

الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي دراسة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي

"Exploring the Role of Social Media in Enhancing Environmental Awareness: A Case Study of Facebook"

إيمان منوار^{1*}، تقي الدين يحي²

¹ جامعة محمد بوضياف-المسيلة (الجزائر)، imene.menouar@univ-msila.dz

² جامعة محمد بوضياف-المسيلة (الجزائر)، takieddine.yahia@univ-msila.dz

تاريخ النشر: 2025 / 01 / 20

تاريخ القبول: 2025 / 01 / 10

تاريخ الاستلام: 2024 / 10 / 29

ملخص:

الفضاء الافتراضي حقل فسيح، نتناول منه الإعلام الجديد الذي هو وسيلة اتصالية جماهيرية فيها قدر كبير من الإنتاج والتفاعل؛ وأهمية الإعلام الجديد تنامت في واقعنا الاجتماعي خاصة مع ظهور الفيسبوك، حاجتنا كباحثين للمعرفة دفعتنا إلى أن نقوم بهذه الدراسة، والتي تتناول الظواهر الإعلامية الحديثة بالبحث والدراسة حول تزويد الجزائريين بأكبر قدر من المعلومات البيئية الصحيحة والدقيقة، أو الحقائق الواضحة والثابتة التي تساعد على اتخاذ قرار صائب في التصدي لمشكلة أو واقعة مستجدة. حاولنا معرفة أنماط وطرق استخدام موقع الفيسبوك، عادات تعرض الجزائريين لموقع فيسبوك، دوافع استخدام هذا الموقع، طبيعة الإشباع المحققة، والدور الذي يلعبه الموقع لترقية وترسيخ الوعي البيئي. أهم نتائج الدراسة توصلنا إلى أن 72.31% من المبحوثين من الإناث؛ أي طغيان العنصر النسوي في الاهتمام بموضوع البيئة والتوعية البيئية، والمرأة بطبيعتها تحب العمل الخيري. ولأن البيئة تشكل أحد اهتمامات المرأة الجزائرية وهي عضوة نشطة بهذا الميدان، ويمكن رؤية هؤلاء النساء بالجمعيات والوزارات، ناهيك عن صاحبات الآراء البيئية بمواقفهن المؤثرة في مواقع التواصل الاجتماعي.

الكلمات المفتاحية: الفيسبوك، البيئة، الإعلام البيئي، التوعية البيئية

Abstract:

The virtual space has emerged as a expansive domain, serving as a platform for engaging with new media —a powerful tool for mass communication that facilitates extensive production and interaction. The significance of new media has increasingly permeated our social reality, particularly with the rise of platforms like Facebook. This study, driven by the need for knowledge and research, explores contemporary media phenomena by investigating how Algerians access and disseminate accurate environmental information. The research aims to understand how such information aids in informed decision-making regarding environmental issues.

The study delves into the patterns and methods of Facebook usage among Algerians, examining their exposure habits, motivations for using the platform, and the impact of their online activities. It also assesses the role of Facebook in promoting and establishing environmental awareness. Key findings reveal that 72% of the respondents concerned with environmental awareness are female, highlighting a significant gender disparity in environmental engagement. This suggests that Algerian women exhibit a strong inclination towards environmental philanthropy, often visible in their active participation in associations, ministries, and influential social media advocacy. Additionally.

Keywords: Facebook, Environment, Environmental Media, Environmental Awareness.

* إيمان منوار، جامعة محمد بوضياف المسيلة

١. مقدمة:

تعد مواقع التواصل الاجتماعي، أو الأدوات الاجتماعية، نوعاً جديداً من تنسيق الأخبار الذي ظهر وتبلور في ظل بيئة تكنولوجيا الإنترنت والوسائط المتعددة، وتلعب دوراً بارزاً في عملية جمع الأخبار وتحريرها وتحليلها. وتبادلها مع المستخدمين، فضلاً عن تقديم معلومات دقيقة وذات مصداقية لوسائل الإعلام، يُعد بمثابة حلقة وصل أساسية للمواطنين لبناء المحتوى الإعلامي وتبادلته على نطاق واسع.

وفي هذا الصدد يقول شاينبروم وكريس ويليس في موقع نحن الإعلام: "نحن في بداية العصر الذهبي للصحافة، وهي صحافة لا تشبه أي شيء رأيناه من قبل. ويتوقع العديد من الخبراء في مجال المستقبل أنه بحلول عام 2021م، سيتم تنفيذ 50٪ من إنتاج الأخبار من قبل المواطنين" (سعيد، 2021، صفحة 39)

تعتبر هذه الدراسة عبر نظرية الاستخدامات والإشباع لقياس الوعي البيئي خطوة أساسية لفهم مدى اعتماد الأفراد على سلوكيات تهدف إلى تقليل الأثر البيئي وحماية البيئة، يعد استخدام الاستبيانات كأداة لجمع المعلومات وسيلة فعالة لجمع البيانات وتحليلها. من خلال الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي، وبصفة خاصة وأساسية منصة "فيسبوك" لنشر الاستبيان، حيث يمكننا من الوصول إلى عدد كبير من المشاركين وجمع آراء متنوعة بسرعة وسهولة.

1- الدراسات السابقة:

- الدراسة الأولى (كيجل فتحة): (الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي) رسالة ماجستير نُقِشت سنة 2012م. استعملت الباحثة المنهج المسحي واستخدمت عينة كرة الثلج بولاية قسنطينة، مدة الدراسة من سبتمبر 2011م إلى ماي 2012م، نتائج الدراسة موقع الفيسبوك هو الأكثر استخداماً من قبل الباحثين ويستعملونه بشكل منتظم، يتصفحونه أكثر من ساعتين، أكثر الأوقات ليلاً بالمنزل، يسهم 44 بالمائة من المستخدمين في نشر مواضيع البيئة. تعد الصور أكثر أدوات استخدام الباحثين فيما يخص البيئة. يرى 74 بالمائة من الباحثين أنّ موقع فيسبوك يسهم في نشر الوعي البيئي.

تشارك الدراسة الحالية مع الدراسة السابقة في استخدام الاستمارة كأداة لجمع البيانات والمعلومات، لكن الاختلاف الرئيسي بينهما يكمن في طريقة توزيع الاستبيان وجمع البيانات. في الدراسة السابقة، اعتمدت الباحثة على الاستبيان الورقي المطبوع، الذي يتم توزيعه يدوياً على المشاركين لتعبئته بالطريقة التقليدية. وقد واجهت هذه الطريقة بعض التحديات، مثل تكاليف الطباعة وصعوبات وإدارة البيانات المجمعة. بالمقابل، يعتمد الاستبيان الإلكتروني على الوسائط الرقمية، مثل الحواسيب والهواتف الذكية، مما يسهل الوصول إلى المشاركين وتعبئة الاستبيان بكفاءة أعلى. بالإضافة إلى ذلك، يتميز الاستبيان الإلكتروني بمرونة أكبر في تعديل الأسئلة وإعادة صياغتها في حال إذا لم تكن مناسبة للجمهور المستهدف، وإعادة إرسالها في فترة زمنية قصيرة. كما يتطلب استخدام الاستبيان الإلكتروني مراعاة جوانب الخصوصية والأمان لحماية بيانات المشاركين، مما يضيف بعداً مهماً لضمان مصداقية الدراسة وفعاليتها.

الدراسة الثانية (عبد العالي يوسف، نور الدين ميني): (الإذاعة المحلية والتوعية البيئية بإذاعات المسيلة، سطيف وبرج بوعريج نموذجاً)، حيث تتضمن الدراسة تحليل مضامين البرامج المتعلقة بالبيئة في الإذاعتين المحليتين: المسيلة وبرج بوعريج خلال سنة 2013م ضمن الحملة التي أطلقتها الإذاعة الوطنية سنة 2013م من أجل البيئة والتنمية المستدامة... حيث تم تحليل مضامين البرامج البيئية بأنواعها، كالحصص والومضات الإعلامية التحسيسية من خلال استمارة تحليل المضمون وتضمنت فئات الشكل وفئات الموضوع، فئة أسباب تردي الوضع البيئي، وفئات الحلول المحتملة للتهوض بالبيئة وتحسينها. نتائج التحليل الكمي: يتجلى لنا من خلال النسب المقارنة بعناصر فئة المساحة، أنّ إذاعة برج بوعريج خصّصت أكثر مساحة زمنية لمواضيع البيئة ومشاكلها المختلفة من إذاعة المسيلة بنسبة 55.33 بالمائة، فيما شكّلت

المساحة التي خصصتها إذاعة المسيلة للموضوع 44.66 بالمائة، ومن حيث نوع الشكل ونوع المادة الإعلامية خصصت إذاعة برج بوعريبرج أغلب الوقت المتعلق بقضايا البيئة للحصص والبرامج بنسبة 99.25 بالمائة، وأهملت نوعاً ما الومضات الإشهارية التحسيسية التي لم تمثل سوى نسبة 0.74 بالمائة، على عكس ذلك اهتمت إذاعة المسيلة بالومضات التحسيسية بنسبة 3.05 بالمائة، حيث خصصت لها مساحة زمنية قدرها 1711 ثا، حيث تبث الومضات التحسيسية تزامناً مع بث حصص البيئة (حصتي SOS والركن والأخضر).
المواضيع المطروحة المتعلقة بالبيئة: إذاعة برج بوعريبرج تطرقت لموضوع التلوث بنسبة 19.73 بالمائة، والتربة البيئية بنسبة 22.36 بالمائة، وإذاعة المسيلة تطرقت لموضوع التلوث بنسبة 30.82 بالمائة، والتربة البيئية بنسبة 25.56 بالمائة.

ترجع أسباب تدهور البيئة بالدرجة الأولى إلى الإنسان وسلوكياته السلبية على البيئة والمحيط، ويأتي الرمي العشوائي للنفايات والنفايات الصناعية في المرتبة الأولى في برامج الإذاعتين، ثم قلة الوعي في الرتبة الثانية، يليها تخریب المحيط والموارد الطبيعية والمساحات الخضراء في المرتبة الثالثة.

فئة الحلول المحتملة لقضايا البيئة؛ كشفت الدراسة أن إذاعة برج بوعريبرج رأت الحل الأول في التعريف بالظواهر الخطيرة على البيئة والإنسان والحيوان. كان الحل الذي برز أكثر ببرامج إذاعة المسيلة هو الحملات التطوعية للتشجير والنظافة وتفعيل عمليات التحسيس وتعليم الناس والأطفال السلوكيات الإيجابية حفاظاً على البيئة والصحة والمحيط. كلاهما ركز على شرح ونقد السلوكيات السلبية التي تلحق أضراراً بالبيئة. كلاهما أكد أيضاً على أهمية إنشاء مرافق وأجهزة واتخاذ إجراءات وإمكانيات تسهم في الحفاظ على البيئة. في حين أهمل كلاهما أهمية البحث العلمي والدراسات ونتائجها للمساهمة في معالجة قضايا البيئة. (يوسف و مبني، 2016، الصفحات 167-170-171-172)

تتقاطع دراستنا مع الدراسة المذكورة أعلاه وتتناول مسألة ذات أهمية اجتماعية كبيرة، حيث استفدنا منها في توسيع الإطار المفاهيمي للبيئة بجميع جوانبها. علاوة على ذلك، توفر لنا هذه الدراسة رؤى قيمة حول الأساليب وأدوات البحث المستخدمة من قبل كلا الباحثين، مما ساعد على تعميق فهمنا للمجال وتطوير أدوات البحث لدينا، يبدو أن هناك تناقض بين عنوان الدراسة والمحتوى الفعلي الذي تمت مناقشته، إذا كان الباحثان قد أشارا إلى إذاعة سطيف كواحدة من النماذج المدروسة في العنوان، ولكن لم يتم تضمينها في التحليل أو المناقشة الفعلية، قد يكون ذلك خطأ أو سهواً في عملية الكتابة أو البحث.

2- تحديد الإشكالية:

إنّ العلاقة بين الإنسان والبيئة علاقة قديمة، وتختلف من مجتمع لآخر، تبعاً لمدى التقدم العلمي والتكنولوجي. لقد أدى سعي الإنسان الدائم إلى التحضر والتصنيع إلى تلويث البيئة واستنزاف مواردها الطبيعية.

تدور إشكالية الدراسة حول دور الإعلام الجديد بصفة عامة، وموقع الفيسبوك بشكل خاص، ومدى مساهمة هذا الأخير في بناء الخلفية الثقافية جيل قضايا البيئة، وبلورة ونشر الوعي البيئي لدى جمهور المستخدمين الجزائريين.

3- تساؤلات الدراسة:

- ما أنماط وطرق استخدام موقع الفيسبوك، وهل يؤدي إلى خلق الوعي البيئي لدى جمهور المستخدمين الجزائريين؟

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

- ما طبيعة الإشبعات المحققة للوعي البيئي الخاصة بجمهور المستخدمين الجزائريين من خلال موقع فيسبوك؟

4- أهداف الدراسة:

1. تحليل أنماط استخدام فيسبوك: دراسة كيفية تفاعل المستخدمين الجزائريين مع المحتوى البيئي وتأثير هذا التفاعل على مستوى الوعي البيئي لديهم.
2. استكشاف دوافع الاستخدام: تحديد الأسباب الكامنة وراء لجوء المستخدمين إلى فيسبوك للاطلاع على قضايا البيئة والتفاعل معها.
3. تقييم الإشبعات: تحليل المنافع أو الإشبعات التي يحصل عليها المستخدمون من تفاعلهم مع المحتوى البيئي.
4. تطبيق نظرية الاستخدامات والإشبعات: فهم العلاقة بين دوافع استخدام فيسبوك وتأثيره على تعزيز الوعي البيئي لدى المستخدمين.
5. تحسين نشر الوعي البيئي: وضع استراتيجيات مبتكرة لتوظيف فيسبوك بفعالية أكبر في رفع المستوى البيئي.
6. فهم التفاعل المجتمعي: دراسة دور الفيسبوك كأداة لتعزيز المشاركة المجتمعية في مناقشة القضايا البيئية والعمل على حلها.
7. تقديم توصيات عملية: اقتراح خطط قابلة للتنفيذ لتحسين استغلال المنصات الرقمية في زيادة الوعي بالقضايا البيئية وتعزيز الجهود لحماية البيئة.

II. المدخل النظري:

نظرية الاستخدامات والإشبعات التي تهتم بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة. أدى إدراك عواقب الفروق الفردية، والتباين الاجتماعي إلى إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام الجماهيرية. وكان ذلك تحولاً من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال، إلى رؤيتها على أنها فعالة في انتقاء أفرادها رسائل ومضموناً مفضلاً من وسائل الإعلام. (مكاوي والسيد، 1998، صفحة 239)

1- منهجية الدراسة:

دراستنا تندرج ضمن إطار الدراسات الوصفية، حيث اعتمدنا على منهج المسح بالعينة بدلا من المسح الشامل، تجنبنا إجراء دراسة شاملة تشمل جميع سكان الجزائر نظرا لصعوبة ذلك، واكتفينا باختيار عينة تضم 65 مفردة، وهو الرقم الذي وجدناه مناسباً لأغراض الدراسة. استخدمنا أسلوب عينة كرة الثلج، وهو نوع من العينات غير الاحتمالية، حيث تم اختيار الأفراد بناء على توصيات وعلاقات مع أشخاص سبق اختيارهم. بدأنا بمجموعة صغيرة مهتمة بقضايا البيئة: واعتمدنا عليها كنواة أولى للعينة. وبعد ذلك، أفراد هذه المجموعة قاموا بترشيح آخرين لديهم اهتمام بالإجابة على استبياننا. هذه الإستراتيجية تشبه تكون كرة الثلج حيث تبدأ صغيرة ثم تزداد حجما تدريجيا مع الوقت.

