دور مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) في نشر الثقافة البيئية لدى تلاميذ المرحلة النهائية من التعليم الثانوي

دراسة ميدانية بثانوية ديدوش مراد – ميلة –

The Role of Social Media (Facebook) in Spreading Environmental Culture Among Final Year Secondary School Students: A Field Study at Didouche Mourad High School – Mila –

عبد الحليم مجاهد*

جامعة عبد الحميد مهري، قسنطينة ٢،

مخبر مجتمع المدينة

abd_elhalim.medjahed@univ-constantine2.dz

عبد الحفيظ بولزرق

جامعة عبد الحميد مهري، قسنطينة ٢،

مخبر مجتمع المدينة

abdelhafidh.boulazreg@univ-constantine2.dz

تاريخ الاستلام:٢٠٢٥/١٠/٠٢ تاريخ القبول:٢٠٢٥/١١/٠١ النشر ٢٠٢٥/١٢/١١

ملخص الدراسة:

تشهد وسائل التواصل الاجتماعي تحولات جوهرية في بنية الاتصال، حيث أضحى الفايسبوك فضاءً تفاعليًا يتيح تبادل المعلومات وتداول الأخبار والمشاركة في قضايا مجتمعية متنوعة، منها القضايا البيئية. تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن دور الفايسبوك في نشر الثقافة البيئية لدى التلاميذ، من خلال التعرف على أنماط استخدامهم للموقع، واعتمادهم عليه كمصدر للمعلومات البيئية، ومدى مساهمته في ترسيخ قيم وسلوكيات بيئية. اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي لتحليل دور الفايسبوك كوسيلة بديلة وفعّالة في التوعية البيئية، إذ يوفر فضاءً مفتوحًا للنقاش، مشاركة المحتوى، والتعبئة الافتراضية حول القضايا البيئية الكبرى كالتغير المناخي والتلوث. وتؤكد النتائج أن الفايسبوك يسهم بفعالية في تشكيل وعي بيئي جماعي، ويعزز انخراط التلاميذ في تبني ممارسات أكثر مسؤولية تجاه البيئة، مما يجعله أداة مركزية في توجيه الرأي العام ونشر ثقافة بيئية مستدامة.

الكلمات المفتاحية: دور، مواقع التواصل الاجتماعي، فايسبوك، ثقافة بيئية

Abstract:

Social media has reshaped communication processes, with Facebook emerging as a key interactive space for sharing information, news, and engaging in social issues, including environmental concerns. This study explores the role of Facebook in promoting environmental awareness among students, focusing on their usage patterns, reliance on the platform for environmental information, and its impact on shaping eco-friendly attitudes and behaviors. Using a descriptive approach, the research highlights Facebook's potential as an alternative and effective tool for environmental education, offering open spaces for debate, content sharing, and virtual mobilization on major issues such as climate change and pollution. Findings indicate that Facebook significantly contributes to collective environmental awareness and encourages students to adopt more responsible practices toward their surroundings. Thus, Facebook stands as a vital platform in guiding public opinion and fostering a sustainable environmental culture.

Keywords: The role, social networking sites, Facebook, environmental culture.

*المؤلف المرسل

مقدمة:

يشهد العالم تحولا نوعيا مس جميع الجوانب بفعل الثورة الحاصلة في التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال ومن أبرزها مواقع التواصل الاجتماعي التي أحدثت تحولا جذريا في بنية العمليات الاتصالية، فأفسحت المجال أمام الأفراد والمستخدمين والمتصفحين بتبادل المعلومات وتشاركها والتواصل والتفاعل عبرها بكل يسر وسهولة خصوصا عندما أصبح المرسل مستقبلا في الوقت ذاته ومن أشهر هذه المواقع الفايسبوك باعتباره واحد من أهم المواقع فقد تحول الى مصدرا للأخبار المتبادلة بين الأصدقاء فدوره لم يعد يقتصر على بث وتداول المعلومات بل تعداه إلى مجالات أوسع واتسع نطاقه ليشمل عدة قضايا ذات أبعاد مختلفة منها نشر الثقافة البيئية في أوساط متابعيه.

كما تعد البيئة محورا أساسيا وفعالا وجب حمايته والمحافظة عليه وصون موارده، ولأن الإعلام عنصر مهم في إثارة الاهتمام بقضايا البيئة نتيجة الأضرار التي لحقت بها خصوصا ما كان بسبب الإنسان من خلال ممارساته الخاطئة اتجاهها، ما دفع مستعملي الفايسبوك لتسليط الضوء على المشكلات البيئية للقضاء عليها أو تخفيفها من جهة والحث على الحفاظ عليها من جهة اخرى والتي أحدثت تأثيرا قويا على روادها لنشر ثقافة بيئية في أوساطهم.

I. الإطار الإشكالي والمفاهيمي للدراسة:

١. إشكالية الدراسة:

تعد مواقع التواصل الاجتماعي تخصصا جديد في مجال الإعلام، لكن أهميتها ارتبطت بتفاقم المشاكل البيئية، التي ساهم تطور وسائل الإعلام في التعريف بها، ولم يكن المجتمع الجزائري بمنأى عن هذه القضايا التي أثارتها مواقع التوصل الاجتماعي خاصة الفايسبوك بهدف نشر الثقافة البيئية في أوساط التلاميذ، بناء على ما سبق ومحاولة منا معرفة دور الفايسبوك في نشر الثقافة البيئية وانطلاقا من ذلك نطرح التساؤل الرئيسي التالي:

ما هو دور مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) في نشر الثقافة البيئية لدى التلاميذ؟

يتفرع عن هذا التساؤل الرئيسي التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هي عادات وأنماط استخدام (التلاميذ) لموقع الفايسبوك؟
- هل يعد الفايسبوك مصدرا أساسيا يعتمد عليه التلاميذ في الحصول على معلومات حول البيئة؟
- هل يساهم الفايسبوك في ترسيخ ثقافة حول البيئة لدى التلاميذ؟

٢. أسباب اختيار الموضوع:

يرجع سبب اختيارنا لهذا الموضوع في إطار محاولتنا لإثراء رصيدنا المعرفي إلى عدة أسباب:

- نقص الدراسات المتعلقة بدور الفايسبوك في نشر الثقافة البيئية.
- أهمية الدور الذي يلعبه الفايسبوك في التعريف بمواضيع البيئة والثقافة البيئية والتأثير فيهم.
- محاولة الوقوف على أساليب ووسائل نشر الثقافة البيئية.
- محاولة وضع تصور إعلامي واتصالي يضمن التعامل الإيجابي بين الإنسان ومحيطه البيئي، انطلاقا من استخدام تطبيقات الفايسبوك.

٣. أهداف الدراسة وأهميتها:

يمكن تحديد أهداف الدراسة على ضوء الاعتبارات التالية:

- التعرف على الدور الذي يلعبه الفايسبوك في نشر الثقافة البيئية.
- التعرف على اهتمامات رواد الفايسبوك المتعلقة بقضايا البيئة ونشر الثقافة البيئية عبر صفحاتها.
- محاولة التعرف على فاعلية منشورات الفايسبوك في نشر الثقافة البيئية.
- محاولة معرفة مدى مساهمة الفايسبوك في نشر الثقافة البيئية لدى التلاميذ.

