

دور الإعلام الجديد في زيادة الوعي البيئي الفايسبوك نموذجاً

" تحليل محتوى رؤى شباب مدينة الأغواط "

د. سعيذة زيزاح - أ. علي بوخلخال
جامعة الأغواط

الملخص:

يمكن اعتبار الإعلام الجديد حلقة من حلقات النظام البيئي والمجال الحيوي، فالإعلام الجديد يحتل مكانة خاصة ومتميزة في علاقته مع الإنسان والبيئة، ذلك أنه أكثر الوسائل تأثيراً في البيئة في الوقت الحالي، حيث هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور موقع التواصل الاجتماعي " الفايسبوك " في تحسين الوعي البيئي لدى الشباب الأغواطي نموذجاً، ودرجة تأثيره بالمتغيرات المستقلة، حيث اشتمل دور موقع التواصل الاجتماعي " الفايسبوك " على ثلاث متغيرات رئيسية هي مقدار المتابعة وعدد المنشورات، مقدار طرح القضايا والموضوعات البيئية، الفترة الزمنية للعضوية في موقع التواصل الاجتماعي " الفايسبوك ".

الكلمات الدالة: الإعلام / الإعلام الجديد / مواقع التواصل الاجتماعي / الفايسبوك / الوعي / الوعي البيئي / الشباب

Abstract:

The new media can be considered as a part of the biological system and, thus it has a big importance and a unique relation with the human being and its environment, because it has a great influence on it. This is why this study aims to identify the real role of one of the most famous tool of the new media which is the social network "facebook" in the improvement of the environmental awareness among the youth of

Laghout city, and the ratio of the influence the independent variables. Whereas the role of the social network of "facebook" contained 3 major variables which is: the amount of the follow-up and the number of the posts, in addition to the amount of debating the environmental issues and subjects, and the last variable is the period of joining the facebook.

الإشكالية

أحدث الإنسان وبخاصة في القرن العشرين نتيجة للثورة التكنولوجية المتسارعة والعشوائية خللاً كبيراً في التوازن الدقيق الذي كان يربط بين عناصر البيئة من ماء وهواء وتربة، فظهرت بسببها ظواهر بيئية جديدة لم يعرفها الإنسان من قبل مثل ظاهرة التلوث والتصحر وانتشار النفايات في الأماكن العمومية، مما أدى إلى تدهور صحتها وقدرتها على العطاء، وبالتالي كان لها مردود سلبي مباشر وكبير على صحة الإنسان والحيوان والنبات.

كل هذا فرض على الإنسان إلى تغيير نظريته وسياسته ومرجعياته الفكرية نحو البيئة وأجبرته على الاهتمام بقضايا البيئة ومعالجة تأثيراتها السلبية، لذلك عقدت عدة مؤتمرات عالمية للبحث في هذا الموضوع وقضاياها، ومن بين هذه المؤتمرات نذكر "مؤتمر الأمم المتحدة حول البيئة الإنسانية الذي انعقد في ستوكهولم (السويد) في الفترة الممتدة بين 5 إلى 16 جوان 1972 وتخض عنه برنامج التربية البيئية الدولي"¹، وتوالت المؤتمرات في هذا الشأن إلى آخر مؤتمر في جوان 2012 الذي عرف بـ " قمة الأرض " وانهقد بمدينة ريو دي جانيرو (البرازيل)، حيث حضر فيه أكثر من مائة رئيس دولة ورئيس حكومة في العالم، لكن غاب عنه الرئيس الأمريكي باراك أوباما ونظيره الروسي فلاديمير بوتين، وتم خلال هذا التجمع الاتفاق حول مسودة إعلان نهائية من 49 صفحة بعنوان " المستقبل الذي نريده ".

وقد دعت كل هذه اللقاءات إلى نشر الوعي البيئي وتنمية العناية بقضايا البيئة عن طريق وسائل الإعلام والاتصال بمختلف صورها المقروءة والمرئية والمسموعة، لقدرتها في التأثير على الأفراد والجماعات والمجتمعات في مجالات القيم والعادات والسلوك، بالإضافة إلى تأثيرها الفاعل في شخصية الفرد وبنائه النفسي والاجتماعي، فنحن نعيش اليوم مرحلة الإعلام الجديد بكل تجلياته وأبعاده، وهي مرحلة أضحت فيها الإعلام الشخصي والفردية سمة القرن الجديد، والأنترنت والكمبيوتر أدواته الأساسية، حيث إنتشرت مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير

في أنحاء العالم مما أدى لكسر الحدود الجغرافية له وجعله يبدو كقرية صغيرة تربط أفرادهم بعضهم البعض، تطورت هذه المواقع شيئاً فشيئاً لتصبح الأشهر استخداماً بين مستخدمي الأنترنت، ومع التطور الذي يشهده العالم في مجال التقنية والاتصالات ذات صيت في المجتمعات العالمية وبين الشباب.

وتعد مواقع التواصل الاجتماعي أو ما يعرف بأدوات التشبيك الاجتماعي أو *MediaSocial* نوعاً جديداً من أنواع الصحافة التي إنتشرت وتبلورت في بيئة الأنترنت وتكنولوجيا الوسائل 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 وتبادلها على نطاقات واسعة.

ويعتبر الفيسبوك أحد شبكات التواصل الاجتماعي وأكثرها شهرة وإستخداماً وتأثيراً على مستوى العالم برغم أن عمره لا يزيد عن 12 سنة، حيث تم إنشائه عام 2004 من طرف مارك زوكربيرغ، ويملك الموقع " حوالي 880 مليون مستخدم، بمعنى آخر فإن شخصاً واحداً من بين كل 13 شخص على الأرض لديه حساب في موقع فيسبوك، بحوالي 75 لغة، ويقضي هؤلاء المستخدمين جميعاً أكثر من 700 بليون دقيقة على الموقع شهرياً"².

والشباب هم أكثر شريحة تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي، بوصفهم يشكلون الغالبية العظمى من أعضاء المجتمع العربي عامة والجزائري خاصة، هم الأساس الذي يرتكز عليه التقدم في كافة مجالات الحياة، فهم أكثر فئات المجتمع حيوية، وقدرة، ونشاطاً، وإصراراً على العمل والعطاء، ولديهم الإحساس بالجديد، وحب التجديد، والرغبة في التغيير، مما يجعلهم أكثر قدرة على مواجهة مشكلات المستقبل، لذلك كان من المفيد التطرق لهاته المشكلة والتي تبحث في قياس دور مواقع التواصل الاجتماعي " الفايسبوك " في زيادة الوعي البيئي لدى الشباب الجزائري إنطلاقاً من التساؤل العام التالي: كيف تساهم مواقع التواصل الاجتماعي " الفايسبوك " في زيادة الوعي البيئي لدى الشباب بمدينة الأغواط؟

وتندرج تحت هاته الإشكالية بعض التساؤلات الجزئية التالية:

1. هل يؤثر مقدار المتابعة والتفاعل مع موقع التواصل الاجتماعي " الفايسبوك " على زيادة الوعي البيئي لدى الشباب بمدينة الأغواط؟

2. هل يساهم مقدار طرح القضايا والموضوعات البيئية في زيادة الوعي البيئي لدى الشباب بمدينة الأغواط؟

3. هل تؤثر الفترة الزمنية للعضوية على زيادة الوعي البيئي لدى الشباب بمدينة الأغواط؟

- فرضيات الدراسة

1. يؤثر مقدار التفاعل مع موقع التواصل الاجتماعي " الفايسبوك " من خلال مدة الإستعمال وعدد المنشورات في زيادة الوعي البيئي لدى الشباب بمدينة الأغواط.
2. يساهم مقدار طرح القضايا والموضوعات البيئية المختلفة ومعالجتها من خلال نشر ثقافة التطوع البيئي في زيادة الوعي البيئي لدى الشباب بمدينة الأغواط.
3. تؤثر الفترة الزمنية للعضوية من خلال عدد سنوات الاستعمال في زيادة الوعي البيئي لدى الشباب بمدينة الأغواط.

- أهمية الدراسة

1. يعد البحث إسهاماً في تناول موضوع الوعي البيئي على مستوى موقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك".
2. يعطي مؤشرات ثقافية لأهمية موقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" في الرفع من مستوى الوعي البيئي لدى الشباب.
3. يمثل إلتفاتة للبحوث المستقبلية تتناول موضوعات ذات صلة بالبحث الحالي مثل تصميم وبناء صفحات بيئية دعائية خاصة بالتربية البيئية والتنوير البيئي في موقع التواصل الاجتماعي " الفايسبوك " لما له أهمية قصوى في الوقت الحالي.
4. التعرف على إهتمامات الشباب المستخدم للموقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك".

- مفاهيم الدراسة

تعتبر عملية تحديد المفاهيم وضبط المصطلحات العلمية من الخطوات الأساسية في البحث العلمي لما لها من دور كبير في تحديد مسار البحث وذلك بتناول المفاهيم ذات الصلة المباشرة

بالموضوع أو ببعض جوانبه، وسوف يتم التطرق إلى مفهوم الإعلام، الإعلام الجديد، مواقع التواصل الاجتماعي، الفايسبوك، البيئة، الوعي البيئي، الشباب.

أولاً: الإعلام

لغة: " من الفعل أعلم وعلم بالشيء أي شعر به، ويقال استعلم لي خبر فلان وأعلمه وعلم الأمر وتعلمه أي أتقنه ويقال علمت الشيء بمعنى عرفتة وخبرته " ³.

إصطلاحاً: " يعرف الإعلام من الناحية الإصطلاحية على أنه " نشر الحقائق والأخبار والأفكار والآراء بين الجماهير بوسائل الإعلام المختلفة، كالصحافة والإذاعة والسينما والمحاضرات والندوات والمؤتمرات والمعارض وغيرها بغية التوعية والإقناع وكسب التأيد " ⁴.

كما يعرف الإعلام على أنه " إتصال علني ومنظم يوجه عبر وسائل الإتصال الجماهيرية إلى جمهور عريض " ⁵.

