمبالغة في نقل الأحداث .
- النقاشات التي تبتعد عن الاحترام المتبادل وعدم تقبل الرأي الآخر .
- ظهور لغة جديدة بين الشباب بين الشباب من شأنها أن تضعف اللغة العربية وإضاعة الهوية.¹

¹ حمزة إسماعيل ابوشنب ، المرجع نفسه ، ص 3.

المبحث الثاني: شبكات التواصل الاجتماعي (أنماط، أهم المواقع، نظريات

شبكات التواصل الاجتماعي، خدماتها.)

أفرزت الثورة التكنولوجية في العصر الحاضر وسائل التواصل الحديثة التي سهلت لنا نقل المعلومات بين الناس، فقلصت الوقت والجهد، فأصبحت بذلك من لوازم الحياة يتقنها الكبير والصغير والغني والفقير حتى باتت للإنسان جليسا وأنيسا بلا منازع وفي هذا المبحث سنتطرق إلى دراسة أنماط شبكات التواصل الاجتماعي وأهم هذه الشبكات كالفيس بوك والانستغرام اليوتيوب وغيرها كما أننا نتطرق إلى أهم النظريات التي درست شبكات التواصل الاجتماعي.

المطلب الأول: أنماط شبكات التواصل الاجتماعي:

ارتبط تنوع التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي في محيط الانترنت بتنوع آخر يتمثل في تنشيط شبكات التواصل الاجتماعي وفي هذا الصدد ليس من المنطقي أن نتحدث عن الشبكات العربية لان المجتمع الافتراضي هو مجتمع منفتح يضم في سياقاته العديد من التفاعلات على الصعيد العالمي، ولكن يمكن الإشارة إلى أنماط الشبكات الاجتماعية على النحو التالي :

أ. **شبكات أساسية:** وهي التي يمكن وصفها بالشبكات الاجتماعية العامة، والتي تضم ملفات شخصية للمستخدمين وخدمات عامة تتمثل في المراسلات الشخصية ومشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية والروابط والنصوص.

ب. **شبكات العمل:** وهي ليست شبكات ذات طابع عام وهي نمط من الشبكات ينصب اهتمامه على المحترفين وترتبط بأصحاب الأعمال والشركات وتتضمن ملفات شخصية للمستخدمين

ت. **شبكات المميزات الإضافية:** هناك بعض الشبكات تتيح الفرصة أمام أعضائها في توفير مزايا إضافية تتمثل على سبيل المثال في التدوين المصغر **Micro bloging** مثل موقع تويتر وبلارك.

ث. **الشبكات العربية:** هناك بعض الشبكات الاجتماعية التي ظهرت مؤخرا على الانترنت، ولكنها لم ترتقي إلى مستوى الخدمات التي تقدمها الشبكات العالمية الكبرى، ومن أمثلة الشبكات الاجتماعية العربية مكتوب وعربيز **Arabiz** التي ظهرت في عام 2009 وكانت مخصصة للعرب المقيمين في ألمانيا ثم انتشرت في الدول العربية.¹

المطلب الثاني: أهم مواقع شبكات التواصل الاجتماعي.

شهدت البشرية عبر تاريخها ظهور العديد من الاختراعات التي أثرت تأثيرا جذريا على حياة الناس، فقد شهد القرن الماضي على سبيل المثال ظهور ابتكارات تقنية بالغة التأثير مثل التلفزيون والراديو والكومبيوتر، والتي بالرغم من التأثير الكبير الذي أحدثته إلا أن تلك التأثيرات لا تزيد في أهميتها على تلك التي تقوم بها الانترنت اليوم من حيث

¹ فيصل محمد عبد الغفار، شبكات التواصل الاجتماعي، الجندارية، الأردن، 2015، ص 11-12.

سرعة ذلك التأثير وعمقه وانتشاره وإمكاناته الكامنة التي لم يظهر منها حتى الآن سوى قمة جبل الجليد.

حيث انه منذ الظهور الأول لموقع الشبكات الاجتماعية تعددت وتتنوعت بين الشبكات الشخصية والعامة يطمح لتحقيق أهداف محددة "تجارية مثلاً"، فتاريخاً كان لموقع "سيكس دقريز" أهمية كبيرة وصدى واسع مع بداياته الأولى ،وكذا "موقع اوماي نيوز" وغيرها، ومع تطور الشبكات الاجتماعية أصبح تصنيفها يأتي بالنظر إلى الجماهيرية ،حيث تنصدر القائمة عدد من الشبكات وهي "فيس بوك" ، "تويتر" ،"يوتيوب"،"فليكر"، و"لينكدن" وهي المواقع التي سنتحدث عنها باعتبارها من أهم الشبكات الاجتماعية في الوقت الحالي وكذا بالنظر إلى اختلاف تخصص كل موقع.¹

أولاً: الفيس بوك

انطلقت -بسرعة الصاروخ- تطبيقات الفيس بوك facebook في شبكة الانترنت لتصير أحداث انقلاب في موازين الشباب في الآونة الأخيرة وفكرة التطبيق تقوم على فكرة الاعتماد على الجيل الثاني من الانترنت لخلق شبكة اجتماعية تمكن مجموعة من الشباب من إيجاد علاقة دائمة من خلال الصوت والصورة والفيديو وغيرها من التطبيقات.

فكرة إنشاء الفيس بوك:

ترجع فكرة إنشاء الفيس بوك إلى صاحبه "مارك جوكربيرج" mark zuckerberg حيث اخذ عاتقه تصميم موقع جديد على شبكة الانترنت لجمع وعملائه في جامعة "هارفارد الأمريكية" ويمكنهم من تبادل أخبارهم وصورهم وآرائهم ولم يعتمد في تصميمه إلى أن يكون موقع تجاري يجتذب الإعلانات أو موقع ينشر أخبار الجامعة ولكن هدفه الأساسي موقع يجمل شمل الأصدقاء ويساعد على التواصل بين الطلبة بعضهم بعض.

وأطلق مارك موقعه "فيس بوك" وفي عام 2004 كان له ما أراد، فسرعان ما لقي الموقع رواجاً بين الطلبة لجامعة هارفارد، واكتسب شعبية واسعة بينهم الأمر الذي شجعه

¹أيمن بن ناصر بن محمد العباد،المسؤولية الجنائية لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي ،مكتبة القانون والاقتصاد ،الرياض ص60.

على توسيع قاعدة من يحق لهم الدخول إلى الموقع لتشمل طلبة جامعات أخرى أو طلبة مدارس ثانوية يسعون إلى التعرف إلى التعرف على الحياة الجامعية.¹

واستمر موقع "فيسبوك" قاصرا على طلبة الجامعات والمدارس الثانوية لمدة سنتين ثم قرر جوكربيرج أن يخطو خطوة أخرى للأمام، وهي أن يفتح أبواب موقعة أمام كل من يرغب في استخدامه، وكانت النتيجة طفرة في عدد مستخدمي الموقع، إذ ارتفع لـ 12 مليون مستخدم في شهر ديسمبر من عام 2006 إلى أكثر من 40 مليون مستخدم في بداية عام 2007.

وكان من الطبيعي أن يلفت النجاح السريع الذي حققه الموقع أنظار العاملين في صناعة المعلومات، فمن ناحية بات واضحا أن سوق شبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت ينمو بشكل هائل، ويسد احتياجا هاما لدى مستخدمي الانترنت خاصة من صغار السن، ومن ناحية أخرى نجح موقع "فيسبوك" في هذا المجال بشكل كبير، وكانت النتيجة أن تلقى جوكربيرج عرضا لشراء موقعه بمبلغ مليار دولار، إلا أنه فاجأ الكثيرين من حوله برفض العرض، هذا لأنه رأى أن قيمته أكبر من ذلك.²

نظرة شاملة على الفيس بوك خدماته واستخداماته:

استطاع موقع فيس بوك facebook، احد أشهر مواقع الشبكات الاجتماعية على الانترنت أن خلال ثلاث سنوات أن يستحوذ على أكثر من 52 مليون مستخدم حول العالم، واشترك أكثر من 150 مليون ألف مستخدم جديد في الموقع يوميا يتواصلون معا عبر صفحة شخصية خاصة بكل منهم ويتشاركون بشكل يكاد يبدو هلاميا، ويبدو أن أكثر مستخدمي الموقع نت الشباب والطلبة وكل تلاميذ المراحل الدراسية المختلفة الذين يسعون إلى التعرف وتكوين المجموعات والتجمعات التي تعبر عن آرائهم في الحياة أو مجموعات خاصة منهم، أصدقاء حلقة دراسية، زملاء رحلة صيف، محبي مطرب، غير أن الأمر لا يقتصر على الطلبة والشباب فستجد داخل الفيس بوك أيضا عدد كبير من

¹ علي ليلة، تأثير الفيس بوك على الثقافة السياسية والاجتماعية، للشباب، دوريات، قضايا إستراتيجية، المركز العربي لأبحاث الفضاء الالكتروني، مصر، 2013، ص 05.

² عوكي اوليغ، فيسبوك للجميع، الدار العربية للعلوم، بيروت، 2009، ص 14.

الإعلاميين الذين وجدوا فيه عالما آخر أهم ن ينشرون من خلاله أعمالهم ، ويبحثون عن قرائهم ومشاهديهم.

موقع الفيسبوك لم يكن هو الأول فقد سبقته مواقع مشابهة مثل موقعي **Ma space** و **Hi5**، غير أن الفيس بوك يتيح مساحة اكبر من الخصوصية حيث يتحكم المستخدم في من يرى المعلومات الخاصة به حيث يرفض من البداية أو يقبل جعله صديقا له على حائط يمكن للأصدقاء أن يكتبوا أو يعلقوا على ما يريدون ويمكنهم أن يسمو أيضا لصاحب الصفحة، وان يستمعوا موسيقاه المفضلة، فيلمه المفضل، صوره الخاصة، التي تحكي تفاصيل حياته ومذكراته مواعيده ماذا فعل بالأمس، صور تفاصيل حياته، ورو صور أفضل أصدقائه، ويلعب الفيس بوك بشكل كبير على الحنين الماضي، البحث عن أصدقاء قدامى ربما فقدوا منك، البحث عن ذكريات الطفولة، تكوين مجموعات لفترات مرحلة المراهقة، وربما يبدو هذا أكثر ما يلفت النظر في مجموعات الفيس بوك، التجمعات، فمعظمها ينتمي إلى فكرة البكاء على الإطلال، والحنين، خاصة أن معظم مستخدمي الفيس بوك من الشباب الذين قضوا طفولتهم في فترة التسعينات ونرى أن من يتأمل شبكة الفيس بوك سيتفاجأ بهذا الكم من التواصلات، والتشبيكات بين البشر في العالم كله من شرقه وغربه، وتجد لدى كل شخص عشرات من الأصدقاء من شتى أنحاء العالم.¹

أسباب ودوافع استخدام الفيس بوك:

لا سبيل إلا حصر نهائي لكل ما يدفع الناس إلى زيارة الفيس بوك، غير أن متابعة ما ينشغل به رواده وما يتبادلون وما يكتبون وكذا مراجعة الدراسات التي حاولت الإجابة عن هذا السؤال ومنها دراسة سموك **smock** وآخرين، نوجز هذه الدوافع فيما يلي:

1. الاسترخاء والتسلية: ففي الفيس بوك "صندوق الدنيا" ، نجد الفكاهة والأخبار والطرائف والكتابات الأدبية والصور والمشاهد المصورة الطريفة والتعليقات المضحكة، وفيه فرصة لمتابعة مايفعل الآخرون للكلام معهم والكتابة لهم، وفي الفيس

¹لامية طالة، مرجع سابق ص 182-183.

بوك متسع لمتع "غير مرئية" لمن طلبها وعرف أسرار الحصول عليها، هذا على سبيل الاختصار.

2. تبادل المعلومات والأفكار والآراء: أصبح الفيس بوك نافذة مهمة لتبادل الأخبار والإحالة إلى المواقع الإخبارية، كذلك يتبادل رواد الفيس بوك المعلومات المفيدة عن الضرائب والهواتف والجمعيات والمشروعات والجامعات والدورات التدريبية والوظائف الشاغرة ويتبادلون المعلومات والقصص الدينية .

3. الهروب من الواقع: في الفيس بوك قلوب جريحة وعاطلون عن العمل ومصاحبون بالاكنتاب ومنبوذون من جماعاتهم الواقعية ويبحثون عن ملاذ من مشكلاتهم وضغوطات حياتهم.

4. مجارة الموضة: تجريب تلك التقليدات الحديثة من تطبيقات ومجتمعات افتراضية .

5. الصحبة وتكوين صدقات جديدة: يود المرء لو يختلي بنفسه أحيانا لأسباب متباينة لكنه لا يستطيع أن يبقى بمفرده طويلا وتختلف قدرة البشر عن العزلة باختلاف طبائعهم وظروفهم وبيئاتهم وغاياتهم ومن هنا تبقى الصحبة وتكوين صدقات جديدة دافعا مهما للانضمام إلى الفيس بوك والبقاء فيه.

6. شغل وقت الفراغ: يلجا الناس إلى الفيس بوك وغيره من المجتمعات الافتراضية لأنه لا يجد شيئا غير ذلك يقتل به وقت فراغه، والفراغ مفهوم مائع يطوعه الناس كيفما ارادوا، إذا فرغ المرء من الانشغالات العملية والأنشطة الترفيهية والرياضية والمجاملات الاجتماعية-بالإضافة إلى إشباع الحاجات البيولوجية الأساسية كان وقت الفراغ لا يكون الفراغ، إذن إلا على حساب تقصير جانب من تلك الجوانب بل يستبدل بعض الناس الفراغ بالعمل والوظيفة، فيتركون أعمالهم ويقبلون على الدردشة والتسلية.

7. الدعاية والتحريض: لقد أصبح الفيس بوك ساحة ملائمة لتجميل الذات وتقبيح الآخرين و لتبادل السب و الشتائم و الاهانات و التخوين و الإقصاء و الحجب و الحذف و التصنيف و التشويه و التخويف و التحريض و نشر الأكاذيب و التلفيق و التهكم و السخرية و التبرير و التشهير قائمة لن تنتهي مهما طالت وفي سبيل تحقيق ماسبق بالنصوص الدينية والأدبية في تنويعات خطابية تتراوح ما بين الخبر والتعليق والطرفة

والاقتباس والإحالة إلى روابط ذات صلة والمشاهدة المصورة وغيرها وفي كل ذلك أصبح الفيس بوك منبرا للتعبير عن التوجهات والمواقف السياسية والفكرية.¹

ثانيا: ماي سبيس My space:

هو موقع يقدم خدمات الشبكات الاجتماعية على الويب تقدم شبكة تفاعلية بين الأصدقاء المسجلين في الخدمة بالإضافة إلى خدمات أخرى كالمدونات ونشر الصور والموسيقى ومقاطع الفيديو والمجموعات البريدية وملفات الموصفات الشخصية للأعضاء المسجلين انشأت سنة 2003 على يد توماس أندرسون (tom anderson) . يقع مقر الشركة في سانتا مونيكا في كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية ،حيث تم في ما بعد بيع الموقع لشركة "نيوز كوربوريشن"، ويقع مقر الشركة الأم "نيوز كوربوريشن" في مدينة نيويورك.