٤. فرضيات الدراسة:

٤,١. الفرضية العامة:

- لمواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) دور في نشر الثقافة البيئية في أوساط التلاميذ.

٤,٢. الفرضيات الجزئية:

- يستخدم التلاميذ الفايسبوك بصفة دائمة.
- يعتمد رواد مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) كمصدر للمعلومات حول البيئة.
- يساهم الفايسبوك في نشر الثقافة البيئية في أوساط التلاميذ.

٥. تحديد المفاهيم:

٥,١. مفهوم الدور:

لغة هو اشتقاقا من الفعل **دار، يدور، دورا:** أي تحرك في عدة اتجاهات وهو في مكانه (بن حمودة، **١٩٩٦**، ص**١٣٢**).

اصطلاحا ينسب مفهوم الدور من الناحية السوسيولوجية عادة إلى لينتوون رولف الذي قال بأنه:" كل تنظيم يتضمن مجموعة من الأدوار ويفترض بالقائمين بها الخضوع التام لها، ويحدث الدور واجبات يضطلع بتنفيذها افراد التنظيم" (بودون، بوريكو، **٩٨٦**، ص **٢٨٨**).

٥,٢. مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

هي طريقة جديدة للاتصال في البيئة الرقمية التي تتيح لمجموعات صغيرة الالتقاء على الانترنت وتبادل المنافع والمعلومات، فهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات إسماع اصواتهم إلى العالم. (الشريف، **٢٠١٤**، ص **١٦٠**)

ويعرفها راضي زاهر على أنها:" مجموعة مواقع الانترنت العالمية، تتيح للأفراد التواصل بينهم في بيئة افتراضية يجمعهم الاهتمام، الانتماء لبلاد، مدرسة أو فئة ما، التي تنقل كم هائلا من المعلومات بسرعة فائقة بين دول العالم، وتتضمن معلومات دائمة التطور (راضي،**٢٠٠٣**، **ص٢٣**)

٥,٣. مفهوم الثقافة البيئية:

تعرف بأنها: " نوع من التعليم غير النظامي يستهدف بناء الوعي البيئي أو التوعية البيئية وتكوين رأي عام واعي بالقضايا البيئية، عبر الدعوة إلى إقامة الندوات، والمعارض البيئية، كيوم الشجرة، وتكوين الأحزاب السياسية

لأنصار حماية البيئة، وإصدار النشرات والصحف، إعداد البرامج الإعلامية الإذاعية والمتلفزة، وإنشاء الجمعيات العلمية لحماية البيئة وصون الطبيعة، وأصدقاء الأرض وغيرها من المسميات (عفيفي، ١٩٩٦، ص ٢٢٧-٢٢٨)

عرفها السيد عبد الفتاح عفيفي على أنها: ترتكز على التعليم غير الرسمي، بينما تركز التربية البيئية على التعليم النظامي، لهذا فإن الثقافة البيئية تمتد عبر مراحل العمر المختلفة، بينما تقتصر التربية البيئية على مراحل الإعداد العلمي في سنوات الدراسة (عفيفي، ١٩٩٦، ص ٢٢٨)

وفي سياق آخر عرف روكاشل الثقافة البيئية بأنها " فهم عملية التفاعل بين الإنسان وبيئته بمكوناتها الحية وغير الحية، ويتضمن هذا التفاعل الأخذ والعطاء ما بين الإنسان والنبات والحيوان (روت، ١٩٩٨، ص ١٤٣).

٥,٤. الفايسبوك:

عرف قاموس الإعلام والاتصال الفيسبوك بـ: " موقع خاص بالتواصل الاجتماعي ظهر عام ٢٠٠٤ يتيح نشر الصفحات الخاصة وهيئة التدريس والموظفين، ثم اتسع ليشمل كل الأشخاص (قاسمي، ٢٠١٩، دص).

ويعرف أيضا بأنه: " موقع ويب للتواصل الاجتماعي مجاني، تديره شركة ميتا محدودة المسؤولية والملكية، فبإمكان المستخدمين الانضمام إلى شبكة المدينة، جهة عمل، المدرسة أو الأقاليم للاتصال والتفاعل مع الآخرين، وللمستخدمين الحرية في إضافة الأصدقاء إلى قائمة أصدقائهم والتواصل معهم، وتحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف بأنفسهم (عامر،٢٠١١، ص ٢٠٣).

II. الإطار النظري والمعرفي لمواقع التواصل الاجتماعي:

١. نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي:

صاغ الباحث في العلوم الإنسانية جون بارنز John Bornes مصطلح الشبكات الاجتماعية سنة ١٩٥٤، للدلالة على أنماط العلاقات التي تشمل مفاهيم يستعملها الجمهور بشكل تقليدي (هيثمي، ٢٠١٥، ص ٧٨).

بعد ظهور الانترنت في منتصف التسعينات من القرن الماضي، ظهرت مجموعة من الشبكات التواصل ففي أواخر التسعينات أسس موقع classnates.com عام ١٩٩٥ للربط بين زملاء الدراسة، ثم موقع sixdegress.com عام ١٩٩٧ الذي ركز على الروابط المباشرة بين الأشخاص (شمايلية، ٢٠١٥، ص ٢١٠).

وبعدها ظهرت مجموعة من المواقع التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام ١٩٩٩-٢٠٠١، وجاءت الانطلاقة الفعلية مع إطلاق مواقع الأصدقاء frendster، وماي سبيس my space والفايسبوك Facebook. (العسكري، ٢٠١٠، ص ١٦٣)

مع تجاوز مشاهدات موقع my space لنظيرتها في Google أوائل ٢٠٠٥ كانت الطفرة، ويعتبر من أوائل وأكبر شبكات التواصل الاجتماعية عالميا ومعه منافسه الشهير فيس بوك (صلاح، ٢٠١٣، ص ٢٤٧)، الذي بدأ في تحقيق الانتشار المتوازي، حتى فتح فايسبوك في عام ٢٠٠٧ امكانية تكوين التطبيقات للمطورين، ما نتج عنه زيادة كبيرة في اعداد مستخدميه، ويعتقد أن عددهم يتجاوز ٩٠٠ مليون مستخدم (شمايلية، ٢٠١٥، ص ٢٠١).

٢. أهمية مواقع التواصل الاجتماعي:

إن لمواقع التواصل الاجتماعي أهمية كبيرة، على غرار:

- أنها فضاءات مفتوحة للتمرد والثورة، من التمرد على الخجل والانطواء، الى الثورات السياسية أحيان.
- تحول مستخدميها الى منتجين للمعلومة بدل لعب دور المتلقي التقليدي (عبد الكافي، **٢٠١٢**، ص **٧٤**).
- تعمل على تفعيل الطاقات المتوافرة لدى الافراد والمجتمعات وتوجيهها للبناء والإبداع في إطار تطوير القديم وإحلال الجديد من قيم وسلوك، وزيادة مجالات المعرفة للجمهور.
- تعد إعلاما بديلا، ويقصد به الموقع الذي يمارس فيه النقد، ويولد أفكار وأساليب لها أهميتها، وأيضا طرقا جديدة للتنظيم والتعاون والتدريب بين أفراد المجتمع (البشاشبة، **٢٠١٤**، ص **٢٧**).