والإعلام هو الإخبار، أو التبليغ، أو هو الإنباء، وكلها مرادفات تعني إنتقال معلومة بين الأفراد بواسطة فرد أو جماعة، بحيث تنتشر بينهم، فتصبح لهم لغة للتفاهم وإصطلاحاً للتعامل، ووسيلة للمشاركة. ⁶

ويمكن تعريفه إجرائياً بأنه " عملية إنتقال المعلومات بين الأفراد والجماعات والمؤسسات "

ثانياً: الإعلام الجديد

الإعلام الجديد New Media أو الإعلام الرقمي Digital Media هو مصطلح يضم كافة تقنيات الإتصال والمعلومات الرقمية التي جعلت من الممكن إنتاج ونشر واستهلاك وتبادل المعلومات التي نريدها في الوقت الذي نريده وبالشكل الذي نريده من خلال الأجهزة الالكترونية (الوسائط) المتصلة أو غير المتصلة بالإنترنت، والتفاعل مع المستخدمين الآخرين.

هناك تعريفات أخرى مختلفة منها تعريف مجلة بي سي للإعلام الجديد بأنه: "أشكال التواصل في العالم الرقمي والتي تضمن النشر على الأقراص المدجة وأقراص الدي في دي وبشكل أكثر أهمية على شبكة الإنترنت " ⁷.

يعرف بأنه " الطرق الجديدة في الإتصال في البيئة الرقمية، بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الأنترنت، وتبادل المعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع أصواتهم وأصوات مجتمعاتهم إلى العالم أجمع"⁸.

ونعرف الإعلام الجديد إجرائياً بأنه إعلام متعدد الوسائط حيث أنه أحدث ثورة نوعية في المحتوى الإتصالي الذي يتضمن مزيج من النصوص والصور وملفات الصوت ولقطات الفيديو، هذا المحتوى متعدد الوسائط انتشر بشكل هائل خلال السنوات الماضية بشكل خاص عبر ما يعرف بصحافة المواطن.

ثالثاً: مواقع التواصل الإجتماعي

يعرفها زاهر راضي بأنها " منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشاركة فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام إجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين ليدهم نفس الاهتمامات والهوايات"⁹.

وتشير أيضاً إلى " الطرق الجديدة في الإتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الأنترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع"¹⁰.

ونعرفها إجرائياً بأنها مواقع تواصلية إجتماعية إفتراضية تتيح جملة من الإمتيازات كإلتقاء مع الأصدقاء والمعارف والأهل إلى جانب إنشاء علاقات من كافة أنحاء العالم، كما تعتبر نافذة من نوافذ التعبير في كافة مجالات الحياة المعاشية.

رابعاً: الفيسبوك Facebook

هو شبكة إجتماعية إستأثرت بقبول وتجاوب كبير من الناس خصوصاً من الشباب في جميع أنحاء العالم¹¹، ويعد موقع الفيسبوك واحد من أشهر المواقع على الشبكة العالمية، ورائد التواصل الإجتماعي خاصة في الوطن العربي، وأصبح هذا الموقع اليوم منبر إفتراضي للتعبير، وإتخذه الشباب اليوم بديلاً للأحزاب السياسية والأفلام الصحفية في التعبير وفي إرسال مطالبهم اليومية إلى الحكومات والمطالبة بالحقوق التي يكفلها الدستور كالحق في الشغل والسكن والعيش الكريم.

ونعرفه إجرائياً بأنه مجتمع إلكتروني قائم على الافتراضية يتيح للفرد المستخدم أو المنتسب إليه جملة من المزايا كالحرية في التعبير ونشر الصور والفيديوهات وتعليق عليها والتواصل مع الأصدقاء وإنشاء صداقات جديدة.

رفض زوكيربرغ جميع العروض الإعلانية من بعض الشركات الكبرى مثل Yahoo وشبكة MTV وقرر فقط التركيز على زيادة عدد مستخدمين الموقع وتطوير خدماته، والآن يملك الموقع حوالي 880 مليون مستخدم¹².

خامساً: البيئة

لغة: يعود الأصل اللغوي لكلمة البيئة في اللغة العربية إلى الجذر (بؤأ) الذي أخذ منه الفعل الماضي (باء) قال ابن منظور في معجمه لسان العرب باء إلى الشيء أي رجع إليه، وذكر المرجع نفسه معنيين قريبين من بعضهما البعض لكلمة (تبؤأ) الأول إصلاح المكان وتهيته للمبيت فيه، والثاني بمعنى النزول والإقامة، وبناء على ذلك يتضح أن البيئة هي: الحلول والنزول في المكان، ويمكن أن تطلق مجازاً على المكان الذي يتخذه الإنسان مستقراً حلوله ونزوله¹³.

إصطلاحاً: عرفها مؤتمر "ستوكهولم" في جوان 1972 بأنها "كل ما يتعلق بنمط حياة الإنسان في الوسط الطبيعي والصناعي"¹⁴.

ونعرفها إجرائياً بأنها مجموعة النظم الطبيعية والاجتماعية التي تعيش فيها الكائنات الحية وتمارس فيها نشاطها وتستخدم فيها مقومات حياتها.

سادساً: الوعي البيئي

لغة: هو الفهم وسلامة الإدراك¹⁵.

إصطلاحاً: إن الوعي البيئي هو حاصل دمج مفهومي الوعي والبيئة، ويعرف على أنه إدراك الفرد لدوره في مواجهة البيئة¹⁶.

كما يعرف الوعي البيئي بأنه "ذلك المفهوم الذي يهتم بتزويد الأفراد بالمعارف البيئية الأساسية والمهارات والأحاسيس والاتجاهات البيئية المرغوبة، بحيث تمكنهم من الاندماج الفعال مع بيئتهم التي يعيشون فيها في إطار تحملهم المسؤولية البيئية المنشودة التي تضمن الحفاظ على البيئة من أجل الحياة الحاضرة والمستقبلية"¹⁷.

أما من الناحية الإجرائية فهي " مدى إدراك الفرد بالمشكلات البيئية والإحساس بها وتقصي سبل معالجتها.

سابعاً: الشباب

الشباب لغة كما ورد في لسان العرب "الشباب: الفناء والحداثة والشباب جمع شاب وكذلك الشبان وشب الغلام يشب شباباً وشيوباً"¹⁸.

أما في قاموس المحيط "الشباب: الفناء كالشبية، وقد شب يشب، وجمع شاب كالشبان، وأول الشيء"¹⁹.

أما من الناحية الإصطلاحية فقد ورد العديد من التفسيرات و الإتجاهات التي تناولت مفهوم الشباب بطرق مختلفة كالاتجاه البيولوجي والنفسي والإجتماعي والديموغرافي، لكن في هذا البحث سنركز على الإتجاه الإجتماعي (السوسيولوجي).

يعتبر هذا الإتجاه من أهم الإتجاهات سابقة الذكر، والذي يخص علماء الإجتماع، فيعتمد مفهوم الشباب عندهم على طبيعة وإكتمال الدور الذي يقومون به، ومن تفسيراتهم لهذا الجانب:

"إن فترة الشباب تبدأ حسبهم عندما يحاول المجتمع تأهيل الفرد لكي يحتل مكانة إجتماعية ولكي يؤدي دوراً أو أدواراً في بنائه، وتنتهي عندما يتمكن الفرد من إحتلال مكانة إجتماعية وأداء دوره في المجتمع بشكل ثابت ومستقر"²⁰.

وتناولنا مفهوم الشباب إجرائياً بأنه " فترة الشباب هي الفترة الزمنية التي يجتازها الفرد بين مرحلة الطفولة ومرحلة الرشد والتي يتحقق خلالها نضجه الجسمي والعقلي والإنفعالي والإجتماعي."

وتم الإعتماد في هذه الدراسة على الفئة العمرية (19- 38) وذلك إنسجاماً مع طبيعة المجتمع الجزائري المتفق عليه في هذا الشأن من جهة والمفهوم الذي يتناسب مع هذه الدراسة، حيث إن هذه المرحلة العمرية تتجلى فيها علامات النضج العقلي والنفسي والإجتماعي بصورة واضحة، وفيها يستطيع الشاب أن يتعامل مع جميع المواقف التي تواجهه في حياته وعلى جميع المستويات " الإجتماعية، الثقافية، الفكرية، والاقتصادية وحتى السياسية ".

ثامناً: المفهوم الإجرائي للمتغيرات الدراسة

1. مقدار المتابعة والتفاعل مع موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك: ونقصد بها الوقت الذي يقضيه المشترك في هذا الموقع أي من حيث الإستخدام وعادات التصفح وأنماط التصفح، والذي من خلاله يستطيع أن يؤثر ويتأثر بالمعلومات والقضايا التي يفرزها الموقع في المجال البيئي.
2. مقدار القضايا والموضوعات البيئية المختلفة في موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك: وهي تعني كمية المواضيع والقضايا المتعلقة بالبيئة من إبراز مشاكلها والتحسيس بأهميتها للفرد والمجتمع وأهمية المحافظة عليها وإبراز أهم المشاريع البيئية من طرف العديد من الأعضاء والجمعيات البيئية والخيرية والصفحات البيئية ومقاطع الفيديو الخاصة بالحملات البيئية المنتشرة في الموقع.
3. الفترة الزمنية للعضوية: وهي الفترة الزمنية من تاريخ أول اشتراك في موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك إلى تاريخ الاستمارة.

مجالات الدراسة

- المجال المكاني: من أهم المسائل التي تشغل بال أي باحث عند قيامه بدراسة موضوع ما تحديد المجال المكاني (الجغرافي) للدراسة وقد قمنا بإجراء الدراسة الميدانية في مدينة الأغواط، ومدينة الأغواط هي إحدى المدن الجزائرية، تبعد عن العاصمة حوالي 400 كلم، تقع شمالاً على خط عرض 33.5 وعلى خط طول حوالي 3 شرقاً، أما ارتفاعها عن سطح البحر يبلغ 750 م على السفوح الجنوبية للأطلس الصحراوي، " تقدر مساحة مدينة الأغواط بـ 400 كيلو متر مربع حيث يسكنها حوالي 212696 نسمة بكثافة سكانية قدرها 531 أي هناك 531 شخص في الكيلو متر مربع، وهذا اعتماداً على إحصائيات سنة 2009 ²¹.
- المجال البشري: تمثل المجال البشري لهذه الدراسة في مجموعة من الشباب مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي " الفايسبوك " ذكور وإناث الذين تتراوح أعمارهم ما بين 19 و 38 سنة، وقد ضمت عينة الدراسة 60 مبحوث.
- المجال الزمني: إنطلقت هذه الدراسة في المقابلة مع عينة الدراسة من 20 / 05 / 2015 إلى غاية 05/06/2015 وذلك بغية الحصول على البيانات التي نحتاجها في دراستنا.

