" دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي البيئي لدى طلبة المرحلة الاعدادية "
"دراسة ميدانية"

الباحث: م.م مصطفى عباس محمد علي –
جامعة كربلاء: قسم الاعلام والاتصال الحكومي
mustafa.abbas@uokerbala.edu.iq

م.م حيدر عباس حسن
جامعة كربلاء: قسم الاعلام والاتصال الحكومي
Haider.a.hasan@uokerbala.edu.iq

م.م باسم وادي عبد الحسين
جامعة كربلاء مركز ابحاث البيئة والطاقة المتجددة
basem.w@s.uokerbala.edu.iq

الكلمات المفتاحية: موقع التواصل – الوعي البيئي – التلوث – التصحر.

كيفية اقتباس البحث

علي، مصطفى عباس محمد ، حيدر عباس حسن ، باسم وادي عبد الحسين ، " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي البيئي لدى طلبة المرحلة الاعدادية ""دراسة ميدانية"،مجلة مركز بابل للدراسات الانسانية، تشرين الثاني ٢٠٢٦، المجلد:١٦ ،العدد:١١ .

هذا البحث من نوع الوصول المفتوح مرخص بموجب رخصة المشاع الإبداعي لحقوق التأليف والنشر (Creative Commons Attribution) تتيح فقط للآخرين تحميل البحث ومشاركته مع الآخرين بشرط نَسب العمل الأصلي للمؤلف، ودون القيام بأي تعديل أو استخدامه لأغراض تجارية.

مفهرسة في Indexed
IASJ

مسجلة في Registered
ROAD

The Role of Social Media in Developing Environmental Awareness " "among Middle School Students "Field study"

Researcher: Mustafa Abbas Muhammad Ali
Address: University of Karbala - Department of Media and Government Communication

Hayder abbas hasan
Address: University of Karbala - Department of Media and Government Communication

Basim wadi abdulhussein
Address: University of Karbala - Environmental Research Center

Keywords : Social networking site - Environmental awareness – Pollution- Desertification.

How To Cite This Article
Ali, Mustafa Abbas Muhammad , **Hayder abbas hasan**, Basim wadi abdulhussein," The Role of Social Media in Developing Environmental Awareness among Middle School Students "Field study",Journal Of Babylon Center For Humanities Studies, November 2026,Volume:16,Issue 11.

This is an open access article under the CC BY-NC-ND license (http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License.

Abstract

This study aims to explore the role of social media in raising public awareness about environmental issues. It also seeks to identify the main reasons behind the audience's interest in environmental topics, as well as to determine the most pressing environmental problems that attract the attention of the target audience on social media platforms. The research employed a descriptive methodology and was conducted on a sample of 150 male and female high school students in Karbala Governorate. The findings revealed that the sample showed significant interest in following environmental campaigns on social media, which indicates a positive

trend in enhancing environmental awareness among the target audience. Moreover, the study confirmed that social media plays a major and effective role in educating the public about environmental awareness. Environmental pollution emerged as the leading topic of concern among the sample on social media platforms. Furthermore, the desire for learning and gaining knowledge was found to be the primary motivation for the audience's engagement with environmental topics on these platforms.

الملخص

هدف البحث الى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الجمهور نحو القضايا البيئية، إضافة الى الكشف عن ابرز أسباب متابعة لجمهور عينة لبحث للموضوعات البيئية، وكذلك معرفة اكثر المشكلات البيئية التي يهتم بها الجمهور محل لبحث في مواقع التواصل الاجتماعي، حيث استخدم المنهج الوصفي بعينة قوامها ١٥٠ مبحوث من الذكور والاناث من طلبة المرحلة الإعدادية في محافظة كربلاء.

وتوصل البحث الى نتائج عدة من أهمها: ان الجمهور عينة البحث مهتمون بمتابعة الحملات البيئة في مواقع التواصل الاجتماعي وهذا يعطي مؤشرا إيجابي في زيادة الثقافة البيئية لدى الجمهور عينة البحث، كما كشفت النتائج وجود دور كبير لمواقع التواصل الاجتماعي في توعية الجمهور إزاء الوعي البيئي، وتصدرت موضوعات التلوث مقدمة اهتمامات الجمهور عينة البحث في مواقع التواصل الاجتماعي، بينت النتائج ان التعلم والاطلاع جاء بالمرتبة الأولى كأبرز اسباب متابعة الجمهور لموضوعات البيئة في مواقع التواصل الاجتماعي.

المقدمة:

لقد أدت التطورات الهائلة في مجال تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات الى إحداث تغيرات اجتماعية وسياسية واقتصادية، وكذلك البيئية منها في المجتمعات الإنسانية بصورة عامة، والمجمعات العربية على وجه الخصوص، ذلك من خلال الاستخدام المفرط لمواقع التواصل الاجتماعي، والتي القت بتأثيرها على مجالات الحياة كافة.

وتنبع أهمية الدراسة الحالية من أهمية دور الشبكات الاجتماعية في تنمية الوعي البيئي ومعرفة المشكلات العديدة التي تعاني منها البيئة، سواء كانت تلك المشاكل متصلة بنشاط الانسان العادي في حياته اليومية، ام انها بفعل كوارث طبيعية، فضلا عن أهمية هذا الحقل المعرفي المتصل بالمشكلات التي تعاني منها البيئة، (النصار، ٢٠٢٣: ٣).

لذا سنحاول من خلال دراستنا هذه الموسومة بـ "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي البيئي لدى طلبة المرحلة الاعدادية ـ دراسة ميدانية" تسليط الضوء على الدور الذي

تقوم به مواقع الشبكات الاجتماعية في تقديم التوعية البيئية لطلبة المرحلة الإعدادية من جمهور مدينة كربلاء.