طبقا لموقع "اليكسا انترنت" يعد موقع ماي سبيس هو الترتيب إل 204 على مستوى العالم و ال 144 على مستوى الولايات المتحدة الأمريكية، كما انه فقد الكثير من زواره منذ إنشاء وتطوير الموقع المنافس وصاحب الترتيب الثاني عالميا (facebook). كان الموقع هو صاحب أعلى زيارات لموقع التواصل الاجتماعي في الولايات المتحدة الأمريكية في الفترة 2004 إلى 2007.

طريقة التسجيل على موقع ماي سبيس:

- للبدء بعملية التسجيل اذهب إلى موقع My space.
- اضغط على زر singe up.
- قم بإدخال البريد الإلكتروني.
- ادخل البيانات الكاملة الخاصة بالمستخدم.
- ضع علامة /في المربع وهو الموافقة على شروط الخدمة والسياسة المتبعة.
- اضغط على إنشاء حساب creat Account.

¹سلمان بكر بنبكران ،الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية ووسائل التواصل الاجتماعي ،دار الراية ،عمان ،2015،ص 169-186.

• ثم بعد ذلك قم بالذهاب إلى البريد الإلكتروني لتفعيل حسابك ،وبذلك تستطيع الدخول وبكل سهولة والاستمتاع بخدمات ماي سبيس Myspace وتواصل مع أصدقائك.¹

ثالثاً: موقع تويتر twitter:

هو احد مواقع التواصل الاجتماعي التي انتشرت في السنوات الأخيرة ، تويتر اسمه من مصطلح(تويت)الذي يعني(التغريد) ،واتخذ من العصفور رمزاً له ، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى (140 حرفاً) للرسالة الواحدة .ويجوز للمرء أن يسميها نصاً موجزاً لتفاصيل كثيرة ويمكن لمن لديه حساب في موقع تويتر أن يتبادل مع أصدقائه تلك التغريدات من خلال ظهوره على صفحاتهم الشخصية.¹

نشأة الموقع:

ظهر موقع تويتر في اوائل عام 2006 بواسطة الأمريكي جاك دورسي كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة odeo الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو، وبعد ذلك أطلقتها الشركة رسمياً للمستخدمين بشكل عام في أكتوبر 2006. وبعد ذلك بدأ الموقع في الانتشار كخدمة جديدة على الساحة عام 2007 من حيث تقديم التدوينات المصغرة وفي ابريل 2007 قامت شركة odeo بفضل الخدمة عن الشركة وتكوين شركة جديدة باسم twitter ،بدأ في الانتشار عالمياً كخدمة جديدة من حيث تقديم التدوينات المصغرة ومنذ مارس /آذار 2012 أصبح تويتر متوفراً باللغة العربية .

تطور موقع تويتر كثيراً خلال السنوات القليلة الماضية ولم يعد مجرد أداة تواصل شخصي بين الأصدقاء، بل أصبح نافذة يطل منها مشاهير السياسيين و الكتاب والرياضيين وغيرهم مع جمهورهم ،كما منصة إعلامية يتسابق من خلالها الصحفيون مع المدونين في تسجيل السبق، وأصبح منصة تسويقية تحقق الكثير من الفائدة لمن يعرف

¹محمد العوض ودعاة الله ،مواقع التواصل الاجتماعي وقضايا الشباب الجامعي ،دار الخليج ،ص 40-41.

¹احمد قاسمي، سليم جداري، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأمن الاجتماعي للدول الخليجية، المركز العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية، برلين ألمانيا، 2019، ص 21.

كيف يستخدمها بشكل سليم. ومن الأمور اللافتة للنظر أن تويتر دأب دائما على إضافة إمكانيات جديدة لمستخدميه؛ وذلك صار موقع التواصل الاجتماعي "تويتر" يتيح الفرصة للجميع للقيام بمسؤولياتهم المناطة بهم داخل المجتمع.²

التسجيل في موقع تويتر: مثل أي موقع وأي خدمة من الخدمات التي تقدمها الانترنت يجب عليك التسجيل في الموقع أولا قبل الاستخدام، والتسجيل بطبيعة الحال يلزمك مايلي:

- الدخول إلى الصفحة الرئيسية للموقع: www.twitter.com، ثم قم بتعبئة البيانات

التالية:

1. الاسم الكامل: وهو الاسم الذي سيظهر للمستخدمين الآخرين وفي واجهة صفحتك في تويتر، يمكنك استخدام اسم عربي أو أجنبي كما انه يمكنك كتابة اسمك الحقيقي أو المستعار.

2. البريد الإلكتروني: قم بكتابة البريد الإلكتروني الصحيح الخاص بك، سيتم إرسال رسالة تأكيد إليه بعد إتمام عملية التسجيل لذلك تأكد انك تكتبه بشكل صحيح وانه يعمل، وكذلك يتم إرسال رسائل تنبيه من تويتر عندما يتابعك شخص جديد.

3. كلمة السر: وكما تعلم انه يستحسن أن تكون صعبة بعض الشيء لا يسهل الاختراق حسابك في المستقبل.

بعد النقر على زر التسجيل الأصفر (**sign up**) سينتقل بك الموقع إلى صفحة فيها المعلومات التي أدخلتها بالإضافة إلى عنوان **username** وهو الاسم الذي سيتميز به هذا الاسم ويكون في آخر عنوان صفحتك الشخصية ويفضل أن يكون هذا الاسم مختصر ومعبر في نفس الوقت عن صاحبه ويجب أن يكون باللغة الانجليزية.

بعد التسجيل في موقع تويتر ستنقل إلى خطوة اختيار الأشخاص (أو الهيئات) الذين ستتابعهم أو مايسمون ب (**following**) وهذه الخطوة هي أهم خطوة، فهي التي تحدد محتويات صفحتك في تويتر ونوع المحتوى الذي سيأتيك و تقرأه، فكل سيكتب ويرسل هؤلاء الأشخاص سيظهر في صفحتك.

²مركز المحتسب للاستشارات، مرجع نفسه، ص. 43.

بعد الانتهاء من عملية اختيار المتابعين انقر على الزر الأزرق الموجود أسفل الصفحة (next stop) سينتقل بك تويتر إلى صفحة استيراد قائمة أصدقاؤك من البريد الإلكتروني الخاص بك، ويمكنك تجاوز هذه الخطوة بالنقر على الزر أسفل الصفحة، لتجد رسالة من موقع تويتر فيها رابط يجب النقر عليه لكي يتفعل حسابك بشكل كامل.

• بدء استخدام تويتر : بعد أن تنتهي الخطوة السابقة ستنتقل إلى صفحتك الرئيسية التي تتكون من عدة أجزاء:

1. الشريط الأسود أعلى الصفحة يحتوي على الروابط الأساسية لحسابك ففي الجهة اليمنى من هناك اسمك وصورتك وبجوارها سهم عند النقر عليه تفتح قائمة فيها عدة خيارات منها إعدادات ومن خلال الإعدادات هذه يمكنك تغيير المعلومات الأساسية والصورة الرمزية وغيرها من الإعدادات .

2. المستطيل الأبيض في يسار الصفحة المهيأة للكتابة فيه ،وهو المكان الذي تكتب فيه تدوينك المصغر أو رسائلك أو تغريداتك والتي يجب أن لا تتعدى 140 حرف وبمجرد النقر عليها سيوسع مربع الإدخال هذا يظهر عدد الأحرف أسفله ليعلمك كم يبقى لك من الأحرف حتى تصل إلى الحد الأعلى .

3. أسفل مربع الإدخال ستجد كتابات (تغريدات) الأشخاص الذين تتابعهم مرتبة حسب وقت الكتابة ، فالأحداث تظهر في المقدمة الأقدم فالأقدم ،عند النقر على أي تغريده في هذا الجزء ستفتح لك مباشرة نافذة في الجهة اليمنى فوق المحتوى الموجود تحتوي على معلومات هذه التغريدة ومن الأشخاص الذين قاموا بالرد عليها ومن قام بنشرها وإعادة إرسالها .

4. في الجهة اليمنى تظهر بعض المعلومات مثل عدد الأشخاص الذين تتابعهم وعدد من يتابعونك والأشخاص المقترحوون لمتابعتهم وبعض المواضيع الساخنة والتي يتم مناقشتها بشكل مكثف بين مستخدمي تويتر وغيرها من التفاصيل.¹

¹علي خليل شقرة، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، الأردن، عمان، 2014، ص66.

مميزات وعيوب شبكة تويتر:

إن لشبكة تويتر ميزات وعيوب واضحة، فمن ميزاته يعلمك بالخبر حال وقوعه ومن موقع الحدث، كما انه يضعك معرفة دائمة عن أخبار الذين تهتم بهم، وتستطيع من خلاله الحصول على الاستشارة والاستفادة من تجارب الأصدقاء، ويتيح أيضا إقامة علاقات صداقة جديدة وإجراء حوارات مع أناس مشهورين في مختلف المجالات وخاصة تلك التي تهتمك، إضافة إلى إمكانية الحصول على خلاصة وافية لما تنتشره المواقع الالكترونية التي ترتبط به مباشرة أو من خلال أصدائك، ومع كل ذلك فان تويتر لا يخلو من النواقص والعيوب العديدة يأتي في مقدمتها الترويج السريع للشائعات والادعاءات الكاذبة بانتحال شخصيات وهمية، وقد يحتوي تويتر في بعض الأحيان على صور خاصة لا تليق بالذوق العام، كما وان البعض يلجا في استخدام تويتر في أمور ضارة وغير مفيدة.²

رابعا: اليوتيوب You Tube:

يعتبر موقع يوتيوب احد أهم أدوات الجيل الثاني للويب (web2.0). وهو موقع الكتروني يسمح و يدعم نشاط تحميل وتنزيل ومشاركة الأفلام بشكل عام ومجاني، ويسمح بالتدرج في تحميل وعرض الأفلام القصيرة من أفلام عامة يستطيع الجميع مشاهدتها إلى أفلام خاصة يسمح فقط لمجموعة معينة مشاهدتها.¹

نشأة اليوتيوب:

تأسس موقع اليوتيوب من قبل ثلاثة موظفين سابقين في شركة بأي بال (paypal) عام 2005 في ولاية كاليفورنيا في الولايات المتحدة الأمريكية هم تشاد هرلي و ستيف تشن و جاويد كريم . درس هرلي التصميم في جامعة أنديانا بولاية بنسلفينيا، أما تشن وكريم فدرسا علوم الحاسوب في جامعة الينوى . و أراد الثلاثة نشر فيديو لأصدقائهم فلم

² عبد الله الغدامي، ثقافة تويتر حرية التعبير أو مسؤولية التعبير المركز الثقافي العربي، المغرب، 2016، ص56.

¹ مهية زينب، الطفل والرسوم المتحركة عبر اليوتيوب بين الاستخدام والتأثير، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، العدد 2017، 4، ص165.

يجدو في الانترنت الأداة المناسبة، ومن ثم فكروا في إنشاء موقع يحل تلك المشكلة ومن ثم تم العمل على تصميم الموقع لبضعة أشهر².

ويعد الفيديو المرفوع من قبل جاويد كريم بعنوان "أنا في حديقة الحيوان" (Me at the zoo) أول فيديو وضع على موقع يوتيوب، وذلك في تاريخ 23 أبريل 2005، ومدته 00:19. وافتتح الموقع تجريبيا في مايو /أيار 2005، وافتتح رسميا بعد ستة أشهر. افتتح يوتيوب للعامة في شهر نوفمبر /تشرين الثاني 2005، وأعلن مؤسسوه في يوليو /تموز 2006 أن موقعهم ترفع عليه أكثر من 65 ألف فيديو، ويمر به نحو مئة مليون مشاهد يوميا ظن مما يعني سرعة نمو هائلة. ويحتل موقع يوتيوب المركز الثالث حسب إحصائيات موقع اليكسا بعد قوقل فيسبوك.

في أكتوبر /تشرين الأول 2006 اشترت شركة غوغل موقع يوتيوب مقابل 1.65 مليار دولار وتنفق الشركة ملايين الدولارات بشكل دوري على الموقع، الاستفادة المادية الأساسية التي تجنيها مصدرها الإعلانات التي تظهر بجانب الفيديو أو داخل الفيديو نفسه. يستخدم اليوتيوب تقنية "دوبي فلاش" لتشغيل المقاطع المتحركة، وبلغ استهلاك يوتيوب من السعة الالكترونية عام 2007 حجم ما استهلكته الشبكة العنكبوتية مجتمعة عام 2000، وهو ما يعتقد انه يكلف مليون دولار يوميا¹.

مميزات اليوتيوب:

- لعل أهم مميزات اليوتيوب انه سهل الاستخدام، هذا فضلا عن انه يعد احد الوسائل الإعلامية الرخيصة الثمن إلى حد ما في حالة أن تمت مقارنته بغيره من الوسائل الإعلامية الأخرى.
- سهل أن تشترك به من خلال أن تشترك في الانترنت وخدماته فانك تقوم من جانبك بتحميل التطبيق ومن ثم التمتع بكافة فعالياته وعلى الفور.

²علي خليل شقرة، مرجع نفسه، ص70.

¹يوتيوب... عملاق الفيديو الذي انطلق ب"حديقة الحيوان"، مقال منشور على موسوعة الجزيرة، 2016/6/5، متاح

على الرابط: www-aljazeera-net

- يمكنك اليوتيوب إن تقدم أمور شخصية بك وتكون بمثابة بداية حقيقية لك ،بمعنى انه في حالة انك تتمتع بأي موهبة كالغناء أو التمثيل أو السيت كوم ،أو حتى الطبخ ،فانه يمكنك من جانبك أن تقوم ببث مقطع فيديو يحتوي على تلك الموهبة من اجل أن يراها الآلاف بل والملايين من متابعي ومستخدمي اليوتيوب .
- يوفر موقع يوتيوب الكثير من الوقت والجهد حيث انك من خلال ثواني معدودة تقوم من جانبك برفع و تحميل أو تنزيل أو مشاهدة أي مادة علمية أو إعلامية ترغب فيها،هذا فضلا عن أن اليوتيوب يمنحك ميزة التنوع والتعدد حيث أن الموضوع الذي ترغب في البحث عنه أو مشاهدته سوف تجد العديد والمزيد من المصادر التي تزودك بقدر هائل من المعلومات ولك حرية الاختيار في ما بينها.²

خامسا: شبكة الانستغرام Instagram:

هو احد التطبيقات المجانية الحديثة كما انه عبارة عن شبكة اجتماعية أيضا يسمح للأشخاص الذين يستخدمونه النقاط الصور ويضيف إلى هذه الصور فلتر رقمي وبعد ذلك يتيح لهم مشاركتها في عدد مختلف من خدمات شبكات التواصل الاجتماعي بالإضافة إلى شبكة الانستغرام نفسها ومن ثم يتم إضافة هذه الصور في مرجع كما هو الحال في صور جولارويد وكذلك instomatic كوداك.