٣. خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بخصائص ساعدة في انتشارها عالميا منها (جرار، **٢٠١٢**، ص **٨٥-٨٧**):

- **التفاعلية والتشاركية:** يتسم التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي بالتفاعلية فكل عضو يقوم بإثراء صفحته الشخصية، أو ما يتعلق بما يرغب في تقديمه إلى الآخرين وتسمح شبكات التواصل الاجتماعي للأعضاء بمشاركة تلك المنشورات أو التعليق عليها أو الإعجاب بها، ويكون بمقدور المشترك مشاهدة ردود الآخرين، والرد عليهم ويحدد ذلك التفاعل استمرار التواصل، ومشاركة المضامين.
- **التلقائية:** يتسم التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي بالتلقائية وعدم الرسمية، فليس هناك تخطيط أو تنسيق بين الأعضاء وعدم وجود لوائح وقيود تنظيمية تحكم ذلك التواصل (جرار، **٢٠١٢**، ص **٨٨**).
- **قلة التكلفة:** التسجيل في شبكات التواصل الاجتماعي فالفايسبوك شعاره " مجاني ويبقى مجاني ".
- **سهولة الاستخدام:** لا يحتاج المشترك لمهارات خاصة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، توفر صفحات خاصة باللغة الرسمية لكل مجتمع.
- **الحضور الدائم غير المادي:** لا يتطلب عملية الاتصال الحضور الدائم إذ يمكن للعضو الاتصال بالعضو الآخر عبر ترك رسالة نصية، صور، معلومات عن أفلام، موسيقى أو غيرها من اهتمامات الآخرين.
- **الانفتاح:** يمثل المحتوى المرسل من المستخدمين أغلبية المحتوى على مواقع التواصل الاجتماعي، ما يزيد من رغبة الأعضاء في التواصل والتفاعل والمشاركة، عكس وسائل الإعلام التقليدية التي يمثل بها الشخص دور المتلقي أو المستهلك للمحتوى (جرار، **٢٠١٢**، ص **٨٩**).
- **دعم التجمعات:** توفر شبكات التواصل الاجتماعي خاصية إنشاء مجموعات تشترك بانتماءات معينة.
- **المرونة:** أصبحت شبكات التواصل متاحة عبر وسائل متنوّعة، إذ باتت الشركات المنتِجة للأجهزة المحمولة تدمج ضمن أنظمة التشغيل تطبيقات مخصّصة للتواصل الاجتماعي.

- **عالم افتراض للتواصل:** اصبحت شبكات التواصل الاجتماعي تنافس المجالس العائلية والاجتماعية، وكذلك البيع والشراء أو متابعة الدراسة، يتطلّب السفر كما كان في السابق.
- **إذابة الفواصل الطبقية:** توفر شبكات التواصل الاجتماعي فرصة للتواصل المباشر مع الدعاة وطلبة العلم والأدباء والعلماء دون الحاجة إلى وسائط تقليدية.

٤. أنواع شبكات التواصل الاجتماعي:

٤,١. التويتر Twittre:

يعرف مورثي تويتر بأنه مدونة صغيرة يشاركها المستخدمون في الأفكار السريعة (بحد أقصى ١٤٠ حرفا) مع الآخرين، فالفايسبوك يعمل على الحفاظ على العلاقات بين المستخدمين النشطين وحيوية التواصل فإن تويتر يعمل على تراكم المزيد من المتابعين المدركين لمحتوى المنشور (MURTHY ،2013، P 8)

٤,٢. اليوتيوبYouTube :

هو موقع متخصص في المشاركة بتسجيلات الفيديو، يسمح لمستخدميه برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو مجانا، ويعطي الفرصة لزواره إنتاج المواد التي يعرضونها على الموقع (البنه، ٢٠١٤، د.ص).

٤,٣. لانكيداين LinkedIn:

هو بوابة التوظيف الاولى عالميا، بأكبر شبكة احترافية بها أكثر من ٦٤٥ مليون مستخدم في أكثر من ٢٠٠ دولة، يعتمد في ذلك على منح فرص للمهنيين حول العالم من خلال ربطهم ببعضهم وجعلهم أكثر كفاءة وإنتاجية.

٤,٤. الفايسبوك Facebook:

يرى مؤسسه – مارك زوكربيرج – أن الفايسبوك حركة اجتماعية وليس مجرد أداة أو وسيلة تواصل، وأنه سيزيح البريد الالكتروني ويعوضه، ويسيطر على كل نواحي النشاط البشري على الانترنت.

٥. إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي:

يمكننا تلخيص إيجابيات مواقع التواصل في النقاط التالية:

- أنها اتاحت لمستخدميها تبادل الخبرات والاهتمامات والآراء، وإطلاق إبداعاتهم ومواهبهم الكامنة، لتصبح هذه الشبكات نافذة يطل الشباب على العالم من خلالها؛
- أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة أخبار للأحداث وخاصة السياسية ومجرياتها؛
- الشبكات الاجتماعية أصبحت وسيلة لاستطلاع آراء الشباب عبر الفايسبوك والتويتر وغيرها؛
- اصبحت الشبكات منتديات افتراضية فقد تكون العديد من الملتقيات الاجتماعية في هذه الشبكات، على سبيل المثال ملتقى العرب من المحيط إلى الخليج (البياتي، ٢٠١٤، ص ٧٩-٨١).

٦. سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:

يمكننا تلخيص سلبيات مواقع التواصل في النقاط التالية:

- انتشار الإشاعات والمبالغة في نقل الأحداث من خلالها؛
- النقاشات التي تبتعد عن الاحترام المتبادل وعدم تقبل الرأي الآخر؛
- إضاعة الوقت في التنقل ما بين الصفحات والملفات دون فائدة ترجى؛
- عزل الشباب والمراهقين عن أسرهم وعدم مشاركتهم في الفعاليات المجتمعية؛
- ظهور لغة جديدة بين الشباب تضعف لغتنا العربية وإضاعة هويتها (الشاعر، ٢٠١٥، ص ٦٩).

٧. نشأة الفايسبوك:

ظهر الفايسبوك في ٠٤ فيفري ٢٠٠٤ على يد مارك زوكربيرج، في بداية الأمر هدفت لربط طلاب جامعة هارفارد، ويعتبر فريدا من نوعه بين مواقع التواصل الاجتماعي، فنشأته كانت في كليات الجامعة التي كان عددها **2000**كلية. حاول زوكربيرج الربط بينها تكنولوجيا يحتاج فيه المستخدم إلى حساب الكتروني للانخراط في حساب الكلية التي ينتمي إليها، كما يسمح له أيضا بالاطلاع على مواقع الكليات الأخرى (بلوطي، ٢٠١٥، ص ٥٨).