- المنهج المستخدم

المنهج مهما اختلف نوعه فهو "الطريقة التي يسلكها الباحث للوصول إلى نتيجة معينة"²²، وفي هذه الدراسة تم الاعتماد على منهج تحليل المحتوى الذي يعرفه "برلسون"، "هو أسلوب للبحث يهدف إلى الوصف الموضوعي المنظم الكمي للمحتوي الإتصال"²³، ونظراً لطبيعة الدراسة ومجالاتها تم استخدام أحد أساليب تحليل المحتوى، هو أسلوب التحليل الفئوي وهو " إجراء إستكشافي يعني أنه لا يستعمل فيه إطار فئوي نظري أو إمبريقي كدعامة وسند لتحليل النتائج المنبثقة من منهجية تحليل واحدة وخالية من الاعتماد على إطار محدد مسبقاً"²⁴.

- أداة الدراسة

إستخدمنا في هاته الدراسة تقنية المقابلة التي تعرف بأنها "وسيلة أو تقنية بحث هامة تسمح باكتشاف آراء المبحوث وتصوراته في ظل تلك العلاقة التفاعلية معه، التقاء الباحث بالمبحوث شرط أساسي لقيام المقابلة في مكان معين"²⁵، ويعرفها رودولف غيفليون و بنيامين ماثالون " بأن المقابلة هي محادثة هادفة"²⁶، إذاً يمكن أن نقول في هذا السياق أن المقابلة تقنية يستعملها الباحث في مسالة أفراد على انفراد بغية الوصول إلى أهداف البحث.

ولتحديد أكثر إستخدامنا نوع من أنواع المقابلة تتمثل في مقابلة بالاستمارة ذات أسئلة مغلقة وأسئلة مفتوحة في بعض الأحيان حسب طبيعة المتغير، قمنا خلالها بإعداد جملة من الأسئلة بغرض طرحها على الباحث، وقد إستعملنا هذه التقنية من أجل حصر الوقائع والتعرف أيضاً على المعاني التي يمنحها الأشخاص للأوضاع التي يعيشونها.

ساهمت هذه التقنية في الحصول على معلومات واضحة محددة، وكذلك اسهامها في تسهيل عمليتي الفرز والتحليل.

ونشير إلى أن المقابلة بالاستمارة قد احتوت على 23 سؤالاً توزعت على خمسة محاور وتمثل هذه المحاور فيما يلي:

- المحور الأول: يتضمن بيانات شخصية عن المبحوث.
- المحور الثاني: يتضمن بيانات متعلقة بالفرضية الأولى.
- المحور الثالث: يتضمن بيانات خاصة بالفرضية الثانية.

- المحور الرابع: يتضمن بيانات خاصة بالفرضية الثالثة.
- المحور الخامس: يتضمن بيانات حول الوعي البيئي.

العينة

1. اختيار العينة وتحديدتها:

نظرا لطبيعة الموضوع وعدم توفر معلومات دقيقة، فقد تم اللجوء إلى استخدام العينة العرضية: Accidental Sample أو عينة الصدفة: العينة العرضية لا تمثل المجتمع الأصلي تمثيلا صحيحا، وإنما تمثل العينة نفسها فقط، كما أن نتيجة هذه العينات لا تعكس الواقع للمجتمع الأصلي وإنما تعطي فكرة عن مجموع الأفراد الذين أخذ منهم الباحث المعلومات المتجمعة لديه²⁷، أما مريس أنجرس فيعرفها بأنها " : اللجوء إلى هذا الصنف من المعاينة يتم عندما لا يكون اماننا أي اختيار، إنها الحالة التي لا نستطيع فيها ان نحصى في البداية مجتمع البحث المستهدف و لا اختيار العناصر بطريقة عشوائية"²⁸، العينة العرضية والتي تنفي بأهداف الدراسة وهذا من أجل اختبار الفرضيات المقترحة بإعتبار أن العينة العرضية تمثلت في الأفراد الذين يملكون عضوية في موقع التواصل الإجتماعي " الفايسبوك " من مدينة الأغواط، لذا تم تحديد العينة العرضية بـ 60 فرداً، موزعة بشكل متساوي وعمدي بين الذكور والإناث من أجل التعرف على أهم التوجهات بين الجنسين.

2. خصائص مجتمع الدراسة

الجدول رقم "1": يوضح البيانات الشخصية لمجتمع البحث

المجموع		%	ت	الصنف	البيانات الشخصية
ت	%				
60	100%	50	30	ذكر	الجنس
		50	30	أنثى	
60	100%	56.66	34	28 - 19	السن
		43.33	26	38 - 29	

المستوي التعليمي	إبتدائي	0	0	60	100%
	إكالي	5	8.33		
	ثانوي	25	41.66		
	جامعي	23	38.33		
	ما بعد التدرج	7	11.66		

نلاحظ من خلال الجدول رقم (1) الذي يوضح البيانات الشخصية لأفراد مجتمع البحث من حيث: (الجنس، السن، المستوى التعليمي)، فمن حيث الجنس كانت النسبة بالتساوي 50% لذكور و50% للإناث وهذا التساوي لم يكن صدفة وإنما مقصوداً من الباحث لتعرف ومقارنة وجهات النظر بين الجنسين، أما من ناحية السن فكان توزيع المبحوثين كالتالي: الفئة الغالبة هي الفئة الأولى المتمثلة في المجال [19 - 28] سنة حيث ينتمي إليها 34 مبحوث، أي ما نسبته 56.66% من إجمالي العينة، ثم تليها الفئة الثانية المحصورة بين [29 - 38] سنة، بـ 26 مفردة ونسبة 43.33% من مجموع العينة.

أما المستوى التعليمي للأفراد مجتمع الدراسة، الذين ينتمون إلى مرحلة (الابتدائي) فلم نسجل أية حالة، و (إكالي) بلغت نسبتهم 8.33% من مجموع أفراد العينة، ثم تليها مرحلة (الثانوي) فقد بلغت نسبة المنتمين إليها من طرف أفراد مجتمع الدراسة 41.66%، ثم تأتي بعدها مرحلة (الجامعة) فقد مثلها 23 شخص من مجتمع الدراسة أي بنسبة 38.33%، أما مرحلة (ما بعد التدرج) فقد بلغت نسبتها 11.66% من مجموع مجتمع البحث، وأخيراً نستنتج أن غالبية أفراد مجتمع البحث هم من المراحل المتقدمة التالية (الجامعة)، (ما بعد التدرج)، وهذا ما يوضح أن أغلبية المبحوثين هم ذات مستوى تعليمي وثقافي جيد.

3. تحليل وتفسير البيانات

الجدول الرئيسي رقم "2": لفئات الموضوع

الوحدة	الفئات النواتية للموضوع	التكرار	التكرار النسبي %
1	ذكر	30	0.03
2	أنثى	30	0.03
3	أقل من نصف ساعة	11	0.01
4	من (1 - 3) ساعة	18	0.02
5	من (4 - 6) ساعة	22	0.02
6	أكثر من 6 ساعات	09	0.01
7	منشور واحد في اليوم	03	0.00
8	من (1 - 3) منشور يومياً	04	0.00
9	من (4 - 6) منشور يومياً	18	0.02
10	أكثر من 7 منشورات يومياً	30	0.03
11	منشور واحد في الأسبوع	04	0.00
12	منشور واحد في الشهر	01	0.00
13	نعم أساهم بنشر مواضيع تتعلق البيئة	17	0.01
14	لا أساهم بنشر مواضيع تتعلق البيئة	43	0.04
15	نعم أملك أصدقاء لهم إهتمام بالجمال البيئي	60	0.06
16	لا أملك أصدقاء لهم إهتمام بالجمال البيئي	00	0
17	نعم أملك عضوية في الصفحات البيئية	22	0.02
18	لا أملك عضوية في الصفحات البيئية	38	0.04
19	أتابع صفحات البيئة بشكل منخفض	33	0.03
20	أتابع صفحات البيئة بشكل متوسط	5	0.00
21	أتابع صفحات البيئة بشكل مرتفع	22	0.02
22	نعم أثق في المواضيع البيئية المنشورة على موقع الفايسبوك	52	0.05
23	لا أثق في المواضيع البيئية المنشورة على موقع الفايسبوك	08	0.00

24	أقل من سنة	07	0.00
25	من (1 - 3) سنة	25	0.02
26	من (4 - 6) سنة	17	0.01
27	من (7 - 10) سنة	10	0.01
28	أكثر من 10 سنوات	01	0.00
29	استخدم موقع الفايسبوك بشكل متقطع	21	0.02
30	استخدم موقع الفايسبوك بشكل دائم	39	0.04
31	نعم يساهم الفايسبوك في التعرف على الوضع البيئي في الجزائر	29	0.03
32	لا يساهم الفايسبوك في التعرف على الوضع البيئي في الجزائر	31	0.03
33	نعم شاركت في حملات تطوعية خاصة بالبيئة	31	0.03
34	لا اشارك في حملات تطوعية خاصة بالبيئة	29	0.03
35	زيادة الرصيد المعرفي بالمجال البيئي ومشاكله	23	0.02
36	المساهمة في معالجة وطرح قضايا البيئية	15	0.01
37	زيادة الوعي البيئي	22	0.02
38	نعم يساهم الفايسبوك في نشر الوعي البيئي	27	0.03
39	لا يساهم في نشر الوعي البيئي	33	0.03
40	دون المستوى	36	0.04
41	في المستوى	24	0.02
المجموع		900	1