فمواقع التواصل الاجتماعي أصبحت منفذا سهلا لنشر وترويج المواد الفكرية والتثقيفية التي تؤدي إلى تغيير حياة الافراد، وانطلاقا من الدور الفعال والمؤثر لهذه الشبكات جاءت هذه الدراسة لبيان حجم الفائدة وتوظيف مراكز الأبحاث البيئية لهذه المواقع في عملية الوعي البيئي.

المبحث الأول: الإطار المنهجي

أولا: مشكلة البحث:

تعرف مشكلة الدراسة بأنها عبارة عن موقف او قضية او فكرة او مفهوم يحتاج الى البحث والدراسة العلمية للوقوف على مقدماتها وبناء العلاقات بين عناصرها، شرع الباحث الى تحديد مشكلته البحثية في معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي بتنمية الوعي البيئي لدى طلبة المرحلة الاعدادية. (عبد المجيد، ٢٠٠٤: ٧٠).

ونظرا لما يحتله التثقيف البيئي من أهمية قصوى في حياة الأفراد والمجتمعات، دفعنا إلى معرفة الدور الحقيقي الذي تقوم به الشبكات الاجتماعية من خلال البحث بأسلوب علمي وأكاديمي، ومن هنا تتمثل مشكلة البحث بطرح التساؤل الرئيسي الذي تتمور حوله المشكلة: ما هو دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية البيئية لدى طلبة المرحلة الاعدادية؟

ثانيا أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة في كونها تناولت وسيلة اتصال حديثة تتمثل بمواقع التواصل الاجتماعي، ومحاولة معرفة وتحديد الدور الذي تؤديه هذه المواقع في نشر الوعي البيئي لدى طلبة المرحلة الإعدادية.

ثالثا أهداف الدراسة:

وفقا للمشكلة التي بنيت على اساسها الدراسة، وفى ضوء أهميتها وبناءاً على الدراسات السابقة فإن الدراسة الحالية تهدف إلى:

1. التعرف على دور ومساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي البيئي لدى طلبة المرحلة الإعدادية.
2. معرفة اهم المواضيع البيئية التي تتناولها مواقع التواصل الاجتماعي.

رابعا تساؤلات الدراسة:

1. ما هو الدور الذي تؤديه مواقع التواصل في نشر الوعي البيئي لدى طلبة المرحلة الإعدادية؟

2ـ ما مدى نجاح الفيس بوك في تعزيز الوعي البيئي لدى الجمهور عينة الدراسة.

خامسا: نوع الدراسة :

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي لدى الجمهور (عينة الدراسة).

سادسا: المنهج المستخدم:

استخدمت هذه الدراسة المنهج المسحي كأحد المناهج المستخدمة في الدراسات الوصفية، التي نستطيع من خلالها دراسة الحقائق المتعلقة بدور الشبكات الاجتماعية في التوعية البيئية، فمنهج المسح هو أحد الاشكال الخاصة بجمع المعلومات عن حالة الافراد وادراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم، ويعد هذا المنهج الرئيسي لدراسة جمهور وسائل الإعلام (عبد العزيز،).

سابعا: المجتمع وعينة الدراسة:

اختار الباحث مجتمع الدراسة من جمهور مدينة كربلاء ليكون مجتمعا لدراسته، ذلك لان المدينة تتميز بالتنوع السكاني نتيجة الهجرة المتواصلة اليها من قبل محافظات البلاد كافة من الشمال الى الجنوب وكذلك الوسط، مما يعطي عينة تمثل المكونات الاجتماعية للبلد، لذا تم اختيار عينة من الجمهور العام قوامها، (١٥٠)، مفردة بالاعتماد على احدى العينات غير الاحتمالية وهي العينة القصدية.

ويتم اختيار العينة بعد تقسيم المدينة الى مناطق متعددة وعلى النحو الآتي، حضر راقي، وحضر شعبي، وارياف. (اسما حافظ، ٢٠١٣: ٢١).

ثامنا: أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة على أداة الاستبيان لجمع البيانات بالاعتماد على استجابات المبحوثين على الأسئلة المعدة مسبقا، كما ويعد الاستبيان أحد الأساليب لرصد آراء وسلوكيات وانماط تعامل الافراد مع الفيس بوك للتزود بالمعلومات الصحية، وذلك لملائمتها لنوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية والهدف منها مع مراعاة المتغيرات المتعلقة بالدراسة كافة (كالنوع، السن، والتعليم .... الخ).

تاسعا: مجالات الدراسة :

ـ المجال الزماني: ويقصد به المدة الزمنية التي يستغرقها الباحث لإنجاز الدراسة.

ـ المجال البشري: اجريت الدراسة على عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من شريحة الشباب، (طلبة المرحلة الإعدادية).

ـ المجال المكاني: طبقت الدراسة على حدود مدينة كربلاء.

عاشرا: التعريفات الاجرائية:

مواقع التواصل الاجتماعي: مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت العالمية، تتيح التواصل بين الافراد في بيئة مجتمع افتراضي، يجمعهم الاهتمام او الانتماء او بلد معين في نظام عالمي لنقل المعلومات والمعارف. (الحسينات، ٢٠١١. ٩٩).

التعريف الاجرائي: يمكن تعريف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها محيط اتصالي افتراضي يتسم بالكثير من السمات التفاعلية التي تجعلها أداة من أدوات التواصل الفعالة والمهمة في وقت اخذت تلك المواقع تتربع على عرش الثورة الاتصالية.

الوعي البيئي:

ويمكن تعريف الوعي البيئي بأنه، إدراك الفرد لدوره في مواجهة البيئة القائم على المعرفة بالعلاقات بين مكوناتها وما ينجم عنها في حال حدوث خلل في التوازن البيئي من مشكلات بيئية وآثارها على الفرد واتخاذ التدابير اللازمة لمواجهتها وإتباع الوسائل المناسبة لحلها.