2- أدوات جمع البيانات:

تم تركيز الدراسة على استهداف مجال جغرافي محدد، وهو منصة فيسبوك، حيث وقع اختيارنا على صفحات جزائرية بارزة مثل "الجزائر الخضراء" التي تضم حوالي مليوني متابع جزائري. في الجانب البشري للدراسة، شملت العينة المستخدمين من كلا الجنسين ممن يستخدمون منصة الفيسبوك. لجمع البيانات، اعتمدنا على الملاحظة بالمشاركة بالإضافة إلى الاستبيان، حيث تضمن هذا الأخير 31 سؤالاً موزعة على ثلاثة محاور رئيسية.

تم اختيار عينة الدراسة البالغ عددها 65 فردا من مجتمع الدراسة باستخدام أسلوب العينة العمدية كخطوة أولى. ركزنا اختيارنا الأولي على أشخاص مهتمون بالبيئة لتوجيهنا إلى باقي أفراد العينة، وذلك بإتباع منهجية عينة كرة الثلج.

3- تحليل بيانات الدراسة الميدانية:

استناداً للمعطيات المحصل عليها في استمارة الاستبيان التي تم توزيعها على المبحوثين:

الجدول رقم (1): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير جنس.

الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	18	% 27.69
أنثى	47	% 72.31
المجموع	65	% 100

- قراءة نتائج الجدول:

تظهر نتائج الجدول أن 47 فرداً، بنسبة 72.31% من المبحوثين، هم من الإناث، مما يعكس هيمنة واضحة للعنصر النسوي في الاهتمام بموضوع البيئة والتوعية البيئية. يمكن تفسير هذا الاهتمام بدور المرأة الجزائرية البارز في الحفاظ على البيئة، سواء على المستوى الفردي أو الوطني. هناك العديد من الطرق التي يمكن للمرأة الجزائرية من خلالها الإسهام في حماية البيئة

1. دور المرأة الجزائرية داخل الأسرة

✓ التوعية البيئية: تلعب المرأة دور القدوة داخل أسرتها، حيث يمكنها تشجيع أفراد الأسرة على تبني سلوكيات صديقة للبيئة، مثل إعادة التدوير وتقليل استهلاك الموارد.

✓ الزراعة المنزلية: تُشجع المرأة على الزراعة المنزلية وزراعة النباتات التي تحسن جودة الهواء وتوفر غذاءً صحياً للعائلة.

2. دور المرأة الجزائرية على الصعيد الوطني

✓ قيادة المبادرات البيئية: تسهم المرأة في تنظيم حملات ومبادرات بيئية كتنظيف الشواطئ والحدائق العامة، بالإضافة إلى إقامة ورش عمل تثقيفية حول أهمية الحفاظ على البيئة.

✓ تعزيز الاستدامة: تدعو المرأة لاستخدام المنتجات الصديقة للبيئة ودعم المشاريع المحلية التي تعتمد على الطاقة المتجددة أو المواد المعاد تدويرها.

3. دور المرأة الجزائرية في العمل

✓ الابتكار البيئي: تستطيع المرأة الجزائرية أن تقدم إسهامات ملموسة من خلال ابتكار حلول تقنية تحد من التلوث أو تصميم منتجات مستدامة صديقة للبيئة.

✓ قيادة السياسات البيئية: يمكنها المساهمة الفعالة في صياغة سياسات بيئية سواء محلياً أو دولياً لتعزيز الأهداف المستدامة.

4. دور المرأة الجزائرية في التعليم

✓ تعليم الأجيال القادمة: عبر دورها كمعلمة أو مُربيّة، يمكنها غرس قيم الحفاظ على البيئة في نفوس الأجيال الجديدة وتشجيعهم على تبني ممارسات مستدامة طويلة الأمد.

✓ البحث العلمي: تسهم المرأة الجزائرية من خلال البحث العلمي في إيجاد حلول مبتكرة لمعالجة التحديات البيئية مثل تغير المناخ وتلوث الموارد الطبيعية.

5. دور المرأة الجزائرية في الزراعة

✓ الزراعة المستدامة: تساهم المرأة العاملة في المجال الزراعي من خلال تبني أساليب زراعية تحفظ التربة والمياه وتحد من استخدام المواد الكيميائية الضارة.

6. دور المرأة الجزائرية في التغيير العالمي

✓ المشاركة في المؤتمرات الدولية: تمثل المرأة الجزائرية بلدها في المؤتمرات الدولية المتعلقة بالبيئة، مما يعزز وضعها كمداخلة عن التنمية المستدامة والسياسات البيئية الفعالة.

✓ المناصرة لحقوق البيئة: تُعرّف كناشطة تروج لحماية البيئة وزيادة الوعي بقضاياها على المستويين المحلي والعالمي.

7. التحديات التي تواجه المرأة الجزائرية

✓ عدم المساواة في الوصول إلى الموارد: تعاني بعض النساء، خاصة في المناطق الريفية، من قيود تحول دون حصولهن على الموارد اللازمة للمشاريع البيئية مثل التمويل أو الأراضي.

✓ التهميش في صنع القرار: تواجه النساء تحديات تعيق مشاركتهن في القرارات المتعلقة بالسياسات البيئية، مما يقلل من قدرتها على تحقيق تأثير فعال.

يظل دور المرأة الجزائرية محورياً في مختلف المجالات المتعلقة بالبيئة، إلا أن تمكينها بشكل أكبر وتذليل العقبات التي تواجهها يُعد ركيزة أساسية لتحقيق تقدم ملموس في قضايا البيئة والتنمية المستدامة.

الجدول رقم (2): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن.

النسبة	التكرار	السن
53.85 %	35	20-29 سنة
27.69 %	18	30-39 سنة
18.46 %	12	40-59 سنة
100 %	65	المجموع

- قراءة الجدول:

تشير نتائج الجدول إلى أن 35 فرداً، أي ما يعادل 53.85% من أفراد العينة، ينتمون إلى الفئة العمرية بين 20 و 29 سنة. تعتبر هذه الفئة العمرية في الجزائر الأكثر نشاطاً على منصات التواصل الاجتماعي، ولا سيما فيسبوك. يتميز شباب هذه الفئة باهتمام ملحوظ بقضايا متعددة، أبرزها القضايا البيئية، في ظل تنامي الوعي الوطني بالتغيرات المناخية والتحديات البيئية المتزايدة. أبرز ما يُلاحظ بخصوص هذه الفئة:

1. التفاعل مع فيسبوك كمنصة رئيسية

✓ يُعد فيسبوك بالنسبة للكثير من الشباب الجزائري المصدر الأساسي للأخبار والمعلومات.

✓ تستضيف المنصة العديد من الحملات التوعوية المتعلقة بالقضايا البيئية.

✓ تُشكّل المجموعات والصفحات المهمة بالبيئة على فيسبوك مصادر قيمة للنقاشات والمعلومات حول هذه القضايا.

2. ارتفاع مستوى الوعي البيئي:

✓ يشهد الوعي البيئي بين الشباب الجزائري تطوراً ملحوظاً، لاسيما مع انتشار الأخبار المتعلقة بالتلوث وأثار التغير المناخي.

✓ يشارك بعض الشباب في تنظيم فعاليات بيئية من خلال فيسبوك، مثل حملات التشجير وتنظيف الأحياء

3. التحديات والصعوبات

✓ رغم هذا الاهتمام المتزايد، يبقى نقص الموارد والدعم الحكومي عائقاً أمام دعم مبادرات الشباب في هذا المجال

✓ يجد بعض الشباب صعوبة في تحويل اهتمامهم النظري إلى ممارسات عملية بسبب قلة الدعم أو التمويل اللازم.

4. دور المؤثرين على الشبكات الاجتماعية

✓ للمؤثرين على فيسبوك دور كبير في تعزيز الوعي البيئي. حيث ينشر بعضهم محتوى يسلط الضوء على أساليب الحياة الصديقة للبيئة، مثل استخدام المنتجات الطبيعية وتقليل النفايات.

5. المبادرات المحلية عبر المنصة الرقمية

✓ تظهر على المنصة مبادرات محلية توفر فضاءً لتبادل الأفكار حول إعادة التدوير والحد من التلوث.

✓ يشارك العديد من الشباب تجارب شخصية ملهمة تتعلق بالممارسات البيئية، مما يشجع الآخرين على المشاركة والانخراط.

يتضح من هذه النقاط أن الشباب الجزائري في هذه الفئة العمرية يجمع بين النشاط الرقمي والاهتمام بالقضايا البيئية، غير أن تحقيق تقدم ملموس يتطلب تكثيف جهود الدعم والمساندة لهذه المبادرات الواعدة

الجدول رقم (3): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي.

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة
متوسط	3	4.62 %
ثانوي	6	9.23 %
جامعي	55	84.61 %
دراسات عليا (دكتوراه)	1	1.54 %
المجموع	65	100 %

- قراءة الجدول:

تشير النتائج إلى أن 55 شخصاً من العينة، أي ما يعادل 84.61% يمتلكون مستوى تعليمياً جامعياً ويظهرون اهتماماً كبيراً بالتنوع البيئية. يمكن تفسير هذا الاهتمام من خلال مجموعة عوامل أساسية تشمل:

1. إدراج مفاهيم التوعية البيئية في المناهج الدراسية

✓ قامت الجامعات الجزائرية بتضمين مفاهيم التوعية البيئية ضمن برامجها التعليمية، مما يتيح للطلاب فرصة التعرف عليها بشكل منتظم ومنهجي خلال مسيرتهم الدراسية. هذا التوجه يساهم في تعزيز وعي الطلاب بأهمية البيئة والتحديات التي تواجهها

2. دور الجامعة كمنصة للتوعية

✓ الجامعة ليست مجرد مؤسسة تعليمية أكاديمية فحسب، بل تعد أيضاً فضاءً لنشر الوعي وتثقيف الطلاب حول القضايا العامة، بما فيها القضايا البيئية. عبر الأنشطة المختلفة مثل المحاضرات وورش العمل، حيث يتم فيها تعزيز إدراك الطلاب لأهمية الاهتمام بالبيئة

3. إشراك الطلاب في حل المشكلات البيئية

✓ تحفز الجامعات طلابها للمشاركة في مواجهة التحديات البيئية من خلال الأبحاث العلمية أو تطبيق مشاريع عملية. هذا النهج يطور لديهم حس المسؤولية تجاه البيئة، ويزيد ارتباطهم بالقضايا البيئية

4. التأثير المجتمعي للتعليم العالي

✓ يتميز الأفراد الحاصلون على تعليم جامعي غالبًا بوعي أعمق بالقضايا الاجتماعية والبيئية، نتيجة لوجود بيانات تعليمية تدعم التفكير النقدي والتحليلي. هذا الأمر يعزز استعدادهم لتبني عادات وسلوكيات صديقة للبيئة والمشاركة بفعالية في أنشطة التوعية

5. دور الجامعة في خدمة البيئة

✓ تلعب الجامعات الجزائرية دورًا محوريًا في دعم البيئة، سواء عبر الأبحاث العلمية المتخصصة أو من خلال نشر الوعي البيئي بين الطلاب وأعضاء هيئة التدريس. هذه الجهود تسهم في إعداد جيل مثقف وملتزم بحماية البيئة والمحافظة عليها.

الجدول رقم (4): يوضح المنطقة الجغرافية التي ينتمي إليها المبحوثون.

من أي منطقة أنت؟	التكرار	النسبة
شمال	11	16.92%
جنوب	10	15.38%
شرق	8	12.31%
غرب	7	10.77%
وسط	29	44.62%
المجموع	65	100%

- قراءة الجدول:

توضح النتائج توزيع العينة على مناطق الجزائر كالتالي: منطقة الوسط تضم 29 مفردة بنسبة 44.62 % تلها منطقة الشمال بـ 11 مفردة بنسبة 16.92 %، ثم الجنوب بـ 10 مفردات بنسبة 15.38 %، فالشرق بـ 8 مفردات بنسبة 12.31 %، وأخيرا الغرب بـ 7 مفردات بنسبة 10.77 %. يشير هذا التوزيع إلى أن منطقة الوسط تمثل النسبة الأكبر من العينة (44.62%)، يليها الشمال، ثم الجنوب، فالشرق، وأخيرا الغرب التي تُعد المنطقة الأقل تمثيلا.

على صعيد التوزيع الجغرافي، يظهر تفاوت واضح في توزيع العينة بين المناطق. من حيث الأهمية الإحصائية، إذا كانت العينة تعبر عن المجتمع بشكل شامل، فقد تعكس هذه النتائج توزيعًا جغرافيًا للظاهرة موضوع الدراسة.

الجدول رقم (5): يوضح وسائل الإعلام الأكثر استخداما من قبل المبحوثين.

استخدامات موقع الفيسبوك	التكرار	النسبة
التلفزيون	18	21.69%
الراديو	2	2.41%
الإنترنت	62	74.70%
الهاتف	1	1.20%
المجموع	83	100%

- قراءة الجدول:

يُظهر الجدول بوضوح أن الإنترنت أصبحت الوسيلة الإعلامية الأكثر تفضيلاً واستخداماً بين أفراد العينة، متقدمة على التلفزيون الذي يحتل المرتبة الثانية، يليه كل من الراديو والهاتف. أما الصحافة

المطبوعة، بما في ذلك الجرائد والمجلات، فقد تراجعت بشكل ملحوظ حتى أصبحت شبه غائبة عن قائمة الوسائل المفضلة. يتصدر الإنترنت المشهد الإعلامي نتيجة انتشاره الواسع خلال السنوات الأخيرة، مدعوماً بالتطور الكبير في تقنيات الإعلام والاتصال وتطبيقاته الحديثة. توفر هذه التكنولوجيا الحديثة خدمات متنوعة تلبي احتياجات المستخدمين، مما جعلها بديلاً عملياً للوسائل الإعلامية التقليدية. فمن خلال الإنترنت يمكن الوصول إلى البث الحي والمباشر للبرامج، ومتابعة القنوات التلفزيونية والإذاعية، وهو ما حوّل الشبكة العنكبوتية إلى منصة شاملة تجمع مختلف أنواع الوسائل الإعلامية، مما ساهم في زيادة شعبيتها وجذبها لجمهور واسع، خاصة بين الشباب.

من جهة أخرى، لا يزال التلفزيون يحتفظ بمكانة مميزة بفضل تنوع قنواته وبرامجه وكذلك قدرته على مواكبة التطورات التكنولوجية. كما يظل التلفزيون منتشرًا ومتوفرًا في معظم المنازل، مما يضمن له قاعدة جماهيرية ثابتة

أما الصحف والمجلات المطبوعة في الجزائر، فقد شهدت تراجعاً حاداً في جمهورها مع صعود وسائل الإعلام الرقمية التي تفوقت عليها من حيث السرعة وسهولة الوصول والتفاعل. هذا التوجه أدى إلى انحسار كبير في دور الصحافة المطبوعة إلى حد قريب من الاندثار في ظل تزايد الاعتماد على الحلول الرقمية.

الجدول رقم (6): يوضح كيفية استخدام المبحوثين للإنترنت.