الجدول رقم "3": خاص بالفئات الكبرى للموضوع

أرقامها	المواضيع المحدد	فئات المواضيع الكبرى
2.1	ذكر / أنثى	الجنس
6.5.4.3	أقل من نصف ساعة / من (1-3) ساعة / من (4-6) ساعة / أكثر من 6 ساعات	عدد ساعات إستخدام موقع الفايسبوك
12.11.10.9.8.7	منشور واحد يومياً / من (1-3) منشور يومياً / من (4-6) منشور يومياً / أكثر من 7 منشورات يومياً / منشور واحد في الأسبوع / منشور واحد في الشهر	عدد المنشورات المبحوثين في موقع الفايسبوك
14.13	نعم / لا	نشر المواضيع الخاصة بالبيئة
16.15	نعم / لا	إمتلاك اصدقاء على موقع الفايسبوك
18.17	نعم امتلك عضوية / لا امتلك عضوية	العضوية في الصفحات البيئية على موقع الفايسبوك
21.20.19	منخفض / متوسط / مرتفع	حجم متابعة الصفحات البيئية على موقع الفايسبوك
23.22	نعم اثق فيها / لا اثق بها	الثقة في المواضيع البيئية المنشورة في الفايسبوك
28.27.26.25.24	أقل من سنة / من (1-3) سنوات / من (4-6) سنوات / من (7-10) سنوات / أكثر من 10 سنوات	عدد سنوات إستخدام موقع الفايسبوك
30.29	متقطع / دائم	طريقة إستخدام موقع الفايسبوك
32.31	نعم يساهم / لا يساهم	مساهمة موقع الفايسبوك في التعرف على الوضع البيئي في المجتمع الجزائري
34.33	نعم اشارك / لا اشارك	المشاركة في الحملات البيئية

التطوعية		
كيفية مساهمة مواضيع البيئة لدى المبحوثين	زيادة الرصيد المعرفي بالجمال البيئي ومشاكله / المساهمة في معالجة وطرح قضايا البيئة / زيادة الوعي البيئي	37.36.35
مساهمة موقع الفايسبوك في نشر الوعي البيئي	نعم يساهم في نشر الوعي البيئي / لا يساهم في نشر الوعي البيئي	39.38
التحصيل البيئي للمبحوثين	دون المستوي / في المستوي	41.40

- تحليل بيانات الفرضية الأولى

الجدول رقم "4": يوضح العلاقة بين الجنس بعدد ساعات استخدام موقع الفايسبوك في اليوم

رقم ومسمي الفئة	أقل من نصف ساعة (3)	من 1 - 3 ساعة (4)	من 4 - 6 ساعة (5)	أكثر من 6 ساعات (6)	المجموع
	%	ت	%	ت	%
ذكر (1)	63.63	7	55.55	10	45.45
أنثى (2)	36.36	4	44.44	8	54.54
المجموع	100	11	100	18	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 4 الذي يوضح علاقة الجنس بعدد ساعات استخدام موقع الفايسبوك، حيث سجلنا نسبة الذكور والإناث بـ 50% بالتساوي، فعند الذكور وجدناهم يستخدمون موقع الفايسبوك أقل من نصف ساعة بنسبة 63.63% ثم من 1 - 3 ساعات بنسبة وصلت إلى 55.55%، تليها فئة من 4 - 6 ساعات بنسبة 45.45% وأخيراً من يستخدمون الموقع أكثر من 6 ساعات في اليوم بنسبة 33.33%، أما الإناث فنجد هناك اختلاف في النسب المئوية حيث سجلنا من يستخدمون الموقع للأكثر من 6 ساعات في اليوم بنسبة 66.66% ثم تأتي بعدها فئة من 4 - 6 ساعات بنسبة 54.54% ثم فئة من 1 - 3 ساعات بـ 44.44% وأخيراً أقل من نصف ساعة في اليوم بـ 36.36%، ومنه نستخلص أن الإناث هم أكثر استعمالاً لموقع الفايسبوك من حيث عدد الساعات في اليوم.

الفايسبوك أصبح جزء لا يتجزأ عن حياتنا وليس هذا الجزء خاص بنا بل هو منتشر في جميع أنحاء العالم ويوجد ما يقرب من مليار مستخدم لموقع الفايسبوك كلهم يأخذ من وقتهم مقداراً معتبراً على حساب وقت الدراسة والأسرة، حيث يشارك من خلاله بأنشطة ونشر الصور ومتابعة أحدث الفيديوهات والأنباء العاجلة والتعليق على المشاركات إلى جانب الدردشة مع الأصدقاء والتعارف على شخصيات جدد من مختلف شرائح المجتمع، ومع إستعمال وتطور الهواتف الذكية صار الدخول إلى الفايسبوك أمراً بالغ السهولة والإتاحة في أي وقت وفي أي مكان بفعل تطور شبكات الأنترنت، وهذا ما يفسر إرتفاع في عدد ساعات استخدامه والذي من شأنه أن يؤثر على اهتمامات الشباب لدى الجنسين، ومن بين مؤثراته ما يلي:

- 1- تأثيره على التحصيل الدراسي، فالوقت المخصص لاستخدام الفايسبوك أكثر من الوقت المخصص للدراسة والمطالعة.
- 2- يؤثر على تفاعل الشاب مع أسرته، فالوقت الذي يقضيه أمام الكمبيوتر والهاتف أكثر من الجلوس والدردشة مع الأسرة.
- 3- إهمال كلي أو جزئي للحياة الاجتماعية والالتزامات العائلية والوظيفية.
- 4- يجعلك دائماً مرتبطاً بالعالم الافتراضي ومرتبطة بالعزلة والوحدة.

الجدول الثاني "5": يوضح العلاقة بين عدد ساعات إستخدام الفايسبوك بمدى مساهمة
المواضيع البيئية

رقم ومسمى الفئة		زيادة الرصيد المعرفي بالمجال البيئي ومشاكله (35)		المساهمة في معالجة وطرح القضايا البيئية (36)		زيادة الوعي البيئي (37)		المجموع	
		ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
أقل من نصف ساعة (3)	11	47.82	/	/	/	/	/	11	18.33
من (1 - 3) ساعات (4)	5	21.73	5	33.33	8	36.36	18	30	
من (4 - 6) ساعات (5)	7	30.43	10	66.66	5	22.27	22	36.66	
أكثر من 6 ساعات (6)	/	/	/	/	9	40.90	9	15	
المجموع	23	100	15	100	22	100	60	100	%100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 5 الذي يبين العلاقة بين عدد ساعات إستخدام الفايسبوك ومدى مساهمة المبحوثين بمواضيع البيئة، فقد وجدنا في الإتجاه العام أن مستخدمي الفايسبوك من 4 إلى 6 ساعات بنسبة 36.66% فمنهم من يساهمون في معالجة وطرح قضايا بالبيئة والتفاعل معها بنسبة 66.66%، و 30.43% يزدون من رصيدهم المعرفي بالمجال البيئي ومشكلاتها العصرية، إلى جانب العمل على زيادة وعيهم البيئي بنسبة 22.27%، أما الإتجاه الثاني الذين يستخدمون موقع الفايسبوك من 1 إلى 3 ساعات فقد بلغت نسبتهم إلى 30%، منهم من يعتقدون أن خلال متابعتهم موقع الفايسبوك يزدون من وعيهم البيئي وذلك بنسبة 36.36%، بينما يرون الآخرون أنهم يساهمون في معالجة وطرح قضايا بيئية بنسبة 33.33% ثم من يزدون من رصيدهم المعرفي بمجال البيئة ومشكلاتها بنسبة 21.73%، في حين يرى الإتجاه الثالث الذي يستخدم ويتابع موقع الفايسبوك أقل من نصف ساعة وذلك بنسبة 18.33%

مدعمة بنسبة 47.82% يرون أنهم يزيدون من رصيدهم المعرفي بالمجال البيئي ومشكلاته، وأخيراً يعتقد الأشخاص الذين يستخدمون موقع الفايسبوك لأكثر من 6 ساعات وبنسبة 15% دعمت بنسبة 40.90% يرون أنهم يزيدون من وعيهم البيئي.

مما لا شك فيه أن موقع الفايسبوك أصبح من أكثر المواقع طرْحاً للمواضيع في جميع مجالات الحياة ونخص بذكر موضوع البيئة، إلى جانب ذلك يمثل لهم مسرح إعلامي كبير يتناول فيه قضايا سياسية وثقافية واقتصادية وبيئية على مستوى كبير من حيث الحجم والمستوي والسرعة في صياغة المنشورات، فهو يحتوي على العديد من الصفحات الفايسبوكية البيئية إلى جانب ملايين المنشورات التوعوية بالمجال البيئي والتعريف به وبقضاياها العصرية الشائكة، فهناك علاقة قوية بين الإعلام والبيئة والفايسبوك بطبيعة الحال هو جزء من الإعلام الجديد بالإضافة أنه يمثل وسيط بين الإنسان والبيئة من خلال العديد من التقنيات التي يستعملها ويبنها الموقع سواء مقاطع أفلام صغيرة، صور، أخبار، أغاني، كتب، رسائل، وكل ما يتعلق بتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، ويقول ماكلوهان في هذا السياق "إن الوسيط يغيّرنا ويؤثر على البنية الفردية والاجتماعية، لأننا نتفاعل معه مراراً وتكراراً حتى يصبح جزءاً من أنفسنا، فنحن اليوم لا نستطيع تخيل حياتنا بلا الهواتف الذكية والإنترنت، لأن كل وسيط يدفعنا لإستخدام حواس معينة ليخلق عادة نداوم على ممارستها، إن الانخراط بشكل يومي في أحد الوسائط يوماً بعد يوم يحفّز أحد الحواس لدينا لاستخدامها أكثر من غيرها، فالوسيط السمعي كالأغاني مثلاً يحفّز حاسة السمع أكثر من حاسة النظر إذا تم إستخدامها بشكل أكبر، تماماً مثل الضرير حيث تصبح حاسة السمع متفوّقة بشكل ملحوظ، وعلى الصعيد الاجتماعي فالاجتمع يصاغ بحسب الوسيط الأكثر إنتشاراً بين أفرادهِ"²⁹، وبالتالي فالإدمان على الفايسبوك هو أمر سلبي له عديد من تأثيرات على حياة الأشخاص، لكن يبقى له زاوية إيجابية ومنفعة في بعض الأحيان فكلما زاد عدد ساعات إستخدامه كلما زاد وصول شخص إلى العديد من المنشورات في جميع المجالات ويساهم في زيادة الرصيد المعرفي، حيث يتمتع موقع الفايسبوك بجملة من الخصائص تم تحديدها حسب تصريحات المبحوثين ويمكن حصرها في ما يلي:

- 1- التفاعلية: هناك تبادل في الإتصالات بين الأشخاص وبين المجموعات.
- 2- المشاركة: يتيح للفرد نشر أفكاره وإرسالها للآخرين ومناقشتها وتطويرها.