نشأة وتطور الانستغرام:

بعد الربع الأخير من عام 2010 هو البداية الرسمية لاستخدام حاملي هواتف الايفون والايباد لتطبيق الانستغرام في شتى أنحاء العالم أما خلال عام 2012 فقد قامت الشركة المسؤولة عن الموقع بتطوير لكي يكون متاحا لجميع الهواتف المدعومة بنظام الاندرويد ،ويعد تحميل التطبيق أكثر سهولة حيث يمكن تطبيقه عن طريق البحث عن غوفل بلاي

²أمل سالم ،اهم ميزات اليوتيوب ،مقال منشور على الموسوعة العربية الشاملة ،2018/4/25،متاح على الرابط :

<http://www.mosoah.com>

بدا التطبيق في بداية الأمر خلال عام 2010 بعد أن تم إطلاقه على هواتف الايفون والايباد بما يقارب 80 مستخدم بعد عشرة من إطلاقه و من ثم تزايد عدد المستخدمين خلال نفس العام¹.

المطلب الثالث: نظريات شبكات التواصل الاجتماعي.

من بين النماذج النظرية التي يتم الاستناد إليها في وضع المؤشرات النظرية لتقييم مواقع شبكات الاتصال مايلي:

1. **منظور التفاعلية الرمزية:** وهو يهتم بالديناميات النفسية والاجتماعية لتفاعل الأفراد في جماعات صغيرة ويركز على المفاهيم والمعاني التي يتم المحافظة عليها من خلال التفاعل الرمزي بين الأفراد ويرى أن هويتنا أو إحساسنا بالذات يتشكل من خلال التفاعل الاجتماعي ويتشكل أيضا مفهوم الذات من خلال كيفية تفاعل الآخرين ويعد من بين الإطارات النظرية لدراسة الوجود الاجتماعي في المجتمع الافتراضي، فالأفراد يتفاعلون من خلال الشبكات الاجتماعية من خلال استخدام النص والصوت والفيديو أو الشخصيات الرقمية وهذه الوسائل تمثل معاني ورموز لهم، فالمستخدمون يتصرفون في المجتمع الافتراضي من خلال ماتعنيه الأشياء لهم ويتشكل لديهم ذوات الكترونية من خلال التفاعل مع الآخرين.

2. **نظرية ثراء وسائل الإعلام:** والتي تستخدم لدراسة معايير الاختيار بين الوسائل الإعلامية والتكنولوجيا وفقا لثرائها، وهي ترى أن فعالية الاتصال يعتمد على القدر الذي تستخدم به الوسيلة وتركز النظرية بشكل اكبر على الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة، وطبقا لنظرية ثراء وسائل الإعلام فان الوسائل الإعلامية التي توفر رجع الصدى تكون ثراء، فكلما قل الغموض كلما كان الاتصال الفعال أكثر حدوثا وتفترض النظرية أن وسائل الإعلام لديهم القدرة على حل الغموض الذي يواجه الجمهور وتقديم تفسيرات متنوعة وتسهيل عملية الفهم على الجمهور المستقبل للرسالة فثراء المعلومات هو العملية التي تقوم فيها المعلومات

¹موسوعة موضوع، متاحة على الخط: <http://mawdoo3.Com>.

بتخفيض درجة الغموض وإيجاد مساحة من المعاني المشتركة باستخدام وسيلة اتصالية معينة.

3. **نظرية الشأن العام:** ويتحقق مفهوم الشأن العام عندما يتوجه الأفراد نحو ممارسة حقهم في المجتمع والاتصال والاشتراك في مناقشة قضاياهم العامة، ويمكن توظيف هذه النظرية في دراسة أشكال التواصل عبر الشبكات الاجتماعية نظرا للسمات التفاعلية التي تتسم بها والتي يمكن أن تقود إلى المزيد من ديمقراطية المجتمع من خلال إمكانية الوصول الغير محدود للمعلومات والمشاركة المتساوية في المناقشات من خلال الديمقراطية الالكترونية ومعرفة إلى أي مدى يدعم الاتصال التفاعلي عبر شبكات التواصل الاجتماعي فكرة ساحات النقاش وتبادل الرأي والمعلومات حول مجمل القضايا .

4. **نظرية المشاركة الديمقراطية:** حيث تعطي هذه النظرية أهمية قصوى لبدائل إعلامية جديدة بعيدة عن الوجه التجاري والاحتكاري وتؤكد على دور المستقبل الإعلامي في صناعة مادة الاتصال وتؤسس حقوق المستقبل في الرد وإبداء الرأي وصناعة الموضوعات ومعبرة عن معنى التحرر من الأنظمة المسيطرة، وتفترض عدة فروض تتلاءم مع الأدوار والوظائف التي تحققها وسائل الإعلام في الجماعات الديمقراطية وهي حق المواطنة في النفاذ والوصول إلى وسائل الإعلام واستخداماتها طبقا للاحتياجات التي يحددها، وان سبب وجود وسائل الإعلام التي تتسم بالتفاعل و المشاركة يتعاضد دورها في المجتمع الديمقراطي من الوسائل التي تتناسب مضمونها في اتجاه واحد.¹

المطلب الرابع: خدمات شبكات التواصل الاجتماعي

- الملفات الشخصية وصفحات الويب: وهي ملفات يقدم فيها الفرد بياناته الأساسية مثل الاسم والسن والبلد والاهتمامات .

¹وائل إسماعيل عبد الباري، مصداقية المواقع الإخبارية وعلاقتها بمستقبل الصحافة المطبوعة كما يراها الجمهور المصري، جامعة عين شمس، مصر، 2009، ص 81-85.

- الأصدقاء أو العلاقات: وهي خدمة تمكن الأفراد من الاتصال بالأصدقاء الذين يعرفهم بالمواقع أو الذين يشاركونه الاهتمام نفسه في المجتمع الافتراضي.
- إرسال الرسائل: تسمح هذه الخدمة بإرسال الرسائل سواء إلى الأصدقاء أو غير الأصدقاء.
- البومات الصور: تتيح هذه الخدمة للمستخدمين إنشاء لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور وإتاحة المشاركة لهذه الصور والإطلاع عليها و تحويلها وتبادلها أيضا.
- المجموعات: تتيح الشبكات الاجتماعية فرص تكوين مجموعات بهدف معين أو أهداف محددة ويوفر موقع الشبكات مؤسس المجموعة أو المؤسسين المهتمين بها مساحة من الحرية أشبه بالمنتدى حوار مصغر، كما تتيح فرصة التنسيق بين الأعضاء وكذلك دعوة الأعضاء لتلك المجموعات ومعرفة عدد الحاضرين وعدد غير الحاضرين.
- الصفحات: يتم استخدام هذه الخدمة على المستوى التجاري بشكل فعال حيث تسمح هذه الخدمة بإنشاء حملات إعلانية موجهة تتيح لأصحاب المنتجات التجارية فرصة عرض السلع أو المنتجات للفئات التي يحددونها.¹

¹مريم نومار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيرها في العلاقات الاجتماعية، رسالة ماجستير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012، ص47.

خلاصة الفصل:

من خلال ماتطرقنا إليه في هذا الفصل يمكن القول بان أهمية شبكات التواصل الاجتماعي ومن بينها الفيسبوك 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، ونظراً لما تتميز به من التفاعلية والمرونة في الاستخدام في عالم افتراضي جعل العالم قرية صغيرة .

الفصل الثاني

الاتصال البيئي والثقافة البيئية

تمهيد:

تعتبر الثقافة البيئية عاملاً أساسياً يدرك الإنسان بفضلها أنه الكائن المؤثر في الكيان البيئي وأنه جزء لا يتجزأ من هذا الكيان، ولا يخفى علينا إن الإنسان هو العنصر الأساسي المسبب في التلوث البيئي على سطح الأرض، ولكن يمكن له أن يكون أيضاً عنصر أساسياً وفعالاً في حماية البيئة وتنميتها .

فالثقافة البيئية هي توعية في البيئة ومن أجل البيئة تهدف إلى إكساب أفراد المجتمع الثقافة والمعلومات والمهارات من خلال معايشة البيئة وتحسسه بمشكلاتها وإكسابهم السلوكيات الفعالة والإيجابية تجاه البيئة، ومن الوسائل التي تستند لها الثقافة البيئية في المجتمع نجد الاتصال البيئي بمختلف أنواعه والذي يساهم في نشر الثقافة البيئية.

المبحث الأول: الاتصال البيئي.

يعتبر الاتصال البيئي أداة إستراتيجية توظف لتعزيز المشاركة في عملية صنع القرار وتتطلب توافر قاعدة من المعلومات التي يقوم عليها القرار البيئي والاتصال البيئي يهدف إلى تنمية الوعي لدى قطاعات المجتمع المختلفة، حتى تشارك بفاعلية في تطوير السياسات البيئية، ومراقبتها ومراجعتها، كما يسعى إلى تهيئة الجمهور والمسؤولين لدعم التنفيذ والتدابير البيئية، ومن ضمن اهتمامات الاتصال البيئي أحداث تغيير سلوكي في مواقف الناس من البيئة وتعاملهم معها من اجل حمايتها ووقايتها وإيجاد أنجع الحلول لمشكلاتها.

المطلب الأول: تعريف الاتصال البيئي

لقد تعددت التعاريف لمفهوم الاتصال البيئي ولهذا سوف نتعرض إلى أهم المفاهيم الخاصة به.

يعرفه إعلاميون مصريون:الاتصال البيئي هو الاستعمال الاستراتيجي لتقنيات الاتصال من اجل تشجيع ومساندة سياسات ومشاريع بيئية وجعلها أكثر فعالية من خلال توطيد العلاقات مع المعنيين بالأمر .

ويعرفه إعلاميون مغربيون: على انه نظام الحث على تأقلم السلوك لحماية البيئة أو متطلباتها ،وهو نقل الرسائل ذلك الطابع البيئي تكون سهلة وغير معقدة لجمهور المستهدف .

أما تعريف البنك العالمي لسنة 1992: ويعرفه على انه عبارة عن نقل معلومات بيئية ذات طابع بيئي للوكالات ومنظمات غير حكومية من اجل إثراء معارف الجمهور والتأثير على آرائه وأفكاره وسلوكياته اتجاه البيئة.¹

الاتصال البيئي: هو استخدام كافة وسائل الإعلام المكتوبة ،والمسموعة ،المرئية، في توعية المواطنين ومدهم بكافة المعلومات ،والحقائق والآراء عن القضايا البيئية ،وأسبابها وإيجادها ،والحلول المقترحة لمعالجتها ،ويكون الاتصال عن طريق الاتصال البيئي ،أما اتصال شخصي أو اتصال غير مباشر ،دون أي وسيط ، ويكون ذلك من خلال الزيارات واللقاءات ،والندوات العامة ،التي تقام في الجمعيات والأنديةالخ، أو عن طريق الاتصال الجماهيري، وهو النوع الثاني من الاتصالات، وهو عبارة عن استخدام قنوات الاتصال الحديثة، كالكتب والصحف، والمجلات، والراديو، والتلفزيون.¹

المطلب الثاني: خصائص الاتصال البيئي:

لتسهيل الاتصال البيئي وجعله فاعلا في المجتمع و في كافة المجالات لا بد من توفير ثلاث خصائص هي:

¹خديجة أنساعد ،حورية لعمراوي،دور إذاعة عين الدفلى المحلية في تشكيل الثقافة البيئية لدى المستمعين ،مذكرة ماستر ،جامعة الجيلالي بونعامة ،خميس مليانة ،2016،ص49.

¹مريم قوفي ،وآخرون،الاتصال البيئي ودوره في نشر الثقافة البيئية ،مذكرة ماستر ،جامعة 8ماي 1945،قائمة ،2019،ص19.

1) سياسة الأبواب المفتوحة:

لاكتساب الجمهور وخلق الثقة لديهم، من المحتم إشراكهم في الإجراءات اللازمة لحماية البيئة من خلال استطلاع آرائهم في مثل هذه الإجراءات التي تتخذها الجهات المسؤولة في الدولة عن البيئة، والتنمية واستخدام الموارد الطبيعية، مما يجعل الجمهور في وضع أفضل لمواجهة المخاطر، وتنفيذ الإجراءات التي تتخذها الدولة.

2) سياسة الحوار المفتوح:

ويتمثل في إتاحة الفرصة للحوار المفتوح بين القائمين على المشاريع التي قد تؤثر على البيئة، وبين المسؤولين عن وسائل الإعلام لاطلاعهم على الخطط الملزم تنفيذها، وبيان الأوضاع البيئية ذات العلاقات بالمشروع، وهذا يستطيع الاتصال البيئي إيصال المعلومات البيئية إلى الجمهور على أسس سلمية وواضحة، ويفسح المجال للحوار بين متخذي القرارات وبين القائمين على وسائل الإعلام، وبالتالي يمكن إيجاد الحلول للمشاكل البيئية، وإتاحة الفرصة لتقوية الاتصال البيئي في المجتمع، وهذا الحوار يعتبر كمدخل تتم فيه المعلومة وتبسيطها، حتى يتمكن مسؤولو الاتصال من استيعابها قبل تكليفهم بإيصالها إلى الجمهور.