التعريف الاجرائي: الوعي البيئي يقصد به قدرة الفرد على التعامل مع المتغيرات المناخية وكيفية تجنب المخاطر الناجمة عن ذلك، لا سيما في ظل التحولات الكبيرة وما يشهده العالم من احتباس حراري وغيرها من الظواهر الطبيعية الأخرى.

دراسات سابقة:

١-الدراسة الأولى: دراسة فتحية كيحل، (٢٠١٢)، "الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي، دراسة في استخدامات التواصل الاجتماعي – موقع الفيس بوك انموذج" (فتحية كيحل، ٢٠١٢)

وتنطلق هذه الدراسة من تساؤل رئيسي وهو كيف يؤدي استخدام موقع الفيس بوك كإحدى تطبيقات الإعلام الجديد الى نشر الوعي البيئي لدى جمهور المستخدمين الجزائرين.

توصلت الدراسة الى ان مواقع التواصل الاجتماعي تعد اكثر المواقع استخداما لدى المبحوثين حيث يأتي موقع الفيس بوك في مقدمة المواقع الأكثر ولوجا وذلك غالبا وبصفة منتظمة بنسبة ٦٢.٤٤، اذ يبقى المستخدمين وقت يفوق الساعتين في معظم الأحيان

٢-الدراسة الثانية: دراسة سهام بن يحي، (٢٠٠٥)، "الصحافة المكتوبة وتنمية الوعي البيئي بالجزائر، دراسة تحليلية لمضمون صحيفتين وطنيتين الشروق و Le matin"، (سهام بن يحي، ٢٠٠٥).

استنتجت الدراسة ان الغالبية العظمى من القضايا البيئية ومشكلاتها المنشورة تقع على الصفحات الداخلية بنسبة ٨.٧٥ وبلغت نسبة مساحتها بالاسطر ٨٩.٢ وانخفضت نسبة ظهور القضايا

البيئية ومشكلاتها على الصفحين الأولى والخلفية رغم أهميتها اذ لم تتجاوز ٥ و٨.٧٥ على الترتيب وتتعدى ٥.٢١ ٥.٦٦ على الترتيب.

٣-الدراسة الثالثة: دراسة نادية محمد صقار (٢٠٠٧)، "مستوى الوعي البيئي لدى طلبة جامعة اله ... في ضوء بعض المتغيرات"، (نادية محمد، ٢٠٠٧)

أظهرت نتائج الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة بين متوسط أداء طلبة جامعة مؤتة على مقياس مستوى الوعي البيئي تبعا لمتغير مكان السكن على جميع ابعاد المقياس والدرجة الكلية وكانت هذه الفروق لصالح طلبة سكان المدينة.

المبحث الثاني

مدخل نظري حول مواقع التواصل الاجتماعي

في عام ١٩٥٤ صاغ جون بارنز الذي كان باحث في العلوم الإنسانية مصطلح الشبكات الاجتماعية، للدلالة على أنماط من العلاقات تشمل المفاهيم التي يستعملها الجمهور بشكل تقليدي. (حسين هتيمي، ٢٠١٥، ٧٨).

وبعد اختراع شبكة المعلومات بدأت مجموعة من الشبكات الاجتماعية بالظهور في أواخر التسعينات مثل classnates.com عام ١٩٥٥ للربط بين زملاء الدراسة وموقع sixdegress.com عام ١٩٩٧ وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص. (ماهر الشمايلة، ٢٠١٤، ٢١٠).

الانطلاقة الفعلية للمواقع الاجتماعية جاءت مع انطلاق مواقع الأصدقاء Frendster، وماي سبيس My space، والفيس بوك، Faecbook، (سليمان العسكري، ٢٠١٠، ١٦٣).

ومع بداية عام ٢٠٠٥ ظهر موقع يبلغ عدد مشاهدات صفحاته أكثر من google وهو موقع ماي سبيس الأمريكي الشهير ويعتبر من أوائل واكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم، ومعه منافسه الشهير فيس بوك، (مروة صلاح، ٢٠١٣، ٢٤٧).

خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

هنالك جملة من الخصائص تتميز بها مواقع التواصل الاجتماعي، الامر الذي جعل منها محط اهتمام من قبل الكثير من الافراد المستخدمين لها، ومن بين هذه الخصائص.

أولا: العالمية: تمكنت مواقع التواصل الاجتماعي من إلغاء الحواجز الجغرافية والمكانية وتحطيم الحدود الدولية، اذ يمكن لفرد في اقصى الشمال التواصل مع فرد في اقصى الجنوب، ويحدث ذلك بكل بساطة ويسر، (صالح العلي، ٢٠١٥، ١٤٧).

ثانيا: اللاتزامنية/ ونعني بها هنا إمكانية استقبال الرسائل وإرسالها في الوقت المناسب للفرد المستخدم، ولا حاجة لاستخدام الافراد جميعهم في نفس الوقت، (سمير شيخاني، /٩٨٠١٠، ٤٤٦).

ثالثا: الانفتاح: اغلب وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة، يمكن من خلالها معرفة ردود الفعل والمشاركة او الانشاء والتعديل على الصفحات، فهي تشجع التصويت والتعليقات وتبادل الآراء والمعلومات، وهي بذلك لا تهتم بالحواجز المانعة من وصول المحتوى والاستفادة منه، (خالد المقدادي، ٢٠١٣، ٢٦).

أهمية مواقع التواصل الاجتماعي:

تحتل مواقع التواصل الاجتماعي أهمية قصوى بالنسبة للمستخدمين، اذ عملت على تحويل المستخدم لها، من مستقبل للمعلومات في وسائل الإعلام التقليدية، الى منتج للمعلومات ومشارك فيها، (إسماعيل الكافي، ٢٠١٢، ٧٤).