3- العالمية: يتخطى حاجزا الزمان والمكان وبدون رقابة أو تأشيرة مرور تعرقل تواصل الأشخاص.

4- الأرشفة: يساهم في حفظ وتخزين الملفات والصور والرسائل واسترجاعها متى تشاء.

الجدول رقم "6": يوضح العلاقة بين عدد المنشورات اليومية بالمنشورات الخاصة بالبيئة في موقع الفايسبوك

رقم ومسمى الفئة		نعم (13)		لا (14)		المجموع	
		ت	%	ت	%	ت	%
منشور واحد يومياً (7)		/	/	3	6.97	3	5
من (1 - 3) منشور يومياً (8)		1	5.88	3	6.97	4	6.66
من (4 - 6) منشور يومياً (9)		3	17.64	15	34.88	18	30
أكثر من 7 منشورات يومياً (10)		10	58.82	20	46.51	30	50
منشور واحد في الأسبوع (11)		2	11.76	2	4.65	4	6.66
منشور واحد في الشهر (12)		1	5.88	/	/	1	1.66
المجموع		17	100	43	100	60	100%

نلاحظ من خلال الجدول رقم 6 الذي يوضح علاقة عدد المنشورات بالمنشورات المتعلقة بالبيئة في موقع الفايسبوك أن نصف مجتمع البحث يساهم بأكثر من 7 منشورات يومياً أي بنسبة 50% منهم 58.82% ينشرون منشورات متعلقة بالبيئة و46.51% صرحوا بأنهم لا ينشرون مواضيع بيئية يومياً، أما من ينشرون منشورات من 4 إلى 6 يومياً فقد بلغت نسبتهم 30% وكانت مدعمة بـ 34.88% لا ينشرون منشورات بيئية و17.64% ينشرون مواضيع بيئية، أما الاتجاه الثالث فيتمثل في من لديهم منشورات من 1 إلى 3 يومياً بنسبة 6.66% منهم 6.67% لا ينشرون منشورات متعلقة بالجمال البيئي و5.88% لديهم منشورات في مجال البيئة، فيما يخص منشور واحد في الأسبوع فوصلت نسبتهم إلى 6.66% مدعمة بمن ينشرون بـ 11.76% ولا ينشرون منشورات بيئية بنسبة بلغت 4.65%، أما من ينشرون منشور واحد في

اليوم فهم أغلبهم من يستخدمون الفايسبوك أقل من نصف ساعة بنسبة 5% مدعمة بنسبة 6.97% لا يملكون منشورات بيئية أي لهم توجهات أخرى قد تكون ثقافية وسياسية أو أهداف أخرى، وأخيراً وصلنا إلى من لديهم منشور واحد في الشهر بنسبة 1.66% مدعمة بـ 5.88% ينشرون مواضيع بيئية أما لا ينشرون فلم نسجل أي حالة.

يتضح لنا أن الفايسبوك أصبح منبر إعلامي متميز ومنبر لحرية الرأي والتعبير ومنبر لمعالجة قضايا وسيناريوهات الحياة اليومية كالسياسة والاقتصاد والرياضة والثقافة والدين والبيئة، وقد أطلق العديد من الباحثين في الإتصال والإعلام على الفايسبوك تسمية " الإعلام الاجتماعي " لتناوله مواضيع المجتمع بشكل كبير، وهذا ما يفسر إرتفاع عدد المنشورات لدى المبحوثين وذلك لمعالجتهم وتكاثرتهم في العديد من القضايا فستعمل الفايسبوك اليوم يتكلم ويناقش كل المواضيع المتاحة على الساحة الإعلامية وعلى صفحات موقع الفايسبوك، لكن من خلال إحصائيات الجدول أعلاه نستخلص أن أغلبية المبحوثين لا ينشرون مواضيع خاصة بالبيئة بشكل كبير مقارنة بعدد المنشورات المرتفعة في اليوم وهذا ما نفسره بأن البيئة اليوم لا تمثل لشباب موضوعي أساسي ويبقى مجرد موضوع ثانوي ينحصر على فئة قليلة من المبحوثين الشباب، وهذا ما لمسناه جلياً في قول أحد المبحوثين قائلاً " السياسة والاقتصاد والرياضة لهم نصيب الأسد في المنشورات الفايسبوكية ولا حديث عن قضايا البيئة في صفوف الشباب الفايسبوكي "، إذاً نفهم أن تصورات الشباب اليوم وخبراته ومواقفه وسلوكه ينصب حول قضايا حياته اليومية كالعمل والتوظيف وحرية الرأي والتعبير، أما من يهتمون وينشرون قضايا متعلقة بالبيئة فنجدهم من أصحاب الصفحات البيئية في موقع الفايسبوك بالإضافة إلى أصحاب الجمعيات المحلية والوطنية الخاصة بالبيئة أو الخاصة بالثقافة والأعمال الخيرية ولهم نشاطات في مجال البيئة.

- تحليل بيانات الفرضية الثانية

الجدول رقم "7": يوضح العلاقة بين العضوية في مجموعات بيئية بالمشاركة في الحملات البيئية التطوعية

المجموع		لا (34)		نعم (33)		رقم ومسمى الفئة
%	ت	%	ت	%	ت	
36.66	22	/	/	70.96	22	نعم (17)
63.33	38	100	29	29.03	9	لا (18)
%100	60	100	29	100	31	المجموع

نستخلص من خلال الجدول رقم 7 الذي يوضح العلاقة بين امتلاك العضوية في المجموعات البيئية بالمشاركة في الحملات البيئية التطوعية، أن هناك فئة كبيرة من مجتمع البحث لا تملك تلك العضوية وبنسبة وصلت إلى 63.33% من مجموع العينة، وكانت مدعمة بنسبة 100% لا يشاركون في حملات بيئية تطوعية بينما نسبة المشاركون في الحملات التطوعية فقد بلغت حوالي 29.03%، أما فيما يخص أصحاب العضويات على الصفحات البيئية في موقع الفايسبوك فوصلت نسبتهم إلى 36.66% دعمت بنسبة 70.96% يشاركون في حملات تطوعية تتعلق بالمجال البيئي، وفي غالب يكون هؤلاء الأشخاص هم أصحاب الفكرة والمبادرون إلى تنظيم هذه الحملات أما من لا يشاركون فلم نسجل أي حالة.

يشهد موقع الفايسبوك العديد من الصفحات والمجموعات في كثير من الميادين ومن بين هذه الميادين الذي يمثل محور الورقة البحثية هو ميدان البيئة، وقد تكون هذه الصفحات خاصة بجمعيات تمارس نشاطها بشكل قانوني أو هناك بعض الصفحات التي تهتم وتبادر وتطوع بتعريف بالبيئة وقضاياها العصرية، لكن ما يلفت الإلتباه في الجدول رقم 5 من خلال الاحصائيات هو أن أغلبية أفراد مجتمع البحث لا تهتم بصفحات البيئة وبمجالاتها ولا يملكون عضوية فيها ولا تمثل لهم أي أهمية، فالأولوية للمواضيع الساعة في المجتمع الجزائري كالسياسة والاقتصاد والرياضة وبالأوضاع الاجتماعية الراهنة جراء إنخفاض أسعار البترول وتجلياته، وبالتالي فالطبيعة والاقتصاد الجزائري الذي يظل ريعياً بإمتياز أي هو رهين إيرادات المحروقات

هذا من جهة، ومن جهة أخرى أخذت الإجراءات الحكومية لمواجهة هذا الوضع وسبل التكيف معه مجموعة من سياسات أبرزها سياسة التقشف أو كما يطلق عليها أعضاء الحكومة بسياسة ترشيد النفقات، وهذا ما أثار مخاوف الكثير من الشباب المتطلع إلى المستقبل لأن هذه السياسة تمسه بدرجة الأولى ولها انعكاسات وخيمة على مناصب العمل، لذلك نالت هذه الوضعية مساحة كبيرة خاصة في ظل العديد من التحليلات والأطروحات الإعلامية والاقتصادية وحتى السياسية، ومن أبرزها تصريح الرئيس العام الأسبق لمؤسسة سوناطراك السيد عبد المجيد عطار خلال نزوله ضيفاً على منتدى الخبرحين أكد أنها "وضعية جد مقلقة وأن الجزائر تعتبر أكبر دولة متضررة في إنهار أسعار البترول بالنظر إلى نفقات الدولة الهائلة خاصة بالنسبة لميزانية التسيير"³⁰، أما المساحة الثانية فهي تتعلق بالسياسة والنظام في الجزائر بالإضافة إلى الرياضة ومتابعة اللاعبين الجزائريين المحترفين في أكبر النوادي الأوروبية الرياضية، إلى جانب المستوى العالي الذي بات يقدمه المنتخب الوطني الجزائري الذي يغطي على الكثير من العيوب والأزمات التي تعيش فيها البلاد، أما عن الفئة التي تساهم في العالم الافتراضي من خلال الصفحات الفايسبوكية وطرحهم لقضايا البيئة وأهم مستجداتها على الساحة العالمية وسبل معالجة مشاكلها ومن أمثال تلك الصفحات نذكر صفحة موسوعة البيئة وأصدقاء البيئة وجمعية الشباب لحماية البيئة بمدينة الأربلاء (الجزائر) وكذلك جمعية حماية البيئة وتهيئة الإقليم في إطار التنمية المستدامة، أما على المستوى المحلي فهناك بعض النشاطات من جمعيات ثقافية وخيرية مثل مجموعة شباب الأغواط وجمعية الفجر الثقافية وجمعية ناس الخير الأغواط.