3) سياسة الخيارات المفتوحة:

تقوم الجهات المعنية باستطلاع آراء المجتمع تجاه الخيارات المطروحة عن كيفية مواجهة مشاكل البيئية، فعلى سبيل المثال تقوم الهيئات التي تريد إنشاء مشروع خاص للتخلص من الفضلات لموقع ما، بعرض المشروع مع طرح بعض الخيارات حول الموقع الملزم إقامة المشروع فيه، وهياكل وأشكال مختلفة للمباني، وبعض البنود الخاصة للمراقبة، ورصد الملوثات البيئية مع إبراز الجوانب المالية، وغيرها من العوامل، وبهذا يصبح للمجتمع دور هام في اتخاذ القرارات بالموافقة، أو إجراء بعض التعديلات عليه.¹ وهذا الأسلوب يؤدي إلى إدراك المجتمع للحقائق المشاركة للاختيار الحر بين التنمية، مع تحمل بعض الجوانب السلبية على البيئة، وبين عدم السير في طريق التنمية، إذا كان ذلك

¹ عبد الرحمان عبد الله العوضي، دور وسائل الإعلام في نشر الوعي البيئي، جامعة القاهرة، 1993،

يؤدي إلى إلحاق الأضرار البيئية الجسيمة على البيئة، وهذه المشاركة من قبل المستفيدين سيكون له مردود كبير في تحمل المسؤولية، وما يترتب على أي قرار يتخذ بالنسبة لتنفيذ المشروع من عدمه.²

المطلب الثالث: مهام الاتصال البيئي:

- تقديم المعلومات وتسهيل الحصول عليها للمتضررين بمشاريع التنمية، وذلك بإحاطة جيدة للرسائل الموجهة إلى القائمتين بالفعل .
- تحسيس المستفيدين من المشاريع وتشجيعهم على المشاركة في العملية البيئية
- إدماج المستقبل "الجمهور المستهدف" في السير والبيئة وجعله عنصر فعال يتوفر له التدخل في المشاريع البيئية المسطرة إلى جانب المشاركين الآخرين "السلطة +الجمعيات"
- محاولة تقليص السلوكيات السلبية اتجاه البيئة وذلك عن طريق التأثير على المسؤولين السياسيين والسكان .
- تبني التوعية كوسيلة فعالة ومجدية بالرفع من نسبة المشاريع البيئية .
- استخدام تقنيات و وسائل حديثة في نشر الوعي على مختلف المواضيع والمشاكل البيئية .
- توفير طرق وأساليب فعالة للمجتمع للمساهمة في نشر الوعي البيئي.
- الاتفاق على الأفكار المشتركة والمعلومات بين المجتمعات المحلية والحكومية.
- توحيد وجهات النظر الأفكار الخاصة بالحقوق والواجبات المترتبة على المجتمع ومؤسساته .
- التنوير، وذلك عبر تقديم المعلومات التي تساعد على اتخاذ القرار والتغيير إلى الأفضل.
- الدعوة إلى المشاركة بتغيير سلوك وتعزيز المشاركة الشعبية لعرض الخطط المتعلقة بالسياسة البيئية على الجماهير.¹

²خديجة أنساعد، مرجع سبق ذكره، ص50.

¹فرفي مريم، وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص55.

المطلب الرابع: ادوار الاتصال البيئي.

الاتصال البيئي الفعال لا بد من أن يلعب في نفس الوقت دور وقائي ودور علاجي.

أولاً: الدور الوقائي

ذلك لان البيئة حقيقة أصبحت حاضرة في الحياة اليومية، ومختلف الجماهير معنية بها لكي يتبينوا موقف حذر بسبب المشاكل البيئية التي يمكن أن تتجر عن عدم إعارتها الانتباه الحذر المطلوب.

ثانياً: الدور العلاجي

هذا لأنه في هذا المجال تقنيا هو غير متحكم به من طرف الجمهور العريض، بالنظر إلى التلوث أو الأثر السلبي، يمكنه إطلاق ردود أفعال أكثر انفعالية منها منطقية أو عقلانية التي تتميز بعدم التناسق.²

المطلب الخامس: أهداف الاتصال البيئي

بناء على الأهداف التي سطرته معظم المؤتمرات البيئية يمكن تحديد مصفوفة لمجموعة من الأهداف التي تشكل محور عمل الاتصال البيئي.

أولاً: الاتصال الخارجي.

- دعم الاتجاهات الايجابية لدى جماهير التأثير خاصة صناع القرار وقادة الرأي نحو قضايا البيئة، وتحفيز المشاركة والتعاون بما يمثل دعماً لتنفيذ سياسات وزارة البيئة.
- تفعيل مشاركة المنظمات والهيئات والمؤسسات المعنية في قضايا البيئة في أنشطة الاتصال البيئي، ودعم شعورها بالمسؤولية اتجاه هذه القضايا.
- وضع قضايا البيئة ضمن أولويات اهتمام الجمهور العام، وزيادة المساحة التي تشغلها في الاتصال الاجتماعي بين المجتمعات المستهدفة .
- رفع المستويات المعرفة الوعي بقضايا البيئة لدى قطاعات الجمهور المختلفة وتحفيز التغيير السلوكي الايجابي نحو مشكلات البيئة .

² أسماء العبيد، الثقافة البيئية في ضوء نشاطات الاتصال البيئي للجمعيات المحلية، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر

- دعم إدراك الجمهور العام والنوعي لحقيقة الدور الحيوي الذي تقوم به وزارة البيئة في تقديم حلول مستدامة للمشكلات البيئية بالتعاون مع مختلف الهيئات والمنظمات المحلية و الإقليمية والدولية .

ثانياً:الاتصال الداخلي

- تنمية القدرات المؤسسية لوزارة البيئة لتنفيذ إستراتيجية اتصال فاعلة ومؤثرة لتحقيق الأهداف الاتصالية للوزارة المكلفة بشؤون البيئة ،ووضع آلية لمتابعة وتقييم النتائج المترتبة على تنفيذها .
- وضع أسس تطوير إستراتيجية لجمع وتوزيع المعلومات باعتبارها ضرورة حيوية بأي نشاط اتصالي فاعل، وبما يضمن تدفقا سريعا وحيويا للمعلومات بكافة الشركاء في أنشطة الإعلام والتوعية البيئية.¹

وللاتصال البيئي أهداف أخرى نذكرها فيما يلي:

- تلقين الفرد المعرفة والقيم لحماية البيئة الخاصة بمحيطه وتحسينها .
- مساعدة الأفراد المحليين على اكتساب المهارات اللازمة لتحديد مشكلات البيئة وحلها.
- خلق أنماط جديدة في سلوك تجاه البيئة لدى الأفراد والجماعات .
- نشر الوعي البيئي بين الناس وخلق رأي عام محلي .
- تحقيق الوقاية من مختلف التأثيرات السلبية على البيئة المحلية .
- الإعلام بالتأثيرات البيئية مختلفة الكائنات الحية وعلى المحيط الحيوي.
- توعية الأفراد للجماعات المحلية بضرورة التنسيق الكامل بين المشاريع التنموية المحلية والحفاظ على البيئة على المناطق المنفذة فيها.²

¹وزارة الدولة لشؤون البيئة والدعم القطاعي البيئي، المكون الإعلامي، الإستراتيجية الوطنية للاتصال البيئي، 2005، ص09.

²خديجة أنساعد، مرجع سبق ذكره، ص51-52.

المبحث الثاني: الثقافة البيئية.**تمهيد:**

إن الثقافة البيئية تهتم بالتوعية والتحسيس المستمر لجميع الأفراد مهما كان عمرهم ومهما كان جنسهم وأينما تواجدوا بأهمية البيئة والمحافظة على المحيط من أجل المحافظة على المحيط من أجل الحفاظ على صحة الإنسان وكذا وجود وبقاء الكائنات الأخرى سليمة حفاظا عليها كمكون رئيسي وهام في الطبيعة من جهة، وحفاظا على التوازن البيئي من جهة أخرى... ولا تتوقف الثقافة البيئية عند هذا الحد، بل تهدف إلى أن يتمتع الأفراد بجمال الطبيعة وسحر المحيط مما يؤثر على التوازن النفسي لديهم فتكون علاقتهم بخالق الطبيعة، ومبدع جمالياتها قوية متينة، وعلاقتهم فيما بينهم علاقة محبة ووثام، وتعاون في إطار قيم سامية تؤطرها روح المواطنة.

المطلب الأول: تعريف الثقافة البيئية.

يعتبر مصطلح الثقافة البيئية من المصطلحات الحديثة التي برزت من خلال الاهتمام بقضايا البيئة والتربية والثقافة والتي تعمل على نشر الوعي أو التحسيس بقضايا البيئة كمدخل أساسي لإدراك مخاطر التلوث وكذا تغيير السلوكيات والذهنيات للاهتمام أكثر بهذه القضية .

فالثقافة البيئية يعرفها روكاستل على أنها: فهم أساسيات التفاعل بين الإنسان والبيئة بمكوناتها الحية والغير حية، بحيث يتضمن هذا التفاعل الأخذ والعطاء بين الإنسان والنبات والحيوان ¹.

هو مفهوم يعبر عن اكتساب الفرد للمكونات المعرفية والانفعالية والسلوكية من خلال تفاعله المستمر مع بيئته، والتي تسهم في تشكيل سلوك جيد يجعل الفرد قادرا على التفاعل بصورة سليمة مع بيئته، ويكون قادرا على نقل هذا السلوك للآخرين من حوله.²

الثقافة البيئية هي عملية تكوين القيم والاتجاهات والمهارات والمدرجات اللازمة لفهم وتقدير العلاقات المعقدة التي تربط الإنسان وحضارته بمحيطه الحيوي الفيزيقي. وتوضح حتمية المحافظة على مصادر البيئة وضرورية استغلالها لحياة الإنسان وحفاظا على حياته الكريمة ورفع مستويات معيشتة.³

ويعرفها علي الدريوسي على أنها مرادف غير مباشر للتعليم الايكولوجي والتربية البيئية ، وهي عملية تطوير لوجهات النظر والمواقف القيمة وجملة المعارف ، والكفاءات والتوجهات السلوكية وجملة النتائج الصادرة وعملية التطوير هذه ، وذلك من اجل حماية البيئة والحفاظ عليها.⁴

¹ فريد سمير، حماية البيئة ومكافحة التلوث ونشر الثقافة البيئية، دار الحامد، عمان، 2003، ص59-60.

² عزاوي امير، لعمى احمد، الثقافة البيئية، بعد استراتيجي لحماية البيئية، ص42.

³ بايود صبرينة، دور المؤسسات الاجتماعية في ترسيخ ثقافة بيئية للحفاظ على نظافة البيئة الحضرية، رسالة دكتوراه، جامعة الجزائر 2015، ص2، ص45.

⁴ علي الدريوسي، الثقافة البيئية ومهامها الأساسية، خاص بأخبار البيئة، جزء 1/2، نقلا عن <http://www.4eco.com>، بتاريخ 2020/01/15، على الساعة 13:41.

خصائص الثقافة البيئية:

للثقافة البيئية حصيلة من الخصائص والسمات نذكر منها مايلي على سبيل المثال لا الحصر:

- تؤكد على فهم العلاقات المتبادلة بين الإنسان وبيئته سواء الطبيعية أو الاجتماعية أو الثقافية.
- تؤكد على اكتساب المعرفة والوعي وتنمية اوجه التفكير والتدريب على اتخاذ القرارات بإيجاد الحلول وبدائل فيما يتعلق بمشكلات البيئة .
- تركز على تنمية السلوك والاتجاهات والقيم الايجابية ومهارات حل المشاكل لدى الأفراد للوصول بالبيئة إلى توعية ملائمة لمعيشة الإنسان .
- تؤكد على الجهود الفردية الجماعية في سبيل صيانة البيئة والحفاظ عليها .
- تتوجه نحو تجنب مشكلات البيئة والعمل على تحسين هذه البيئة لمنع حدوث مشكلات جديدة.
- تتوجه عادة إلى حل مشكلات محددة للبيئة البشرية عن طريق مساعدة الأفراد على إدراك هذه المشكلات .
- تتميز بطابع الاستقلالية والتطلع إلى المستقبل .
- تأخذ بمنهج جامع لعدة فروع علمية في تناول وتوضيح مشكلات البيئة ،وتؤمن بتضافر انواع المعرفة اللازمة لتغييرها .¹

المطلب الثاني: أهداف الثقافة البيئية.

- إن الأهداف الجوهرية للثقافة البيئية يمكن حصرها في النقاط الرئيسية التالية :
- حماية وحفظ الصحة وحياة الإنسان لأنها التزام وواجب أخلاقي من المفروض أن يأخذ بعين الاعتبار عند القيام بأي عمل من قبل المجتمع والدولة.

¹مازيا عيساوي ،واقع الثقافة البيئية في المجتمع الحضري ،دراسة ميدانية بمدينة بسكرة ،رسالة ماجستير ،جامعة بسكرة،2010،ص68.

- التطوير المستديم للنظام الطبيعي والنباتي والحيواني وكافة الأنظمة الايكولوجية في تنوعها وجمالها وماهيتها من اجل المساهمة في استقرار المنظر الطبيعي العام وكذلك لحماية التنوع الحيوي الشامل .
- حماية المصادر الطبيعية كالتربة والماء والهواء والمناخ والتي تعتبر كجزء رئيسي من النظام البيئي وفي الوقت نفسه كأساس للتواجد والمعيشة للانسان والحيوان والنبات والمتطلبات والاستثمار المتنوع للمجتمع البيئي .
- العمل على حفظ وترسيخ وتوسيع فضاءات حرة وذلك لخدمة أجيال مستقبلية وأيضاً بهدف الحفاظ على التنوع البيئي.¹
- تعديل اتجاهات الناس سواء نحو البيئة أو نحو بعضهم البعض ونبذ نزاعات الأمامية والجشع والإهمال وتنمية حب النظام و احترام القانون.
- المشكلات البيئية معقدة ومواجهتها يستلزم تظافر مختلف مجالات المعرفة كما انه يجب الاهتمام بالمشكلات المحلية قبل العالمية.²

المطلب الثالث: وسائل نشر الثقافة البيئية

1) وسائل الإعلام المسموعة والمرئية:

وتعتمد على حاستي السمع والبصر عمدتي الحواس الإدراكية ومنها التلفزيون والأفلام والأشرطة والفيديو ولها فاعلية فريدة في نقل الكوارث والأزمات البيئية ،حيث تقدم لجمهورها من المشاهدين هذه الكوارث في مشاهدة متكاملة معتمدة على الصور الحية المقترنة بصوتها الذي يضفي عليها مزيداً من الواقعية ويزيد من قوة تأثيرها ،وتعد الوسائل السمعية البصرية أحسن الأساليب الإعلامية وأكثرها تصديقا ،ويشير الباحثون والنفاد أن التلفزيون يبلغ الكفاءات الإعلامية عند تغطية الأحداث الهامة كالكوارث والأزمات على حدوثها بطريقة فورية تتجاوز بالمشاهدين حدود الزمان والمكان وبالتالي

¹أمينة تونسي ،إبراهيم بورنان ،دور الثقافة البيئية في تدعيم تطبيق المحاسبة البيئية في ظل متطلبات التنمية المستدامة ،مجلة دراسات وأبحاث ،العدد 2017،،27نص11.

²محمد عبد الفتاح محمد عبد الله، تنمية المجتمعات المحلية منظور الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي، مصر، 2006، ص79-80.