كما استطاعت مواقع التواصل الاجتماعي ان تكون إعلاما بديلا، والمقصود هنا، الفضاء الذي يمارس فيه النقد وتولد أفكار وأساليب لها أهميتها وقيمها، وأيضا طرقا جديدة للتنظيم والتعاون والدريب بين افراد المجمع، (وسام البشابشة، ٢٠١٤، ٢٧).

أنواع الشبكات الاجتماعية:

تتعدد تقسيمات شبكات التواصل الاجتماعي، وفقا لطبيعة الخدمات التي تقدمها، او الهدف من انشائها ويمكن التطرق الى احدى هذه التقسيمات وهي:

أولا: شبكات داخلية خاصة:

تحتوي هذه الشبكات على مجموعة من الناس تشكل مجتمع مغلق او خاص يمثل الافراد داخل شركة او تجمع ما او داخل مؤسسة تعليمية او منظمة، ويتحكم في دعوة هؤلاء الأشخاص فقط وليس غيرهم من الناس للدخول للموقع والمشاركة في انشطته، من تدوين وبادل آراء وملفات وحضور اجتماعات والدخول في مناقشات مباشرة وغيرها من الأنشطة مثل شبكة، (Linka in)، (مشتاق فاضل، ٢٠١٥، ٢٠٥).

ثانيا: شبكات خارجية: وهي شبكات متاحة لجميع مستخدمي الانترنت، وصممت خصيصا لجذب المستخدمين للشبكة، اذ يمكن من خلالها السماح للعديد من المستخدمين بالمشاركة في أنشطة بمجرد ان يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع وتقديم نفسه للموقع، مثل شبكة، (Faecbook)، (سلطان الصاعدي، ٢٠١٢).

وتوجد آلاف المواقع من الشبكات الاجتماعية تعمل على الصعيد العالمي، اذ يوجد الاجتماعية الصغيرة التي جاءت لناسب القطاعات البسيطة في المجتمع، بينما هنالك شبكات تخدم وحدة جغرافية للمجتمع، وهنالك بعض الشبكات تستخدم واجهة استخدام بسيطة بينما البعض الآخر أكثر جرأة في استخدام التكنولوجيا الحديثة والقدرات الإبداعية، (طاهر أبو زيد، ٢٠١٢، ٢٧).

المبحث الثالث

مدخل نظري حول الوعي البيئي

لقد نال الوعي البيئي في السنوات الأخيرة اهتمام كبير من قبل الباحثين والعلماء المختصين، ذلك ان البحوث او الدراسات سهم بصورة او بأخرى بحماية البيئة من العوامل الخارجية المؤثرة، ومع ظهور وتطور وسائل الإعلام وبروز التكنولوجيا الحديثة أصبح لمواقع التواصل الاجتماعي دور كبير في نشر الوعي البيئي لاسيما بعد تفاقم المشكلات البيئية، وكثرة المخاطر التي تواجه البيئة، لذا تحتم على الجهات البحثية العمل على إيجاد حلول لتقليل الاضرار على البيئة.

عوامل ظهور الوعي البيئي:

أولا: الجمعيات الاهلية والمنظمات غير الحكومية:

عادة ما يسعى الانسان الى الحضر واتباع أسلوب الحياة الحضرية، كأن يكون ذلك عبر الصنيع وقد أدى ذلك السعي الى تلويث البيئة واستنزاف مواردها الطبيعية، قبالة ذلك ظهرت الجمعيات والتنظيمات الحكومية التي تبنت برامج وإجراءات بهدف التصدي لهذه المشكلات، ومحاولات إيضاح الأثر السلبي الذي تركته التنمية الاقتصادية على حساب البيئة الطبيعية، ومن بين هذه التنظيمات البيئية منظمة السلام الأخضر (Green feace)، ومنظمة أصدقاء الأرض (FOE)، اذ شكلت جميعها جماعات ضغط لا يمكن القليل من أهميتها نظرا لتصديها للمشكلات البيئية العالمية مثل النفايات الخطيرة، ارتفاع درجة حرارة الأرض واختلال التوازن البيولوجي والتنمية غير الملائمة، (مجاهد عبد الحليم، ٢٠١٠، ٩١).

ثانيا: الجماعات العلمية:

لا يمكن تجاهل دور الجماعات العلمية إسهاماتها في مجال البيئة ونشر التوعية البيئية، حيث قدم علماء البيئة والإيكولوجيين إسهاما بارزة في مجال الزراعة والصحة العامة، ونبهوا مبكرا على الاخطار البيئية الناجمة عن سوء استخدام الموارد الطبيعية والتكنولوجية، وهما ما منح فهما أفضل لمخلف الظواهر البيئية والعوامل المحكمة بها، وقد أسهم التطور التكنولوجي بشكل كبير في تطور طرق البحث وأدوات التحليل ورصد الملوثات وتحديد مصدرها، (احمد الرشيفي، ٢٠٠٥، ١٧٩).

خصائص الوعي البيئي:

يركز الوعي البيئي على أهمية تحديد مسؤولية الافراد وكذلك المجتمع تجاه البيئة وضرورة ضبط معارفهم حيال مشكلاتها، ويمكن تلخيص خصائص الوعي البيئي فيما يلي:

أولا: الوعي البيئي ليتضمن تلازم الجانبين، الجانب المعرفي والجانب الوجداني، فعلى الرغم من ان الوعي البيئي يتصل بالجانب الوجداني، إلا انه مشبع بالجانب المعرفي، (سمير محمود، ٢٠٠٨، ١٤٨).

ثانيا: يسهم الوعي البيئي في تكوين اتجاهات بيئية تتحكم بسلوك الافراد، (ولاء الصباغ، ٢٠١٧، ٤٩).