الجدول رقم "8": يوضح العلاقة بين حجم متابعة الصفحات البيئية ومدى مساهمة موقع الفايسبوك في التعرف على الأوضاع البيئية الراهنة في الجزائر

رقم ومسمى الفئة	نعم (31)		لا (32)		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
منخفض (19)	3	10.34	30	96.77	33	55
متوسط (20)	4	13.79	1	3.22	5	8.33
مرتفع (21)	22	75.86	/	/	22	36.66
المجموع	29	100	31	100	60	%100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 8 الذي يبين لنا علاقة متابعة الصفحات البيئية بمدى مساهمتها في التعرف على الأوضاع البيئية الراهنة في المجتمع الجزائري، فوجدنا أن الاتجاه العام يتابع تلك الصفحات بشكل منخفض ونسبة بلغت 55% مدعومة بنسبة 96.77% قالوا أنها لا تساهم في التعرف على قضايا البيئة في المجتمع الوطني والمحلي في حين يرى الآخرون عكس ذلك بنسبة 10.34%، أما الاتجاه الثاني فحجم متابعته يصف بأنه مرتفع بنسبة وصلت إلى 36.66% دعمت بنسبة 75.86% يرون أنها تساهم في التعرف على مواضيع البيئة وبمشاركها بينما من يرى عكس ذلك فلم نسجل أي حالة، وأخيراً بلغت نسبة الذين يرون أن حجم متابعتهم متوسط لصفحات البيئية في موقع الفايسبوك 8.33% منها 13.79% يرون بأنها تساهم إلى حد ما ونسبة 3.22% ترى أنها لا تساهم.

يبقى الإهتمام بالصفحات المتعلقة بالبيئة منخفض بشدة وهذا ما يفسر عدم إهتمام مجتمع البحث بالتعرف على القضايا البيئية الراهنة على المستوى العالمي أو على المستوى العربي أو الوطني، ويرجع ذلك إلى ما أكدنا عليه سابقاً هو إهتمام الشباب بالقضايا السياسية والاقتصادية بالدرجة الأولى ومواضيع البيئة لا تمثل لهم أي أولوية على الأقل في الوقت الراهن، أما من يتابعون تلك الصفحات بشكل متوسط ومرتفع فنجدهم أكثر وعياً بالبيئة وبمستجداتها العصرية والعالمية كمتابعة أهم المؤتمرات والملتقيات العالمية والعربية والوطنية حول قضايا البيئة، لذلك نعتبر أن كلما زاد حجم متابعة الصفحات البيئية كلما زادت نسبة الإهتمام بالمواضيع البيئية وبالتالي زيادة الوعي البيئي والعكس صحيح.

الجدول رقم "9": يوضح العلاقة بين إمتلاك أصدقاء لهم إهتمامات بالبيئة بالثقة في المواضيع البيئية المنشورة في موقع الفايسبوك

رقم ومسمى الفئة		نعم (22)		لا (23)		المجموع	
		ت	%	ت	%	ت	%
نعم (15)		52	100	8	100	60	100
لا (16)		/	/	/	/	0	0
المجموع		52	100	8	100	60	100%

نستخلص من خلال الجدول رقم 9 الذي يوضح العلاقة بين امتلاك أصدقاء لهم إهتمامات بيئية بالثقة في المواضيع البيئية المنشورة على موقع الفايسبوك، أن هناك فئة كبيرة من مجتمع البحث يملكون أصدقاء لهم إهتمام بالبيئة وبنسبة وصلت إلى 100% من مجموع العينة، وكانت مدعمة بنسبة 100% يرون أنهم محل ثقة على المستوي الشخصي وعلى مستوي المواضيع المنشورة سواء في موضوع البيئة أو غيرها من المواضيع بينما الذين لا يثقون في المواضيع البيئية المنشورة من طرف أصدقائهم فقد وصلت نسبتهم إلى 100% من مجموع أفراد العينة.

نستنتج أن كل أفراد مجتمع الدراسة يملك أصدقاء على حسابه الخاص بموقع الفايسبوك، يعني هذا أصدقائهم في الواقع المعاش إلى جانب العالم الافتراضي وهذا ما يعطي ثقة كبيرة سواء على مستوي شخصي أو على مستوي المواضيع المنشورة ومدى صحتها وصدقها، أما عن مواضيع البيئة التي تشكل محور الورقة البحثية فهناك صدق في المعلومات المقدمة بدرجة الأولى لأنها ببساطة تنشر من قبل الأصدقاء، أما الاهتمام بها فيبقى إهتمام جزئي فقط منحصر على مجموعة معينة من الشباب، وهذه الفئة إما تكون منخرطة في جمعيات خيرية أو ثقافية أو بيئية ولها نشاط قانوني، أو فئة من طلبة الدراسات العليا ويملكون وعي بيئي ويساهمون في معالجة قضاياها من خلال طرح العديد من المواضيع للمناقشة إلى جانب كتابة بعض الومضات المتعلقة بالإرشاد والتوجيه في كل ما يتعلق بها.

- تحليل بيانات الفرضية الثالثة

الجدول رقم "10": يوضح العلاقة بين عدد سنوات إستخدام موقع الفايسبوك بنشر الوعي البيئي لدى جمهور المستخدمين

رقم ومسمي الفئة		نعم (38)		لا (39)		المجموع	
		ت	%	ت	%	ت	%
أقل من سنة (24)		2	7.40	5	15.15	7	11.66
من (3-1) سنة (25)		3	11.11	23	69.69	25	41.66
من (6-4) سنة (26)		12	44.44	4	12.12	17	28.33
من (7 - 10) سنة (27)		9	33.33	1	3.03	10	16.66
أكثر من 10 سنوات (28)		1	3.70	/	/	1	1.66
المجموع		27	100	33	100	60	100%

نلاحظ من خلال الجدول رقم 10 الذي يوضح العلاقة عدد سنوات استخدام موقع الفايسبوك بنشر الوعي البيئي لدى جمهور المستخدمين، فوجدنا في السياق العام أن مجتمع البحث يستخدم الموقع منذ سنة إلى ثلاث سنوات بنسبة وصلت إلى 41.66% مدعمة بـ 69.69% ترى أنه لا علاقة له بزيادة الوعي البيئي، في حين ترى نسبة 11.11% العكس وأنه يزيد من نسبة الوعي بالقضايا البيئية، أما الاتجاه الثاني فيستخدم موقع الفايسبوك من 4 سنوات إلى 6 سنوات بنسبة بلغت 28.33% دعمت بنسبة 44.44% يرون أن هناك علاقة كبيرة بين مدة الاستخدام وزيادة الوعي البيئي أما الآخرون يرون أن ليس هناك علاقة بينهما وذلك بنسبة 12.12%، أما الفئة التالية فتستعمل الموقع من 7 سنوات إلى عشر سنوات بنسبة وصلت إلى 16.66% منها 33.33% يقرون بعلاقة عدد سنوات الاستعمال بالزيادة الوعي البيئي و3.03% ترى العكس بعدم وجود علاقة، أما من يستخدمون الفايسبوك بأقل من سنة فقد سجلنا نسبة 11.66% مدعمة بنسبة 15.15% بعدم وجود علاقة بينهم و7.40% ترى العكس بوجود علاقة قوية بينهم، وأخيراً سجلنا حالة واحدة تستخدم موقع الفايسبوك منذ أكثر من 10 سنوات بنسبة وصلت إلى 1.66% دعمت بـ 3.70% يقرون بأن هناك علاقة بين مدة الاستخدام والزيادة الوعي البيئي أما من لا يقرون فلم نسجل أي حالة.

يشهد العصر في الوقت الحالي انفتاح وتطور في مجال العلوم والتكنولوجيا والبرامج والمواقع التي تتعلق بالإنترنت، حيث أصبح هناك العديد من المواقع والبرامج التي توفرها الإنترنت لمستخدميها بشكل عام، فأصبحت وسائل الاتصال تتطور يوماً بعد يوم إلى أن وصلنا إلى مواقع التواصل الاجتماعي التي تتيحها الشبكة العنكبوتية، والتي لا تجد أحد إلا له حساباً على هذه المواقع ومن بين هذه المواقع الفايسبوك، إنتشر استخدام الفايسبوك بشكل كبير جداً حيث أصبح من الأمور الضرورية التي لا يستطيع الشخص العيش بدونها، فأصبح يمثل حاجة لبعض الأشخاص كحاجة الإنسان للمياه إن صح التعبير، فلا تكاد تجد بيت أو مؤسسة أو شركة تخلو من استخدام الفايسبوك بصرف النظر عن أهداف استخدامه، فإن استخدامات الفايسبوك تتنوع تبعاً لطبيعة الشخص فيمكن أن يكون لأهداف الدراسة أو التواصل مع الآخرين أو استخدامه كمسوق لبعض الشركات والمؤسسات والعديد من الأمور الأخرى.

يعود تأسيس الفايسبوك إلى مارك زوكربيرغ في سنة 2005 حيث كان أحد أهداف مارك هو تصميم موقع يتيح له التواصل مع زملاءه من الجامعة فن هنا بدأت الفكرة والعمل وكان الفايسبوك عبارة عن موقع للتواصل الاجتماعي فقط في الجامعة وخاصة بهم وبزملائهم، وعندما أحس مارك بنجاح الموقع وزيادة استخدامه فقرر أن يجعله متاحاً للجميع وليس فقط على مستوى محدود وخاص لطلاب الجامعة، وقد لاقى موقع قبولاً واستخداماً كبيراً عند الناس في وقتنا الحالي.

تشير الأرقام في الجدول أعلاه أن أغلبية مجتمع البحث يمارس ويستخدم موقع الفايسبوك منذ سنوات كثيرة وهذا ما أتاح لهم فرصة التحكم الجيد في الموقع ويدركون كل صغير وكبير فيه ويستغلون الموقع من خلال طرح المعلومات المهمة أي كان نوعها والتي من شأنها أن تفيد المستخدم بدرجة الأولى والمتابع لها بدرجة الثانية إلى جانب التواصل مع الآخرين والتعرف على اصدقاء جدد من كافة أنحاء العالم وهذا من شأنه أن يفتح أفقاً جديدة له باحتكاكه بالعالم الخارجي وتبادل الثقافات والقيم وكذلك تسمح لهم المدة الطويلة بالمرور على الكثير من المعلومات في ما يتعلق بالمجال البيئي ومتابعة كل جديد عنها سواء على المستوى الخارجي والداخلي وهذا من شأنه أن يرفع من مستوى الوعي لدى المستخدم، إذاً كلما زادت مدة استعمال موقع الفايسبوك كلما زاد مستوى الوعي لدى المستخدم بموضوع البيئة، أما فيما يخص من يستخدمون الفايسبوك أقل من نصف سنة فهم من مشتركين الجدد ونجدهم يستخدمونه كوسيلة ترفيه والمشاركة في الألعاب الجماعية التي يمنحها الموقع لمستخدميه.