تساعد في بناء الصور الإدراكية والمعرفية والتأثر في اتجاهات الرأي العام وصانعي القرار.¹

(2) الوسائل السمعية:

وأهمها الإذاعة وهي أكثر الوسائل انتشارا واستخداما للإعلام عن الكوارث والأزمات وتعتبر اقلها تكلفة، حيث تعتمد على حاسة السمع في توصيل المعلومات والحقائق والأخبار والبيانات الخاصة بالكوارث كما لها الأثر القوي في الإيحاء وتكوين الصور الذهنية، وقد أظهرت التجارب أن المواد السهلة والبسيطة التي يمكن تقديمها للراديو يسهل تذكرها مما لو قدمت مطبوعة خاصة بين الأفراد الأقل ذكاء أو الأقل تعليما، وفيما يلي استعراض لبعض الأساليب الإذاعية التي تساهم في نشر الوعي البيئي :

- يمكن التطرق إلى أخبار البيئة في موجز إخباري عادي .
- الحصص الإذاعية أو اجتماعات الراديو التي تقدم للمستمعين في تشكيل حوار و مناقشات مع المختصين القائمين على شؤون البيئة وبمشاركة المواطنين في كل جوانب الموضوع.
- استعمال الأغاني والحصص والتمثيلات الراديوفونية فهي فعالة في التوعية البيئية .
- الإعلانات الراديوفونية المتعلقة بالبيئة والتي يمكن عرضها على أمواج الإذاعة والغرض منها التأثير في سلوكيات المستمعين ايجابيا وحثهم على المشاركة في رفع الوعي البيئي .

(3) الصحافة المكتوبة:

لاتزال الصحافة المكتوبة تحتل مكانة هامة بين وسائل الإعلام الأخرى، فالصحيفة وسيلة ميسرة ومريحة في الوقت نفسه، كما أن الفن الصحفي وتنوع ما تحتويه من تعليقات وآراء المختصين العامة وكذا الرسومات الكاريكاتورية والصور وتمنح للصحافة دورا فعالا في التوعية بمختلف أنواعها خاصة التوعية البيئية وتجدر الإشارة إلى دور المجالات العلمية في نشر الوعي البيئي .

¹محمد معوض إبراهيم، تكنولوجيا الإعلام (تطبيق الإعلام في بعض الدول)، دار الكتاب الحديث، 2008، ص56.

4) الاتصال الشخصي:

احتفظ الاتصال الشخصي بمكان الصدارة في القدرة على الإقناع والتأثير ويتميز الاتصال الشخصي بالقدرة على معرفة صدى الرسالة عند المستقبل وتوجيه الاتصال على أساس هذا الصدى، مما يساعد على إحداث التأثير المنشود إذ ما توفرت مهارات الاتصال عند المرسل وتهيأت ظروف المستقبل لتلقي الرسالة .

5) وسائل الإعلام الجديدة:

وهي إحدى إفرات تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة، التي تتم بالأساس انطلاقاً من شبكة الانترنت وتشمل المواقع الالكترونية المتخصصة والمدونات وصفحات الويكي، كما برز في السنوات الأخيرة ما يعرف بالإعلام الاجتماعي أو شبكات التواصل الاجتماعي، والتي صممت لأغراض وأهداف محددة لا تكاد تتجاوز التواصل والردشة بين المستخدمين، بحيث تقدم خدمات ومزايا تضمن استمرارية التواصل والواضح أنها لا تستخدم لأغراض أكثر وعياً ونضجاً نظراً لسهولة استخدامها وانتشارها الواسع واستقطابها لجمهور واسع وتعد القضايا والمشكلات البيئية واحد من المواضيع المطروحة عبر وسائل الإعلام الاجتماعي.¹

المطلب الرابع: معوقات نشر الثقافة البيئية.

• الفقر وتدني المستوى المعيشي: هناك علاقة مزدوجة بين الفقر والبيئة فالفقر هو احد مسببات المشكلات البيئية، سواء داخل المدن أو خارجها، لان احتياجات الفقراء تدفعهم إلى ممارسات وسلوكيات مؤثرة للبيئة، بمعنى أن الفقراء هم احد أسباب التدهور البيئي سواء في المجتمعات الحضرية أو الريفية هذا يعني أن تعامل الفرد مع بيئته الفيزيائية تخضع لجملة من المعطيات من بينها مستواه المعيشي فلا يمكن الحديث عن سلوك بيئي ايجابي عقلائي، بينما يفتقد الفرد إلى ابسط ضروريات الحياة مايدخله حيز

¹رضوان سلامن، الإعلام والبيئة، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 2006، ص121/119.

الصراع من اجل الحياة ،فالخيار هو الفرد على حساب البيئية الفيزيكية ،ونجد اغلب الفقراء يرون أن الحديث عن التلوث ترفا فكريا ومكافحته من الكماليات غير اللازمة.¹

• الاغتراب: إحساس المواطنين في المجتمع بالاغتراب ومدى تأثير هذه الظاهرة على مشاركة السكان في تغيير واقعهم البيئي ،بحيث تجد أن الفرد يتخذ موقفا سلبيا إزاء مجتمعه وشعوره بأنه لا قيمة له في المجتمع وهذا ما يؤدي إلى فقدان الحماس ودوافع العمل الجماعي وبالتالي تصبح المساهمة في إصلاح البيئية وحل المشكلات البيئية التي يعاني منها المجتمع خارج مجال اهتماماته ولا علاقة له بها ،وهذا يؤدي بالمواطنين إلى عدم المسؤولية الاجتماعية نحو مجتمعهم والرغبة من اجل الصلاح العام.²

• اللامبالاة والسلبية الاجتماعية: وهو عدم اهتمام الفرد بما يدور حوله من الظواهر والمواقف المختلفة في المجتمع بصفة عامة ويعود عدم اهتمام الأفراد والمواطنين بالمشكلات البيئية المحيطة بهم إلى العديد من الاعتبارات كالشعور باليأس من إمكانية التغيير ،وبالتالي الاستسلام والرضا بالأوضاع المزريّة مما يترتب عليه الشعور بعدم القدرة ،حيث يسود هذا الإحساس بين جانب كبيرة من سكان المدن إذ يؤدي إلى الشعور بأنه يتعذر عليه تغيير أوضاعهم وان ذلك يتطلب جهدا كبيرا مما يؤدي إلى بروز ثقافة الاتكال وهذا ما يفسر اعتماد أفراد المجتمع بمختلف فئاتهم على المؤسسات الحكومية في كل متطلباتهم الحياتية وخاصة حل المشكلات البيئية .

• ضعف الضبط الاجتماعي: من منطلق أن الثقافة البيئية هي القضية فردية وجماعية تتجسد من خلال السلوك العلمي للأفراد في تعليمهم مع بيئتهم الفيزيكية وهي تساعدهم على التميز في أفعالهم السلوكية بين الصواب والخطأ ،وهي من بين الأسباب التي تؤدي إلي هذه الانتهاكات والسلوكيات السلبية والمستمرة اتجاه الوسط الذي يعيش فيه الأفراد هو ضعف الضبط الاجتماعي غير رسمي،والقائم على العلاقات الأولية وعلى الأساس احترام القيم والعادات والضبط الاجتماعي غير رسمي لايتعلق بسلوك الإنسان

¹ احمد محمد موسى، الهدمة الاجتماعية وحماية البيئة، المكتبة العصرية، مصر، 2007، ص131.

² محمد عبد الفتاح محمد عبد الله، مرجع سبق ذكره، ص79-80.

نحو الإنسان بل يشمل سلوكه نحو غيره مهما كان هذا الغير ماديا أو معنويا ،أي انه يشمل أيضا سلوكه نحو البيئية والممتلكات الخاصة والعامة ، وغير ذلك من الأشياء المادية والغير مادية، وهذا يؤدي بالفرد أن يراعي لا الآخرين ولا البيئة تعيش فيها والاعتداء وعدم المحافظة عليها.¹

¹ محمد عبد الفتاح محمد عبد الله، مرجع سبق ذكره، ص 79-80.

خلاصة الفصل:

من خلال ماتقدم في هذا الفصل نرى أن الاتصال البيئي يعتبر همزة وصل قادرة على تكثيف الجهود وتوحيدها وإحداث التفاعل المطلوب بين مختلف شرائح المجتمع، كونه وسيلة ايجابية أثبتت مجاعتها في خلق ثقافة بيئية ووسيلة لتطوير الوعي البيئي بغية بلورة سلوك بيئي ايجابي ودائم والذي هو بمثابة الشرط الأساسي كي يستطيع كل فرد أن يؤدي دوره بشكل فعال في حماية البيئة، وبالتالي المساهمة في الحفاظ على الصحة العامة

الفصل الثالث

الإطار التطبيقي للدراسة

I. تقديم تعريف لصفحة جمعية حماية البيئة و نظافة المحيط بمقر بلدية سيدي سليمان ولاية ورقلة.

II. عرض و تحليل البيانات.

- تحليل نتائج الجداول البسيطة.

- تحليل الجداول المركبة.

III. الاستنتاجات العامة للدراسة.

خاتمة.

قائمة المراجع.

قائمة الملاحق.

تمهيد:

إن جل الدراسات الميدانية تسعى أساساً إلى إيجاد تفسيرات وتحليل من خلال معلومات الغرض منها تعزيز نسيج الأفكار والآراء المعروضة في القسم النظري و التطبيقي من الدراسة وكون هذه الدراسة تتمحور حول فعالية شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة البيئية لدى المستخدمين ،سنحاول من خلالها مراجعة فعالية أحد الشبكات الناشطة على صفحة الفيس بوك ألا وهي صفحة "جمعية حماية البيئة ونظافة المحيط الخاصة ببلدة مقر ببلدية سيدي سليمان ولاية ورقلة" أردنا من خلال هاته الدراسة معرفة فعالية هذه الصفحة ونشاطها و ذلك بتوزيع استمارة الكترونية تم نشرها في الصفحة بغرض الإجابة عليها من طرف المبحوثين المتمثلين في متابعي هذه الصفحة الذين تم اختيارهم بطريقة قصدية ، حيث تناولت الاستمارة أسئلة خاصة باستخدامات المتابعين للصفحة و إشباعاتهم المحققة لهم منها.

تم توزيع الاستمارة بتاريخ 30 أغسطس 2020 وبعد أن تم جمع 100 إجابة وهو العدد العينة المطلوب قمنا بعدها بترميزها وفق نظام SPSS، حيث تم تحويل الإجابات إلى جداول سيتم توضيحها في ما بعد.

1. تقديم تعريف لصفحة جمعية حماية البيئة ونظافة المحيط بمقر بلدية**سيدي سليمان ورقلة.**

تم تأسيس جمعية حماية البيئة ونظافة المحيط ببلدة "مقر" بلدية سيدي سليمان التابعة لولاية ورقلة، تضم البلدية قريتين: قرية الهراهيرة و قرية مقر بتاريخ 12 فيفري 2018 لتكون الجمعية الوحيدة في البلاد ذات طابع بيئي خيري وبادرت نشاطاتها قبل الاعتماد القانوني وقد جعلت لاسمها معنى في الوجود وتعداد الحركة الجمعوية التي تتمتع بها بلدة مقر لكونها تحتوي على مناظر طبيعية خلابة تستوجب المحافظة عليها.

للمجموعة أزيد من ألف متابع تقوم الجمعية عبر صفحاتها بطرح مجموعة من المتنوعة من المواضيع البيئية منها و التوعوية وحتى الحملات الخيرية إضافة إلى طرح انشغالات المتابعين من الولاية أو خارجها.¹ يقوم بترأس هذه الصفحة على الفيس بوك الأستاذ صالح بن حرز الله مسؤول مكتب البيئة بلدي ة مقررة.

¹ <http://www.envirrennement.com>.

II. تفريغ و تحليل و تفسير البيانات:

البيانات الشخصية:

جدول رقم 1: يوضح نسب المبحوثين حسب متغير النوع

المتغيرات	التكرار	النسبة %
ذكر	52	52%
أنثى	48	48%
المجموع	100	100%

من خلال النتائج الموضحة في الجدول رقم (1) نجد توضيح تمثيل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس حيث وجدنا أن نسبة الذكور تعادل 52% أما الإناث الذين تعادل نسبتهم 48%.

ومن خلال هذه النتائج يتضح لنا أن نسبة الذكور هي الأكثر متابعة لصفحة جمعية حماية البيئة و نظافة المحيط ، وهذا راجع لان الذكور هم الفئة الأكثر متابعة لهذا النوع من الصفحات البيئة وهم الأكثر مساهمة فيها، في حين أن الإناث يفضلون متابعة صفحات أخرى تثير اهتماماتهم الأنثوية ولكن بالرغم من هذا التفاوت إلى أن متابعي صفحة جمعية حماية البيئة و نظافة المحيط "بمقر" متنوع من ذكور وإناث.

جدول رقم 2: يوضح نسب المبحوثين حسب متغير السن

المتغيرات	التكرار	النسبة %
من 15 إلى 20 سنة	7	7%
من 20 إلى 25 سنة	37	37%
من 25 سنة فما فوق	56	56%
المجموع	100	100%

نلاحظ من خلال الجدول (2) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن أن أغلبية متابعي صفحة جمعية حماية البيئة ونظافة المحيط بمقر تتراوح أعمارهم من سن 25 سنة فما فوق بنسبة 56% ، أما باقي أفراد العينة تراوحت الفئة التي من سن 20 إلى 25 بنسبة 37% بينما تراوحت الفئة التي من سن 15 إلى 20 بنسبة 7%.

من خلال النتائج الموضحة سابقا نستنتج أن الفئة من سن 25 فما فوق هي الفئة الأكثر متابعة لصفحة جمعية حماية البيئة و المحيط كونها الفئة الأكثر نضجا ووعيا بالأمر التي تتعلق بالبيئة و المبادرات الخيرية وما إلى ذلك فهي الفئة الأكثر تحمل للمسؤولية في المجتمع والأكثر مواكبة للأمر التي تخص البيئة والمحيط ، أما بالنسبة للفئة التي تتراوح أعمارهم بين 20 إلى 25 فهي الفئة الأقل متابعة من الفئة التي قبلها حيث تعتبر هاته الفئة فئة الطلبة التي قد تستهويهم الأمور الرياضية أو مواكبة الموضة وما إلى غير ذلك أم عن الفئة الأقل سنا وهي فئة السن من 15 إلى 20 سنة هم الفئة الأقل متابعة لهذه الصفحة وقد يكون أغلبهم تلاميذ مراهقين فبالتالي لا يعطون الأمور المتعلقة بالبيئة ونظافة المحيط أهمية مقارنة بين ميولا لهم.