النسبة	التكرار	إذا كانت الإجابة بنعم، فهل تستخدمها بـ
50.77%	33	بانتظام
7.69%	5	أحيانا
40%	26	غالبا
1.54%	1	نادرا
100%	65	المجموع

- قراءة الجدول:

لتوضيح كيفية استخدام أفراد العينة للإنترنت بناءً على المعطيات المتوفرة

1. نسبة الاستخدام المنتظم: 50.77% من أفراد العينة يعتمدون على الإنترنت بانتظام، مما يدل على أن نصف المبحوثين يدمجون الإنترنت بشكل دائم ومستمر في أنشطتهم اليومية
2. نسبة الاستخدام المتكرر: 40% من أفراد العينة يستخدمون الإنترنت بشكل متكرر ولكن دون انتظام كامل، وهو ما يشير إلى نمط استخدام أقل كثافة مقارنة بالمستخدمين المنتظمين
3. تحليل النتائج: عند جمع الفئتين (المنتظم والمتكرر)، نجد أن نسبة الاستخدام تصل إلى 90%. هذا يبرز أهمية الإنترنت كأداة أساسية لدى شريحة كبيرة من المجتمع، لاسيما بين الجامعيين. أما النسبة المتبقية 10% فقد تمثل أفراداً لا يستخدمون الإنترنت أو يقتصر استخدامهم عليه بشكل نادر جداً.

الجدول رقم (7): يوضح مدة استخدام المبحوثين للإنترنت.

النسبة	التكرار	منذ متى تستخدم الإنترنت؟
3.08%	2	منذ فترة قصيرة
20.00%	13	منذ فترة متوسطة
76.92%	50	منذ فترة طويلة
100%	65	المجموع

- قراءة الجدول:

يتضح من الجدول أن غالبية المشاركين في الدراسة يستخدمون شبكة الإنترنت منذ مدة طويلة جدًا، حيث تظهر ذلك النسبة المرتفعة البالغة 76.92% يعكس هذا بجلاء الدور المهم الذي باتت تلعبه الإنترنت مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى، لاسيما بين فئات جماهيرية متنوعة وواسعة. أصبحت الإنترنت الوسيلة الأكثر تفضيلاً واستخداماً بين أفراد العينة

وتُعد شبكة الإنترنت أبرز وسائل الإعلام الجديد وأسرعها تطوراً وأوسعها ذيوفا وانتشاراً، فقد أحدثت تأثيراً كبيراً في شتى الجوانب الاتصالية، فهي الوسيلة التي مكّنت الناس حول العالم من التواصل فيما بينهم في أقصى سرعة ممكنة، متخطية الحدود ومتجاوزة المسافات ومتغلبة على كثير من القيود المختلفة، إلى الحد الذي أصبحت فيه اليوم تمثل نمط استخدام ثابت في حياة الكثير من الناس في مختلف أنحاء العالم.(قرناني و بكار، 2018، صفحة 70)

الجدول رقم (8): يوضح المواقع الأكثر استخداماً من قبل المبحوثين.

ما المواقع الأكثر استخداماً من طرفك؟	التكرار	النسبة
المواقع العامة	18	20.69%
المواقع المتخصصة	10	11.49%
مواقع الدردشة	5	5.75%
المنتديات	3	3.45%
مواقع التواصل الاجتماعي	48	55.17%
مواقع أخرى	3	3.45%
المجموع	87	100%

- قراءة الجدول:

يوضح الجدول المواقع الأكثر استخداماً من قبل المشاركين في الدراسة، حيث يتضح أن مواقع التواصل الاجتماعي تأتي في الصدارة بنسبة 55.17%، حيث تمتاز الوسائط الإعلامية الحديثة بسرعة انتشارها وإمكانية وصولها بسهولة إلى الفئات المستهدفة في مختلف مجالات الحياة، مما يجعل استخدامها في تعزيز الوعي البيئي بين الجماهير أمراً ذا أهمية كبيرة

ومن خلال الوسائط الجديدة يمكن تثقيف وتوعية الجماهير بأهمية المحافظة على البيئة وتشجيعهم على المشاركة في الأنشطة التي تحافظ على البيئة من التلوث. ومن خلال تلك الوسائط يمكن القيام بحملات توعية مكثفة لمحاربة السلوكيات الضارة بالبيئة والتي قد تنتشر في مجتمع من المجتمعات وتؤثر سلباً على البيئة وعلى الإنسان وعلى الكائنات الحية(مهري، 2016، صفحة 207)

وحماية البيئة مسؤولية جماعية وليست مسؤولية الحكومات أو جمعيات المحافظة على البيئة وبإمكان الجميع أن يسهموا في الحفاظ على البيئة.

الجدول رقم (9): ترتيب المواقع حسب درجة استخدام المبحوثين لها.

رتب	هذه المواقع حسب درجة استخدامها لها	1	2	3	4	5	المجموع
الفيسبوك	ت	43	9	4	5	4	65
	%	66.15%	13.85%	6.15%	7.69%	6.15%	100%
يوتيوب	ت	16	27	6	10	6	65
	%	24.62%	41.54%	9.23%	15.38%	9.23%	100%

أنستغرام	ت	16	11	19	15	4	65
%		24.62%	16.92%	29.23%	23.08%	6.15%	100%
نتفلكس	ت	13	3	4	30	15	65
%		20.00%	4.62%	6.15%	46.15%	23.08%	100%
تيك توك	ت	17	7	10	23	8	65
%		26.15%	10.77%	15.38%	35.38%	12.31%	100%

- قراءة الجدول:

يعرض الجدول نتائج دراسة تفصيلية حول أبرز البرامج أو التطبيقات استخدامًا ووصولًا في الجزائر، استنادًا إلى عينة مختارة من المبحوثين. ومن خلال أداة الملاحظة بالمشاركة، يمكن تعميق تحليل البيانات الواردة، مع تسليط الضوء على الأبعاد الاجتماعية والثقافية التي تساعد في تفسير هذه النتائج:

1. تفضيل منصة فيسبوك

✓ البيانات الكمية: يظهر من الجدول أن منصة فيسبوك تصدر قائمة الاستخدام والتفضيل بين المبحوثين، حيث حصلت على 43 مفردة، مما يؤكد مكانتها باعتبارها المنصة الاجتماعية الأكثر انتشارًا وشيوعًا

✓ التحليل الكيفي: بالاعتماد على الملاحظة بالمشاركة، يمكن تفسير هذا التفضيل بالانتشار الواسع الذي شهدته المنصة خلال السنوات الأخيرة. فلم تعد مقتصرة على التواصل مع العائلة والأصدقاء، بل أصبحت مجالًا متعدد الاستخدامات يشمل مشاركة الأنشطة اليومية، متابعة الأخبار، التسوق عبر الإنترنت، وحتى النقاشات الاجتماعية والسياسية

✓ السياق الاجتماعي: أظهرت الملاحظات أن فيسبوك بات جزءًا من الروتين اليومي للجزائريين، وهو ما يعكس قدرته على التكيف مع تنوع احتياجات المستخدمين

2. دور فيسبوك في تعزيز التواصل

✓ البيانات الكمية: تشير الإحصاءات إلى الدور الأساسي الذي يلعبه فيسبوك كوسيلة للتواصل، خاصة مع العائلة والأصدقاء.

✓ التحليل الكيفي: أظهرت الملاحظة بالمشاركة أن المنصة تؤدي دورًا محوريًا في الحفاظ على الروابط الاجتماعية، لاسيما لمواجهة العوائق الجغرافية أو الاجتماعية. وتبرز خدمات مثل المكالمات الصوتية والمرئية كعوامل أساسية تساهم في تعزيز هذا الدور التواصل

✓ السياق الثقافي: في مجتمع يولي أهمية كبيرة للعلاقات الأسرية والصدقة، يعتبر فيسبوك أداة مثالية للحفاظ على هذه الروابط، خصوصًا في ظل انتشار ظواهر مثل الهجرة الداخلية أو الخارجية التي قد تسبب في تباعد أفراد العائلة.

3. ارتفاع عدد مستخدمي فيسبوك

✓ البيانات الكمية: لوحظ تزايد مستمر في عدد مستخدمي المنصة، مع انضمام فئات عمرية واجتماعية متنوعة من مختلف الشرائح

✓ التحليل الكيفي: يرجع هذا التزايد إلى تنوع الخدمات التي يقدمها فيسبوك والتي أصبحت تجذب شرائح اعتبرت سابقًا أقل اهتمامًا بالمنصة، مثل كبار السن. فضلًا عن ذلك، فإن سهولة استخدام المنصة وتوافرها على الهواتف الذكية ساعدا في تعزيز قاعدة المستخدمين

✓ السياق التكنولوجي: أدت التحسينات المستمرة في خدمات الإنترنت والتوسع في انتشار الهواتف الذكية داخل الجزائر إلى تسهيل الوصول إلى المنصة، ما ساهم بدوره في استقطاب مزيد من المستخدمين، خصوصاً من المناطق الريفية أو كبار السن.

4. التعدد الوظيفي لفيسبوك

✓ البيانات الكمية: أصبح من الواضح أن منصة فيسبوك لم تعد مقتصرةً على التواصل فقط، بل تحولت لتكون بيئة متعددة الأنشطة

✓ التحليل الكيفي: من خلال الملاحظة بالمشاركة، تبين أن المستخدمين يستخدمون المنصة لأغراض متنوعة تشمل التجارة، التعليم، الترفيه، وحتى النشاط السياسي. فمنه ممن يقوم بالترويج لمنتجاته أو متابعة الدورات التعليمية أو مشاهدة محتويات ترفيهية متنوعة

✓ السياق الاقتصادي: في ظل الظروف الاقتصادية الصعبة التي تمر بها البلاد، تحول كثير من المستخدمين إلى فيسبوك كوسيلة لتحسين دخلهم من خلال البيع أو تقديم خدمات عبر المنصة. يعكس هذا التحول إدراك المستخدمين لدور التكنولوجيا الحديثة في تحقيق أهداف اقتصادية مباشرة.

تُظهر الدراسة أن استخدام منصة فيسبوك يتجاوز حدود الوظائف التقليدية لمنصات التواصل الاجتماعي، لتصبح جزءاً لا يتجزأ من الحياة الاجتماعية والاقتصادية وحتى الثقافية للمجتمع الجزائري

الجدول رقم (10): يوضح كيفية استخدام المبحوثين موقع الفيسبوك.

هل تستخدم موقع الفيسبوك؟	التكرار	النسبة
بانتظام	35	53.85%
أحيانا	17	26.15%
غالباً	13	20.00%
المجموع	65	100%

- قراءة الجدول:

يوضح الجدول أنماط استخدام المشاركين لموقع فيسبوك، حيث تشير النتائج الأولية إلى أن غالبية المستخدمين يتصفحون الموقع بانتظام، بنسبة 53.85% تعكس هذه النسبة المرتفعة الانتشار الواسع لاستخدام فيسبوك بين أفراد العينة، مما يبرز دوره كمنصة رقمية رئيسية في حياتهم اليومية. يلاحظ أن هذا الاعتماد الكبير على الموقع يعكس أهميته في تعزيز التفاعل الاجتماعي وتبادل الآراء بين المستخدمين، بالإضافة إلى إبراز تأثيره الواضح في تشكيل قنوات الاتصال الحديثة.

الجدول رقم (11): يوضح مواجهة أو عدم مواجهة المبحوثين الصعوبات في استخدام موقع الفيسبوك.

هل تواجهك صعوبات في استخدام موقع الفيسبوك؟	التكرار	النسبة
نعم	12	18.46%
لا	53	81.54%
المجموع	65	100%

- قراءة الجدول:

تفيد البيانات بأن معظم المشاركين في الدراسة، بمانسبته 81.54%، لا يواجهون مشكلات تذكر أثناء استخدام منصة فيسبوك. تعكس هذه النسبة المرتفعة سهولة استخدام المنصة وسلاسة واجهتها، مما يجعلها مناسبة لمختلف فئات المستخدمين. وبناءً على ذلك، يمكن استنتاج أن تصميم فيسبوك يركز بشكل

أساسي على السهولة والوضوح، وهو ما يسهم في تعزيز تفاعل المستخدمين وتقليل التحديات التقنية التي قد تؤثر سلباً على تجربتهم

جدول رقم (12): الصعوبات التي يواجهها المبحوثون أثناء استخدامهم موقع الفيسبوك.

النسبة	التكرار	إذا كانت الإجابة بنعم، فما هي هذه الصعوبات؟
5.88%	2	عدم التحكم في استخدام الإنترنت
2.94%	1	صعوبات لغوية
88.24%	30	تذبذب الاتصال بالإنترنت
2.94%	1	عدم السماح من طرف فيسبوك بنشر مواضيع تدافع عن هويتنا العربية والإسلامية
100%	34	المجموع

قراءة الجدول:

يبرز الجدول أنواع المشكلات التي يواجهها المستخدمون أثناء تصفحهم لموقع فيسبوك، حيث يتضح أن انقطاع الإنترنت (88.24 %) أو عدم استقراره هو التحدي الأكثر انتشاراً. يعود ذلك إلى عوامل عدة، منها الجغرافيا؛ فالمساحة الشاسعة للجزائر، التي تنافس حجم قارة، تجعل من الصعب ضمان تغطية إنترنت بجودة عالية في جميع المناطق. ومع الوضع الراهن، يبدو من غير العملي أن تتجه الحكومة الجزائرية نحو نشر آلاف الأقمار الصناعية لتحسين جودة الإنترنت، إذ أن هذا الحل يتطلب موارد تقنية ومالية ضخمة تتجاوز الإمكانيات الحالية للدولة. باستخدام أداة الملاحظة بالمشاركة، يمكن تعميق فهم البيانات، مما يكشف عن حالة إحباط شائعة بين المستخدمين بسبب تذبذب الاتصال، الأمر الذي ينعكس بشكل مباشر على استخدامهم للمنصات الرقمية مثل فيسبوك. كما تشير الملاحظات الميدانية إلى أن المشكلة ليست فقط ذات طابع تقني، بل ترتبط أيضاً بحالة البنية التحتية الأساسية لقطاع الاتصالات، والتي تحتاج إلى تحسين جذري لتلبية الطلب المتزايد. بناءً على ذلك، فإن تحسين جودة الإنترنت يتطلب تبني حلول عملية ومدرسة بدلاً من الاعتماد على خيارات بعيدة عن الواقع وغير قابلة للتطبيق

الجدول رقم (13): يوضح الوقت الذي يقضيه المبحوثون عبر الفيسبوك.