مكونات الوعي البيئي:

ولكي يتحقق الوعي البيئي لدى افراد المجتمع، لابد من وفر عوامل رئيسية تشكل بمجملها مكونات الوعي البيئي، ومن هذه المكونات:

أولا: التعليم البيئي: تبدأ هذه المرحلة التعليمية من رياض الأطفال، وتمتد خلال مراحل التعليم العام وصولا الى التعليم الجامعي، شريطة ان يوجد تكامل بين اهداف البرنامج التعليمي والتربوي، (احمد أبو السعيد، زهير عابد، ٢٠١٤، ٢٤).

ثانيا: الإعلام البيئي: يعد الإعلام البيئي من أبرز أدوات التربية والتغيير الواعي، اذ يسلط الضوء على القضايا البيئية وكل ما يحيط بالإنسان، والإنسان يهدف الى ترشيد استهلاك السلوك البيئي وخلق جو عام من الاهتمام بالقضايا البيئية لدى الجمهور، (بسام المشابقة، ٢٠١٥، ٧٨).

جدول رقم (١) يوضح الخصائص الديموغرافية لعينة البحث

		التكرار	النسبة المئوية
الجنس	ذكور	٨٥	%٥٦.٧
	اناث	٦٥	%٤٣.٣
	المجموع	١٥٠	%١٠٠
المستوى الدراسي	رابع اعدادي	٣٤	%٢٢.٧
	خامس اعدادي	٦٥	%٤٣.٣
	سادس اعدادي	٥١	%٣٤
	المجموع	١٥٠	%١٠٠

يوضح الجدول السابق الخصائص الديموغرافية لعينة البحث، إذ جاءت فئة الذكور بالمرتبة الأولى بنسبة (٥٦.٧%)، بينما حلت فئة الاناث بالمرتبة الثانية بنسبة (٤٣.٣%). اما من

حيث المستوى الدراسي فقد جاءت مرحلة الرابع الإعدادي بنسبة (٢٢.٧%)، فيما حلت فئة الخامس الإعدادي بالمرتبة الثانية بنسبة (٤٣.٣%)، وفي المرتبة الثالثة جاءت فئة السادس الإعدادي بنسبة (٣٤%).

النتيجة السابقة تشير الى ان الذكور هم الفئة الأكثر استخدما واهتماما بمواقع التواصل الاجتماعي، ذلك لان الفتيات عادة ما تكون أكثر حرصا على الاهتمام بالمواد الدراسية والاعمال المنزلية، وهو ما يجعلهن بعيدات الى حد ما عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (٢) يوضح استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

	التكرار	النسبة المئوية
نعم بشكل كبير	٥٢	%٣٤.٧
نعم بشكل متوسط	٦٨	%٤٥.٣
نعم بشكل قليل	٣٠	%٢٠
المجموع	١٥٠	%١٠٠

يوضح الجدول السابق يوضح استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتشير نتائج الجدول إلى أن غالبية المشاركين (٤٥.٣%) يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل متوسط، في المقابل، هناك (٣٤.٧%) من المشاركين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير، فيما هناك فئة أخرى تستخدمه بشكل قليل بنسبة بلغت (٢٠%) فقط، وبشكل عام تشير النتائج إلى ان الجمهور يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي بشكل جيد.

من هذا نستنتج ان اغلب عينة الدراسة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي نظار لعدة أسباب، من بينها سهولة استخدام تلك المواقع بالإضافة الى سهولة ومجانية الاشتراك، الامر الذي يجعلها ماحة امام الجميع دون أي صعوبات او عائق يقف امام المستخدمين ويحرمهم من الدخول الى هذا العالم الافتراضي.

جدول رقم (٣) منذ متى وانت مشترك في مواقع التواصل الاجتماعي؟

	التكرار	النسبة المئوية
٣ سنة فأكثر	٧٨	%٥٢
من ١ إلى ٣ سنة	٤٧	%٣١.٣٣
اقل من سنة	٢٥	%١٦.٦٧
المجموع	١٥٠	%١٠٠

يوضح الجدول السابق مدى الاشتراك بمواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاء في المرتبة الأولى فئة اقل من سنة بنسبة (١٦.٦٧%) فيما جاء في المرتبة الثانية فئة من سنة الى ٣ سنوات بنسبة (٣١.٣٣%)، وحل في المرتبة الثالثة فئة ٣ سنوات فأكثر بنسبة (٥٢%).

ومنه نستدل على ان المستخدمين لم يترددوا كثيرا ولم يتأخروا في الاشتراك بمواقع التواصل الاجتماعي، باعتبارها وافد تقني جديد يصعب التعامل معه والانخراط فيه، ومن هنا نجد ان نسبة كبيرة من المستخدمين لديهم القدرة على التعامل ومعرفة التقنية الحديثة ومواكبة التطورات في المجال التكنولوجي.

جدول رقم (٤) عدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

	التكرار	النسبة المئوية
اقل من ساعة	٣٥	%٢٣.٣٣
ساعة واحدة	٥٤	%٣٦
٣ساعات فأكثر	٦١	%٤٠.٦٧
المجموع	١٥٠	%١٠٠

يشير الجدول السابق الى عدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الجمهور عينة البحث وقد جاء في المرتبة الأولى فئة اقل من ساعة بنسبة (٢٣.٣٣%)، فيما حل في المرتب الثانية فئة ساعة واحدة بنسبة (٣٦%)، وجاء في المرتبة الثالثة فئة ثلاثة ساعات فأكثر بنسبة (٤٠.٦٧%).

ويرجع السبب في ارتفاع نسبة الاستخدام لاكثر من ثلاث ساعات الى ما تقدمه مواقع التواصل الاجتماعي من مضامين مختلفة ومشوقة في الوق نفسه، وهو الامر الذي يجعل المستخدم يعيش حالة من الانعزال عن الواقع والانغماس في لذة التصفح لساعا طويلة دون شعور بالملل او التعب.