جدول رقم 3: يوضح نسب المبحوثين حسب متغير مكان الإقامة

المتغيرات	التكرار	النسبة %
مدينة	46	46%
مركز حضري	11	11%
ريف	43	43%
المجموع	100	100%

يوضح الجدول رقم (3) يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الإقامة حيث يوضح الجدول أم اكبر نسبة في العينة هم من قاطنين المدينة بنسبة 46% أم ثاني نسبة فهم قاطنين الريف بنسبة 43% وثالث نسبة هم قاطنين المراكز الحضرية بنسبة 11%. ومن خلال النتائج الموضحة في الجدول نلاحظ أن النسبة الأكبر متابعة لصفحة هم قاطنو المدينة بنسبة 46% و يرجع ذلك إلى أن سكان المدينة هم أكثر حركة وانضباط وتفتح في ما يخص المواضيع البيئية حتى و ان كانت الصفحات التي يتابعونها في غير مدينتهم غير أن سكان المدينة دائما ما يقيمون جولات ورحلات ميدانية بيئية و يكون تنظيمها غالبا عبر الصفحات البيئية أما بالنسبة لثاني نسبة فهي تخص أفراد العينة القاطنين بالأرياف بنسبة 43% ويعود ذلك إلى أن أرياف صغيرة الحجم فبتالي يكون هناك مراعاة للأمور البيئية والمحافظة على المحيط مما يفسر كونهم ثاني نسبة من ناحية الحجم في متابعة الصفحة، أم عن ثالث نسبة أو الأقلية فهي للأفراد القاطنون بالمراكز الحضرية بنسبة 11%.

أما بالنسبة لمبحوثي متغير المهن فتركنا السؤال مفتوح مما أدى إلى عدم إمكانية تفرغته في نظام SPSS ولكن سنعطي حوصلة لمهن أفراد العينة تباين أفراد العينة بين طلاب موظفون، تجار، عمال نظافة، ماكثات بالبيت، تلاميذ لكن أغلبية الردود كانت لمن هم

موظفون. ومن خلال التفسير السابق نستخلص أن فئة الموظفون هي أكثر متابعة للصفحة لكونها أهم فئة تراعي نظافة البيئة والمحيط سواء اختلف توظيفهم في مستشفى أو بلدية أو ثانوية أو غيرها من المرافق و المؤسسات ،حيث كل هذه المرافق تتدد بأهمية المحافظة على نظافة المحيط مما جعلهم يتابعون صفحة جمعية حماية البيئة ونظافة المحيط .

المحور الأول عادات وأنماط التعرض واستخدام موقع الفيس بوك

جدول رقم 4: يبين نسب الأوقات التي يقضيها المبحوثين في تصفح موقع فيسبوك حسب متغيرات الدراسة.

المجموع		أكثر من ذلك		من ساعة إلى ثلاث ساعات		من ساعة إلى ساعتين		ساعة		المتغيرات
ن	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	النوع
52	52	13	13	14	14	14	14	11	11	ذكر
48	48	23	23	9	9	8	8	8	8	أنثى
100	100	36%	36	23%	23	22%	22	19%	19	المجموع
ن	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	السن
7	7	2	2	2	2	2	2	1	1	من 15 إلى 20 سنة
37	37	17	17	7	7	5	5	8	8	من 20 إلى 25 سنة
56	56	17	17	14	14	15	15	10	10	من 25 سنة فما فوق
100	100	36%	36	23%	23	22%	22	19%	19	المجموع
ن	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	المستوى التعليمي
46	46	18	18	7	7	11	11	10	10	مدينة
11	11	4	4	1	1	4	4	2	2	مركز حضري
43	43	14	14	15	15	7	7	7	7	ريف
100	100	36%	36	23%	23	22%	22	19%	19	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (4) الذي يمثل: توزيع أفراد العينة وفق المدة التي يقضونها في تصفح موقع الفيس بوك أن نسبة 36% لكلا الجنسين من سن 25 سنة فما فوق الذين يقضون أكثر من الوقت المحددة وفق الخيارات في تصفح موقع الفيس بوك ألا وهو الوقت المقدر بثلاث ساعات فما فوق، بينما جاءت ثاني فئة بنسبة 23% من أفراد العينة الذين يقضون من ساعة إلى ثلاث ساعات في تصفح موقع الفيس بوك ، بينما

تدرجت الفئة الثالثة بنسبة 22% التي تشكل أفراد العينة الذين يقضون من ساعة لساعتين في تصفح موقع الفيس بوك ، وجاءت الفئة الثالثة والأخيرة بنسبة 19% وهي النسبة التي تمثل أفراد العينة الذين يقضون ساعة فقط في تصفح موقع الفيس بوك .

وعليه يمكن القول من النتائج الموضحة من الجدول أن أكبر نسبة من أفراد العينة و التي تشكل نسبة 36% سواء كانت من الإناث والذكور تتصفح الفي سيوك بصفة مستمرة و كبيرة والتي تتراوح من فترة ثلاث ساعات إلى أكثر من ذلك، وهذا يعود لما يستحوذ به الموقع من أهمية كبيرة وحيز طويل ضمن روتينهم اليومي لكونه مصدر تلقيهم المعلومات وكل ما يخص ميولاتهم المختلفة .

جدول رقم 5: يوضح نسب الوسيلة التي يستخدمها المبحوثين لتصفح موقع فيسبوك حسب متغيرات الدراسة.

المجموع		الحاسوب		جهاز لوحي		الهاتف		المتغيرات
ن	ك	%	ك	%	ك	%	ك	النوع
52	52	5	5	5	5	42	42	ذكر
48	48	4	4	3	3	41	41	أنثى
100	100	9%	9	8%	8	83%	83	المجموع
ن	ك	%	ك	%	ك	%	ك	السن
7	7	2	2	2	2	3	3	من 15 إلى 20 سنة
37	37	2	2	3	3	32	32	من 20 إلى 25 سنة
56	56	5	5	3	3	48	48	من 25 سنة فما فوق
100	100	9%	9	8%	8	83%	83	المجموع
ن	ك	%	ك	%	ك	%	ك	مكان الإقامة
46	46	5	5	5	5	36	36	مدينة
11	11	2	2	0	0	9	9	مركز حضري
43	43	2	2	3	3	38	38	ريف
100	100	9%	9	8%	8	83%	83	المجموع

يمثل الجدول رقم (5): نسبة الوسيلة التي يستخدمها أفراد العينة في تصفح موقع الفيس بوك عبر متغيرات الدراسة، حيث نجد غالبية نسبة أفراد العينة التي تشكل 83 % تتصفح الفيس بوك عبر جهاز الهاتف من كلا الجنسين الذين تتراوح أعمارهم من 25 سنة فما فوق الذين يقطنون المدينة ، بينما يتوزع باقي النسبة على 9 % الذين يستخدمون جهاز الحاسوب في التصفح من كلا الجنسين واحتل الجهاز اللوحي المرتبة الأخير من حيث النسبة بنسبة 8% من ناحية استخدامه كوسيلة للتصفح .

ومن خلال النتائج الموضحة أعلاه نستنتج أن غالبية أفراد العينة من كلا الجنسين يفضلون استخدام الهاتف كوسيلة تصفح لموقع الفيس بوك ويعود ذلك لقلة التكلفة وسهولة الاستخدام و التنقل.

جدول رقم 6: يوضح نسب طبيعة المواضيع التي تلفت انتباه المبحوثين على موقع فيسبوك حسب متغيرات الدراسة.

المجموع		أخرى		عامة		ثقافية		سياسية		المتغيرات
ن	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	النوع
52	52	3	3	30	30	10	10	9	9	ذكر
48	48	3	3	38	38	6	6	1	1	أنثى
100	100	6	6	68	68	16	16	10	10	المجموع
المجموع		أخرى		عامة		ثقافية		سياسية		المتغيرات
ن	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	السن
7	7	0	0	6	6	0	0	1	1	من 15 إلى 20 سنة
37	37	1	1	26	26	5	5	5	5	من 20 إلى 25 سنة
56	56	5	5	36	36	11	11	4	4	من 25 سنة فما فوق
100	100	6	6	68	68	16	16	10	10	المجموع
المجموع		أخرى		عامة		ثقافية		سياسية		المتغيرات
ن	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	مكان الإقامة
46	46	2	2	30	30	8	8	6	6	مدينة
11	11	2	2	7	7	2	2	0	0	مركز حضري
43	43	2	2	31	31	6	6	4	4	ريف
100	100	6	6	68	68	16	16	10	10	المجموع

يمثل الجدول رقم (6): طبيعة المواضيع التي تلفت انتباه متصفح موقع الفيس بوك وقد كان ترتيبها كالتالي: إذ يبين الجدول أن طبيعة المواضيع العامة هي الأكثر لفتا لانتباه أفراد العينة من كلا الجنسين الذين تتراوح أعمارهم من سن 25 سنة فما فوق وذلك بنسبة

68% انقسمت بين 30% لفئة الذكور و 38% لفئة الإناث، أما بالنسبة للمواضيع الثقافية فجاءت بنسبة 16% و بنسبة 10% للمواضيع السياسية، حيث اختارت فئة الذكور المواضيع السياسية بنسبة 9% و 1% بالنسبة لفئة الإناث. أما عن المواضيع والاهتمامات الأخرى فقد جاءت الأخيرة بالنسبة 6% التي كان ردها أنها عبارة عن مواضيع خاصة بالرياضة، موسوعة صحة وجمال، بيئة.

وعلى ضوء هذه النتائج يمكن ملاحظة أن المواضيع العامة هي الأكثر لفتا لمتصفحى موقع الفيس بوك بالنسبة لكل فئات أفراد العينة.

المحور الثاني: عادات تعرض المتابعين للمنشورات المطروحة على صفحة جمعية حماية البيئة والمحيط

جدول رقم 7: يوضح نسب تعرض المبحوثين لصفحة جمعية حماية البيئة والمحيط حسب متغيرات الدراسة.

المجموع		نادرا		أحيانا		دائما		المتغيرات
ن	ك	%	ك	%	ك	%	ك	النوع
52	52	9	9	27	27	16	16	ذكر
48	48	13	13	22	22	13	13	أنثى
100	100	22%	22	49%	49	29%	29	المجموع
ن	ك	%	ك	%	ك	%	ك	السن
7	7	1	1	4	4	2	2	من 15 إلى 20 سنة
37	37	8	8	22	22	7	7	من 20 إلى 25 سنة
56	56	13	13	23	23	20	20	من 25 سنة فما فوق
100	100	22%	22	49%	49	29%	29	المجموع
ن	ك	%	ك	%	ك	%	ك	مكان الإقامة
46	46	10	10	25	25	11	11	مدينة
11	11	4	4	4	4	3	3	مركز حضري
43	43	8	8	20	20	15	15	ريف
100	100	22%	22	49%	49	29%	29	المجموع

يمثل الجدول رقم (7): نسبة تعرض المبحوثين لمنشورات صفحة جمعية حماية البيئة والبيئة ونظافة المحيط حيث يوضح الجدول أن 49% من أفراد العينة أحيانا ما يتعرضون لمنشورات الصفحة بنسبة 27% لذكور ونسبة 22% للإناث من الذين تتراوح أعمارهم من 25 سنة فما فوق، بينما جاءت النسبة الأخرى 29% لكلا الجنسين من نفس الفئة العمرية

السابقة الذين يتعرضون لمنشورات الصفحة بصورة دائمة ,و بنسبة 22% لأفراد العينة إناث وذكور الذين نادرا ما يتعرضون لمنشورات الصفحة.

ومن خلال النتائج الموضحة أعلاه نقول أن أفراد العينة على كلا الجنسين من الفئة العمرية 25 سنة فما فوق أحيانا ما يتعرضون لمنشورات الصفحة ويعود ذلك رلمتابعتهم لعدد كبير من الصفحات والمجموعات أو يعود ذلك لقلة تصفحهم على غرار أفراد العينة الذين يتعرضون بصفة دائمة ومستمرة لمنشورات الصفحة بنسبة 29%.

جدول رقم 8: يوضح نسب المواضيع الأكثر طرحا بصفحة جمعية حماية البيئة والمحيط حسب إجابات المبحوثين على ضوء متغيرات الدراسة.

المجموع		كل المواضيع المذكورة سابقا		مواضيع متعلقة بالمحافظة على المياه		مواضيع متعلقة بالتشجير		مواضيع متعلقة بنظافة المحيط		المتغيرات
ن	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	النوع
52	52	31	31	2	2	7	7	12	12	ذكر
48	48	28	28	1	1	7	7	12	12	أنثى
100	100	59%	59	3%	3	14%	14	24%	24	المجموع
ن	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	السن
7	7	4	4	2	2	0	0	1	1	من 15 إلى 20 سنة
37	37	19	19	1	1	5	5	12	12	من 20 إلى 25 سنة
56	56	36	36	0	0	9	9	11	11	من 25 سنة فما فوق
100	100	59%	59	3%	3	14%	14	24%	24	المجموع
ن	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	مكان الإقامة
46	46	30	30	2	2	3	3	11	11	مدينة
11	11	2	2	1	1	2	2	6	6	مركز حضري
43	43	27	27	0	0	9	9	7	7	ريف
100	100	59%	59	3%	3	14%	14	24%	24	المجموع

يوضح الجدول رقم (8): المواضيع أكثر طرحا وترددا على الصفحة حسب إجابات المبحوثين، حيث أظهرت النتائج أن المواضيع الأكثر طرحا على الصفحة هي كل المواضيع المذكورة في الاقتراحات والتي هي مواضيع متنوعة مابين مواضيع متعلقة بالنظافة ومواضيع متعلقة بالتشجير مواضيع متعلقة بالمحافظ على المياه بنسبة 59% من إجابات المبحوثين من كلا الجنسين الذين يشكلون الفئة العمرية الأخيرة، في حين أجاب البعض الآخر بنسبة 24% على أن المواضيع الأكثر طرحا هي مواضيع متعلقة بنظافة

المحيط ، وأجاب البعض الأخر بنسبة 14% على أن المواضيع المتعلقة بالتشجير الأكثر طرحا، في حين جاءت المرتبة الأخيرة بنسبة 3% للمبحوثين الذين اجابو على أن المواضيع المتعلقة بالمحافظة على المياه هي الأكثر طرحا .

ومنه نستنتج أن غالبية آراء المبحوثين توضح أن المواضيع الأكثر طرحا على الصفحة هي مواضيع متنوعة (نظافة محيط تشجير, محافظة على المياه).

جدول رقم 9: يوضح نسب كيف أصبح المبحوثين متابعين لصفحة جمعية حماية البيئة والمحيط حسب متغيرات الدراسة.