واسم فايسبوك هو محاكات ل" كتاب الوجوه " الذي كان يوزع على الطلاب لإتاحة فرص التعارف والتواصل فيما بينهم بعد التخرج.

اقتصر الفايسبوك في البداية على جامعة هارفارد، ثم انتشر استخدامه بين طلاب الجامعات والكليات والمدارس ثم الشركات، وفي عام **2006** ألغي شرط امتلاك المستخدم بريدا إلكترونيا مهني وأصبح بإمكان أي شخص تجاوز عمره الثالثة عشر ويمتلك بريد الكتروني أن يفتح حسابا في هذا الموقع (شقرة، ٢٠١٤، ص ٦٤).

وبسرعة تحول الفايسبوك من اداة تواصل خاصة بمجتمع الطلاب والجامعات إلى وسيلة جماهيرية موجهة لكل الفئات ويتم استخدامه لمختلف الأغراض كالتواصل، بناء العلاقات الاجتماعية، الإعلان والتسويق لمختلف السلع والخدمات بل وحتى في التضامن بين أفرد المجتمع كالتويزة الالكترونية وغيرها من المجالات الأخرى.

٨. آليات التواصل في الفايسبوك:

يتيح فايسبوك لأصحاب الحسابات عدة اليات للتواصل، وهي (شقرة، ٢٠١٤، ص ٦٠):

٨,١. **الإعجاب J'aime**: تُفعَّل هذه الميزة عندما يُبدي أحد الأصدقاء إعجابه بمنشور نُشر على حائط مستخدم آخر، أو داخل المجموعات والصفحات التي ينتمي إليها.

٨,٢. **التعليقCommentaire** : تتيح هذه الميزة للمستخدمين إبداء آرائهم حيال مختلف المنشورات، سواء تلك المنشورة على جداريات أصدقائهم أو على جدارهم الشخصي، بما يسهم في فتح مجال للتفاعل وتبادل الأفكار والآراء حول قضايا متنوّعة، بغضّ النظر عن طبيعتها، سواء انصبّت على تبادل معرفي أو انحصرت في التعليق على الصور أو المقولات المختلفة.

٨,٣. **المشاركة:Partager** عندما يُبدي المستخدم إعجابه بمنشور ما ويرغب في عرضه على صفحته الشخصية، تُتيح خاصية المشاركة نسخ المحتوى وربطه بالمصدر الأصلي، كما تتيح للآخرين من أصدقائه التفاعل معه وإبداء آرائهم وتعليقاتهم حوله.

٨,٤. **النشر Publier** :يُعدّ النشر الإلكتروني من أبرز الخدمات المتاحة على صفحة كل مستخدم في فيسبوك، ويشمل ذلك نشر النصوص والصور ومجموعاتها والملفات المختلفة، إضافةً إلى التعبير عن الحالة الشخصية للمستخدم.

٨,٥. **البحث عن الأصدقاء: Retrouve des amis** انطلاقًا من كون فيسبوك تأسس أساسًا لتعزيز الروابط بين الأصدقاء، فإنه يوفّر خدمة البحث عنهم في مختلف أنحاء العالم، وذلك عبر إدخال الاسم الحقيقي أو المستعار للشخص المطلوب، ليظهر للمستخدم قائمة تضم العديد من الأسماء مرفقة بصورهم الحقيقية أو الرمزية، فيختار منها من يبحث عنه.

٨,٦. **الدردشة: Discussion** يتيح فيسبوك لمستخدميه، عبر حساباتهم الشخصية، إجراء محادثات مباشرة مع أصدقائهم أثناء الاتصال الفوري، أو ترك رسائل ليطلعوا عليها عند دخولهم لاحقًا.

٨,٧. **الوخز:Poke** توفّر خاصية النكزة في فيسبوك وسيلة افتراضية يرسلها المستخدم لجذب انتباه أحد أصدقائه، وتصل على شكل إشعار يُنبّه المتلقي إلى مبادرة صديقه بالترحيب به.

يوفّر فيسبوك للمستخدمين إعدادات خصوصية تمكّنهم من تعديل بياناتهم أو إخفائها أو عرضها، كما يتيح الانضمام إلى المجموعات المختلفة، إضافةً إلى توفير مجموعة من الألعاب والتطبيقات الأخرى.

III. محاولة الاقتراب المعرفي من الثقافة البيئية:

١. خصائص الثقافة البيئية:

للثقافة البيئية مجموعة من الخصائص والسمات نذكر منها ما يلي:

- تركّز على فهم طبيعة العلاقات المتبادلة بين الإنسان وبيئته الطبيعية والاجتماعية والثقافية؛
- تركّز على تحليل العلاقات المتبادلة بين الإنسان وبيئته الطبيعية والاجتماعية والثقافية؛
- تركّز على تنمية سلوكيات قيم إيجابية ومهارات حلّ المشاكل لدى الأفراد مع بناء وعي بيئي معين؛
- تهدف عادةً إلى معالجة المشاكل المتعلّق بالبيئة البشرية عبر مساعدة الأفراد على فهم أبعادها؛
- تتميز بطابع الاستقلالية والتطلع إلى المستقبل؛
- تعتمد منهجًا تكامليًا يجمع فروعًا علمية متعددة لتوضيح مشكلات البيئة ومعالجتها، مؤمنةً بأهمية تضافر المعارف لتحقيق التغيير. (عيساوي، ٢٠١٠، ص ٦٨).

٢. أهداف الثقافة البيئية:

إن الأهداف الجوهرية للثقافة البيئية يمكن حصرها في النقاط الرئيسية التالية:

- يسهم فيسبوك في توجيه سلوك الأفراد نحو المسؤولية البيئية عبر احترام القانون وتشجيع العمل التطوعي لحماية البيئة وتحسين علاقة الإنسان بمحيطه.
- تعزّز المشاركة في الفيسبوك من حماية البيئة عبر حثّ الأفراد على بذل الجهد والمساهمة المباشرة في مواجهة المشكلات البيئية.

- ينبغي لجميع أفراد المجتمع الاهتمام بالبيئة بوصفها قضية جماعية، إذ تُعدّ المحافظة عليها سلوكًا فرديًّا وجماعيًّا لا يمكن للدولة وحدها مراقبته.
- تزويد الأفراد والمجتمعات بوسائل تساعدهم على فهم علاقة التكامل بين عناصر البيئة عبر الزمان والمكان، بما يسهم في تعزيز قدرتهم على التكيّف معها. (بظاظو وآخرون، ٢٠١٢، ص ٦٢).

٣. مصادر الثقافة البيئية:

تتمثل مصادر الثقافة البيئية عند التنشئة الاجتماعية التي تعمل على ترسيخ الثقافة البيئية لدى الأفراد منها:

٣,١. الأسرة: تبرز أهمية الأسرة في ترسيخ الثقافة البيئية من خلال ممارساتها اليومية داخل المحيط العائلي، مثل الحفاظ على النظافة وترشيد استهلاك الطاقة والمياه، مما يُكسب أفرادها قيَم الحفاظ على البيئة في المحيط، ويسهم في تنشئة جيل واعٍ بالقضايا البيئية وقادر على البحث عن حلول بديلة لها.