جدول رقم (٥) يوضح الأوقات المفضلة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي

	التكرار	النسبة المئوية
ليلا	٧٣	%٤٨.٦٧
مساء	٤٢	%٢٨
ظهرا	٢١	%١٤
صباح	١٤	%٩.٣٣
المجموع	١٥٠	%١٠٠

يوضح الجدول السابق يوضح الأوقات المفضلة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الجمهور عينة البحث، وتشير نتائج الجدول الى ان فئة من يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي ليلا جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (٤٨.٦٧%)، فيما حلت فئة من يستخدمونها مساء في المرتبة الثانية بنسبة (٢٨%)، وحلت فئة من يستخدموها ظهرا في المرتبة الثالثة بنسبة (١٤%)، وأخيرا جاءت فئة من يستخدموها صباح في المرتبة الأخيرة بنسبة (٩.٣٣%).

تؤكد البيانات الظاهرة في الجدول ان الوقت الأفضل والانسب للاستخدام هو الليل، ذلك لجملة من الأسباب، أهمها ان معظم الافراد المستخدمين لديهم انشغالات خلال ساعات النهار الأولى، ما يجعل هنالك صعوبة في الاستخدام، بينما في الليل توجد فسحة من الوقت يخصصها اغلب الافراد للتصفح.

جدول رقم (٦) متابعة الجمهور لحملات التوعية البيئية

	التكرار	النسبة المئوية
نعم بدرجة ضعيفة	٥٦	%٣٧.٣٣
نعم بدرجة متوسطة	٥١	%٣٤
نعم بدرجة كبيرة	٤٣	%٢٨.٦٧
المجموع	١٥٠	%١٠٠

يوضح الجدول السابق متابعة الجمهور لحملات التوعية البيئية، إذ جاء في المرتبة الأولى فئة من يتابعون بدرجة كبيرة بنسبة (٣٧.٣٣%)، وفي المرتبة الثانية حلت فئة من يتابعون بدرجة متوسطة بنسبة (٣٤%)، وفي المرتبة الأخيرة حلت فئة من يتابعون بدرجة كبيرة بنسبة (٢٨.٦٧%) وبشكل عام تشير النتائج إلى ضعف متابعة الجمهور عينة الدراسة لحملات التوعية البيئية.

انخفاض نسبة متابعة الجمهور عينة الدراسة للحملات البيئية يأتي من الظواهر البيئية تحدث بصورة مفاجئة ولا حدث بصورة مستمرة، لذلك يعبرها الجمهور من الحالات المتقطعة وليس جديرة بالمتابعة المستمرة، اذ يمكن ان يقتصر ذلك على الباحثين والمتخصصين وليس الجمهور العام.

جدول رقم (٧) يوضح دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي البيئي

تعزيز مواقع التواصل للوعي البيئي	التكرار	النسبة المئوية
نعم بشكل ضعيف	٧٣	%٤٨.٦٧
نعم بشكل متوسط	٤٣	%٢٨.٦٧

نعم بشكل كبير	٣٤	%٢٢.٦٧
المجموع	١٥٠	%١٠٠

يتضح من الجدول السابق ان ما يقرب من نصف عينة الجمهور المستهدف ترى ان دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي البيئي ضعيف وبنسبة (٤٨.٦٧%)، وجاء في المرتبة الثانية فئة من يرون انها أسهمت في تعزيز الوعي البيئي بشكل متوسط بنسبة (٢٨.٦٧%)، فيما حلت فئة من يرون انها أسهمت في تعزيز الوعي البيئي لديهم بشكل كبير في المرتبة الأخيرة بنسبة (٢٢.٦٧%)، تبرهن النتيجة اهم وظيفة لوسائل الاعلام سواء كانت التقليدية ام الجديدة هي التوعية وتثقيف الجمهور، ولكون مواقع الواصل الاجتماعي تميزت بسعة الانتشار اصبح لها دور كبير في توعية الجمهور عينة البحث نحو الوعي البيئي، لذا تتسق النتيجة مع ما ذهبت اليها الدراسات الاعلامية في وجود دور كبير لمواقع التواصل الاجتماعي في توعية الجمهور إزاء القضايا المختلفة.

جدول رقم (٨) يوضح أبرز المشكلات البيئية التي تناولتها مواقع التواصل

	التكرار	**النسبة المئوية**
التلوث	٣٠٦	%٤٠.٥٨
الحرائق	٢٣٤	%٣١.٠٤
الصيد العشوائي	٩٦	%١٢.٧٣
التصحر	٥٤	%٧.١٦
التجريف	٤٣	%٥.٧
أخرى	٢١	%٢.٧٩
المجموع	*٧٥٤	%١٠٠

*يحق للمبحوث هنا اختيار أكثر من خيار.

يوضح الجدول السابق أبرز المشكلات البيئية التي تناولتها مواقع التواصل الاجتماعي إذ حل في مقدمة المشكلات التلوث بنسبة (٤٠.٥٨%)، وفي المرتبة الثانية حلت مشكلة الحرائق بنسبة (٣١.٠٤%)، في حين حلت مشكلة الصيد العشوائي في المرتبة الثالثة بنسبة (١٢.٧٣%)، وفي المرتبة الرابعة جاءت مشكلة التصحر بنسبة (٧.١٦%)، وجاءت بقية المشكلات بتسلسلات مختلفة كما موضح في الجدول.

ان اهتمام الجمهور العراقي عينة البحث بموضوعة التلوث يرجع الى تأثيره المباشر على حياتهم نتيجة ضعف تفعيل دور الجهات المعنية للحد من التلوث مما يعطي مؤشر على تفاقم مشكلة التلوث في العراق

جدول رقم (٩) اساب متابعة الجمهور للموضوعات البيئية في مواقع التواصل

	التكرار	النسبة المئوية
الاطلاع والتعلم	٣٠٦	%٤٨.١١
معرفة اخطار التلوث	٢٣٤	%٣٦.٧٩
تعلم آليات حماية البيئة	٩٦	%١٥.٠٩
المجموع	٦٣٦	%١٠٠

*يحق للمبحوث هنا اختيار أكثر من خيار.