الجدول رقم "11": يوضح العلاقة بين طريقة استعمال موقع الفايسبوك مع مستوى التحصيل البيئي لأفراد مجتمع البحث

رقم ومسمى الفئة		دون المستوى (40)		في المستوى (41)		المجموع	
ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
21	58.33	/	/	21	35	21	35
15	41.66	24	100	39	65	39	65
36	100	24	100	60	100	60	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 11 الذي يبين العلاقة بين طريقة إستعمال موقع الفايسبوك بمستوي التحصيل البيئي للمبحوثين، فسجلنا أن أغلبية مجتمع أفراد البحث يستعمل الفايسبوك بشكل دائم وبنسبة وصلت إلى 65% من مجموع العينة وكانت مدعمة بنسبة 100% يرون أن مستوي تحصيلهم في المجال البيئي في المستوي مقارنة مع 41.66% يرونه دون المستوي، أما من يستعملون الفايسبوك بشكل متقطع فقد بلغت نسبتهم 35% يرون أصحابها أنهم لا يحصلون شيء في المجال البيئي وذلك بنسبة 58.33%.

مما لا شك فيه أن موقع الفايسبوك يعالج العديد من القضايا والمواضيع ولكن تبقى متابعة تلك المواضيع حسب طبيعة كل شخص وتوجهاته وهدفه من التواجد على موقع الفايسبوك إلى جانب اختلافنا من حيث اهتمامنا بالمواضيع المطروحة على مستوي الموقع، فهناك من لهم توجهات سياسية أو إقتصادية أو رياضية أو دينية وحتى ما يتعلق بالجانب العاطفي لشخص المستخدم، بالنسبة للمجتمع البحث المدروس فنرى هناك نوعاً ما من الإهتمام بالجانب البيئي خاصة ما يتعلق بفترة الإستخدام وطبيعة الإستخدام من خلال عمليات التفاعل مع الأصدقاء والجمهور لدعم المشاركة لمواجهة المشكلات البيئية التي يحتاج حلها تضافر فئات المجتمع كله.

الجدول رقم "12": يوضح العلاقة بين الجنس وعدد سنوات إستخدام موقع الفايسبوك

رقم ومسمي الفئة	أقل من سنة (24)	3 - 1 (25)	6 - 4 (26)	10 - 7 (27)	أكثر من 10 (28)	المجموع
	ت	%	ت	%	ت	%
ذكر (1)	6	85.71	10	40	4	52.94
أنثى (2)	1	14.28	15	60	6	47.05
المجموع	7	100	25	100	10	28.33

نلاحظ من خلال الجدول رقم 12 الذي يوضح العلاقة بين متغير الجنس ومتغير عدد سنوات إستخدام الفايسبوك، فوجدنا أن نسبة الذكور والإناث في مجتمع البحث متساوية بنسبة 50%، فعند الذكور لاحظنا أكثر فئة تستعمل الفايسبوك أكثر من 10 سنوات بنسبة 100% ثم أقل من سنة بنسبة 85.71% ثم تليها فئة من 6 - 4 سنوات بنسبة 52.94% ثم من 3 - 1 سنوات و من 10 - 7 سنوات بنسبة متساوية وصلت إلى 40%، أما عند الإناث فسجلنا

نسبة 60% بتساوي تستخدم الفايسبوك من 1 - 3 سنوات و 7 - 10 سنوات ثم تليها فئة من 4 - 6 سنوات بنسبة 47.05% ثم أقل من سنة بـ 14.28% أما أكثر من 10 سنوات فلم نسجل أي حالة.

نستخلص أن كلا الجنسين يستخدمون موقع الفايسبوك من حيث عدد السنوات بنسب متفاوتة، ولكن يعد الإناث هن أكثر استخداماً لموقع الفايسبوك من الرجال من حيث عدد سنوات إنشاء أول حساب وهذا يرجع إلى العديد من المعطيات والقراءات، حيث تعد المرأة أكثر رغبة في معرفة الأخبار والأحداث الاجتماعية المحيطة بحياتها إلى جانب أن المرأة تعد إجتماعية بطبعها أحسن من الرجل، فهي أكثر تواصلاً مع الأصدقاء ومشاركة أفراد العائلة بآخر الأحداث والمستجدات، فقد أشار الاستطلاع الذي قام بإجرائه مركز هاريس إنتركتيف على الانترنت في سنة 2013 بأن النساء أكثر تعلقاً بوسائل التواصل الاجتماعي وبأنهن مدمنات بشكل خاص على موقع الفايسبوك أكثر من نظرائهن من الرجال، كذلك تعد المرأة أكثر حباً وحفاظاً على خصوصية الحدث من الرجال وبمتابعة كل جديد في عالم الطبخ والأزياء والفن، كذلك تواجد المرأة أغلب الأوقات في المنزل أكثر من الرجل الذي يعد أكثر حركة منها وبالتالي توفر المرأة على الوقت الذي يسمح لها باستخدام الفايسبوك في كل لحظة وتسعي إلى البحث عن كل جديد فيما يخص المرأة ومتطلباتها.

- نتائج الدراسة

بعد عمليات التحليل والتفسير والاطلاع على العديد من نتائج الدراسات السابقة بغية مقارنة النتائج المتوصل إليها مع الإرث النظري الخاص بموضوع الدراسة، فوجدنا على العموم أن نتائج الدراسة صبت في وعاء واحد ومتمثل في الدور الفاعل الذي يلعبه موقع الفايسبوك في التأثير على المبحوث أو المستخدم، وإليك نتائج الدراسة:

أولاً: من خلال تحليل وتفسير البيانات المتعلقة بالفرضية الأولى، نستخلص أن هناك تأثير بين مقدار التفاعل في مواقع التواصل الاجتماعي " الفايسبوك " من خلال مدة الاستخدام وعدد المنشورات ودورها في تحسين أو الرفع من مستوى الوعي البيئي، فقد بلغت نسبة الإستعمال مجتمعة من ساعة إلى أكثر من 6 ساعات بـ 100% وكانت مدعمة بنسبة 36.66% يستعملونه من 4 إلى 6 ساعات مقابل 18.33% لأقل من نصف ساعة وهي نسبة جد ضئيلة،

وعند حساب متوسط الحسابي لمدة الإستعمال أو الإستخدام فقط بلغ حوال ثلاث ساعات و 58 دقيقة لمبحوث الواحد، وهي مقدار جد معتبر يوضح كمية الوقت التي يستهلكها المبحوث في استعمال والتفاعل مع موقع الفايسبوك.

أما فيما يتعلق بعدد المنشورات التي ينشرها مجتمع الدراسة في موقع الفايسبوك، فوجدنا أن نصف المبحوثين ينشرون أكثر من 7 منشورات يومياً بنسبة 50%، أما متوسط الحسابي لعدد منشورات* المبحوثين فقد بلغ 6 منشورات في اليوم لكل مبحوث.

ثانياً: وجود تأثير معنوي لدور القضايا والموضوعات البيئية المطروحة في موقع الفايسبوك والتفاعل معها في تحسين الوعي البيئي لدى الشباب، حيث بلغت نسبة متابعة الصفحات البيئية بـ 36.66% من مجموع أفراد العينة، وبالتالي ساهمت تلك المتابعة في زيادة الوعي البيئي لدى فئة من المبحوثين بنسبة 36.66%، أما عن مستوى الثقة في المواضيع المنشورة والتي تتعلق بالبيئة ومستجداتها فوصلت إلى نسبة مطلقة 100%، ومن خلالها دفع المبحوثين إلى المشاركة في الحملات البيئية المدعو لها في موقع الفايسبوك وتلبية النداء بنسبة 56.66%.

ثالثاً: إن دور الفترة الزمنية للعضوية بموقع الفايسبوك لها فعالية كبيرة في زيادة الوعي البيئي، فقد بلغت نسبة الفترة من سنة إلى أكثر من 10 سنوات مجتمعة بحوالي 100% ودعمت بالفترة التي تقع بين سنة و3 سنوات بنسبة 41.66% مقارنة مع نسبة 11.66% تستخدم الفايسبوك منذ أقل من سنة، أما متوسط الحسابي للعضوية في موقع الفايسبوك فقد بلغ 3 سنوات عضوية لكل مستخدم أو مبحوث، وبالتالي يدرك المبحوث كل الجوانب المتعلقة بالموقع من حيث المتابعة والتفاعل والتواصل، إذا نستخلص أن كلما زاد عضوية لدى الشباب في موقع الفايسبوك كلما زاد مستوى الوعي البيئي لدى الشباب.

- خاتمة

ما يمكن قوله أن القنوات الإتصالية الجديدة أو كما يطلق عليها مصطلح "الإعلام الجديد" متمثلة في موقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" الذي أصبح في وقت وجيز من عمليات التغيير في المجتمعات العربية عامة والجزائر خاصة بفعل ما يقدمه من إمتيازات مثل: التواصل

* مع العلم أننا في عملية حساب المتوسط الحسابي تم استبعاد فئة منشور واحد في الأسبوع والشهر وذلك من أجل معرفة متوسط الحسابي اليومي لعدد المنشورات وبالتالي تم تقليص عدد العينة من 60 إلى 55.