٣,٢. المدرسة: تتجلّى أهمية المدرسة في نشر الثقافة البيئية عبر أنشطة تُحفّز التلاميذ على تنمية معارفهم البيئة، وتمكّنهم من اكتساب قيم وسلوكيات تسهم في البحث عن حلول مناسبة لها.

٣,٣. المسجد: يُسهم المسجد في نشر الثقافة البيئية بين مختلف الفئات من خلال خطب الجمعة وحلقات الدروس التي يقدّمها الإمام، إضافةً إلى تنظيم أنشطة تطوعية للنظافة ومسابقات لأجمل وأنظف حي بالتنسيق بين جمعية المسجد، بهدف تعزيز الوعي البيئي وترسيخ القيم البيئية لدى الأفراد.

٣,٤. وسائل الإعلام: تهدف الرسالة الإعلامية لنشر الثقافة البيئية بين فئات المجتمع عبر توفير المعلومات البيئية ونقل أنشطة الحملات البيئية، بما يدعم توعية الجمهور حول أهمية البيئة والحفاظ عليها.

٣,٥. المعايشة الحياتية: يكتسب الإنسان عبر خبراته الحياتية سلوكيات إيجابية تعزز قدرته على مواجهة القضايا والتحديات البيئية، من خلال حماية البيئة ونظافتها والاستغلال الرشيد لمواردها، والمشاركة في نشر الثقافة والوعي البيئي داخل المجتمع، لاسيما عبر التعاون مع المؤسسات والجمعيات البيئية في حملات كحملات النظافة والاحتفال باليوم العالمي للبيئة. (ضيف،٢٠١٧، ص ٣٢-٣٦).

٤. أهم القضايا البيئية ونشر الثقافة البيئية المتداولة في الفايسبوك:

تحظى قضايا الاحتباس الحراري، التغير المناخي، التلوث وفقدان التنوع الحيوي باهتمام واسع على فيسبوك، حيث تُناقش مع الكوارث الطبيعية. وتُستخدم وسائل الإعلام التقليدية والجديدة، خصوصًا شبكات التواصل الاجتماعي، لنشر الوعي البيئي، حشد الدعم لتطبيق القوانين، وكشف الجهات المسببة للتلوث والمخاطر البيئية. (دربال، ٢٠١٩، ص ١٢٠).

٥. مساهمة الفايسبوك في نشر الثقافة البيئية:

يمكن لفيسبوك أن يؤدي دورًا محوريًا في نشر الثقافة البيئية، خاصة عند توظيفه ضمن منظومة الإعلام التوعوي، بفضل ما يتميّز به من خصائص، من أبرزها":

- يحظى فيسبوك بشعبية واسعة وانتشار متزايد، وقد أظهرت الدراسات الحديثة تزايد استخدامه بين الشباب. ويُوظَّف اليوم كأداة للتواصل بين الأصدقاء والمعارف، وللتعرّف على الأخبار الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والبيئية ومناقشتها، فضلًا عن كونه وسيلة إعلانية وتوعوية.
- يتميّز فيسبوك بقدرته على الارتباط بتطبيقات متنوعة مثل يوتيوب، تويتر، خدمات الدردشة والهاتف المحمول، ما يساعد الحملات التوعية على ربطه بمواقعهم الإلكترونية ووسائل الاتصال المختلفة.
- يُستخدم فيسبوك كأداة فعّالة لتنظيم التجمعات والاجتماعات اللازمة للحملات، ويُعدّ من أنسب الوسائل للوصول بدقة إلى الجماهير المستهدفة.

يتيح فيسبوك للشباب فرصة تحميل الصور والمشاركة في مجموعات النقاش حول مختلف القضايا البيئية، كما يقضي معظمهم وقتًا طويلًا في استخدامه للتواصل مع أصدقائهم (رية، ٢٠٠٠، ص ٢٧٣- ٢٧٦).

IV. إجراءات الدراسة الميدانية:

١. منهج الدراسة:

فرضة طبيعة مشكلة الدراسة اختيار المنهج المناسب، وبناءً عليه اعتمد **المنهج الوصفي** في هذه الدراسة.

٢. مجتمع الدراسة:

تُعدّ مرحلة تحديد مجتمع الدراسة من أصعب مراحل البحث العلمي، وقد حُدّد مجتمع هذه الدراسة بتلاميذ السنة الثالثة ثانوي شعبة العلوم التجريبية بثانوية ديدوش مراد – ميلة – من الناشطين على موقع فيسبوك.

٣. عينة الدراسة:

يُعدّ اختيار العينة من أهم مراحل البحث العلمي، واعتمدت **عينة قصدية** مكوّنة من **٤٣** تلميذًا وتلميذة من السنة الثالثة ثانوي شعبة العلوم التجريبية بثانوية ديدوش مراد – ميلة – من الناشطين على موقع فيسبوك.

٤. أدوات جمع البيانات:

تم استخدام **الاستبيان** كأداة لجمع البيانات، واشتمل على ثلاثة محاور، كل محور يتضمن مجموعة الأسئلة مغلقة ومفتوحة بالإضافة إلى البيانات الشخصية، وزع على المبحوثين وكانت محاور الاستبيان كالتالي:

أ- **المحور الأول:** استخدام التلاميذ لموقع الفايسبوك.

ب- **المحور الثاني:** اعتماد التلاميذ على الفايسبوك كمصدر للمعلومات حول البيئة.

ج- **المحور الثالث:** مدى مساهمة الفايسبوك في نشر الثقافة البيئية في أوساط التلاميذ.

V. تفريغ البيانات وتحليلها:

١. المحور الأول: استخدام التلاميذ لموقع الفايسبوك:

الجدول رقم ٠١: يمثل جنس المبحوثين.

الجنس	التكرار	النسبة المئوية %
ذكر	١٧	٣٩,٥٣

أنثى	٢٦	٦٠,٤٧
المجموع	٤٣	١٠٠

المصدر: من إنجاز الباحثين

من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل جنس المبحوثين يتضح لنا أن نسبة الإناث فاقت نسبة الذكور حيث جاءت بمعدل **٦٠,٤٧ %** من مجموع أفراد العينة في حين بلغت نسبة الذكور **٣٩,٥٣ %**، ما يمكن تفسيره أن سبب اختيار المبحوثين راجع لانخراطهم في الجمعيات التطوعية مثل جمعية المسجد وكذا الكشافة الإسلامية.

الجدول رقم ٠٢: يبين عدد الساعات التي يقضيها التلاميذ في تصفح موقع الفايسبوك.

عدد الساعات	التكرار	النسبة المئوية %
أقل من ١ ساعة	١٦	٣٧,٢١
من ١ساعة إلى ٣ ساعات	٢٣	٥٣,٤٩
أكثر من ٣ ساعات	٠٤	٠٩,٣٠
المجموع	٤٣	١٠٠

المصدر: من إنجاز الباحثين

من خلال قراءتنا للجدول أعلاه والذي يوضح المدة الزمنية التي يقضيها المبحوثين في تصفح الفايسبوك يوميا، اتضح لنا أن أكبر نسبة قدرت بـ **53.49%** من التلاميذ يستخدمون الفايسبوك من ساعة إلى ثلاث ساعات، بينما تليها نسبة **37.21%** يستخدمون الفايسبوك أقل من ساعة، في الحين نجد نسبة **٠٩,٣٠ %** من عدد التلاميذ يفضلون تصفح الموقع لأكثر من **٣** ساعات.