يوضح الجدول السابق اساب متابعة الجمهور للموضوعات البيئية في مواقع التواصل، إذ جاءت فئة الاطلاع والتعلم في المرتبة الأولى بنسبة (٤٨.١١%)، فيما حلت فئة من يتابعونها لغرض معرفة اخطار التلوث في المرتبة الثانية بنسبة (٣٦.٧٩%)، وفي المرتبة الأخيرة حلت فئة من يتابعونها لغرض تعلم آليات حماية البيئة بنسبة (١٥.٠٩%).

ان سعة انتشار مواقع التواصل الاجتماعي وسهولة استخدامها لدى عينة البحث جعل من السهولة الاطلاع على الموضوعات التي تخص البيئة، ونتيجة للاهتمام العالمي في موضوعات البيئة، جعلت من الجمهور يبحث عن المواضيع التي تخص البيئة وهذه النتيجة تتسق مع ما ذهبت اليه الدراسات التي تؤكد ان الفرد يتاثر بمحيطه الخارجي.

نتائج البحث

١ . كشفت نتائج البحث ان الجمهور عينة البحث مهتمون بمتابعة الحملات البيئة في مواقع التواصل الاجتماعي وهذا يعطي مؤشر إيجابي في زيادة الثقافة البيئية لدى الجمهور محل البحث.

٢. أوضحت نتائج البحث وجود دور كبير لمواقع التواصل الاجتماعي في توعية الجمهور إزاء الوعي البيئي.

٤. رصدت نتائج البحث عن تصدر موضوعات التلوث في اهتمامات الجمهور عينة البحث في مواقع التواصل الاجتماعي.

٤. بينت نتائج البحث ان التعلم والاطلاع جاء بالمرتبة الأولى كأبرز الأسباب لدى الجمهور في متابعة الموضوعات البيئة في مواقع التواصل الاجتماعي.

التوصيات والمقترحات

١.يوصي الباحثان في ضرورة الاهتمام بدراسة دور مواقع التواصل الاجتماعي في القضايا البيئية.

٢.ضرورة اهتمام الجهات المختصة في موضوعات البيئة.

المصادر:

١.احمد الرشيفي، عندما يذوب القطب ماذا يحدث للأرض؟، مجلة العربي، العدد ٥٥٤، ٢٠٠٥.

٢.احمد العابد أبو السعيد، زهير عبد اللطيف عابد، الإعلام والبيئة بين النظرية والتطبيق، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٤.

٣.إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، شبكات التواصل والانترنت والتأثير على الامن القومي والاجتماعي، المكتب العربي للمعارف، القاهرة، ٢٠١٢.

٤.بركات عبد العزيز، مناهج البحث الإعلامي: الأصول النظرية ومهارات التطبيق، ط١، (القاهرة: دار الكتاب الحديث، ٢٠١١)

٥.بسام عبد الرحمن المشابقة، الإعلام العلمي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٥.

٦.حسين محمود هتيمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان ٢٠١٥.

٧.خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، ماهية التواصل الاجتماعي وابعادها النفسية، الاجتماعية، الاقتصادية، الدينية، والسياسية على الوطن العربي والعالم، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٣.

٨.سليمان إبراهيم العسكري، الثقافة العربية في ظل وسائط الاتصال الحديثة، ندوة مجلة العربي، العدد (٨١)، ٨-١٠ مارس ٢٠١٠، الكويت.

٩.سمير شيخاني، الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، المجلد ٢٦، العدد الأول والثانين ٢٠١٠.

١٠.سمير محمود، الإعلام العلمي، (الإعلام البيئي، الإعلام والإعلان الطبي ... الإعلام المخصص، الصحف والفضائيات العلمية)، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠٠٨.

١١.سهام بن يحي، (٢٠٠٥)، "الصحافة المكتوبة وتنمية الوعي البيئي بالجزائر، دراسة تحليلية لمضمون صحيفتين وطنيتين الشروق و Le matin"

١٢.صالح محمد العلي مهارات التواصل الاجتماعي، أسس ومفاهيم وقيم، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٥.

١٣.طاهر حسن أبو زيد، دور المواقع الاجتماعية الفاعلية في وجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية "دراسة ميدانية"، رسالة ماجستير في العلوم السياسية، جامعة الازهر، غزة، سبتمبر ٢٠١٢.

١٤.فاروق خالد الحسينات، الإعلام والتنمية المعاصرة، ط١، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١١.

١٥.فتحية كيحل، (٢٠١٢)، "الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي، دراسة في استخدامات التواصل الاجتماعي – موقع الفيس بوك انموذج"
١٦.ماهر عودة الشمايلة، محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف كافي، تكنولوجيا الإعلام والاتصال، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، ٢٠١٤.
١٧.مجاهد عبد الحليم، دور مؤسسات المجتمع المدني في نشر الثقافة البيئية في المناطق الحضرية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علم الاجتماع، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، ٢٠١٠.
١٨.محمد عبد المجيد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط١ (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٤)
١٩.مروة عصام صلاح، الإعلام الالكتروني، الأسس وآفاق المستقبل، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٣.
٢٠.مشتاق طلب فاضل، دور مواقع التواصل الاجتماعي في كوين الرأي العام المحلي، العدد ١٢، مجلة تكريت للعلوم السياسية، ٢٠١٥.
٢١.نادية محمد صقار (٢٠٠٧)، "مستوى الوعي البيئي لدى طلبة جامعة اله ... في ضوء بعض المتغيرات"، رسالة مقدمة الى عمادة الدراسات العليا استكمال لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في علم النفس التربوي قسم الإرشاد والتربية الخاصة، جامعة مؤتة ٢٠٠٧، الأردن.
٢٢.نزار عبد السادة النصار(٢٠٢٣) " تنمية الوعي البيئي وانعكاساته على الصحة العامة من منظور الخدمة الاجتماعية" بحث منشور في مجلة لارك، مجلد١٥، عدد٣، 10.31185.
٢٣.وسام طايل البشابشة، دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي وإشباعاتها (فيس بوك – تويتر) رسالة ماجستير جامعة البترا، ٢٠١٤.
٢٤.ولاء جميل عادل الصباغ، أثر المعلقات التربوية على تنمية الوعي البيئي لطلبة كلية الفنون الجميلة في جامعة اليرموك، رسالة ماجستير منشورة، قسم الصميم الجرافيكي، جامعة الشرق الأوسط، ٢٠١٧.

