



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -
كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية
قسم علوم الإعلام و الإتصال



مذكرة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم الإعلام و الاتصال
التخصص: اتصال جماهيري و الوسائط الجديدة

دور الفيس بوك في الترويج للحملات التطوعية البيئية

دراسة مسحية على عينة من طلبة اتصال جماهيري ووسائط جديدة جامعة

ورقلة.

تحت إشراف الأستاذ(ة):

الأستاذ. بوكرموش عيسى

من إعداد:

• الداوي عبد المنعم

• رحموني شهرزاد

السنة الجامعية: 2022م / 2023م

بسم الله الرحمان الرحيم

"يرفع الله الذين امنوا منكم والذين

أوتوا العلم درجات والله بما

تعملون خبير "

صدق الله العظيم.

الشكر والتقدير

الحمد والشكر لله الذي وفقنا لإتمام هذا العمل

فما كان لشيء أن يجري في ملكه الا بمشيئته جل شئنه وتعالته
عظمته.

لا يسعنا في هذا المقام إلا أن نتقدم بالشكر والتقدير والعرفان

والامتنان الى الأستاذ المحترم " بوكرموش عيسى " الذي قبل الإشراف
على عملنا هذا ولم يبخل علينا بإرشاداته ومعلوماته التي كان له اثرا بليغ
في انجاز هذا العمل وإتمامه في أحسن الظروف ،
جعل الله زخرا للعلم ونفع الأمة ووفقه الله.

كما لا يفوتنا أن نتقدم بالشكر إلى كل الأساتذة

والأصدقاء الذين قدموا لنا يد العون ، دون أن ننسى كل من ساهم في
مساعدتنا ولو بالقليل ابتسامة او دعاء من قريب

أو بعيد لإنجاز هذا العمل المتواضع

فشكرا جزيلا لكم منا ألف تحية

إهداء

بعد بسم الله الرحمن الرحيم والصلاة والسلام على سيدنا ونبينا مُحَمَّد
صلى الله عليه وسلم و على

آله وصحبه أجمعين و من تبعه بإحسان إلى يوم الدين ،اما بعد:
فالشكر لله حتى يبلغ الشكر مسعاه و الحمد لله حتى
يبلغ الحمد منتهاه أن وفقنا لإنجاز هذا العمل العلمي
وعملا بقوله صلى الله عليه وسلم: " من لم يشكر الناس لا يشكر الله "
أهدي هذا العمل المتواضع للوالدين الكريمين أولا ثم
أهديه لكل عائلتي كبيرا وصغيرا كل باسمه
ولا ننسى أساتذتنا الكرام الذين كانوا بمثابة النجوم المنيرة في طريقنا
حفظهم الله ورعاهم كل باسمه
وكل الأصدقاء وزملاء دفعة دراسة كل باسمه
وإلى كل من نسيه قلبي ولم ينسأه قلبي
شكرا جزيلا

• **الداوي عبد المنعم**



إهداء

وقل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنين
بالله لا يطيب الليل إلا بشرك ولا يطيب النهار إلا بطاعتك ولا تطيب اللحظات إلا
بذكرك ولا يطيب الآخرة إلا بعفوك ولا تطيب الجنة إلا برويتك يأرب
إلى منارة العلم والإمام المصطفى الى نبي الرحمة ونور العالمين مُحَمَّد ﷺ
بمناسبة تخرجي اهدي كل من كللهما الله بالهبة والوقار ، إلى من حصدا الأشواك
عن دربي ليمهدا لي طريق العلم ويرتعش قلبي " والدي العزيزين "
إلى من عشت معهم وترعرعت معهم ،
إلى من انعم الله بهم إلى إخوتي كل باسمه حفظهم الله .
إلى كل أصدقاء الدراسة دفعتي كل واحد باسمه
أطال الله في أعمارهم وسترهم وحقق لهم النجاح .
ولا أنسى كل عائلة رحموني
والى كل من شاركني فرحة نجاحي

• رحموني شهرزاد



الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى معالجة موضوع (دور الفيس بوك في الترويج للحملات التطوعية البيئية دراسة مسحية على عينة من طلبة اتصال جماهيري ووسائل جديدة جامعة ورقلة)، تم إجراء الدراسة الميدانية على طلبة اتصال جماهيري ووسائل جديدة جامعة ورقلة، حيث تمثل مجتمع الدراسة في (70) طالب وطالبة، حيث تم اختيارها عشوائياً، وقد تم الاعتماد في دراستنا على المنهج المسحي في عملية تجميع البيانات وتصنيفها وتحليلها لبنود الاستبيان، حيث خلصت نتائج الاستبيان للإجابة على تساؤلات التالية:

- كيف يساهم الفيس بوك في الترويج للحملات التطوعية البيئية لدى طلبة الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة؟
 - ما هي عادات وأتماط استخدام موقع الفيس بوك لدى طلبة قسم علم الاتصال بجامعة ورقلة؟
 - ما هي تفضيلات أفراد العينة للموضوعات والأنشطة البيئية على الفيس بوك؟
 - ما هي اتجاهاتهم نحو الحملات التطوعية البيئية التي يطلقها الفاعلون عبر الفيس بوك؟
- وقد توصلنا الى النتائج التالية :

لعب فيسبوك دوراً مهماً في الترويج للحملات التطوعية البيئية لدى الطلاب الجامعيين قد كان مهماً ولاقياً للانتباه، بفضل وسائل التواصل الاجتماعي التي يوفرها فيسبوك، يمكن للمنظمات البيئية والجمعيات الخيرية والأفراد الترويج لحملاتهم التطوعية بشكل فعال واسع النطاق، والتواصل مع المهتمين بالقضايا البيئية بسهولة ويسر، كما أن فيسبوك يساعد على توفير منصة للتفاعل والتواصل بين الطلاب الجامعيين الذين يهتمون بالقضايا البيئية والمنظمات والجمعيات التي تعمل في هذا المجال. وفي الأخير حاولنا الخروج بعدد من المقترحات وخاتمة لموضوع دراستنا.

الكلمات مفتاحية:

الفيس بوك ،الترويج،الحملات، التطوعية، البيئية، ترويج حملات التطوعية البيئية، عينة من طلبة اتصال جماهيري ووسائل جديدة، جامعة ورقلة.

Abstract

This study aimed to address the topic (the role of Facebook in promoting environmental volunteer campaigns an exploratory study on a sample of public communication students and new media and Ouargla), the field study was conducted on public communication students and new media and Ouargla, where the study community represents (70) A student, as it was chosen randomly, and our study was relied on on the descriptive analytical approach in the process of analyzing and emptying data through the qualification of the questionnaire provisions, where the results of the questionnaire were concluded to answer the followin question:

- Does Facebook contribute to promoting environmental voluntary campaigns among media and communication students at the University of Ouargla?

- What are the habits and patterns of using Facebook for students of the Department of Communication Science at Ouargla University?

- What are the preferences of the sample members of environmental topics and activities on Facebook?

- What are their trends towards the environmental voluntary campaigns launched by actors via Facebook?

We have reached the following results:

Facebook played an important role in promoting environmental volunteer campaigns among university students. It was important and eye-catching. Thanks to the social media provided by Facebook, environmental organizations, charities and individuals can effectively promote their volunteer campaigns on a large scale, and communicate with those interested in environmental issues easily and easily. Facebook also helps provide a platform for interaction and communication between university students who are interested in environmental issues and organizations and associations working in this field.

Finally, we tried to come up with a number of proposals and a conclusion of the subject of our studies.

Key words:

Facebook, promotion, campaigns, volunteer, environmental, promotion of environmental volunteer campaigns, a sample of public communication students and new media, University of Ouargla.

الفهرس

	-الشكر
	-الإهداء
	-الملخص
	-الفهرس
أ	-المقدمة
	الإطار المنهجي
1	الإشكالية
2	اسباب اختيار الموضوع
2	أهداف الدراسة
3	أهمية الدراسة
3	المقاربة النظرية
3	مفاهيم الدراسة
6	منهج الدراسة و أدواته
7	مجتمع الدراسة
8	عينة الدراسة
8	الدراسات السابقة
11	التعقيب على الدراسات
	الإطار التطبيقي
13	تمهيد
14	الاجراءات الميدانية
15	عرض و تحليل النتائج
42	الاستنتاجات
43	الاقتراحات و التوصيات
45	الخاتمة
47	المراجع
	الملاحق

فهرس الجداول

الصفحة	الجدول	رقم
14	يوضح متغير الجنس المحور الأول	1
15	يوضح متغير السن المحور الأول	2
16	يوضح السؤال رقم 01 من المحور الثاني	3
17	يوضح السؤال رقم 02 من المحور الثاني	4
18	يوضح السؤال رقم 03 من المحور الثاني	5
19	يوضح السؤال رقم 04 من المحور الثاني	6
20	يوضح السؤال رقم 05 من المحور الثاني	7
21	يوضح السؤال رقم 06 من المحور الثاني	8
22	يوضح السؤال رقم 07 من المحور الثاني	9
23	يوضح السؤال رقم 08 من المحور الثاني	10
24	يوضح السؤال رقم 01 من المحور الثالث	11
25	يوضح السؤال رقم 02 من المحور الثالث	12
27	يوضح السؤال رقم 03 من المحور الثالث	13
28	يوضح السؤال رقم 04 من المحور الثالث	14
29	يوضح السؤال رقم 05 من المحور الثالث	15
30	يوضح السؤال رقم 06 من المحور الثالث	16
31	يوضح السؤال رقم 01 من المحور الرابع	17
32	يوضح السؤال رقم 02 من المحور الرابع	18
33	يوضح السؤال رقم 03 من المحور الرابع	19
34	يوضح السؤال رقم 04 من المحور الرابع	20
35	يوضح السؤال رقم 05 من المحور الرابع	21
36	يوضح السؤال رقم 02 من المحور الثاني مع الجنس	22
37	يوضح السؤال رقم 04 من المحور الثاني مع الجنس	23
38	يوضح السؤال رقم 06 من المحور الثاني مع الجنس	24
39	يوضح السؤال رقم 01 من المحور الثالث مع السن	25
40	يوضح السؤال رقم 04 من المحور الثالث مع السن	26