النسبة	التكرار	كم من الوقت تمضي عبر موقع الفيسبوك؟
12.31%	8	أقل من ساعة
38.46%	25	من ساعة إلى ساعتين
49.23%	32	أكثر من ساعتين
100%	65	المجموع

- قراءة الجدول:

تحليل الجدول باستخدام أداة الملاحظة بالمشاركة يتطلب فهماً عميقاً للسياق الذي يتم فيه استخدام منصة فيسبوك من قبل المبحوثين، إلى جانب تفسير البيانات الكمية المقدمة (49.23 % من المبحوثين يقضون أكثر من ساعتين يومياً على الموقع). فيما يلي تحليل علمي شامل

1. تفسير البيانات الكمية: تشير النسبة التي تبين أن 49.23 % من المستخدمين يقضون ما يزيد على ساعتين يومياً على فيسبوك إلى استخدام مكثف للمنصة، وهو ما يعكس دورها البارز في حياة الأفراد اليومية. ويمكن عزو هذا الاستخدام المكثف إلى عدة عوامل

✓ الجاذبية التكنولوجية: حيث يمتلك فيسبوك واجهة تفاعلية تسهل الاستخدام وتجذب الانتباه لفترات طويلة

✓ التواصل الاجتماعي: إذ يُعد وسيلة رئيسية للتواصل مع الأصدقاء وأفراد الأسرة

✓ المحتوى المتنوع: المحتويات المقدمة (مثل الأخبار، الفيديوهات، الإعلانات، والمجموعات) تلعب دورا كبيرا في زيادة زمن التفاعل مع المنصة

2. فهم السياقات عبر أداة الملاحظة بالمشاركة: من خلال استخدام هذه الأداة، يمكن تحليل الجوانب الاجتماعية والثقافية والنفسية التي تحفز هذا الاستعمال المكثف، وذلك عبر

✓ السياق الاجتماعي: قد يكون الدافع هو متابعة أخبار الأصدقاء أو المشاركة في نقاشات عامة ذات صلة بالمجتمع.

✓ السياق الثقافي: يعكس استخدام فيسبوك في الجزائر مثلا كونه وسيلة أساسية للتواصل الاجتماعي، بما يتماشى مع عادات المجتمع المحلي

✓ السياق النفسي: قد يشير قضاء وقت طويل على فيسبوك إلى رغبة المستخدمين في الهروب من ضغوط الحياة اليومية أو البحث عن الترفيه

3. الآثار المترتبة على الاستخدام المكثف: يمكن تصنيف هذه الآثار إلى إيجابية وسلبية

✓ الآثار الإيجابية: تعزيز الروابط الاجتماعية، الاطلاع على محتوى معرفي متنوع، وتسهيل الوصول إلى المعلومات بشكل سريع

✓ الآثار السلبية: قد يؤدي الاستخدام المفرط إلى الإدمان، تأثيرات سلبية على الصحة النفسية (مثل القلق والاكتئاب)، وتبديد الوقت الذي يمكن استغلاله في أنشطة ذات قيمة أعلى

4. التوصيات بناءً على هذا التحليل، يمكن اقتراح عدد من التوصيات لتحسين طريقة استخدام المنصة:

✓ توعية المستخدمين بضرورة إدارة وقتهم أثناء استخدام التطبيقات الرقمية

✓ تشجيع الأفراد على تخصيص وقت لأنشطة اجتماعية وثقافية خارج الفضاء الرقمي

✓ إجراء دراسات إضافية لفهم الدوافع الأساسية للاستخدام المكثف وتأثيره على الصحة النفسية والاجتماعية من منظور شامل.

جدول رقم (14): يوضح الأوقات المفضلة لتصفح الفيسبوك.

ما الأوقات المفضلة لديك لتصفح موقع الفيسبوك؟	التكرار	النسبة
صباحا	7	9.72%
مساء	17	23.61%
ليلا	48	66.67%
المجموع	72	100%

- قراءة الجدول:

يعرض الجدول التوزيع الزمني المفضل لاستخدام موقع فيسبوك بين الباحثين، حيث تشير البيانات إلى أن 66.67% من المشاركين يفضلون استخدام المنصة خلال فترة الليل. من الجدير بالذكر أن فيسبوك يقدم ميزة الوضع الليلي، المعروفة بـ "الوضع المظلم" أو "Mode sombre"، لتحسين تجربة المستخدم أثناء الاستخدام الليلي أو في الإضاءة الخافتة، مع التركيز على تقليل إجهاد العين وتعزيز الراحة البصرية. هذه الميزة تُعتبر استجابة لتفضيلات والظروف البيئية للمستخدمين الذين يفضلون تصفح فيسبوك خلال تلك الفترة

عند تحليل أنماط الاستخدام الليلي لفيسبوك من منظور نفسي، اجتماعي، وسلوكي، تبرز مجموعة من الأسباب التي تُفسر هذا التفضيل

1. الهروب النفسي

✓ التفسير النفسي: يميل الأفراد إلى استخدام فيسبوك ليلاً كوسيلة للهروب من ضغوط الحياة اليومية، بما في ذلك العمل أو الدراسة أو الالتزامات العائلية. الليل يوفر جواً هادئاً يمنحهم مساحة شخصية للانغماس في العالم الافتراضي بعيداً عن متاعب الواقع

✓ هذا السلوك يعد آلية تكيفية للتعامل مع التوتر أو القلق، خصوصاً عندما تكاد تنعدم الخيارات الأخرى للاسترخاء

2. الشعور بالوحدة والعزلة الاجتماعية

✓ التفسير النفسي: غالباً ما يشعر بعض الأفراد بالوحدة أو العزلة خلال ساعات الليل، خاصة إذا كانوا يعيشون بمفردهم أو يعانون من صعوبات في العلاقات الاجتماعية. فيسبوك يصبح عندئذٍ منصة للتواصل وتخفيف الشعور بالعزلة

✓ وفقاً لنظرية "الحاجة إلى الانتماء"، يسعى الإنسان لتعويض نقص التفاعلات الاجتماعية الواقعية من خلال بناء روابط افتراضية تُشبع احتياجاته العاطفية

3. التأمل الذاتي والتفكير الزائد

✓ التفسير النفسي: الليل يشكل فترة للتأمل المكثف والتفكير الزائد لدى الكثيرين، مما قد يعزز المشاعر السلبية أو الأفكار المقلقة. هنا يصبح فيسبوك أداة للالهاء وتشتيت الانتباه عن تلك الأفكار غير المرغوب فيها

✓ يُلاحظ أن التكنولوجيا تُستخدم في كثير من الأحيان كوسيلة للهروب من مواجهة المشاعر السلبية مباشرة، ما قد يؤدي أحياناً إلى إدمان سلوكي على المنصات الرقمية

4. اضطرابات النوم والأرق

✓ التفسير النفسي: يعاني العديد من الأفراد من صعوبات في النوم أو الأرق خلال الليل، ما يدفعهم للجوء إلى فيسبوك لتمضية الوقت ريثما يشعرون بالنعاس أو الاسترخاء

5. الإدمان الرقمي

✓ التفسير النفسي: الاستخدام المكثف لفيسبوك خلال الليل قد يكون مؤشراً على إدمان رقمي، حيث تلعب المنصة دوراً محورياً في تلبية احتياجات نفسية معينة، مثل البحث عن التفاعل الاجتماعي (الإعجابات والتعليقات).

✓ هذا الإدمان قد يتحول إلى سلوك قهري يتفاقم أثناء الليل بسبب قلة البدائل الترفيهية أو الاجتماعية المتاحة في ذلك الوقت.

باختصار، يرتبط استخدام فيسبوك ليلاً بمجموعة معقدة من الدوافع النفسية والاجتماعية التي تتنوع بين الحاجة للاسترخاء والتفاعل الاجتماعي وحتى الهروب من الذات، مما يؤكد دوره المهم في حياة مستخدميه ضمن سياقات مختلفة.

جدول رقم (15): يوضح الأماكن المفضلة لدى المبحوثين لتصفح الفيسبوك

أستخدم موقع الفيسبوك عندما تكون في:	التكرار	النسبة
المنزل	61	76.25%

15.00%	12	الجامعة
2.50%	2	مقاهي الإنترنت
2.50%	2	وسائل النقل
3.75%	3	كل الأماكن
100%	80	المجموع

- قراءة الجدول:

يوضح الجدول أن 76.25% من أفراد العينة يفضلون استخدام هذا الموقع في المنزل، مما يدل على أن البيئة المنزلية تعد الخيار الأمثل لمعظم المستجوبين. يمكن تفسير هذه النتيجة بناءً على عدة عوامل، أبرزها ✓ توفر البيئة المنزلية اتصالاً مستقرًا وسريعًا بالإنترنت من خلال الهواتف أو شبكات الواي فاي (wifi)، مما يسهّل التفاعل مع الموقع ويجعله الخيار الأفضل ✓ يعد المنزل مكانًا مريحًا وخاصًا للمستخدمين، حيث يمكنهم استخدام الموقع دون أي تشتيت أو ضغوط خارجية. هذا الإحساس بالراحة النفسية يمكن أن يشجع على اختيار المنزل كالمكان المفضل مقارنةً بالأماكن العامة أو بيئات العمل

الجدول رقم (16): يوضح طبيعة المواضيع التي تستهوي المبحوثين عبر موقع الفيسبوك.

النسبة	التكرار	ما طبيعة المواضيع التي تستهويك عبر موقع الفيسبوك؟
20.63%	33	ثقافية
21.25%	34	اجتماعية
9.38%	15	سياسية
21.88%	35	علمية
24.38%	39	مواضيع عامة
1.88%	3	الإعلامي
0.63%	1	دينية وسياحية
100%	160	المجموع

- قراءة الجدول:

يتناول الجدول توزيع اهتمامات الأفراد المستطلعة آراؤهم في الجزائر أثناء استخدامهم لموقع فيسبوك، حيث تم تصنيف المواضيع المفضلة إلى سبع فئات رئيسية. يمكن تحليل البيانات كالتالي

1. تمثل المواضيع العامة المتنوعة نسبة 24.38% وتحتل المرتبة الأولى، مما يشير إلى أن المستخدمين ينجذبون إلى المحتوى الذي يغطي مجموعة واسعة من الموضوعات. يعكس هذا الأمر تفضيلهم للتنوع بدلاً من التركيز على مجال واحد محدد
2. جاءت المواضيع العلمية في المرتبة الثانية بنسبة 21.88%، ما يعكس اهتماماً ملحوظاً لدى الجزائريين بالعلم والمعرفة، ويبرز مكانة العلم كقيمة مجتمعية هامة والحرص على متابعة التطورات العلمية
3. المواضيع الاجتماعية حققت نسبة 21.25%، مما يؤكد وجود اهتمام كبير بالقضايا الاجتماعية ذات التأثير المباشر على الأفراد والمجتمع بصفة عامة
4. المواضيع الثقافية احتلت المرتبة الرابعة بنسبة 20.63%، مشيرة إلى اهتمام معتدل بالثقافة والتراث والفنون. يعكس هذا التوجه أهمية الحفاظ على الهوية الثقافية والانفتاح على الثقافات الأخرى

5. المواضيع السياسية حققت نسبة 9.38 %، وهي نسبة منخفضة مقارنة بالفئات الأخرى. قد يعكس ذلك عدم اعتبار المحتوى السياسي أولوية كبرى لدى المستخدمين أثناء تصفحهم لفيسبوك، أو ربما يعبر عن ميل لتجنب النقاشات السياسية
6. مواضيع الإعلام الآلي سجلت نسبة 1.88 % فقط، وهو ما يشير إلى قلة الاهتمام بهذا المجال أو ربما اقتصراره على شريحة محدودة من المستخدمين الذين لديهم اهتمامات تقنية متخصصة
7. أخيراً، المواضيع الدينية والسياحية شكلت النسبة الأدنى بـ 0.63 % قد يكون ذلك دليلاً على عدم تفضيل مناقشة المواضيع الدينية عبر فيسبوك، أو الاعتماد على وسائل أخرى للحصول على المعلومات الدينية، في حين تعكس النسبة المتدنية لمواضيع السياحة قلة التركيز على هذا المجال ضمن اهتمامات المستخدمين.
- الجدول رقم (17): يوضح أسباب تفضيل المبحوثين موقع الفيسبوك.

ما سبب تفضيلك موقع الفيسبوك؟	التكرار	النسبة
سهولة الاستخدام	32	49.23%
خصوصية هذا الموقع	7	10.77%
انتشاره الواسع	24	36.92%
ليس الموقع المفضل لدي	1	1.54%
اعتماده من قبل الجامعة موقعاً رسمياً	1	1.54%
المجموع	65	100%

- قراءة الجدول:

يُبرز الجدول الأسباب الأساسية التي تدفع المبحوثين إلى تفضيل استخدام موقع فيسبوك. جاءت سهولة الاستخدام كأهم عامل مؤثر، حيث حازت على نسبة 49.23 % من إجابات المشاركين. هذا يُظهر أن تصميم واجهة فيسبوك البسيطة يلعب دوراً جوهرياً في جذب مختلف فئات المستخدمين، مما يجعل المنصة قابلة للوصول من قبل أعداد كبيرة بغض النظر عن مستوياتهم التقنية.

السبب الثاني وراء تفضيل الموقع هو الانتشار الواسع لفيسبوك، والذي حصل على نسبة 36.92 %.

هذا الانتشار يعزز من قيمة الشبكة كلما ارتفع عدد المستخدمين، مما يُولّد تأثيراً إيجابياً يُعزّز مكانة فيسبوك كإحدى المنصات الاجتماعية الرائدة عالمياً

أما السبب الثالث فيرتبط باعتماد الجامعة الجزائرية على فيسبوك كمنصة رسمية. ورغم أن هذا العامل يُعتبر ثانوياً نسبياً بالنسبة للمستخدمين، إلا أنه يعكس توجهاً متزايداً نحو استخدام المنصات الرقمية للتواصل الرسمي، خاصة في المؤسسات التعليمية، مما يعزز من حضور فيسبوك في هذا المجال أيضاً

الجدول رقم (18): يوضح الخدمات التي يفضلها المبحوثون عبر الفيسبوك.

ما الخدمات المفضّلة لديك والتي يتيحها هذا الموقع؟	التكرار	النسبة
الدردشة مع الأصدقاء	18	27.69%
متابعة الأخبار على جدار الصفحة الخاصة بك	36	55.38%
نشر وبحث معلومات عبر الموقع	8	12.31%
إمكانية استخدامه حتى في حالة عدم الاتصال	1	1.54%
تحميل الكتب مجاناً	1	1.54%
مشاهدة الإعلانات والأخبار المحلية	1	1.54%
المجموع	65	100%

- قراءة الجدول:

لتحليل الجدول الذي يمثل الخدمات التي يفضلها المستخدمون عبر منصة فيسبوك، يمكن تقسيم التحليل إلى عدة محاور أساسية تشمل النسب المئوية المرفقة بالدراسة، وأبعادها الاجتماعية والتكنولوجية، إلى جانب استنتاجات حول سلوك المستخدمين وتأثيرها على أساليب استخدام المنصة. فيما يلي التفاصيل

1. تفضيل متابعة الأخبار على جدار الصفحة 55.38% هذا الرقم البارز يعكس تحولاً كبيراً نحو اعتماد

فيسبوك كمصدر رئيسي للأخبار، مبتعداً عن الوسائل التقليدية مثل التلفاز أو الراديو

✓ الانعكاسات: الخوارزميات التي تبرز المحتوى الإخباري قد تكون محور هذا السلوك

✓ بالرغم من ارتفاع نسبة المتابعة، تتزايد احتمالية انتشار الأخبار الزائفة

✓ التفاعل النشط مع المحتوى الإخباري من خلال التعليقات والمشاركات يعزز الشعور بالانتماء للمجتمعات الرقمية

2. الدردشة مع الأصدقاء 27.69% بالرغم من الأهل الاجتماعي لفيسبوك، فإن نسبة استخدامه للدردشة أقل نسبياً مقارنة بمتابعة الأخبار، مما يشير إلى تغير نمط الاستخدام نحو استهلاك المحتوى

✓ الانعكاسات

- قد يعكس هذا اعتماد المستخدمين على تطبيقات أكثر تخصصاً للتواصل، مثل واتساب وسناب شات والبوبتيم.