من خلال معطيات الجدول أعلاه يمكن القول إن المبحوثين يقضون أوقات طويلة من ساعة إلى ثلاث ساعات في تصفح الفايسبوك من أجل التواصل والتعارف والرسائل وجمع المعلومات خاصة حول البيئة باعتبارهم مشاركين كنشطاء في العمل التطوعي وفي نفس الوقت ارتباطهم بالدراسة باعتبارهم مقبلين على امتحان شهادة البكالوريا، هذا ما يجعلهم لا يشعرون بالوقت الذي يقضونه، وإدمانهم على الموقع الأمر الذي قد يؤدي إلى إهمال الحياة الاجتماعية وإهمال الاهتمامات الأخرى.

جدول رقم ٠٣: يبين الأماكن المفضلة للتلاميذ لاستعمال موقع الفايسبوك.

الأماكن المفضلة	التكرار	النسبة المئوية %
البيت	٢٩	٦٧,٤٤
الثانوية	٩	٢٠,٩٣
قاعات الانترنيت	٠٠	٠٠
أماكن أخرى	٥	١١,٦٣
المجموع	٤٣	١٠٠

المصدر: من إنجاز الباحثين

من يبين الأماكن الأكثر استخداما للفايسبوك من طرف المبحوثين حسب الجدول أعلاه يتضح لنا أن غالبيتهم يستخدمون الفايسبوك في البيت بنسبة ٦٧,٤٤%، تليها الثانوية بنسبة ٢٠,٩٣% و٣٦%، فيما قدرت نسبة الذين يستخدمونها في الأماكن العمومية ب ١١,٦٣%، في الأخير أن قاعات الانترنيت ليسوا من روادها.

يُظهر ذلك أنّ أغلبية التلاميذ يستخدمون الموقع في منازلهم بفضل توفر الإنترنت بسبب حرص الأولياء على ذلك، خاصة المترشحين للبكالوريا، أو عبر اشتراكات الهاتف النقال التي تسهّل التصفح بسرعة. ويأتي استعمال الموقع في المؤسسات التربوية في المرتبة الثانية لوجود مخابر الإعلام الآلي المجهزة بالإنترنت، إضافةً إلى استغلال أوقات الفراغ أو غياب الأساتذة. كما تتيح شبكات الجيلين الثالث والرابع التصفح بسهولة في أي مكان دون قيود تُذكر.

جدول رقم ٠٤: يبين نوع الوسيلة التي يستخدمها التلاميذ لتصفح موقع الفايسبوك.

وسيلة التصفح	التكرار	النسبة المئوية %
الكمبيوتر المحمول	٠٦	١٣,٩٥
الكمبيوتر الثابت	٠٢	٠٤,٦٥
الهاتف النقال	٣٤	٧٩,٠٧
اللوحة الذكية (تابليت)	٠١	٠٢,٣٣
المجموع	٤٣	١٠٠

المصدر: من إنجاز الباحثين

من خلال الجدول أعلاه فإن نوع الوسيلة أكثر استخداما من طرف المبحوثين في تصفح الفايسبوك هي الهاتف النقال بنسبة ٧٩,٠٧ %، تليها نسبة ١٣,٩٥ % يستخدمون الكمبيوتر المحمول، في حين الذين يستخدمون الكمبيوتر الثابت قدرت بـ ٠٤,٦٥ %، وفي الأخير اللوحة الذكية (التابليت) بنسبة ٠٢,٣٣ %.

يُعزى انتشار استخدام الهاتف النقال إلى كونه جهازًا شخصيًا يسهل حمله واستخدامه في أي زمان ومكان للوصول إلى المعلومات المختلفة، مما يجعله الأكثر شيوعًا بين فئة المراهقين. في المقابل، يفضّل بعض المستخدمين الحاسوب المحمول لما يوفره من برامج وخيارات تقنية أوسع مع إمكانية نقله واستعماله بمرونة.

٢. المحور الثاني: اعتماد التلاميذ على الفايسبوك كمصدر للمعلومات:

جدول رقم ٠٥: يبين الغرض من استخدام التلاميذ لموقع الفايسبوك.

الغرض من الاستخدام	التكرار	النسبة المئوية %
التسلية والترفيه	٠٥	١١,٦٣
الدردشة	١٧	٣٩,٥٣
إقامة علاقات	٠٣	٠٦,٩٨
التفاعل مع المنشورات	٠٤	٠٩,٣٠
التعليق على بعض الأنشطة	٠٣	٠٦,٩٨
نشر الصور والفيديوهات	٠٩	٢٠,٩٣

أغراض أخرى	٠٢	٠٤,٦٥
المجموع	٤٣	١٠٠

المصدر: من إنجاز الباحثين

يتضح من خلال الجدول أعلاه لنا أن **٣٩,٥٣ %** من المبحوثين يستخدمون الفايسبوك لغرض الدردشة، تليها نسبة **٢٠,٩٣ %** يستخدمونها من أجل نشر الفيديوهات والصور، فيما قدرت نسبة استخدام الفايسبوك بـ **١١,٦٣ %** التسلية والترفيه في حين نسبة **٠٩,٣٠ %** من المبحوثين يستخدمونها للتفاعل مع المنشورات وبنسبة **٠٦,٩٨ %** يستخدمونها بغرض التعليق على بعض الأنشطة وإقامة علاقات، ويليها في الأخير لأغراض أخرى بنسبة **٠٤,٦٥ %**.

ويمكن تفسير هذا بأن أغلب المبحوثين، يجدون في الفايسبوك موقع مناسب للدردشة والتواصل مع الأشخاص وهذا من خلال ما يتوفر عليه الموقع من خدمات وتطبيقات للدردشة، لمناقشة وتبادل واكتساب المعلومات والمعارف خاصة في مجال البيئة وكيفية المحافظة عليها، أما باقي الجوانب الأخرى فكانت ضعيفة.

جدول رقم ٠٦: يبين مدى مساعدة موقع الفايسبوك في متابعة مختلف التطورات في مجال البيئة.

درجة المساعدة	التكرار	النسبة المئوية %
دائماً	١٢	٢٧,٩١
أحياناً	٢٣	٥٣,٤٩
إلى حدٍ ما	٠٨	١٨,٦٠
أبداً	٠٠	٠٠
المجموع	٤٣	١٠٠

المصدر: من إنجاز الباحثين

يمثل الجدول أعلاه، مدى مساعدة الفايسبوك للتلاميذ على متابعة مختلف التطورات في مجال البيئة حيث نجد أن **٥٣,٤٩ %** من المبحوثين أحياناً ما يساعدهم في ذلك، فيما كانت نسبة من يساعدهم دائماً **٢٧,٩١ %** وتليها نسبة **١٨,٦٠ %** من يقولون إلى حدٍ ما.