Sources:

1.Ahmed Al-Rashifi, "When the Polar Ice Caps Melt, What Happens to the Earth?", *Al-Arabi* Magazine, Issue 554, 2005.
2.Ahmed Al-Abed Abu Al-Saeed and Zuhair Abd al-Latif Abed, *Media and the Environment: Between Theory and Practice*, Dar Al-Yazouri Scientific Publishing and Distribution, Amman, 2014.
3.Ismail Abd al-Fattah Abd al-Kafi, *Social Networks, the Internet, and Their Impact on National and Social Security*, Arab Bureau for Knowledge, Cairo, 2012.
4.Barakat Abd al-Aziz, *Media Research Methodologies: Theoretical Foundations and Practical Skills*, 1st ed., Cairo: Dar Al-Kitab Al-Hadith, 2011.
5.Bassam Abd al-Rahman Al-Mashaqbeh, *Scientific Media*, Dar Osama Publishing and Distribution, Amman, 2015.
6.Hussein Mahmoud Hatimi, *Public Relations and Social Media Networks*, Dar Osama Publishing and Distribution, Amman, 2015.
7.Khalid Ghassan Yusuf Al-Miqdadi, *The Social Media Revolution: The Nature of Social Communication and Its Psychological, Social, Economic, Religious, and Political Dimensions in the Arab World and Globally*, Dar Al-Nafais Publishing and Distribution, Amman, 2013.

8.Sulaiman Ibrahim Al-Askari, "Arab Culture in Light of Modern Communication Media," *Al-Arabi* Magazine Symposium, Issue 81, March 8–10, 2010, Kuwait. 9. Samir Sheikhani, "New Media in the Information Age," *Damascus University Journal*, Vol. 26, Issues 1 & 2, 2010.
9.Samir Mahmoud, *Scientific Media* (Environmental Media, Medical Media and Advertising, Specialized Media, Scientific Newspapers and Satellite Channels), Dar Al-Fajr for Publishing and Distribution, Cairo, 2008.
10.Siham Ben Yahia, (2005), "Print Journalism and the Development of Environmental Awareness in Algeria: A Content Analysis of Two National Newspapers—*Echorouk* and *Le Matin".*
11.Saleh Muhammad Al-Ali, *Social Communication Skills: Foundations, Concepts, and Values*, Dar Al-Hamid for Publishing and Distribution, Amman, 2015.
12.Taher Hassan Abu Zaid, "The Role of Social Media Platforms in Shaping Palestinian Public Opinion and Their Impact on Political Participation: A Field Study," Master's Thesis in Political Science, Al-Azhar University, Gaza, September 2012.
13.Farouq Khaled Al-Hussainat, *Media and Contemporary Development*, 1st ed., Dar Osama for Publishing and Distribution, Amman, 2011.
14.Fathia Kehal, (2012), "New Media and the Dissemination of Environmental Awareness: A Study on the Uses of Social Media—Facebook as a Case Study".
15.Maher Odeh Al-Shamayleh, Mahmoud Ezzat Al-Lahham, and Mustafa Youssef Kafi, *Information and Communication Technology*, Dar Al-I'sar Al-Ilmi for Publishing and Distribution, Jordan, 2014.
16.Mujahed Abdel Halim, "The Role of Civil Society Organizations in Promoting Environmental Culture in Urban Areas," unpublished Master's thesis, Department of Sociology, Mentouri University, Constantine, Algeria. 2010.
17.Mohamed Abdel Majeed, *Scientific Research in Media Studies*, 1st ed. (Cairo: Alam Al-Kutub, 2004.(
18.Marwa Essam Salah, *Electronic Media: Foundations and Future Prospects* (Amman: Dar Al-I'sar Al-Ilmi for Publishing and Distribution, 2013.(
19.Mushtaq Talab Fadhil, "The Role of Social Media Sites in Shaping Local Public Opinion," *Tikrit Journal of Political Science*, no. 12 (2015.(
20.Nadia Mohammed Saqqar, "The Level of Environmental Awareness Among University Students in Light of Certain Variables" (Master's thesis, Mutah University, Jordan, 2007; submitted to the Deanship of Graduate Studies in partial fulfillment of the requirements for a Master's degree in Educational Psychology, Department of Counseling and Special Education.(
21.Nizar Abdel Sada Al-Nassar, "Developing Environmental Awareness and Its Implications for Public Health from the Perspective of Social Work," *Lark Journal*, vol. 15, no. 3 (2023), doi: 10.31185.
22.Wissam Tayel Al-Bashabsha, "Motivations and Gratifications of Social Media Use (Facebook and Twitter) Among Jordanian University Students" (Master's thesis, Petra University, 2014.(
23.Walaa Jamil Adel Al-Sabbagh, "The Impact of Educational Posters on Developing Environmental Awareness Among Students of the Faculty of Fine Arts at Yarmouk University" (Published Master's thesis, Department of Graphic Design, Middle East University, 2017.(