- يُظهر هذا تراجع مركزية فيسبوك كأداة للتفاعل الشخصي لصالح التركيز على تجربة المحتوى

3. نشر وبحث المعلومات 12.31% هذه النسبة تُظهر أن جزءاً من المستخدمين يستثمرون المنصة للتعبير عن آرائهم ومشاركة الأفكار أو التجارب الشخصية

✓ الانعكاسات

- يدعم فيسبوك إنشاء مساحات تعبير فردية تعزز مفهوم الإعلام الاجتماعي المستقل

- يساهم هذا النشاط في بناء هويات رقمية متنوعة بين المستخدمين من خلال مشاركتهم الشخصية والعامة

4. استخدام فيسبوك دون اتصال بالإنترنت 1.54% هذه النسبة تعكس ندرة استخدام خاصية التصفح دون إنترنت بين المستخدمين

✓ الانعكاسات

- يتضح اعتماد معظم المستخدمين على الاتصال الدائم بالإنترنت، مشيراً إلى توفر بنية تحتية قوية نسبياً لدى شرائح كبيرة من المجتمع

- قد يكون الوعي بإمكانات هذه الميزة ضعيفاً، أو أن تفعيلها ما يزال محدوداً في بعض المناطق

5. تحميل الكتب مجاناً 1.54% الاستخدام المحدود لهذه الخدمة يشير إلى أنها ليست خياراً شائعاً لدى غالبية المستخدمين

✓ الانعكاسات

- يمكن تفسير ذلك بانخفاض الوعي بإمكانية العثور على مصادر للكتب عبر منصة فيسبوك نفسها

- تُظهر هذه النتيجة تفضيل المستخدمين لمنصات متخصصة مثل مواقع الكتب الإلكترونية أو تطبيقات القراءة الرقمية

6. مشاهدة الإعلانات والأخبار المحلية 1.54% هذه النسبة البسيطة تُظهر عدم اهتمام كبير بالإعلانات أو الأخبار المحلية مقارنة بأنواع أخرى من المحتوى
✓ الانعكاسات

- يشير الأمر إلى احتمال تجنب المستخدمين للإعلانات المكثفة أو غير الملائمة لاهتماماتهم الخاصة
- قد يفضل المستخدمون الأخبار ذات الطابع العالي والوطني أكثر من نظيرتها المحلية، ربما لدوافع تتعلق بطبيعة هذه المحتويات وجودتها.

يمكن الاستنتاج أن توجهات المستخدمين تجاه منصة فيسبوك تشكل مزيجاً من استهلاك المحتوى الإعلامي والتفاعل مع الأخبار، مع انتقال تدريجي بعيداً عن التواصل الشخصي المباشر، مما يعكس تغيراً مستمراً في دور المنصة ضمن حياتهم الرقمية اليومية.

الجدول رقم (19): يوضح مساهمة أو عدم مساهمة المبحوثين في نشر المعلومات والأخبار عبر موقع الفيسبوك.

هل تسهم في نشر معلومات وأخبار عبر موقع الفيسبوك؟	التكرار	النسبة
نعم	43	66.15%
لا	22	33.85%
المجموع	65	100%

- قراءة الجدول:

لتحليل الجدول المذكور، يمكن تقسيم العملية إلى عدة محاور رئيسية تشمل تفسير النسب، فهم دلالاتها، واستخلاص التوصيات أو الاستنتاجات. فيما يلي التحليل المفصل

1. تفسير النسب المذكورة 66.15% من المبحوثين يسهمون في نشر المعلومات والأخبار (بما فيها المضللة) هذه النسبة تُعد مرتفعة نسبياً، إذ تعكس أن غالبية المستخدمين ينخرطون في مشاركة المحتوى عبر المنصة يشير ذلك إلى النشاط الكبير للموقع كمنصة لنشر المعلومات، بغض النظر عما إذا كانت صحيحة أو مغلوطة، يُحتمل أن هذه النسبة تعكس ثقة المستخدمين في الموقع أو ربما سهولة نشر المعلومات دون وجود رقابة كافية 33.85% من المبحوثين لا يشاركون في بث أي معلومات هذه النسبة أقل مقارنة بالكفة الأولى، مما يعني أن ثلث المستخدمين تقريباً يكتفون بدور المستهلكين فقط قد تعود هذه النسبة إلى تفضيلهم استهلاك المعلومات دون مشاركتها أو إلى حذرهم تجاه نشر محتويات غير مؤكدة

2. دلالات النسب: انتشار المعلومات المضللة: ارتفاع نسبة المشاركين 66.15% قد يعزز خطر انتشار المحتوى المضلل في حال غياب آليات تحقق فعالة هذا الأمر قد يشير إلى ضعف الوعي الرقمي لدى المستخدمين أو إلى نقص سياسات ضبط المحتوى من قبل إدارة الموقع. ثقافة المشاركة مقابل الاستهلاك: تفوق نسبة المشاركين مقارنة بغير المشاركين يعكس ثقافة مشاركة بارزة لدى المستخدمين. هذا الأمر إيجابي إذا تعلق بمحتوى موثوق، لكنه يصبح سلبياً إذا كان المحتوى مضللاً. كذلك، قد يعكس هذا توجه المستخدمين نحو استغلال الموقع كمنصة للتعبير عن الذات دون تمحيص كافٍ لدقة المعلومات

3. استنتاجات وتوصيات: تعزيز الوعي الرقمي لدى المستخدمين بضرورة التحقق من صحة المحتويات قبل مشاركتها.

تشجيع المنصة على اعتماد تقنيات الذكاء الاصطناعي أو إنشاء سياسات صارمة للتحقق من صحة المعلومات قبل السماح بنشرها

جدول رقم (20): يوضح طبيعة المعلومات والأخبار التي يبحثها المبحوثون عبر موقع الفيسبوك؟

النسبة	التكرار	إذا كانت الإجابة بنعم، ما طبيعة هذه المعلومات؟
20.51%	24	ثقافية
19.66%	23	علمية
7.69%	9	سياسية
6.84%	8	رياضية
18.80%	22	اجتماعية
23.08%	27	دينية
3.42%	4	دعائية
100%	117	المجموع

- قراءة الجدول:

تحليل البيانات المأخوذة من الجدول يشير إلى مجموعة من الملاحظات المهمة التي يمكن تفسيرها وفقًا للزاوية التي ننظر من خلالها إلى هذه النتائج

1. الهوية الثقافية والدينية كأداة للتأثير الاجتماعي

- احتلت المعلومات الدينية الصدارة بنسبة 23.08%، مما يعكس اهتمام المبحوثين بالحفاظ على هويتهم الدينية أو العقائدية كجزء أساسي من شخصيتهم الثقافية. قد يكون هذا نتاج شعورهم بالتهديد الثقافي أو رغبتهم في صيانة قيمهم

- يظهر الخطاب الديني أحيانًا كوسيلة للتضليل العقائدي أو السياسي لتوحيد الجماعات حول قضايا معينة، سواء اجتماعية أو سياسية

2. الثقافة كوسيلة للتمكين الذاتي

جاءت المعلومات الثقافية في المرتبة الثانية بنسبة 20.51%، مما يشير إلى أن المبحوثين ينظرون إلى الثقافة كأداة لتعزيز وعيهم الذاتي وربما دعم هويتهم المحلية أو الوطنية في مواجهة ثقافات مهيمنة قد تكون هذه النسبة مؤشرًا على أن الثقافة تستخدم كجسر للحوار بين الأجيال أو كمساعدة للتفاهم بين الفئات المختلفة داخل المجتمع

3. العلم كأداة للشرعة

وصلت نسبة المعلومات العلمية إلى 19.66%، ما يعكس اعتماد المبحوثين على العلم لإضفاء المصداقية على آرائهم ومواقفهم، خاصة فيما يتعلق بالقضايا المعقدة مثل الصحة أو البيئة يشير ذلك أيضًا إلى تزايد الوعي بأهمية العلم والمعرفة في توجيه حياتنا اليومية

4. المجتمع كمرآة للواقع اليومي

بلغت نسبة المعلومات الاجتماعية 18.80%، مما يدل على اهتمام المبحوثين بالقضايا اليومية المؤثرة في حياتهم الشخصية، كالفقر والتعليم والصحة

استخدام المنصات الرقمية، مثل فيسبوك، للتعبير عن القضايا الاجتماعية أصبح بحد ذاته وسيلة لمشاركة التجارب اليومية وتبادل وجهات النظر

5. السياسة كمجال للصراع الخفي

جاءت المعلومات السياسية بنسبة 7.69% في مرتبة متواضعة، مما قد يعكس تردد المبحوثين إزاء الانخراط في القضايا السياسية، ربما خشية المتابعة القانونية أو مواجهة ردود فعل سلبية قد يدل ذلك أيضًا على أن السياسة أصبحت موضوعًا حساسًا، في حين يُفضل النقاش في مواضيع تراها الفئات أقل خطورة مثل الدين والثقافة

6. الرياضة كوسيلة للهروب من الضغوط

مثلت المعلومات الرياضية نسبة 6.84%، مما يظهر أن الرياضة تشكل مهربًا من ضغوط الحياة ومساحة ترفيهية للمبحوثين بعيدًا عن النزاعات والقضايا الجادة كما يبدو أنهم يجدون في الرياضة وسيلة لخلق شعور بالانتماء لمجتمع واقعي أو افتراضي

7. الدعاية كأداة للتلاعب

جاءت المعلومات الدعائية في المرتبة الأخيرة بنسبة 3.42%، مما يشير إلى وعي المبحوثين بالطبيعة التلاعبية لهذا النوع من المحتوى، ما يدفعهم إلى تجنبه أو تقليل أهميته. هذه النتائج تعكس تفضيلات متنوعة لدى المبحوثين تجاه أنواع المعلومات المختلفة، وهو ما يمكن استثماره في تحليل أعمق لفهم الدوافع الاجتماعية والثقافية وراء هذه النسب والتوجهات.

الجدول رقم (21): يوضح اللغات المستخدمة من قبل المبحوثين عبر الفيسبوك.

ما اللغة المستخدمة من طرفك عبر الفيسبوك؟	التكرار	النسبة
العربية	42	64.62%
الفرنسية	19	29.23%
الإنجليزية	3	4.62%
استخدم العربية والانجليزية معا	1	1.54%
المجموع	65	100%

- قراءة الجدول:

تحليل وتفسير اللغات المستخدمة في الجزائر يكشف عن تعقيد ثقافي وتاريخي يعكس التنوع الذي يميز البلاد. يمكن تقسيم هذا التحليل إلى ثلاثة محاور رئيسية متعلقة باللغات الأكثر استخدامًا

1. اللغة العربية 64.62%

الجزور الدينية والثقافية: تعدّ العربية اللغة الرسمية للجزائر وفق دستور 1963، وهي لغة القرآن الكريم، مما يضفي عليها مكانة خاصة ذات طابع ديني وثقافي. بعد الاستقلال، شجّعت سياسات التعريب انتشار العربية لتعويض الهيمنة الفرنسية وتعزيز الهوية الوطنية.

اللهجة الجزائرية، التي تمثل مزيجًا من العربية والأمازيغية والفرنسية والإسبانية، تعكس غنى الثقافة

الجزائرية.

الجوانب الرسمية والاقتصادية: تُستخدم العربية في مؤسسات الدولة وقطاعات مثل التعليم ووسائل الإعلام، ما يجعلها أساسية في تعزيز البنية الاقتصادية الوطنية وربط المجتمع بالهوية الجزائرية

2. اللغة الفرنسية 29.23 %

الجزور التاريخية والسياسية: الفرنسية هي بقايا إرث استعماري نتيجة الاحتلال الفرنسي الممتد بين عامي 1830 و1962، ورغم سياسات التعريب إلا أنها لا تزال واسعة الانتشار، خصوصاً في مجالات مثل التعليم العالي والإدارة. استمرار استخدام الفرنسية يجسد تأثير العقود الاستعمارية العميق على الهوية الجزائرية

الجزور الثقافية: تُعتبر الفرنسية لغة الفئة المثقفة والنخبوية وتلعب دوراً جوهرياً في الأدب والفنون ووسائل الإعلام، بالإضافة إلى أنها أداة للتواصل في المدن الكبرى.

الجوانب الاقتصادية: بوصفها لغة للأعمال والتجارة الدولية، تظل الفرنسية ضرورية للتعامل مع أسواق عالمية وللاستثمار الأجنبي، مما يمنحها أهمية اقتصادية كبيرة

3. اللغة الإنجليزية 4.62 %

الجزور السياسية والتاريخية: صعدت الإنجليزية لتكتسب أهمية متزايدة خلال العقود الأخيرة بسبب تأثير العولمة وتطور العلوم والتكنولوجيا. جُعِلَت الإنجليزية جزءاً من المناهج الدراسية كلغة أجنبية ثانية.

الجزور الثقافية: ترتبط الإنجليزية بفئة الشباب والثقافة الرقمية الحديثة، وخاصة من خلال الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، مما يضفي عليها طابعاً ديناميكياً ويجعلها محط اهتمام لمستقبل الأجيال الجديدة.

الأبعاد الاقتصادية: تعتبر الإنجليزية أساسية للتواصل في مجالات التكنولوجيا والسياحة والعلوم الحديثة، مما يعزز من دورها كلاعب مؤثر في السوق الجزائري المستقبلي.

هذا المزيج اللغوي يعبر عن العمق التاريخي والاجتماعي والاقتصادي للجزائر، حيث تشكل اللغات المختلفة أدوات تحدد الهوية الوطنية وتواكب التحولات العالمية.

الجدول رقم (22): يوضح هل تستهوي المواضيع البيئية المبحوثين أم لا؟

هل تستهويك المواضيع التي تتناول البيئة عبر فيسبوك؟	التكرار	النسبة
نعم	57	87.69%
لا	8	12.31%
المجموع	65	100%

- قراءة الجدول:

لتحليل نتائج الجدول المتعلق بتفضيلات المبحوثين تجاه المواضيع البيئية عبر موقع فيسبوك، يمكن تقسيم الدراسة إلى النقاط الأساسية التالية:

1. النسبة العالية من المهتمين بالمواضيع البيئية 87.69%

التفسير: تُظهر هذه النسبة المرتفعة أن غالبية المبحوثين يولون اهتماماً كبيراً بالمواضيع البيئية، مما يشير إلى تنامي الوعي بالقضايا البيئية وأهميتها. هذا يعكس تحولاً إيجابياً في إدراك الأفراد للتحديات البيئية مثل استنزاف الموارد الطبيعية

الآثار: يمكن لهذه النسبة الكبيرة أن تكون دليلاً على قدرة المنصات الاجتماعية، مثل فيسبوك، على أن تصبح أداة فعالة لنشر الوعي وتشجيع التفاعل مع القضايا البيئية. كما توفر فرصة للمنظمات البيئية والحكومات لتعزيز استخدام هذه المنصات في حملات التوعية وزيادة المشاركة المجتمعية

2. النسبة المنخفضة لغير المهتمين 12.31%

التفسير: قد يعكس ذلك عدم اهتمام بعض الأفراد بالقضايا البيئية بشكل عام. يمكن أن يكون السبب نقصاً في المعلومات أو التوعية، مما يجعلهم غير مدركين لأهمية هذه القضايا. من المحتمل أيضاً أن يكون بعض المستخدمين قد وصلوا إلى حد التشبع بالمحتوى البيئي، خاصة إذا تم تقديمه بصورة متكررة أو مكثفة على المنصات الاجتماعية. بتحليل هذه النقاط، يتضح أن الجهود المستقبلية ينبغي أن تركز على استهداف الفئة غير المهتمة من خلال برامج توعية مبتكرة وأساليب أقل تقليدية لجذب اهتمامهم دون الإفراط في تقديم المحتوى بنفس الأسلوب المعتاد

الجدول رقم (23): يوضح مساهمة أو عدم مساهمة المبحوثين في مواضيع تخص البيئة عبر موقع الفيسبوك.