يمكن تفسير مساعدة الموقع للتلاميذ في بعض الأحيان على متابعة مختلف التطورات في مجال البيئة وذلك بالبحث عن المستجدات فيما يخص البيئة والمحيط التابع لها، وبهذا يحافظ على صلة التلميذ بالمعلومات الجديدة في القضايا البيئية وهو ما يدل على أن الفايسبوك ملم بكل اهتمامات التلاميذ.

جدول رقم ٠٧: يبين متابعة التلاميذ لصفحات ذات علاقة بالثقافة البيئية.

مدى المتابعة	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	٤٣	١٠٠
لا	٠٠	٠٠
المجموع	٤٣	١٠٠

المصدر: من إنجاز الباحثين

من خلال الجدول نلاحظ كل المبحوثين من المتابعين لإحدى الصفحات عبر الفايسبوك الناشطة في مجال التثقيف البيئي بنسبة **١٠٠ %**، وهذا راجع لان عينة بحثنا كانت قصدية.

ويمكن إرجاع ذلك إلى وعي المبحوثين، بأهمية الصفحات والمجموعات الناشطة عبر الموقع ذات علاقة بالبيئة والتي تقدم معلومات يمكن للتلاميذ الاستفادة منها ومتابعة كل ما ينشر حولها، ومن أبرزها على المستوى المحلي جمعية الآمال لحماية البيئة والمحيط، وجمعية أصدقاء البيئة، وعلى المستوى الوطني جمعية حماية الطبيعة وتحسين المحيط، الكشافة الإسلامية الجزائرية، جمعية حماية التراث والبيئة ...الخ.

جدول رقم ٠٨: يبين الدافع للاطلاع على هذه الصفحات:

الدافع	التكرار	%النسبة
التعليم والتثقيف	**٢٧**	**٦٢,٧٩**
معرفة أخطار التلوث	**٠٦**	**١٣,٩٥**
الحصول على المعلومات البيئية التي تفيد في حماية البيئة	**١٠**	**٢٣,٢٦**
التسلية والترفيه وقضاء وقت الفراغ	**٠٠**	**٠٠**
المجموع	**٤٣**	**١٠٠**

المصدر: من إنجاز الباحثين

من خلال الجدول أعلاه، نلاحظ أن الدافع وراء الاطلاع على المواضيع البيئية كان بهدف التعليم والتثقيف بنسبة **٦٢,٧٩ %** من المبحوثين ليليها الحصول على المعلومات البيئية التي تفيد في حماية البيئة بنسبة **٢٣,٢٦ %**، في حين **١٣,٩٥ %** من المبحوثين كان الدافع هو معرفة أخطار التلوث.

ويمكن إرجاع ذلك إلى أن أغلب المبحوثين الذين لهم دافع الاطلاع على هذه الصفحات هو التعليم والتثقيف باعتبارهم أعضاء فاعلين ونشطاء في مختلف الجمعيات، كما أنها تفيدهم في دراستهم خاصة في مادة العلوم الطبيعية باعتبارهم متمدرسين في السنة ثالثة ثانوي شعبة تجريبية وهم بحاجة مستمرة ودائمة إلى تزويد معارفهم بمختلف المعلومات.

المحور الثالث: مساهمة الفايسبوك في نشر الثقافة البيئية في أوساط التلاميذ:

جدول رقم ٠٩: يوضح مساهمة المبحوثين في نشر مواضيع متعلقة بالثقافة البيئية

مساهمة المبحوثين	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	**٣٥**	**٨١,٤٠**
لا	**٠٨**	**١٨,٦٠**
المجمـــوع	**٤٣**	**١٠٠**

المصدر: من إنجاز الباحثين

بينت معطيات الجدول أن الفايسبوك يساهم بشكل كبير في نشر مواضيع متعلقة بالثقافة البيئية حسب تقدير المستجوبين وذلك بنسبة ٨١,٤٠ % بينما أجاب ما نسبته ١٨,٦٠% عكس ذلك.

هذا ما يرسخ لنا فكرة أن المبحوثين هم أعضاء ضمن مجموعات تهتم بالتوعية والقضايا البيئية، وهو ما يوضح بأن المبحوثين اهتموا بالبيئة وكيفية الحفاظ عليها وتوعية الآخرين من خلال القيام بحملات تطوعية حول نظافة البيئة وتقديم إرشادات ونصائح حول المخلفات التي تنتج عن التلوث البيئي أو عما يصيب البيئة ويحدث خلل بالتوازن البيئي.

جدول رقم ١٠: يوضح مدى مساهمة الفايسبوك في حول جوانب التوعية بالثقافة البيئية

مساهمة الفايسبوك	التكرار	النسبة المئوية %
التوعية بمشاكل التلوث البيئي	**٣٦**	**٤٢,٣٥**
عرض التدابير الوقائية لحماية البيئة	**٢٢**	**٢٥,٨٨**
شرح أسباب وكيفية حماية البيئة	**٢٧**	**٣١,٧٧**
المجمـــــوع	**٨٥**	**١٠٠**

المصدر: من إنجاز الباحثين

أظهرت نتائج الجدول أعلاه، أن الفايسبوك حقق عدة جوانب من التوعية ساهمت بالدرجة الأولى في التوعية بمشاكل التلوث البيئي بنسبة **٤٢,٣٥ %**، ثم تليها التوعية عن طريق شرح أسباب وكيفية حماية البيئة بنسبة قدرت ب **٣١,٧٧ %**، وأخيرا عرض التدابير الوقائية لحماية البيئة بنسبة بلغت **٢٥,٨٨ %**.

هذا ما يوضح مساهمة الفايسبوك بشكل كبير في تحفيز أغلب متابعي الصفحة على الاهتمام بالجانب البيئي من خلال وجود صفحات متنوعة ومختلفة تهتم بالبيئة وتساهم في نشر الوعي والثقافة البيئية في أوساط التلاميذ.

النتائج العامة للدراسة:

ومن خلال المعالجة السابقة تم التوصل إلى النتائج التالية:

١. مجتمع الدراسة يستخدم موقع الفايسبوك.
٢. يهتم الفايسبوك بقضايا البيئة وذلك من خلال الجانب البيئي وإيجاد حلول لمشاكل البيئة، وأيضا بأن الفايسبوك أكثر شعبية من المواقع الأخرى وسريع التداول.
٣. ساعدت مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) على إكساب التلاميذ معلومات جديدة حول القضايا البيئية
٤. ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) في نشر الثقافة البيئية في وسط التلاميذ من خلال وعيهم البيئي وعملهم على المحافظة على البيئة وعدم تلويثها.
٥. كل التلاميذ أو أغلبيتهم اطلعوا على المواضيع البيئية بغرض التعليم والتثقيف، وذلك لاكتساب ثقافة بيئية تساعدهم على التعايش مع بيئتهم والحفاظ عليها.