المجموع		خلال بحثك عن الصفحات والجمعيات البيئية على موقع فيس بوك		مصادفة عن طريق تصفح موقع الفيس بوك		تمت دعوتك إليها من طرف صديق		المتغيرات
ن	ك	%	ك	%	ك	%	ك	النوع
52	52	12	12	10	10	30	30	ذكر
48	48	8	8	11	11	29	29	أنثى
100	100	20	20	21	21	59	59	المجموع
ن	ك	%	ك	%	ك	%	ك	السن
7	7	1	1	2	2	4	4	من 15 إلى 20 سنة
37	37	8	8	9	9	20	20	من 20 إلى 25 سنة
56	56	11	11	10	10	35	35	من 25 سنة فما فوق
100	100	20	20	21	21	59	59	المجموع
ن	ك	%	ك	%	ك	%	ك	مكان الإقامة
46	46	12	12	11	11	23	23	مدينة
11	11	0	0	2	2	9	9	مركز حضري
43	43	8	8	8	8	27	27	ريف
100	100	20	20	21	21	59	59	المجموع

يوضح الجدول رقم (9): كيف أصبح أفراد العينة من متابعي صفحة جمعية حماية البيئة ونظافة المحيط حيث أجاب 59% من المبحوثين من كلا الجنسين الذين تتراوح أعمارهم من 25 سنة فما فوق على أنهم أصبحوا متابعين الصفحة عن طريق دعوة صديق في حين أجاب 21% من كلا الجنسين من فئات عمرية متفاوتة على أنهم أصبحوا متابعي

الصفحة عن طريق الصدفة خلال تصفح موقع الفيس بوك أم النسبة الأخيرة 20% كانت لأفراد العينة الذين اصبحو متابعين للصفحة عن طريق التصفح والبحث عن الصفحات التي تعالج المواضيع البيئية .

واستنتجا لما سبق نجد أن الغالبية من الأفراد تم دعوتهم لمتابعة الصفحة بواسطة أعضاء أو الأصدقاء وهذا ما يدل على شهرة الصفحة وتفاعل أعضائها.

المحور الثالث دوافع استخدام المتابعين لصفحة جمعية حماية البيئة والمحيط والإشاعات المحققة لهم من خلالها

جدول رقم 10: يوضح نسب دوافع متابعة المبحوثين لصفحة جمعية حماية البيئة والمحيط حسب متغيرات الدراسة.

المجموع		أخرى		معرفة مدى إقبال الناس على حل المشاكل والقضايا البيئية ومدى مبادرتهم فيها		معرفة كيف تتم معالجة هذه القضايا على الواقع		التعرف على القضايا البيئية المطروحة والحديثة		المتغيرات
ن	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	النوع
52	52	4	4	14	14	20	20	14	14	ذكر
48	48	5	5	13	13	17	17	13	13	أنثى
100	100	9%	9	27%	27	37%	37	27%	27	المجموع
ن	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	السن
7	7	0	0	2	2	3	3	2	2	من 15 إلى 20 سنة
37	37	4	4	10	10	16	16	7	7	من 20 إلى 25 سنة
56	56	5	5	15	15	18	18	18	18	من 25 سنة فما فوق
100	100	9%	9	27%	27	37%	37	27%	27	المجموع
ن	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	مكان الإقامة
46	46	4	4	17	17	16	16	9	9	مدينة
11	11	1	1	0	0	6	6	4	4	مركز حضري
43	43	4	4	10	10	15	15	14	14	ريف
100	100	9%	9	27%	27	37%	37	27%	27	المجموع

يوضح الجدول رقم (10): الدوافع التي من خلالها يتابع أفراد العينة صفحة جمعية حماية البيئة و المحيط ، حيث أجاب المبحوثين بنسبة 37% و الذين تتراوح أعمارهم من 25 سنة فما فوق منهم 20% ذكور و 17% إناث على دافعهم من متابعة

الصفحة وهي معرفة كيف يتم معالجة القضايا المتعلقة بالبيئة على ارض الواقع في حين تعادلتا إجابات المبحوثين بنسبة 27% بين الإيجابتين بان الغرض من متابعة الصفحة هو معرفة القضايا البيئية المطروحة والحديثة وبين معرفة مدى إقبال الناس على حل المشاكل البيئية ومدى مبادرتهم فيها، في حين احتلت نسبة 9% المرتبة الأخيرة في الإجابات والتي تفيد بان الغرض من متابعة الصفحة لدوافع أخرى غير مذكورة سابقا .

ومن خلال النتائج الموضحة في الجدول نجد أن أغلبية المتابعين يتابعون الصفحة لدافع معرفة كيف يتم معالجة القضايا البيئية على الواقع.

جدول رقم 11: يوضح نسب كيفية تفاعل المبحوثين مع المنشورات المطروحة بصفحة جمعية حماية البيئة والمحيط حسب متغيرات الدراسة.

المجموع		مشاركة المنشور		كتابة تعليق		ترك إعجاب		المتغيرات
ن	ك	%	ك	%	ك	%	ك	النوع
52	52	9	9	23	23	20	20	ذكر
48	48	10	10	14	14	24	24	أنثى
100	100	19%	19	37%	37	44%	44	المجموع
المجموع		مشاركة المنشور		كتابة تعليق		ترك إعجاب		السن
ن	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
7	7	2	2	2	2	3	3	من 15 إلى 20 سنة
37	37	8	8	14	14	15	15	من 20 إلى 25 سنة
56	56	9	9	21	21	26	26	من 25 سنة فما فوق
100	100	19%	19	37%	37	44%	44	المجموع
المجموع		مشاركة المنشور		كتابة تعليق		ترك إعجاب		مكان الإقامة
ن	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
46	46	7	7	16	16	23	23	مدينة
11	11	4	4	3	3	4	4	مركز حضري
43	43	8	8	18	18	17	17	ريف
100	100	19%	19	37%	37	44%	44	المجموع

يوضح الجدول رقم (11): كيف يتفاعل متابعي الصفحة مع المنشورات المطروحة حيث أجاب المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم بين 25 سنة فما فوق بنسبة 44% أنهم يتفاعلون مع منشورات الصفحة بترك إعجاب منهم 20% ذكور و 24% إناث ، في حين يتفاعل الجزء الآخر بنسبة 37% من كلا الجنسين من خلال كتابة تعليق ، في حين أجاب بعض المبحوثين من كلا الجنسين بنسبة 19% أنهم يقومون بالتفاعل مع منشورات الصفحة عن طريق مشاركة المنشور.

ومن خلال النتائج الموضحة نستنتج أن اغلب المبحوثين يتفاعلون مع منشورات الصفحة عن طريق ترك إعجاب بسهولة وسرعة العملية ومما يدل أيضا على أن منشورات الصفحة تعجبهم.

جدول رقم 12: يوضح نسب الإشباع المحققة للمبحوثين من خلال متابعة صفحة جمعية حماية البيئة والمحيط حسب متغيرات الدراسة

المجموع		أخرى		إشباعات ثقافية		إشباعات إعلامية		إشباعات معرفية		المتغيرات
ن	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	النوع
52	52	8	8	10	10	13	13	21	21	ذكر
48	48	4	4	19	19	5	5	20	20	أنثى
100	100	12%	12	29%	29	18%	18	41%	41	المجموع
ن	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	السن
7	7	1	1	2	2	2	2	2	2	من 15 إلى 20 سنة
37	37	5	5	11	11	5	5	16	16	من 20 إلى 25 سنة
56	56	6	6	16	16	11	11	23	23	من 25 سنة فما فوق
100	100	12%	12	29%	29	18%	18	41%	41	المجموع
ن	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	مكان الإقامة
46	46	5	5	15	15	15	15	21	21	مدينة
11	11	2	2	3	3	3	3	6	6	مركز حضري
43	43	5	5	11	11	11	11	14	14	ريف
100	100	12%	12	29%	29	18%	18	41%	41	المجموع

يمثل الجدول رقم (12): نسبة الإشباع المحققة للمبحوثين من خلال متابعة صفحة جمعية حماية البيئة و نظافة المحيط بمقر بلدية سيدي سليمان ورقلة، حيث نجد أن الصفحة تحقق إشباعات معرفية للمبحوثين بنسبة 41% الذين تتراوح أعمارهم من 25

سنة فما فوق تتراوح بين 21% إجابة للمبحوثين الذكور و 20% للإناث وتحقق الصفحة نسبة 29% إشباعات ثقافية حسب إجابة المبحوثين من كلا الجنسين ، كما تحقق كذلك الصفحة بنسبة 18% إشباعات إعلامية كما أجاب بعض المبحوثين على أن الصفحة تحقق لهم إشباعات أخرى تراوحت بين إشباعات سلوكية اجتماعية معرفة مواعيد حملات التنظيف بنسبة 12%.

ومن خلال النتائج المذكورة سابقا أن أكثر الإشباعات المحققة من الصفحة لدى غالبية المبحوثين هي إشباعات معرفية.

جدول رقم 13 : يوضح نسب تقييم المبحوثين لصفحة جمعية حماية البيئة والمحيط حسب متغيرات الدراسة.

المجموع		جيد		حسن		مقبول		المتغيرات
ن	ك	%	ك	%	ك	%	ك	النوع
52	52	27	27	13	13	12	12	ذكر
48	48	25	25	12	12	11	11	أنثى
100	100	52%	52	25%	25	23%	23	المجموع
ن	ك	%	ك	%	ك	%	ك	السن
7	7	5	5	1	1	1	1	من 15 إلى 20 سنة
37	37	22	22	9	9	6	6	من 20 إلى 25 سنة
56	56	25	25	15	15	16	16	من 25 سنة فما فوق
100	100	52%	52	25%	25	23%	23	المجموع
ن	ك	%	ك	%	ك	%	ك	مكان الإقامة
46	46	23	23	11	11	12	12	مدينة
11	11	6	6	2	2	3	3	مركز حضري
43	43	23	23	12	12	8	8	ريف
100	100	52%	52	25%	25	23%	23	المجموع

يمثل الجدول رقم (13): نسبة تقييم المبحوثين لأداء صفحة جمعية حماية البيئة و المحيط بمقر بلدية سيدي سليمان ورقلة حيث جاءت النتائج كالتالي : يقيم اغلب متابعي الصفحة إن أداءها جيدة وذلك من خلال نسبة إجاباتهم التي قدرت ب 52% تتراوح بين 27% حسب تقييم فئة الذكور و 25% حسب تقييم فئة الإناث في حين تم تقييم من طرف باقي المبحوثين أداء الصفحة بالحسن بنسبة 25% تراوحت بين 13% لفئة الذكور و 12% لفئة الإناث و جاءت أخر نسبة ب 23% للإجابات المبحوثين التي تقييم أداء الصفحة بالمقبول .

ومن خلال النتائج الموضحة سابقا نستنتج أن اغلب المبحوثين يرون أن أداء صفحة جمعية حماية البيئة والمحيط جيد مما يوضح نجا عنها وفعاليتها.

1.11. النتائج العامة للدراسة

توصلت الدراسة المسحية التي أجريتها على متابعي صفحة جمعية حماية البيئة و نظافة المحيط بالاعتماد على استمارة الاستبيان الموزعة كأداة لجمع البيانات وتفرغها إلى مجموعة النتائج وهي :

أولاً: يساهم الفيس بوك في نشر العديد من المواضيع المتنوعة ثقافية منها أو اجتماعية و عامة لكن متابعي الصفحة يفضلون متابعة المنشورات البيئية .

ثانياً: تحظى "صفحة جمعية حماية البيئة ونظافة المحيط ببلدة مقر بلدية سيدي سليمان ورقلة" بشعبية كبيرة بين مستخدمي شبكة الفيس بوك من كلا الجنسين ومن فئات عمرية مختلفة حتى من خارج بلدة مقر و ولاية ورقلة .

ثالثاً: الطرح المستمر والمباشر لصفحة جمعية حماية البيئة ونظافة المحيط للمواضيع البيئية وحث الناس على المشاركة بها .

رابعاً: تساهم صفحة جمعية حماية البيئة والمحيط بنشر وطرح مختلف المواضيع التي تتعلق بالبيئة سواء كانت مواضيع تتعلق بالتنديد للمحافظة على نظافة المحيط ،إقامة حملات توعية ونظافة ،المساهمة في وضع ونشر الشعارات المتعلقة بحماية البيئة ونظافتها تنظيم حملات تشجير داخل وخارج المنطقة ، إعطاء توجيهات وإرشادات المحافظة على المياه .

خامساً: يساهم الفيس بوك في تنمية الثقافة البيئية لدى المستخدمين بالطرح المباشر للمواضيع البيئية عبر المنشورات المطروحة به بصفة عامة ، ويساهم في نشر وتعزيز

وإنماء الثقافة البيئية عبر العديد من المجموعات والصفحات المنشأة به بصفة خاصة والتي تندد بمراعاة البيئة والمحافظة على المحيط عبر طرحها المستمر والمباشر والفعلي للمنشورات التي تنصح وتوعي المتابعين وتحثهم على المشاركة والمساهمة في حماية المحيط على أصعدته الثلاث بري بحري جوي وكنموذج لهذه الصفحات الصفحة التي كانت نموذج دراستنا "صفحة جمعية حماية البيئة ونظافة المحيط ببلدة مقر بلدية سيدي سليمان ولاية ورقلة".

خاتمة

خاتمة:

إن حياة الإنسان في كل المجتمعات مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بالبيئة فهي المحيط الذي يعيش فيه الإنسان ويؤثر ويتأثر به، كما تعد مصدراً أساسياً يعتمد عليه في تطوير حياته وإنعاش مؤسساته في الجوانب المختلفة الاقتصادية منها والاجتماعية.

وقد أصبحت العلاقة بين الإنسان والبيئة محط الاهتمام لدى عديد الدول والمنظمات وكذا المختصين والعلماء، نظراً لما لحق بالمنظومة البيئية من تلوث كان الإنسان المتسبب الرئيسي فيه، من خلال استغلاله اللاعقلاني والعشوائي لمصادر البيئة الطبيعية مما أدى إلى زيادة الضغوط عليها فظهرت مشاكل جمّة، تشمل التلوث وانحصار المساحات الخضراء والاحتباس الحراري وغيرها من المظاهر السلبية.