هل تساهم في نشر مواضيع تخص البيئة عبر الفيسبوك؟	التكرار	النسبة
نعم	30	46.15%
لا	35	53.85%
المجموع	65	100%

- قراءة الجدول:

استناداً إلى المعطيات المقدمة، يمكن تفسير الفارق بين النسبة التي تساهم في نشر المواضيع البيئية 46.15% وتلك التي لا تساهم 53.85% من خلال عوامل متعددة تتعلق بسلوكيات المستخدمين الجزائريين على الفيسبوك ودور المنصة في تعزيز الوعي البيئي. فيما يلي تحليل معمق لهذه الإحصاءات

1. المساهمون في نشر المواضيع البيئية 46.15% هذه النسبة تعكس مستوى معيناً من الوعي البيئي بين فئة معتبرة من المستخدمين الجزائريين، حيث يتم تداول محتوى بيئي متنوع، مثل حملات التوعية، معلومات حول التغيرات المناخية، أو حتى أخبار تتعلق بالكوارث البيئية، كحرائق الغابات التي تشهدها الجزائر بشكل متكرر الفيسبوك يُعدّ أداة فعالة لنشر الوعي البيئي، خاصة بين فئة الشباب والنشطاء البيئيين الذين يستغلون المنصة للوصول إلى جمهور واسع بسرعة وكفاءة

2. غير المساهمين في نشر المواضيع البيئية 53.85% عدم اهتمام هذه الفئة بنشر مواد بيئية قد يكون ناتجاً عن رؤيتهم أن مثل هذه القضايا ليست أولوية مقارنة بمشكلات يومية أخرى، كالبطالة وارتفاع تكاليف المعيشة كما أن الاستخدام السائد للفيسبوك في الجزائر يتركز حول الأغراض الاجتماعية، مثل التواصل الشخصي، مشاركة الأحداث اليومية، أو النقاش حول قضايا سياسية واجتماعية تهم الأفراد بصورة مباشرة. يلقي هذا التفاوت الضوء على واقع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الجزائر وأولويات المستخدمين، مع إبراز الحاجة إلى استراتيجيات أكثر فعالية لتعزيز الوعي البيئي بين مختلف فئات المجتمع

الجدول رقم (24): يوضح طبيعة المواضيع البيئية التي يسهم في نشرها المبحوثون عبر موقع الفيسبوك.

النسبة	التكرار	إذا كانت الإجابة بنعم فهل مساهمتك كانت في شكل
32.26%	20	صور
24.19%	15	تعليقات
12.90%	8	مقالات
12.90%	8	أخبار
16.13%	10	فيديوهات
1.61%	1	لا أشارك
100%	62	المجموع

- قراءة الجدول:

يُقدّم الجدول تقييماً لطبيعة المواضيع البيئية التي يتفاعل معها المبحوثون عبر منصة فيسبوك، مع تصنيف أنواع المحتوى الذي ينشرونه ونسب كل نوع. يمكن الاستفادة من هذه البيانات لفهم الأنماط والدوافع التي تحرك هذه المشاركات من خلال أداة الملاحظة والتحليل

1. الصور 32.26%

الصور هي الشكل الأكثر شيوعاً للمحتوى الذي يشاركه المبحوثون، حيث تستحوذ على نسبة 32.26 % من إجمالي المشاركات. تعتبر الصور وسيلة فعالة وجذابة لنقل الرسائل البيئية بسرعة وبطريقة مثيرة للاهتمام. فهي قد تبرز جمالا لطبيعة، أو تُظهر آثار التلوث والدمار البيئي، مما يجعلها أداة توعوية مؤثرة. إلى جانب ذلك، تتميز الصور بسهولة مشاركتها وفهمها دون الحاجة إلى بذل جهد كبير لاستيعابها، مما يجعلها خياراً أساسياً للمشاركة.

2. التعليقات 24.19% التعليقات تحتل المرتبة الثانية بنسبة تبلغ 24.19 % . تُعبر هذه التعليقات عن تفاعل المستخدمين مع المحتوى البيئي المنشور على المنصة، سواء كانت آراء شخصية، مناقشات حول قضايا بيئية محددة، أو سرد لتجارهم الشخصية المرتبطة بالبيئة. يعكس هذا النوع من التفاعل وجود حوار نشط وديناميكي حول القضايا البيئية، حيث لا يقتصر الأمر على مشاهدة المحتوى بل يتعداه للتعبير عن وجهات النظر والمشاركة في النقاشات

3. الفيديوهات 16.13%

تمثل الفيديوهات نسبة 16.13% من المشاركات، وعلى الرغم من أنها أقل شيوعاً مقارنة بالصور، إلا أنها تبقى وسيلة فعالة لنشر التوعية البيئية. تتيح الفيديوهات تقديم شرح مفصل لبعض القضايا، أو عرض لقطات حيّة لتأثيرات التغير المناخي والجهود المبذولة للحفاظ على البيئة. ومع ذلك، قد يُعزى انخفاض نسبة انتشار الفيديوهات إلى احتياجها لوقت أطول من حيث الإنتاج والمشاهدة مقارنة بالصور.

4. المقالات والأخبار 12.90% تُعتبر المقالات والأخبار الأقل تداولاً بين أنواع المحتوى بنسبتها التي تبلغ 12.90% يتطلب هذا النوع من المحتوى تفرغاً أكبر للقراءة والتحليل، مما قد يقلل من جاذبيته لمعظم المستخدمين الذين يفضلون المحتوى المرئي أو المختصر. رغم ذلك، تظل المقالات والأخبار مصدراً غنياً بالمعلومات المتعمقة والتحليلية، مما يجعلها ذات أهمية خاصة لفئة من المستخدمين الذين يبحثون عن فهم معمق وشامل للقضايا البيئية.

توضح هذه المؤشرات تنوع وسائل التعبير عن الاهتمام بالبيئة على منصة فيسبوك، مع تركيز المحتوى على تحقيق التوازن بين الجاذبية البصرية وغنى المعلومات

جدول رقم (25): يوضح امتلاك المبحوثين أصدقاء لهم اهتمامات بيئية عبر الفيسبوك.

هل لديك أصدقاء عبر موقع الفيسبوك لديهم اهتمامات بالبيئة؟	التكرار	النسبة
نعم	48	73.85%
لا	17	26.15%
المجموع	65	100%

- قراءة الجدول:

يتضح من تحليل المعطيات أن غالبية المبحوثين، بنسبة 73.85 %، لديهم أصدقاء يهتمون بالقضايا البيئية، مما يعكس احتمال وجود وعي بيئي متزايد داخل هذه الشريحة. هذا الأمر قد يكون مؤشراً على وجود ثقافة اجتماعية أو بيئة محفزة تعزز النقاش حول القضايا البيئية. في المقابل، تُظهر النسبة الأقل، والتي تمثل 26.15 % من المبحوثين، عدم وجود أصدقاء يهتمون بالبيئة، وهو ما قد يعني أن هذه الفئة أقل انخراطاً في الحوارات والأنشطة المرتبطة بالبيئة أو تعيش في محيط لا يعطي الأولوية لهذه القضايا من الناحية العلمية، يُعتبر تأثير الأصدقاء المهتمين بالبيئة عاملاً محتملاً لتعزيز السلوكيات الإيجابية نحو البيئة. ووفقاً لنظرية التأثير الاجتماعي، يميل الأفراد إلى تبني تصرفات ومعتقدات المقربين منهم، وخاصة ضمن دائرة الأصدقاء. إضافة إلى ذلك، يمكن تفسير انتشار الاهتمام البيئي بين المبحوثين من خلال نظرية انتشار الابتكارات، والتي تشير إلى أن الأفكار والممارسات تتوسع داخل الشبكات الاجتماعية، حيث تنتقل من الأفراد الأكثر اهتماماً إلى محيطهم من الأصدقاء والمعارف.

جدول رقم (26): يوضح انخراط أو عدم انخراط المبحوثين ضمن جمعيات بيئية ناشطة عبر موقع الفيسبوك.

هل أنت عضو في إحدى المجموعات البيئية الناشطة عبر موقع الفيسبوك؟	التكرار	النسبة
نعم	4	6.15%
لا	61	93.85%
المجموع	65	100%

- قراءة الجدول:

تشير معطيات الجدول إلى أن نسبة صغيرة جداً من المشاركين منخرطون في جمعيات بيئية ناشطة عبر الموقع المذكور، حيث بلغت هذه النسبة 6.15 % فقط، مما يعكس محدودية المشاركة الفعلية في هذه الجمعيات عبر المنصة. في المقابل، يظهر أن 93.85 % من المبحوثين غير منضمين لهذه الجمعيات، وهو ما يدل على عزوف الغالبية العظمى عن المشاركة فيها.

عند تفسير هذه النتائج، يمكن طرح عدة أسباب محتملة، منها ضعف الوعي بأهمية الجمعيات البيئية أو قلة المعرفة بوجودها على المنصة. قد يكون هناك أيضاً تصور سائد لدى المبحوثين بعدم وجود جدوى حقيقية أو تأثير ملموس للانخراط في مثل هذه الجمعيات. بالإضافة إلى ذلك، قد تعيق عقبات معينة عملية الانضمام، كما أن هناك احتمالاً لوجود شكوك متعلقة بمدى فعالية هذه الجمعيات وقدرتها على إحداث تغيير ملموس في القضايا البيئية

الجدول رقم (27): الجمعيات البيئية التي انخرط فيها المبحوثين عبر موقع الفيسبوك

النسبة	التكرار	إذا كانت الإجابة بنعم اذكرها
100%	4	الجزائر الخضراء
100%	100	المجموع

- قراءة الجدول:

لاحظنا أن أربعة من أفراد العينة يشاركون في نفس الجمعية الوطنية التي تحمل اسم "الجزائر الخضراء". هذه المبادرة البيئية التطوعية تأسست عام 2013 في الجزائر بهدف تعزيز التشجير واستعادة الغطاء النباتي المتضرر نتيجة الحرائق وإهمال المساحات الخضراء. أسس المبادرة الناشط البيئي فؤاد معلي، وهو من محافظة باتنة شرقي الجزائر، حيث بدأت كفكرة فردية لزراعة الأشجار في الأحياء والشوارع، لتتطور لاحقاً إلى حركة وطنية واسعة النطاق. تركز الجمعية في جهودها على تشجير المناطق الحضرية والريفية، مع إعطاء الأولوية لأنواع الأشجار التي توفر الظل وتحمي التربة من التآكل. كما تسعى إلى تعويض خسائر الحرائق في المناطق الغابية عبر زراعة أشجار مقاومة للجفاف وطويلة العمر مثل الزيتون والخروب والكالبيتوس. إلى جانب أعمال التشجير، تولي الجمعية أهمية كبيرة لتعزيز الوعي البيئي، من خلال نشر ثقافة التشجير والتأكيد على دوره في تحسين البيئة ودعم الاقتصاد الوطني، خصوصاً عبر الأشجار المثمرة التي تسهم في توفير مصادر دخل إضافية للأسر. حققت الجمعية إنجازات بارزة، من بينها زراعة مئات الآلاف من الأشجار في مختلف ولايات الجزائر، وإنشاء مشاتل خاصة لإنتاج الشتلات، فضلاً عن إنشاء غابات نموذجية في ولايات مثل باتنة والمسيلة. وحظيت هذه الجهود بدعم كبير من المواطنين والجمعيات المحلية والسلطات الحكومية، بما في ذلك وزارة البيئة ومديريات الغابات.

ومن الضروري أن تكون العلاقة بين الهيئات الحكومية الرسمية وغير الرسمية علاقة تكاملية وتعاونية، بحيث تعمل المنظمات غير الحكومية تحت مظلة الجهات الحكومية المعنية بالبيئة، وتتماشى مع خططها العريضة وسياساتها العامة. (داود، 2006، الصفحات 11-12)

الجدول رقم (28): يوضح تقييم المبحوثين لموقع الفيسبوك.

النسبة	التكرار	ما تقييمك لموقع الفيسبوك؟
49.23%	32	جيد
23.08%	15	حسن
27.69%	18	مقبول
100%	65	المجموع

- قراءة الجدول:

يُظهر الجدول تقييم المبحوثين لموقع فيسبوك، حيث تُبرز البيانات الواردة تبايناً في آراء المستخدمين. أشار 49.23 % من المبحوثين إلى أن الموقع "جيد"، بينما رأى 27.69 % أنه "مقبول"، و23.08 % قيموه بأنه "حسن". من هذه النسب نلاحظ وجود اختلاف في وجهات النظر، مما قد يعكس تنوعاً في توقعات المستخدمين أو تجاربهم مع المنصة. ورغم هذا التباين، يتضح أن الغالبية العظمى من المبحوثين قدموا تقييمات إيجابية لموقع فيسبوك، سواء كانت "جيداً"، "مقبولاً"، أو "حسناً". هذا الأمر يشير إلى تقييم إجمالي إيجابي للمنصة، إذ تؤكد النتائج الإحصائية أن 99% من المبحوثين راضون عنها بشكل عام.

الجدول رقم (29): يوضح رأي المبحوثين حيال مساهمة أو عدم مساهمة موقع الفيسبوك في نشر الوعي البيئي.

النسبة	التكرار	حسب رأيك، هل يسهم موقع الفيسبوك في نشر الوعي البيئي لدى جمهور المستخدمين؟
90.77%	59	نعم
9.23%	6	لا
100%	65	المجموع

- قراءة الجدول:

يشير التحليل الإحصائي للنسب الواردة في الجدول إلى أن الغالبية الساحقة من المبحوثين، بنسبة 90.77 %، يعتقدون أن منصة فيسبوك تسهم في تعزيز الوعي البيئي. هذه النسبة المرتفعة تعكس اقتناعاً قوياً لدى المشاركين بدور فيسبوك الإيجابي في نشر المعرفة حول القضايا البيئية. على الجانب الآخر، كانت نسبة المبحوثين الذين لا يرون أن فيسبوك يساهم في زيادة الوعي البيئي ضئيلة للغاية، حيث لم تتجاوز 9.23 % هذا يشير إلى أن عدداً قليلاً جداً من المشاركين لا يوافقون على هذا الدور الإيجابي. بناءً على هذه النتائج، يمكن استنتاج وجود اتفاق واسع بين المبحوثين على اعتبار فيسبوك أداة فعالة في نشر الوعي البيئي، مع نسبة معارضة تكاد لا تُذكر.