خـاتـمة:

من خلال دراستنا لموضوع دور الفايسبوك في نشر الثقافة البيئية لدى تلاميذ المرحلة النهائية من التعليم الثانوي، يمكن القول بأن الفايسبوك باعتباره وسيلة إعلامية تواصلية اجتماعية، أتاح الفرصة لتبادل الآراء والأفكار والتفاعل بين الأعضاء وتكوين علاقات بالإضافة إلى ذلك فقد أصبح استغلاله في الجانب البيئي، أمر مهم فقد لمسنا وعيا لدى التلاميذ في ما يخص البيئة، حيث عمل على نشر ثقافة بيئية من خلال المعلومات التي يطرحها بعض المبحوثين ومن كثرة الاستخدام والانتشار الواسع بينهم، وما من شأنه تعديل السلوكيات الخاطئة حيال المنظومة البيئية.

وقد خلصت الدراسة الحالية إلى مجموعة من التوصيات تتمثل في النقاط التالية:

- على التلاميذ استغلال موقع الفايسبوك أكثر في الجوانب البيئية.
- ضرورة اهتمام الجامعات الجزائرية بهذا الفضاء الافتراضي وتسخيره في الجوانب الخاصة بالبيئة، باعتباره وسيلة تسهل عملية تبادل المعلومات والأفكار ذات العلاقة بالبيئة بين التلاميذ في أي وقت وأي مكان.
- ضرورة توعية التلاميذ بإمكانية اعتماد الفايسبوك كأداة توعوية للحفاظ على البيئة.
- ضرورة اهتمام الباحثين على القيام بدراسات في هذا المجال والتوعية لاستغلال مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة البيئية.
- تطوير البرامج الإعلامية البيئية خاصة الموجهة للأطفال والشباب من أجل نشر الثقافة البيئية لدى هذه الفئة بأهمية حماية البيئة وطرق المحافظة عليها، وهو ما يساهم في تكريس ثقافة بيئية داخل المجتمعات الجزائرية.
- توفر إرادة سياسية في تطوير السياسات الإعلامية البيئية، من خلال توفير الإمكانيات المادية والبشرية، وإنشاء مؤسسات إعلامية على المستوى الوطني أو العربي مهتمة بقضايا البيئة.

قائمة المراجع:

المراجع باللغة العربية:

١. إبراهيم بظاظو وآخرون: السياحة البيئية بين النظرية والتطبيق، مؤسسة الورق للنشر والتوزيع، الأردن، ٢٠١٢.
٢. أحمد قاسمي وآخرون: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأمن القومي للدول الخليجية، ط١، المركز الديمقراطي الغربي الألمانية، ٢٠١٩.
٣. إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي: شبكات التواصل والانترنيت والتأثير على الأمن القومي والاجتماعي المكتب العربي للمعارف، ط١، القاهرة ٢٠١٢.
٤. بسمة قائد البنة: تويتر، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، لبنان، ٢٠١٤.
٥. حسين محمود هيثمي: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط١، عمان، ٢٠١٥.

٦. عبد الفتاح عفيفي: بحوث في علم الاجتماع المعاصر، دار الفكر العربي، القاهرة، ١٩٩٦.
٧. عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر: مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط١، عمان، ٢٠١٥.
٨. عبد الرؤوف الضبع: علم الاجتماع وقضايا البيئة (مدخل نظرية ودراسات واقعية)، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر، ٢٠٠٤.
٩. عبد العزيز الشريف: الإعلام الالكتروني، دار ياف العلمية للنشر والتوزيع، ط١، عمان، ٢٠١٤.
١٠. علي خليل شقرة: الإعلام الجديد التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط١، عمان، الأردن، ٢٠١٤.
١١. فتحي حسين عامر: وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفايسبوك، دار العربي، ط١، القاهرة، ٢٠١١.
١٢. ليلى أحمد جرار: الفايسبوك والشباب العربي، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ط١، الكويت، ٢٠١٢.
١٣. ماهر عودة شمايلية وآخرون: تكنولوجيا الإعلام والاتصال، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، ط ١، الأردن، ٢٠١٤.
١٤. محمد عبد الكريم عبد الله رية، محمد عزت محمد إبراهيم غزلان: اقتصاديات الموارد والبيئة، دار المعرفة الإسكندرية، ٢٠٠٠.
١٥. مروة عصام صلاح: الإعلام الالكتروني: الأسس وأفاق المستقبل، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، ط١، عمان، ٢٠١٣.
١٦. ياسر خضير البياتي: الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، دار البداية للنشر والتوزيع، ط ١، الأردن، ٢٠١٤.

المراجع باللغة الفرنسية:

1. MURTHY. twitter: social communication in the twitter Age. Cambridge: polity press; 2013. D ١-

القواميس والمعاجم:

١. بوعلام بن حمودة وآخرون: المفتاح (قاموس عربي أبجدي بسيط) دار الأمة، ط ٢، الجزائر، ١٩٩٦.
٢. ريمون بودو، فرانسو بوريكو وآخرون: المعجم النقدي لعلم الاجتماع، ترجمة سليم حداد، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ١٩٨٦.

المجلات والدوريات:

١. تشارلز روث: الثقافة البيئية جذورها وتطورها واتجاهاتها في التسعينيات، ترجمة عبد الله خطايبية، هديل محمد الفيصل، مجلة التعريب، المركز العربي للتعريب والترجمة والتأليف، العدد ١٥، دمشق، جويلية ١٩٩٨.

٢. زاهر راضي: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، العدد ١٥، جامعة عمان الأهلية، عمان، ٢٠٠٣.
٣. سارة دربال: دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة البيئية، مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي، المجلد ٦، العدد ٢، ديسمبر ٢٠١٩
٤. سليمان إبراهيم العسكري: الثقافة العربية في ظل وسائط الاتصال الحديثة، ندوة مجلة العربي، العدد ٨١، ٨-١٠ مارس ٢٠١٠، الكويت.

الأطروحات:

١. أمال رحماني، فعاليات شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة البيئية، مذكرة ماستر، تخصص اتصال وعلاقات عامة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.، جامعة محمد خيضر، بسكرة، ٢٠١٩/٢٠٢٠.
٢. ريحانة بلوطي: دوافع استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية وأثرها على الفرد (دراسة استكشافية)، رسالة ماجيستر في مجال العلم والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، ٢٠١٤/٢٠١٥.
٣. ضيف هادية: دور الثقافة البيئية في حماية البيئة الريفية، دراسة ميدانية ببلدية ورماس، ولاية الوادي، مذكرة ماستر، جامعة حمة لخضر، الوادي، ٢٠١٦/٢٠١٧.
٤. فتيحة كيحل: الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الحاج لخضر،باتنة، ٢٠١١/٢٠١٢.
٥. مازيا عيساوي: واقع الثقافة البيئية في المجتمع الحضري، دراسة ميدانية بمدينة بسكرة، رسالة ماجيستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة بسكرة، ٢٠١٠.
٦. وسام طايل البشاشبة: دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي واشباعاتها (فيسبوك وتويتر)، رسالة ماجستير، جامعة البتراء، ٢٠١٣-٢٠١٤.