والنشر والتصفح الأخبار اليومية في وقت جد قصير، وبدوره ساهم في الوعي البيئي من خلال الصفحات البيئية والمنشورات الخاصة بقضايا البيئة والحث على الاهتمام بها وسبل حمايتها من التدهور لأن تدهورها من تدهور الإنسانية، وتنادي الكثير من الصفحات البيئية على ضرورة إهتمام الشباب بقضية البيئة وتفعيلها أكثر عبر منبر الفايسبوك، وابتكار واستخدام أساليب الجذب والموضوعية من حيث تناولها ومعالجتها بما يزيد من مستوي الثقة والمصداقية، ويجب التأكيد على معالجة قضايا البيئة في المجتمع الجزائري على الفايسبوك لأن الموقع يضم أكثر شريحة في المجتمع وهم الشباب.

استمارة مقابلة بحث

موضوع البحث:

دور الإعلام الجديد في زيادة الوعي البيئي

الفايبيوك نموذجاً

" تحليل محتوى ورؤى شباب مدينة الأغواط "

المحور الأول: البيانات الشخصية

(1) - الجنس : ذكر ☐ أنثى ☐

(2) - السن :

(3) - المستوى التعليمي: ابتدائي ☐ إكمالي ☐ ثانوي ☐ جامعي ☐
ما بعد التدرج ☐

المحور الثاني: مقدار متابعة موقع التواصل الاجتماعي " الفايبيوك " (عادات وأنماط)

(4) - كم من الساعات التي تقضيها في تصفح الأنترنت يومياً ؟ أقل من نصف ساعة ☐
من [1-3] ساعات ☐ من [4-7] ساعات ☐ أكثر من 10 ساعات ☐ فترة أخرى
حددها

(5) - من أين تستخدم الفايبيوك ؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

الحاسوب المنزلي ☐ الحاسوب الشخصي ☐ حاسوب مقهى الأنترنت ☐
جهاز TABLET ☐ الهاتف المحمول ☐ أخرى حددها

(6) - كيف تصف تواجدك على هذه الشبكات ؟ عادي ☐ متوسط ☐ نشيط جداً ☐

(7) - كم من منشور تنشر يومياً عبر موقعك التواصل " الفايبيوك " ؟

منشور واحد ☐ من [1-3] منشور يومياً ☐ من [4-6] منشور يومياً ☐ أكثر من 7
منشورات يومياً ☐ منشور كل أسبوع ☐ منشور واحد في الشهر ☐

المحور الثالث: مقدار طرح القضايا والموضوعات البيئية في موقع التواصل الاجتماعي الفايبيوك

(8) - ماهي نوعية المواقع التي تستخدمها أو تتصفحها ؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

المواقع التعليمية ☐ المواقع الإخبارية ☐ المواقع الترفيهية ☐ المواقع الدينية ☐
المواقع الرياضية ☐

مواقع أخرى اذكرها:

(9) - لأي غرض تتصفح هذه المواقع ؟

معرفة الأخبار والأحداث ☐ الترفيه وقضاء وقت الفراغ ☐ البحث عن المعلومات العلمية ☐

أغراض أخرى اذكرها:

(10) - هل تستهويك المواضيع التي تتناول المجال البيئي عبر موقع " الفايبيوك " ؟ نعم ☐ لا ☐

(11) - هل تساهم في نشر منشورات خاصة بموضوع البيئة عبر موقع " الفايبيوك " ؟ نعم ☐ لا ☐

- إذا كانت الإجابة بنعم حدد نوع أو شكل هذه المنشورات: صور ☐ فيديوهات ☐ أخبار ☐ مقالات ☐

(12) - هل لديك أصدقاء عبر موقع " الفايبيوك " لديهم اهتمامات بيئية ؟ نعم ☐ لا ☐

(13) - هل أنت عضوفي إحدى المجموعات البيئية الناشطة عبر موقع " الفايبيوك " ؟ نعم ☐ لا ☐

(14) - ما حجم متابعتك للصفحات البيئية في موقع " الفايبيوك " : منخفض ☐ متوسط ☐ مرتفع ☐

(15) - هل تتق في المواضيع البيئية المنشورة في موقع " الفايبيوك " ؟ نعم ☐ لا ☐

- إذا كانت إجابتك بـ لا حدد لماذا لا تتق في هذه المنشورات:

.....

المحور الرابع: العضوية في موقع التواصل الاجتماعي الفايبيوك

(16) - منذ متى وأنت تستخدم الفايبيوك ؟ أقل من سنة ☐ من [1-3] سنة ☐ من [4-6] سنة ☐

منذ [7-10] سنة ☐ أكثر من 10 سنوات ☐

(17) - كيف تستعمل موقع الفايبيوك ؟ متقطع ☐ دائماً ☐

المحور الخامس: الوعي البيئي

(18) - في نظرك هل يساهم موقع التواصل الاجتماعي " الفايبيوك " في التعرف على الأوضاع البيئية في المجتمع الجزائري ؟

نعم ☐ لا ☐

(19) - هل ساهمت مواضيع البيئة في موقع التواصل الاجتماعي في:

زيادة الرصيد المعرفي بالمجال البيئي ومشاكله ☐

المساهمة في معالجة وطرح قضايا البيئة ☐

زيادة الوعي البيئي لديك ☐

(20) - هل سبق لك المشاركة في الحملات البيئية التطوعية التي تم إطلاقها عبر موقع "

الفايسبوك" ؟ نعم ☐ لا ☐

(21) - حسب رأيك هل يساهم موقع الفايسبوك في نشر الوعي البيئي لدى جمهور المستخدمين؟

نعم ☐ لا ☐

(22) - في رأيك كيف يساهم موقع "الفايسبوك" في زيادة الوعي البيئي لدى متابعيه؟

.....
.....
.....

(23) - كيف تصف تحصيلك البيئي في موقع الفايسبوك ؟ دون المستوى ☐ في المستوى ☐

- إذا كانت إجابتك بـ دون المستوى فما هي الأسباب تلك الوضعية ؟

.....
.....
.....

الهوامش

- ¹ - سناء محمد جبور، الإعلام البيئي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص: 9.
- ² - سعود صالح كاتب، الإعلام الجديد وقضايا المجتمع "التحديات والفرص"، المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، جامعة الملك عبد العزيز، جدة، 2011، ص: 9.
- ³ - ابن منظور، لسان العرب، ط4، المجلد الأول، دار طارد، بيروت- لبنان، 2005، ص: 264.
- ⁴ - أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات الإعلام، ط2، دار الكآب اللبناني، بيروت، 1994، ص: 84.
- ⁵ - فضيل دليو، الإتصال (مفاهيمه، نظرياته، ووسائله)، دار الفجر، مصر، 2003، ص: 21.
- ⁶ - محمد موفق الغلاييني، وسائل الإعلام وأثرها في وحدة الأمة، دار المنارة للنشر والتوزيع، السعودية، 1985، ص: 40.
- ⁷ - سعود صالح، مرجع سبق ذكره، ص: 6.
- ⁸ - عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد (المفاهيم، الوسائل، والتطبيقات)، دار الشروق، الأردن، 2008، ص: 31.
- ⁹ - راضي زاهر، إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، عدد 15، عمان، 2003، ص: 23.
- ¹⁰ - علوي دحلان، خصائص الإعلام الجديد واتجاهاته، المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، يومي 13 - 15 ديسمبر 2011.
- ¹¹ - عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة، مجلة التربية، العدد 15، عمان، 2003، ص: 23.
- ¹² - علي بوخلخال وحسين بن يحيى، أثر قنوات الإتصال الجديدة " الفايبروك " في زيادة الوعي الإنتخابي في المجتمع الجزائري (الإنتخابات الرئاسية 17 أبريل 2014 أنموذجاً " دراسة ميدانية على عينة من الشباب بمدينة الأغواط "، غير منشورة، الندوة العلمية الوطنية حول الإتصال السياسي في ظل الإعلام الجديد، مخبر دراسات الإعلام والإتصال، مستغانم، 28 ماي 2015، ص: 6.
- ¹³ - عدنان أبو مصلح، معجم علم الإجتماع، دار أسامة، الأردن، 2006، ص: 117.
- ¹⁴ - المرجع نفسه، ص: 116.
- ¹⁵ - إبراهيم مذكور، معجم العلوم الإجتماعية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 1975، ص: 644.
- ¹⁶ - المرجع نفسه، ص: 665.
- ¹⁷ - محب محمود كامل الرفاعي وماهر إسماعيل صبري محمد، التربية البيئية من أجل بيئة أفضل، المركز القومي للبحوث التربوية والتنمية، القاهرة: مصر، 2004، ص: 304.
- ¹⁸ - مرجع سابق، ابن منظور، ص 480.
- ¹⁹ - محمد بن يعقوب الفيروز آبادي، القاموس المحيط، مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، 2005، ص: 99.
- ²⁰ - محمد سيد فهمي، العولمة والشباب من منظور إجتماعي، دار الوفاء، الإسكندرية، 2007، ص: 87.
- ²¹ - مديرية البرمجة ومتابعة الميزانية، الأغواط.
- ²² - عمار بوحوش، دليل الباحث في المنهجية وكآبة الرسائل الجامعية، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985، ص: 23.
- ²³ - غريب محمد سيد أحمد، تصميم وتنفيذ البحث الإجتماعي، دار المعرفة الجامعية، 2004، ص: 137.
- ²⁴ - Ghiglione Radolph Mathalon Benjamin, *Les enquetes Sociologiques, theorieset Pratique*, armandcolui, Paris, 1978, p 184.
- ²⁵ - سعيد سبعون، الدليل المنهجي في إعداد المذكرات والرسائل الجامعية في علم الاجتماع، ط2، دار القصة للنشر، الجزائر، 2012، ص: 174.
- ²⁶ - رودولف غيفليون وبنيامين ماتالون، البحث الاجتماعي المعاصر مناهج وتقنيات، ترجمة: علي سالم، مركز الإنماء العربي، بيروت، 1986، ص: 58.
- ²⁷ - عمار بوحوش، مرجع سبق ذكره، ص 66.
- ²⁸ - مورييس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة: بوزيد صحرابي وآخرون، دار القصة للنشر، الجزائر، 2004، ص: 311.

²⁹ - أحمد نحاس، نظرية " البيئة الإعلامية " للباحث ماكلوهان، مدونة " ثقافة الميديا "، 2014.

³⁰ - عبد المجيد عطار، إنعكاسات انخفاض أسعار النفط على الاقتصاد الجزائري، منتدى الخبر، 15 أكتوبر 2014.