الجدول رقم (30): يوضح تقييم المبحوثين لدى مساهمة موقع الفيسبوك بنشر الوعي البيئي

النسبة	التكرار	إذا كانت الإجابة بنعم فهل يمكن اعتبار هذه المساهمة
31.15%	19	كبيرة
39.34%	24	متوسطة
21.31%	13	مقبولة
8.20%	5	ضعيفة
100%	61	المجموع

- قراءة الجدول:

يظهر الجدول وجود تباين في آراء المبحوثين حول دور موقع فيسبوك في نشر الوعي البيئي. تُظهر البيانات أن 39.34 % يعتبرون المساهمة متوسطة، مما يدل على أن الغالبية النسبية ترى أن الموقع يتمتع بتأثير معقول لكنه ليس بارزاً. في المقابل، يرى 31.15 % أن المساهمة كبيرة وذات تأثير ملحوظ، وهو ما يعكس رأياً إيجابياً تجاه الموقع وقدرته على إحداث فرق ملموس. أما نسبة 21.31 % فتعتقد أن المساهمة مقبولة، مما قد يشير إلى موقف محايد أو متوسط. وأخيراً، يرى 8.20 % أن المساهمة ضعيفة، معتبرين أن تأثير الموقع محدود أو غير كافٍ، ما قد يعكس نظرة سلبية أو شعوراً بعدم الرضا بشكل عام، نجد أن حوالي 70 % من المشاركين يعتقدون أن مساهمة الموقع تتراوح بين متوسطة وكبيرة، مما يشير إلى وجود تأثير إيجابي، لكن مع إمكانية تحقيق مزيد من التحسينات

الجدول رقم (31): يوضح تقييم المبحوثين للدور الذي يلعبه موقع الفيسبوك

النسبة	التكرار	في اعتقادك، ما الدور الذي يؤديه موقع الفيسبوك بالنسبة لك كمستخدم؟
21.54%	14	دور اجتماعي
36.92%	24	دور إعلامي
20.00%	13	دور ترفيهي
18.46%	12	دور توعوي
1.54%	1	دور إرشادي
1.54%	1	كل ما ذكر سابقا
100%	65	المجموع

- قراءة الجدول:

يبين الجدول اختلاف وجهات نظر أفراد العينة حول الأدوار التي يؤديها موقع فيسبوك، حيث توزعت الآراء على عدة أدوار رئيسية

الدور الإعلامي تصدر القائمة بنسبة 36.92 % ، مما يدل على أن أغلبية المشاركين يعتبرون فيسبوك منصة تقدم محتوى إعلامياً متنوعاً، سواء كان من الأخبار أو المعلومات العامة، مما يمنحه أهمية كمصدر للمعرفة. حصل الدور الاجتماعي على نسبة 21.54%، مما يعكس إدراك بعض المستخدمين لدور الموقع في تعزيز التفاعل الاجتماعي وبناء العلاقات

أما الدور الترفيهي فنال نسبة 20 %، مشيراً إلى أن مجموعة من المستخدمين يربطون بين استخدام فيسبوك والمحتوى الترفيهي مثل مقاطع الفيديو الفكاهية أو المواد المسلية

بالنسبة للدور التوعوي، فقد حاز على نسبة 18.46%، مما يشير إلى اهتمام شريحة من المستخدمين بالمحتوى الذي يركز على التثقيف والتوعية، مثل النصائح الصحية أو الإرشادات البيئية والاجتماعية وأخيراً، حصل الدور الإرشادي على أقل نسبة وهي 1.54 % فقط، مما يعكس قلة المبحوثين الذين

يرون أن فيسبوك يقدم إرشادات تخصصية مثل النصائح المهنية أو التعليمية يشير التحليل إلى أن الدور الإعلامي يمثل المحور الأساسي لفيسبوك بالنسبة لغالبية المستخدمين. ومع ذلك، فإن الأدوار الأخرى (الاجتماعي، الترفيهي، التوعوي) جاءت بنسب متقاربة، مما يعكس تنوعاً في استخدامات المنصة وقدرتها على جذب شرائح مختلفة من الجمهور وفقاً لاحتياجاتهم واهتماماتهم المتنوعة

الجدول رقم (32): يوضح اهتمام المبحوثين بمدينتهم.

النسبة	التكرار	هل تهتم لتلوث مدينتك؟
70.77%	46	نعم
29.23%	19	لا
100%	65	المجموع

- قراءة الجدول:

لفهم البيانات الواردة في الجدول التي تسلط الضوء على اهتمام المشاركين بتلوث المدن الجزائرية، نجد أن 70.77 % منهم يولون اهتماماً بمشكلة التلوث في مدينتهم. تعكس هذه النسبة المرتفعة وعياً بيئياً

متزايداً لدى الأغلبية العظمى من المبحوثين، مما يشير إلى إدراكهم العميق للأضرار السلبية التي يسببها التلوث على جودة الحياة والصحة العامة. هذا الاهتمام اللافت يظهر التزاماً كبيراً بحماية المدينة والاعتناء بها، مما يعبر عن ارتباط قوي بالهوية الوطنية الجزائرية. حيث يعتبر الكثيرون الحفاظ على البيئة مسؤولية وطنية تقع على عاتقهم، وينظرون إلى مدينتهم كجزء أساسي من هويتهم وكيانهم. هذا الإحساس العميق بالانتماء يغذي رغبتهم في المساهمة الفاعلة في حماية البيئة والعمل على تحسين جودة الحياة. دفع الاهتمام بمسألة التلوث هؤلاء المبحوثين إلى تبني سلوكيات إيجابية تعود بالنفع على مدينتهم وتضيف قيمة لوطنهم. وتشمل هذه السلوكيات المشاركة في حملات تنظيف الأحياء، تقليص استخدام المواد الضارة بالبيئة، نشر الوعي بأهمية الحفاظ على الطبيعة، والقيام بمبادرات مجتمعية أخرى تسهم في تحسين الوضع البيئي العام

الجدول رقم (33): يوضح الإشباعات التي يحققها موقع فيسبوك.

المجموع	4	3	2	1	ما الإشباعات التي يحققها لك موقع الفيسبوك؟ رتبها حسب درجة قوتها.	
65	7	11	13	34	ت	إشباعات معرفية
100%	10.77%	16.92%	20.00%	52.31%	%	
65	2	13	27	23	ت	إشباعات اجتماعية
100%	3.08%	20.00%	41.54%	35.38%	%	
65	6	21	20	18	ت	إشباعات إعلامية
100%	9.23%	32.31%	30.77%	27.69%	%	
65	33	9	8	15	ت	إشباعات نفسية
100%	50.77%	13.85%	12.31%	23.08%	%	

- قراءة الجدول:

يتضمن الجدول توزيع الإشباعات التي يحصل عليها المستخدمون على منصة فيسبوك، مقسمة إلى أربع فئات رئيسية: المعرفية، المكانة الاجتماعية، الإعلامية، والنفسية. فيما يلي توضيح وتحليل للبيانات المتعلقة بهذه الفئات

الإشباعات المعرفية 52.31% تمثل النسبة الأعلى، مما يشير إلى اعتماد المستخدمين الكبير على فيسبوك كمصدر للحصول على المعلومات وتوسيع معرفتهم. تشمل هذه الأنشطة متابعة الأخبار، قراءة المقالات، الانضمام إلى مجموعات نقاشية، أو البحث عن معلومات في مجالات متنوعة. يعكس هذا الدور الهام الذي تلعبه المنصة كبيئة تعليمية وثقافية تساهم في تحقيق رغبة المستخدمين بالتعلم واكتساب المعرفة. الإشباعات المتعلقة بالمكانة الاجتماعية (35.38%) تُظهر نسبة مرتفعة من المستخدمين الذين يعتمدون على فيسبوك لتعزيز مكانتهم الاجتماعية. يتجلى ذلك من خلال مشاركة الإنجازات الشخصية، التفاعل مع الأصدقاء، وبناء شبكة اجتماعية واسعة. يعبر هذا الجانب عن حاجة الأفراد إلى تحقيق الاعتراف الاجتماعي والشعور بالانتماء إلى مجتمع افتراضي.

الإشباعات الإعلامية 27.69% تشير إلى استفادة شريحة كبيرة من المستخدمين من فيسبوك كمصدر للتسلية والمحتوى الإعلامي. يتضمن ذلك متابعة القنوات التلفزيونية، الاطلاع على أخبار الجرائد عبر الصفحات الرسمية، أو مشاهدة المحتويات المرئية والمسموعة. يبرز هذا الجانب دور المنصة في توفير تجربة ترفيهية ممتعة وملينة بالتنوع

الإشباعات النفسية (23.08%) تعكس استخدام بعض المستخدمين لفيسبوك كوسيلة لتلبية احتياجاتهم النفسية. يرتبط ذلك بالبحث عن الدعم العاطفي، تقليل الشعور بالوحدة من خلال التفاعل مع الآخرين، أو التعبير عن المشاعر. يعزز هذا الجانب أهمية فيسبوك كوسيلة للتواصل العاطفي وتقديم الدعم النفسي للمستخدمين.

يتضح من التحليل أن فيسبوك أصبح منصة متعددة الاستخدامات تلبي احتياجات معرفية واجتماعية وإعلامية ونفسية، مما يجعله جزءاً لا يتجزأ من حياة مستخدميه اليومية

الجدول رقم (34): يوضح الإشباعات المعرفية التي يحققها موقع الفيسبوك في المجال البيئي.

النسبة	التكرار	قيم تتمثل الإشباعات الإعلامية التي يحققها لك موقع الفيسبوك في المجال البيئي؟
36.92%	24	التعرف على الأخبار البيئية
26.15%	17	الاطلاع على الأحداث البيئية في العالم
35.38%	23	الإلمام بمختلف الموضوعات البيئية
1.54%	1	غير ذلك
100%	65	المجموع

- قراءة الجدول:

توضح البيانات أن الإشباعات الإعلامية البيئية عبر فيسبوك تُعدّ مصدراً مهماً للمعلومات المتعلقة بالبيئة، حيث تلبي احتياجات المستخدمين بثلاث طرق رئيسية:

1. متابعة الأخبار البيئية 36.92%. تُبين هذه النسبة أن أكثر من ثلث المستخدمين يعتمدون على فيسبوك كمصدر أساسي لمواكبة آخر المستجدات والأخبار البيئية. يتضمن ذلك أخباراً عن تغير المناخ، الكوارث الطبيعية، أو الجهود العالمية لحماية البيئة. يعكس هذا الدور قدرة فيسبوك على توفير وسيلة سريعة لنشر المستجدات، مما يُمكن المستخدمين من البقاء على اطلاع دائم بمستجدات هذا المجال
2. اكتساب المعرفة حول الموضوعات البيئية 35.38% تُشير هذه النسبة إلى أن فيسبوك يساهم بشكل مباشر في إثراء معرفة المستخدمين حول القضايا البيئية المختلفة. يتضمن ذلك الاطلاع على معلومات تتعلق بالتلوث، انقراض الأنواع، أو قضايا الاستدامة. هذا الدور يعزز من فهم الأفراد لتعقيدات هذه القضايا ويُبرز دور فيسبوك كمنصة تعليمية تهدف إلى تعزيز الوعي البيئي
3. متابعة الأحداث البيئية على المستوى العالمي 26.15% تُظهر هذه النسبة أن جزءاً من المستخدمين يلجأون إلى فيسبوك لمتابعة الأحداث البيئية العالمية مثل مؤتمرات المناخ، حملات التشجير الدولية، أو مشروعات الطاقة المتجددة. يعكس هذا الجانب دور المنصة في تعزيز الترابط بين المستخدمين والقضايا البيئية العالمية، مما يُعمق الشعور بالمشاركة والانتماء إلى مجتمع عالمي يولي البيئة اهتماماً مشتركاً.

جدول رقم 35: يوضح الإشباعات المعرفية التي يحققها موقع الفيسبوك.

النسبة	التكرار	قيم تتمثل الإشباعات المعرفية التي يحققها لك موقع الفيسبوك؟
35.38%	23	زيادة رصيدك المعرفي المتعلق بالبيئة ومشاكلها
15.38%	10	المساهمة في معالجة وطرح القضايا البيئية
47.69%	31	زيادة الوعي البيئي لديك
1.54%	1	غير ذلك

المجموع	65	100%
---------	----	------

- قراءة الجدول:

لتحليل النسب المئوية الواردة في الجدول، يمكن تفسيرها بالشكل التالي:

1. زيادة الوعي البيئي لدى المستخدمين بنسبة 47.69%

تشير هذه النسبة إلى أن 47.69% من المستخدمين الذين تفاعلوا مع المحتوى البيئي على منصة فيسبوك شهدوا تطوراً في مستوى وعيهم بالقضايا البيئية. يعكس ذلك فعالية المحتوى المنشور في تثقيف الجمهور وتوسيع إدراكهم للمشكلات البيئية، مما ساهم في تغيير فهمهم أو وجهة نظرهم حول هذه القضايا. يُظهر هذا الأمر قدرة المنصة على الوصول إلى جمهور كبير وتوعيته بالقضايا البيئية

2. تعزيز الرصيد المعرفي المتعلق بالبيئة بنسبة 35.38%

تعبّر هذه النسبة عن أن 35.38% من المستخدمين اكتسبوا معرفة إضافية حول البيئة نتيجة لتفاعلهم مع المحتوى البيئي على فيسبوك. يدل هذا على أن المنصة لعبت دوراً مهماً في تحسين مستوى المعلومات والحقائق البيئية لدى المستخدمين، مما أضاف قيمة جديدة إلى "رصيدهم المعرفي" في هذا المجال. قد يعكس ذلك أيضاً أن جزءاً من المستخدمين كان لديهم معرفة مسبقة بالقضايا البيئية، لكنهم استفادوا من الاطلاع على المزيد من التفاصيل والمعلومات الجديدة

3. المساهمة في معالجة القضايا بنسبة 15.38%

توضح هذه النسبة أن 15.38% من المستخدمين انخرطوا بشكل أكثر نشاطاً في القضايا البيئية، سواء عن طريق المشاركة في النقاشات، دعم المبادرات البيئية، أو حتى اتخاذ خطوات عملية لحل هذه القضايا. تشير هذه النسبة إلى التأثير العملي للمحتوى البيئي في تحفيز المستخدمين على التحرك بفعالية تجاه القضايا المهمة. ومع ذلك، قد يعكس هذا أيضاً أن تحويل الوعي والمعرفة إلى أفعال ملموسة يتطلب مجهوداً أكبر أو عوامل إضافية لا يوفرها الفيسبوك بمفرده

جدول رقم (36): يوضح الإشباع الاجتماعي التي يحققها موقع الفيسبوك.