ومن هنا تأتي ضرورة تنمية الثقافة البيئية والرامية بالأساس إلى تعديل السلوكيات الخاطئة حيال البيئة وذلك باستخدام كل الوسائل المتاحة، بما فيها شبكات التواصل الاجتماعي بأشكالها المختلفة، حيث يظهر موقع الفيسبوك كأحدى الخيارات المتاحة للمساهمة في تنمية فعالية الثقافة البيئية انطلاقاً من ميزة التفاعلية لهذا النوع من المواقع وكذا تنوع مضامينه. وعليه جاءت هذه الدراسة الموسومة بفعالية شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة البيئية لدى المستخدمين لموقع الفيسبوك، وقد خلصت الدراسة إلى أن الفيسبوك يساهم في تنمية الثقافة البيئية للمستخدمين ومتابعي صفحة جمعية حماية البيئة والمحيط ببلدية مقر ولاية ورقلة وذلك من خلال المضامين التي تنشرها الصفحة حيث يمكن الاستفادة منها في تعديل السلوكيات الخاطئة حيال البيئة وإحلال أسس سلمية للثقافة البيئية.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

الكتب

1. أيمن بن ناصر بن محمد العباد، المسؤولية الجنائية لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، مكتبة القانون والاقتصاد، الرياض
2. حمد محمد موسى، الهدمة الاجتماعية وحماية البيئة، المكتبة العصرية، مصر، 2007.
3. خالد سليم، ثقافة مواقع التواصل الاجتماعي والمجتمعات المحلية، دار المتنبي، قطر.
4. دلال القاضي، محمود البياتي، منهجية وأساليب البحث العلمي وتحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي، دار الحامد، الأردن، 2000
5. ربحي مصطفى عليان، عثمان غنيم، مناهج البحث العلمي: النظرية والتطبيق، دار الصفاء، عمان، 2000م
6. رحيم يونس كرو العزاوي، مقدمة في البحث العلمي، دار دجلة، عمان، 2008
7. سلمان بكر بنبكران، الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية ووسائل التواصل الاجتماعي، دار الراية، عمان، 2015
8. صلاح الدين شروخ، منهجية العلوم الاجتماعية، دار العلوم، الجزائر، 2003
9. عبد الرحمان عبد الله العوضي، دور وسائل الإعلام في نشر الوعي البيئي، جامعة القاهرة، 1993،
10. عبد العزيز السيد، مناهج البحث العلمي، دار النهضة العربية، مصر، 2007،
11. عبد الله الغدامي، ثقافة تويتر حرية التعبير أو مسؤولية التعبير المركز الثقافي العربي، المغرب، 2016
12. عبد الله محمد عبد الرحمان، محمد بدوي، مناهج وطرق البحث الاجتماعي، دار المعرفة، مصر، 2002.
13. عزاوي امر، لعمر احمد، الثقافة البيئية، بعد استراتيجي لحماية البيئية
14. علي خليل شقرة، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، الأردن، عمان، 2014
15. عوكي اولينغ، فيسبوك للجميع، الدار العربية للعلوم، بيروت، 2009

16. فريد سمير، حماية البيئة ومكافحة التلوث ونشر الثقافة البيئية، دار الحامد، عمان، 2003
17. فيصل محمد عبد الغفار، شبكات التواصل الاجتماعي، الجندارية، الأردن، 2015
18. مح احمد قاسمي، سليم جداري، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأمن الاجتماعي للدول الخليجية، المركز العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية، برلين ألمانيا، 2019 مد العوض وداعة الله، مواقع التواصل الاجتماعي وقضايا الشباب الجامعي، دار الخليج
19. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتاب، مصر، 2004، ص158.
20. محمد معوض إبراهيم، تكنولوجيا الإعلام (تطبيق الإعلام في بعض الدول)، دار الكتاب الحديث، 2008
21. محمد منير حجاب، نظريات الاتصال، دار الفجر، مصر، 2010
22. منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، دار المسيرة، عمان، 2012
23. وائل إسماعيل عبد الباري، مصداقية المواقع الإخبارية وعلاقتها بمستقبل الصحافة المطبوعة كما يراها الجمهور المصري، جامعة عين شمس، مصر، 2009

المذكرات:

1. خديجة أنساعد، حورية لعمراوي، دور إذاعة عين الدفلى المحلية في تشكيل الثقافة البيئية لدى المستمعين، مذكرة ماستر، جامعة الجيلالي بونعامة، خميس مليانة، 2014
2. رضوان سلامن، الإعلام والبيئة، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 2016
3. زينب مهية، الطفل والرسوم المتحركة عبر اليوتيوب بين الاستخدام والتأثير، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، العدد 2017.
4. سماء العبيد، الثقافة البيئية في ضوء نشاطات الاتصال البيئي للجمعيات المحلية، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر 03، 2017.

5. صبرينة بايود ،دور المؤسسات الاجتماعية في ترسيخ ثقافة بيئية للحفاظ على نظافة البيئة الحضرية ،رسالة دكتوراه،جامعة الجزائر،2015.
6. لامية طالة، اثر شبكات التواصل الاجتماعي على تطوير حرية التعبير عن الرأي في الجزائر ،دراسة مسحية في ضوء مدخل الاتصال السياسي ،رسالة دكتوراه،جامعة الجزائر،2015.
7. مازيا عيساوي ،واقع الثقافة البيئية في المجتمع الحضري ،دراسة ميدانية بمدينة بسكرة ،رسالة ماجستير ،جامعة بسكرة،2010.
8. مريم قوفي ، وآخرون،الاتصال البيئي ودوره في نشر الثقافة البيئية ،مذكرة ماستر ،جامعة 8ماي 1945،قالمة ،2019.
9. مريم نومار ،استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيرها في العلاقات الاجتماعية ،رسالة ماجستير ،جامعة الحاج لخضر ،باتنة ،2012.

المجلات و الدوريات:

1. أمنة تونسي ،إبراهيم بورنان ،دور الثقافة البيئية في تدعيم تطبيق المحاسبة البيئية في ظل متطلبات التنمية المستدامة ،مجلة دراسات وأبحاث ،العدد،2017.
2. أمنة تونسي ،إبراهيم بورنان،دور الثقافة البيئية في تدعيم تطبيق المحاسبة البيئية في ظل التنمية المستدامة ،مجلة دراسات وأبحاث ، العدد 17
3. فريدة آيت عيسى ،اتصال الأزمات وشبكات التواصل الاجتماعي ،المجلة الجزائرية للاتصال ،العدد 28.
4. علي ليلة ،تأثير الفيس بوك على الثقافة السياسية والاجتماعية ،للشباب ،دوريات ،قضايا إستراتيجية ،المركز العربي لأبحاث الفضاء الالكتروني،مصر ،2013.
5. عيشة علة ،الاشباكات المحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الطلبة ،مجلة الوقاية والارغويا ،العدد 6 ،جامعة الجزائر.
6. مهية زينب ،الطفل والرسوم المتحركة عبر اليوتيوب بين الاستخدام والتأثير ،مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية ،العدد 4،2017.

7. حمزة أبو شنب، تقنيات شبكات التواصل الاجتماعي.....الاستخدامات والمميزات.شبكة الألوكة.

8. وزارة الدولة لشؤون البيئة والدعم القطاعي البيئي، المكون الإعلامي، الإستراتيجية الوطنية للاتصال البيئي، 2005.

المواقع الالكترونية:

1. <http://mawdoo3.Com>
2. <http://www. Aljazeera.net>
3. <http://www.mosoah.com>

الفهرس

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
أ	مقدمة
الإطار المنهجي للدراسة	
3	1. إشكالية الدراسة
4	2. تساؤلات الدراسة
4	3. أسباب اختيار موضوع الدراسة
5	4. أهداف الدراسة
5	5. أهمية الدراسة
5	6. مفاهيم الدراسة
6	7. منهج الدراسة
7	8. أدوات جمع البيانات
8	9. مجتمع البحث والعينة
9	10. الدراسات السابقة
13	11. النظرية المؤطرة للدراسة
الإطار النظري للدراسة	
الفصل الأول: مدخل مفاهيمي لشبكات التواصل الاجتماعي.	
16	تمهيد
17	المبحث الأول: ماهية شبكات التواصل الاجتماعي
18	المطلب الأول: تعريف شبكات التواصل الاجتماعي
18	المطلب الثاني: نشأة شبكات التواصل الاجتماعي
20	المطلب الثالث: خصائص شبكات التواصل الاجتماعي
21	المطلب الرابع: سلبيات وإيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي
23	المبحث الثاني: شبكات التواصل الاجتماعي (أنماط، أهم المواقع،

	نظريات شبكات التواصل الاجتماعي، خدماتها).
24	المطلب الأول: أنماط شبكات التواصل الاجتماعي
24	المطلب الثاني: أهم مواقع شبكات التواصل الاجتماعي
36	المطلب الثالث: نظريات شبكات التواصل الاجتماعي
39	خلاصة الفصل
الفصل الثاني: الاتصال البيئي والثقافة البيئية.	
40	تمهيد
41	المبحث الأول: الاتصال البيئي
42	المطلب الأول: تعريف الاتصال البيئي
42	المطلب الثاني: خصائص الاتصال البيئي
44	المطلب الثالث: مهام الاتصال البيئي
45	المطلب الرابع: أدوار الاتصال البيئي
45	المطلب الخامس: أهداف الاتصال البيئي
47	المبحث الثاني: الثقافة البيئية
48	المطلب الأول: تعريف الثقافة البيئية وخصائصها
49	المطلب الثاني: أهداف الثقافة البيئية
50	المطلب الثالث: وسائل نشر الثقافة البيئية
52	المطلب الرابع: معوقات نشر الثقافة البيئية
55	خلاصة الفصل
الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة	
56	تمهيد
57	1. تقديم تعريف لصفحة جمعية حماية البيئة و نظافة المحيط بمقر بلدية سيدي سليمان ولاية ورقلة

الفهرس

58	.ii. تفريغ وتحليل وتفسير البيانات
79	.iii. النتائج العامة للدراسة
ج	خاتمة.
82	قائمة المراجع.
86	الفهرس
	الملاحق.

فهرس الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	يوضح نسب المبحوثين حسب متغير النوع.	58
02	يوضح نسب المبحوثين حسب متغير السن.	59
03	يوضح نسب المبحوثين حسب متغير مكان الإقامة.	60
04	يبين نسب الأوقات التي يقضيها المبحوثين في تصفح موقع فيسبوك حسب متغيرات الدراسة.	62
05	يوضح نسب الوسيلة التي يستخدمها المبحوثين لتصفح موقع فيسبوك حسب متغيرات الدراسة.	64
06	يوضح نسب طبيعة المواضيع التي تلفت انتباه المبحوثين على موقع فيسبوك حسب متغيرات الدراسة.	65
07	يوضح نسب تعرض المبحوثين لصفحة جمعية حماية البيئة والمحيط حسب متغيرات الدراسة.	67
08	يوضح نسب المواضيع الأكثر طرحا بصفحة جمعية حماية البيئة والمحيط حسب إجابات المبحوثين على ضوء متغيرات الدراسة.	69
09	يوضح نسب كيف أصبح المبحوثين متابعين لصفحة جمعية حماية البيئة	71

الفهرس

	والمحيط حسب متغيرات الدراسة.	
73	يوضح نسب دوافع متابعة المبحوثين لصفحة جمعية حماية البيئة والمحيط حسب متغيرات الدراسة.	10
75	يوضح نسب كيفية تفاعل المبحوثين مع المنشورات المطروحة بصفحة جمعية حماية البيئة والمحيط حسب متغيرات الدراسة.	11
76	يوضح نسب الإشباعات المحققة للمبحوثين من خلال متابعة صفحة جمعية حماية البيئة والمحيط حسب متغيرات الدراسة.	12
78	يوضح نسب تقييم المبحوثين لصفحة جمعية حماية البيئة والمحيط حسب متغيرات الدراسة.	13

الملاحق

جامعة محمد خيضر - بسكرة -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

شعبة علوم الإعلام والاتصال

تخصص اتصال وعلاقات عامة



مذكرة لنيل شهادة الماستر

فعالية شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة البيئية

دراسة مسحية على عينة من متابعي صفحة جمعية حماية البيئة والمحيط بمقر سيدي سليمان ولاية ورقلة على شبكة فيسبوك

في إطار الحصول على شهادة الماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة نقدم إليكم هذه الاستمارة وذلك بوضع علامة (X) أمام الجواب المناسب ، ونعدكم أن تحظى معلوماتكم هذه بالسرية التامة وان لا تستخدم إلا لغرض البحث العلمي .

نشكركم مسبقا على إفادتكم لنا وتعاونكم معنا

تحت إشراف الأستاذة :

- رحمانى أمال

من إعداد :

- رفيقة شابي

- يمينة زموش

السنة الجامعية: 2019/ 2020.

البيانات الشخصية :

1. الجنس :

ذكر أنثى

2. السن :

20-15 25_20 25_ فما فوق

3. مكان الإقامة :

مدينة مركز حضري ريفس

4. المهنة :

الاجابة :

المحور الأول : عادات وأنماط التعرض واستخدام موقع الفيس

بوك:

1. كم من الوقت تمضي في تصفح موقع الفيس بوك :

ساعة - من ساعة إلى ساعتين

من ساعة إلى ثلاث ساعات -أكثر من ذلك

2. تتصفح موقع الفيس بوك عبر الوسيلة التالية :

هاتف -جهاز لوحي -حاسوب

3. ماهي طبيعة المواضيع التي تلفت انتباهك على موقع الفيس بوك :

- سياسية - ثقافية - عامة
- ذكر مواضيع أخرى إن وجدت

المحور الثاني : عادات تعرض المتابعين للمنشورات المطروحة على صفحة جمعية حماية البيئة و المحيط

1. تتعرض لمنشورات الصفحة أثناء تصفحك للموقع الفيس بوك :

- دائما - أحيانا - نادرا

2. ماهي المواضيع الأكثر طرحا على الصفحة؟

- مواضيع متعلقة بنظافة المحيط
- مواضيع متعلقة بالتشجير
- مواضيع متعلقة بالمحافظة على المياه
- كل المواضيع المذكورة سابقا

3. كيف أصبحت متابع لصفحة جمعية حماية البيئة و المحيط بمقر سيدي سليمان ورقلة ؟

- تمت دعوتك إليها من طرف صديق
- مصادفة عن طريق تصفح موقع الفيس بوك
- خلال بحثك عن الصفحات والجمعيات البيئية على موقع فيس بوك

المحور الثالث: دوافع استخدام المتابعين لصفحة والاشباعات المحققة لهم من خلالها :

1. أنت تتابع صفحة جمعية حماية البيئة والمحيط بغرض

- التعرف على القضايا البيئية المطروحة والحديثة

- معرفة كيف تتم معالجة هذه القضايا على الواقع

- معرفة مدى إقبال الناس على حل المشاكل و القضايا البيئية ومدى مبادرتهم في

- غيرها

2. كيف تتفاعل مع المنشورات المطروحة على الصفحة

- ترك إعجاب

- كتابة تعليق

- مشاركة المنشور

3. ما هي الاشباعات المحققة لك من خلال متابعة صفحة جمعية حماية البيئة والمحيط

بمقر سيدي سليمان ورقلة ؟

- اشباعات معرفية

- اشباعات إعلامية

- اشباعات ثقافية

- ذكر اشباعات أخرى إن وجدت

4. ما هو تقييمك لأداء صفحة جمعية حماية البيئة والمحيط بمقر سيدي سليمان ولاية

ورقلة

- مقبول - حسن - جيد