النسبة	التكرار	قيم تتمثل الإشباع الاجتماعي التي يحققها لك موقع الفيسبوك؟
56.92%	37	التعرف على أشخاص لهم نفس الاهتمامات البيئية
38.46%	25	المشاركة في الحملات البيئية التطوعية التي يتم إطلاقها عبر الموقع
1.54%	1	التعرف على الأخطار البيئية
1.54%	1	غير ذلك
1.54%	1	المحافظة على المجتمع
100%	65	المجموع

- قراءة الجدول:

بناءً على النسب المئوية المذكورة في الجدول، يمكن تفسير البيانات بالشكل التالي

1. التعرف على أشخاص يشاركون نفس الاهتمامات البيئية (56.92%): النسبة المرتفعة تعكس أن الأغلبية ترى في فيسبوك وسيلة فعالة للتواصل مع أفراد يشتركون في الاهتمامات البيئية. هذا يدل على الدور المحوري

للمنصة في إنشاء شبكات اجتماعية متخصصة حول قضايا مثل البيئة، مما يعزز الحوار وتبادل الأفكار بين المهتمين

2. المشاركة في الحملات البيئية التطوعية 38.46% تشير هذه النسبة إلى أن عدداً كبيراً من المستخدمين يستعين بـ فيسبوك للانخراط في أنشطة تطوعية مرتبطة بالبيئة. هذا يبرز دور المنصة في تنظيم المبادرات البيئية وزيادة الوعي بالقضايا المهمة، مما يشجع المستخدمين على التفاعل العملي مع تلك القضايا
3. التعرف على الأخطار البيئية 1.54% تدل النسبة المنخفضة على أن قلة من المستخدمين يعتبرون فيسبوك مصدراً رئيسياً للتعرف على المخاطر البيئية. قد يكون السبب في ذلك تفضيلهم لمصادر أخرى مثل الأخبار أو الدراسات العلمية للحصول على هذه المعلومات بشكل أكثر دقة وموثوقية
4. المحافظة على المجتمع 1.54% انخفاض هذه النسبة يعكس محدودية تأثير فيسبوك في تعزيز قيم المحافظة على المجتمع من منظور المستخدمين. ويظهر ذلك أن المنصة لا تُعتبر بالنسبة لكثيرين أداة رئيسية لدعم القيم المجتمعية أو الحفاظ عليها بالشكل المطلوب

جدول رقم (37): يوضح إذا كان بإمكان المستخدمين التوقف عن استخدام الفيسبوك

هل بإمكانك التوقف عن استخدام الفيسبوك؟	التكرار	النسبة
نعم	44	67.69%
لا	21	32.31%
المجموع	65	100%

- قراءة الجدول:

البيانات المتاحة تُظهر أن 67.69% من المستخدمين يستطيعون التوقف عن استخدام فيسبوك، في حين أن 32.31% يجدون صعوبة في ذلك. هذه النتائج تُبرز أن غالبية المستخدمين لا يعتبرون فيسبوك جزءاً ضرورياً من حياتهم ويمكنهم الاستغناء عنه. فيما يلي تفسير أكثر تفصيلاً لتلك النسب والأسباب التي قد تدفع المستخدمين لترك أو الاستمرار في استخدام المنصة

تفسير البيانات:

أولاً: 67.69% يمكنهم التوقف عن استخدام فيسبوك

وجود بدائل أخرى: يعود ذلك إلى انتشار منصات تواصل أخرى مثل إنستغرام، تويتر، تيك توك، وأيضاً الوسائل التقليدية للتواصل مثل التلفاز والراديو، مما يوفر خيارات متنوعة

عدم ارتباط فيسبوك بالدخل: العديد من المستخدمين لا يعتمدون على فيسبوك للتسويق أو الإعلانات كمصدر دخل، مما يجعل قرار التوقف أقل تعقيداً

الشعور بالملل: بالنسبة للبعض، المحتوى المتكرر وغير الجذاب على المنصة يجعلهم يفقدون الحماس لاستخدامها

البحث عن الراحة النفسية: ترك فيسبوك قد يكون خطوة للتخلص من التأثير السلبي على الصحة النفسية، مثل ضغوط المقارنات الاجتماعية أو الشعور بالفشل

الرغبة في الابتعاد عن الأجهزة: هناك من يختار تقليل استخدام الهاتف واستبداله بأنشطة أكثر فائدة كالمطالعة، ممارسة الرياضة، أو قضاء وقت ممتع مع العائلة

إهدار الوقت: يرى بعض الأشخاص أن تصفح فيسبوك غير مفيد ويُهدر وقتهم دون أي قيمة مهمة

ثانياً: 32.31% لا يمكنهم التوقف عن استخدام فيسبوك

الاعتماد على فيسبوك كمصدر للدخل: بالنسبة لهؤلاء المستخدمين، المنصة تُشكل أداة أساسية للعمل، سواء في التسويق أو إدارة الأعمال

الإدمان على التفاعل والمحتوى: يجد بعض المستخدمين صعوبة في الابتعاد عن التصفح اليومي بسبب العادة أو إدمانهم للمشاركة والتفاعل مع المنشورات

غياب البدائل المناسبة: يرى البعض أن فيسبوك يُلبّي احتياجات معينة كالتواصل الاجتماعي أو متابعة الأخبار، ولا يجدون منصة أخرى توفر نفس الفوائد

الخوف من العزلة الاجتماعية: يشعر هؤلاء بأن التوقف عن استخدام فيسبوك سيؤدي إلى انقطاعهم عن الأصدقاء أو فقدانهم الاتصال بالمجتمع المحيط والأحداث المهمة.

توضح هذه التحليلات تنوع التجربة الشخصية للمستخدمين مع المنصة واختلاف دوافع قراراتهم بين الاستمرار فيها أو التخلي عنها.

جدول رقم (38): يوضح مدى ثقة المستخدمين بالمضامين التي يقدمها الفيسبوك.

هل تثق بالمضامين البيئية التي يقدمها لك موقع الفيسبوك؟	التكرار	النسبة
نعم بشكل تام ومطلق	10	15.38%
لا حسب طبيعة المحتوى	51	78.46%
لا أثق فيه فيما يقدمه	4	6.15%
المجموع	65	100%

- قراءة الجدول:

بناءً على البيانات المتاحة، يمكن تحليل الأسباب التي تفسر سلوكيات المستخدمين الجزائريين وعدم ثقتهم بمنصة فيسبوك عبر مجموعة من العوامل والدوافع، ويمكن تلخيصها على النحو التالي:

1. انتشار المعلومات المضللة: يعد انتشار الأخبار الزائفة واحدة من أبرز الأسباب التي تؤدي إلى عدم ثقة المستخدمين في الجزائر بفيسبوك. فخلال الفترات الحساسة مثل احتجاجات "الحراك"، استُخدمت المنصة لنشر معلومات كاذبة وتنظيم حملات تضليلية أثرت على مصداقية المحتوى. كما شهدت جائحة كوفيد-19 انتشاراً واسعاً للبيانات المغلوطة حول الفيروس واللقاحات، مما عمّق الشكوك لدى المستخدمين تجاه مصداقية ما يُعرض

2. ضعف الثقة بالخصوصية: أظهرت الدراسات أن شريحة كبيرة من مستخدمي فيسبوك لا يثقون في حماية المنصة لبياناتهم الشخصية. هذا التوجه تفاقم نتيجة للفضائح السابقة، مثل فضيحة "كامبريدج أناليتيكا"، التي كشفت عن سوء إدارة البيانات الشخصية. وفي الجزائر، حيث بدأ الوعي بالخصوصية يزداد تدريجياً، أصبح المستخدمون أكثر تحفظاً في مشاركة معلوماتهم على الموقع.

3. التأثير السلبي للمحتوى السياسي: تحول فيسبوك إلى ساحة للعديد من الحملات السياسية المثيرة للجدل في الجزائر، مع استخدام "الذباب الإلكتروني" لدعم توجهات سياسية معينة أو مهاجمة المعارضين. هذه الممارسات ساهمت في فقدان الثقة بمصداقية المحتوى السياسي المنشور على المنصة

4. انخفاض جودة المحتوى: على الرغم من شعبية المحتوى الترفيهي والإخباري على فيسبوك، فإن الكثير منه يعتبر مشكوكاً في جودته. ويميل العديد من المستخدمين إلى التحقق من المعلومات عبر مصادر أخرى قبل الوثوق بها، ما يعكس عدم اعتمادهم التام على المنصة كمصدر للمعلومات

5. التوجه نحو منصات بديلة: مع تزايد الشكوك في فيسبوك، اتجه العديد من المستخدمين الجزائريين نحو منصات أخرى مثل يوتيوب وإنستغرام. وتُعتبر هذه المنصات خياراً أكثر جاذبية لقيمتها في تقديم محتوى متنوع وأكثر موثوقية

6. الثقة المشروطة بالمقربين: على الرغم من أن المستخدمين يميلون إجمالاً إلى الوثوق بالمعلومات التي يشاركونها أصدقائهم وعائلاتهم، إلا أن إدراكهم لاحتمالية مشاركة هؤلاء معلومات غير دقيقة دفعهم ليكونوا أكثر حذراً وانتقائية في التفاعل مع المحتوى الذي يصلهم عبر فيسبوك.

هذه العوامل مجتمعة تسلب الضوء على الأبعاد المختلفة التي تشكل نظرة المستخدمين الجزائريين نحو منصة فيسبوك وتجعلهم أكثر ميلاً للتعامل بحذر معها أو اختيار بدائل أخرى.

III. - نتائج الدراسة:

موقع التواصل الاجتماعي Facebook.com انطلق رسمياً في الرابع من فيفري عام 2004م، وقد بدأ هذا الموقع في الانتشار الموازي مع شبكات التواصل الأخرى على الساحة حتى تطور من المحلية إلى الدولية عام 2006م وكذلك قيام الفيسبوك عام 2007م بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين، ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي الفيسبوك بشكل كبير حتى تربع الفيسبوك على عرش مواقع التواصل الاجتماعي. (داود، 2006، الصفحات 71-72)

❖ أنماط وطرق استخدام موقع فيسبوك ودوره في تعزيز الوعي البيئي:

✓ أنماط الاستخدام: يستخدم الجمهور الجزائري منصة فيسبوك في المقام الأول لاكتساب المعلومات والمعرفة، حيث يعتمد 52.31% من المستخدمين على الموقع كمصدر رئيسي للأخبار والمحتويات البيئية. كما يفضل 35.38% من المستخدمين استغلاله لتعزيز التواصل الاجتماعي والمشاركة في مجموعات ونقاشات تهتم بالقضايا البيئية. بالإضافة إلى ذلك، يلجأ 27.69% لفيسبوك للحصول على الترفيه ومتابعة المحتوى الإعلامي، بينما يجد فيه 23.08% وسيلة لتلبية احتياجاتهم النفسية كالبحث عن الدعم العاطفي.

✓ خلق الوعي البيئي: يشكل فيسبوك أداة فعالة لزيادة الوعي بالقضايا البيئية؛ حيث أكد 47.69% من المستخدمين أن تفاعلهم مع المحتويات البيئية على المنصة ساهم في رفع مستوى وعيهم بمشكلات البيئة. علاوة على ذلك، يشارك 38.46% من المستخدمين في حملات تطوعية بيئية منظمة عبر فيسبوك، مما يُبرز دوره كمنصة تحفز الانخراط الفعلي في الأنشطة البيئية المختلفة.

❖ دوافع استخدام فيسبوك لنشر الوعي وحماية البيئة

✓ سهولة الوصول والمشاركة: يُعتبر فيسبوك منصة سهلة الاستخدام بنسبة 49.3%، مما يجعله أداة فعالة لنشر الوعي البيئي وسط جمهور واسع. يتميز بسهولة الوصول إلى المعلومات ومشاركتها بشكل سريع، وهو ما يجعله الخيار المفضل للكثيرين.

✓ التفاعل الاجتماعي: يستخدم 56.92% من المستخدمين فيسبوك للتواصل مع أشخاص يشتركون معهم في الاهتمامات البيئية، مما يعزز الشعور بالانتماء إلى مجتمع افتراضي يدعم حماية البيئة والقضايا المرتبطة بها.

✓ المحتوى المتنوع: يوفر فيسبوك مجموعة متنوعة من المحتويات تشمل الأخبار البيئية، الفيديوها، الصور، والمقالات، وهو ما يُلبّي احتياجات مختلف المستخدمين ويزيد من إمكانية نشر الوعي بالقضايا البيئية بشكل أوسع

✓ المبادرات التطوعية: تُنظم عبر فيسبوك العديد من حملات العمل التطوعي البيئي، مما يجعله وسيلة فعّالة لتحفيز فئة الشباب والمتطوعين على الانضمام إلى أنشطة مثل تنظيف الشواطئ أو زراعة الأشجار.

❖ طبيعة الإشباعات المحققة للوعي البيئي:

✓ الإشباعات المعرفية: يحقق فيسبوك إشباعًا معرفيًا لنسبة 52.31% من المستخدمين، حيث يوفر معلومات قيّمة حول قضايا مثل التلوث، التغير المناخي، والاستدامة، مما يساعدهم على توسيع مداركهم وفهمهم للتحديات البيئية.

✓ الإشباعات الاجتماعية: يشعر 35.38% من المستخدمين بأن فيسبوك يعزز مكانتهم الاجتماعية من خلال التفاعل مع الآخرين والمشاركة في مجموعات بيئية، مما يرسخ شعورهم بالانتماء إلى مجتمع يهتم بالقضايا البيئية.

✓ الإشباعات النفسية: يوفر فيسبوك إشباعًا نفسيًا لنسبة 23.08% من المستخدمين من خلال منحهم مساحة للتعبير عن آرائهم ومشاعرهم تجاه القضايا البيئية. هذا يقلل من شعورهم بالعزلة ويزيد من الدعم العاطفي الذي يتلقونه.

✓ الإشباعات الإعلامية: يستفيد 27.69% من المستخدمين من فيسبوك كمصدر ترفيهي وإعلامي متعلق بالبيئة، مثل مقاطع الفيديو التوعوية والتغطيات الإخبارية حول مواضيع البيئة.

IV. - خاتمة:

نلاحظ بأن موقع الفيسبوك يلعب دورا محوريا في نشر الوعي البيئي بين المستخدمين الجزائريين، خاصة بين الشباب والنساء والأفراد المتعلمين. يتميز فيسبوك بسهولة استخدامه وتنوع محتواه، مما يجعله وسيلة فعالة لتوصيل المعلومات البيئية وتعزيز التفاعل الاجتماعي حول القضايا البيئية. من خلال توفير محتوى متنوع يشمل أخبارا، فيديوهات، صوراً، ومقالات، استطاع فيسبوك تحقيق إشباعات معرفية ونفسية واجتماعية للمستخدمين. حيث زاد وعيهم بالقضايا البيئية وساهم في تحفيزهم للمشاركة في الحملات التطوعية والأنشطة البيئية.

على الرغم من ذلك، تعاني المنصة من تحديات مثل انتشار المعلومات المضللة وضعف ثقة المستخدمين في بعض المواد المقدمة. لذلك، من الضروري العمل على تحسين جودة المحتوى البيئي وتعزيز مصداقيته، إلى جانب دعم المبادرات البيئية وتوفير الموارد اللازمة لتحقيق تأثير فعلي على أرض الواقع. في ختام الأمر، يمكن الإشارة إلى أن فيسبوك يمثل أداة فعالة لنشر التوعية البيئية، غير أن نجاحه مرتبط بقدرته على تعزيز ثقة المستخدمين وضمان استدامة المحتوى القيم والهادف.

٧. - الهوامش:

1. داود عبد الرزاق، الأساس الدستوري لحماية البيئة من التلوث، دار الفكر الجامعي، الإسكندري، 2006م
2. عبد الرزاق سعيد، التربية البيئية في العصر الرقمي، مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، المجلد 2، العدد 1، جامعة محمد بوضياف-المسيلة، الجزائر، 2021م، ص 33 ص 42.
3. كيجل فتيحة، رسالة ماجستير، الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي، قسنطينة، الجزائر، 2012
4. مكاوي حسن، السيد ليلي، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998م
5. مهري شفيقة، الإعلام البيئي الإلكتروني عبر موقع الفيسبوك ودوره في تحقيق التنمية المستدامة، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، المجلد 13، العدد 2، جامعة محمد لمين دباغين سطيف-2، الجزائر، ديسمبر 2016م، ص 199 ص 217.
6. ياسين قرناني، وأمينه بكار. تطبيقات الإعلام الجديد. عمان: دار الأيام، 2018م.
7. يوسف عبد العالي، مبني نور الدين، الإعلام المحلي، ، الجزائر، 2016م