مقدمة

المقدمة:

مواقع التواصل الاجتماعية أول ما ظهرت كمنصات للتواصل بين المجموعات بهدف التعارف والتبادل، ثم نما استخدامها نموًا مطردًا ومنتاميًا لتعدد الوظائف التي تؤديها هذه التطبيقات، ولعل التعبئة وتنسيق الجهود من أهم تلك الوظائف التي استأثرت بها مواقع التواصل مؤخرًا إلى جانب وظائفه الأساسية من علام وتواصل وتعريف، وجعلت شعبية بعض تلك المواقع كالفايس بوك القائمين على الجهود التوعوية يهتمون بها أكثر فأكثر في سبيل الاستفادة من مزاياه في هذا الشأن، فمن الأهداف والأغراض التي قد تفيد هؤلاء عبر الفايس بوك هو ترويج الحملات التوعوية البيئية، فهذه الأخيرة أصبحت حديث الساعة كون أن نظافة البيئة أو المحيط يدل على مدى مستوى ثقافة مجتمع ما، ومن هنا برزت أهمية الفايس بوك ودوره في الترويج للحملات التوعوية البيئية، وهذه الدراسة محاولة لتسليط الضوء على تحقيق الهدف أعلاه وهو (دور الفايس بوك في الترويج للحملات التوعوية البيئية).

و من خلال إتباع خطة دراسة علمية ذات منهج علمي بحيث بدأنا تقسيم مذكرة بداية من عرضنا للمقدمة ثم الإطار المنهجي و المفاهيمي للدراسة، الإطار النظري و الإجراءات المنهجية و الإطار التطبيقي، ففي الإطار المنهجي عرضنا فيه كل من الإشكالية، تساؤلات الدراسة، أسباب اختيار الموضوع محل الدراسة، أهمية اختيار الموضوع، أهداف الدراسة، الدراسات السابقة وكيفية توظيفها في الدراسة، تعقيب على الدراسات السابقة، وفي الأخير تم التطرق إلى تحديد المفاهيم و المصطلحات المتعلقة بالدراسة. أما الفصل الثاني فقد خصصناه للإطار التطبيقي مستخدمين الإجراءات الميدانية وذلك بعرض وتحليل النتائج على ضوء التساؤلات الدراسة المنطلق منها في بداية الفصل الأول ثم الخروج بالاستنتاجات والاقتراحات والتوصيات وخاتمة عامة لموضوع دراستنا .



الإطار المنهجي

الإشكالية

أهداف الدراسة

أهمية الدراسة

المقاربة النظرية

مفاهيم الدراسة

منهج الدراسة و أدواته

مجتمع الدراسة

عينة الدراسة

الدراسات السابقة

التعقيب على الدراسات

1. الإشكالية:

ما يميز المجتمعات المتطورة والحديثة اليوم هو مواكبتها للتغيرات المستمرة في هذا العصر المميز والمعروف بالتطور التكنولوجي الحديث خاصة في مجال الإعلام والاتصال، ومن جملة ذلك الاعتماد على تطبيقات الذكاء الصناعي ومواقع التواصل الاجتماعي بكثرة في جميع المجالات، ومن هذه المجالات التي دعت الحياة الصناعية المعاصرة للاهتمام بها هي الاهتمام بجانب البيئة والمحيط، من خلال إشراك المواطن إلى جانب الحكومات في جهود الحماية واليقظة البيئية.

حيث يعد العمل التطوعي واحداً من أهم الصفات النبيلة التي تتصف بها المجتمعات وعاملاً أساسياً في بناء المجتمع ونشر التماسك الاجتماعي بين المواطنين لأي مجتمع، فهو ممارسة إنسانية ارتبطت ارتباطاً وثيقاً بكل معاني الخير والعمل الصالح، وهو كمفهوم يمثل تجاوز الفرد لذاته وتقديم حاجة المجتمع على منفعة الذات وراحته الشخصية، وقد أخذ عدة أشكال بدائية فرضتها الفطرة الإنسانية، والتي تجعل من الناس أن يهبوا في مساعدة بعضهما لبعض لحاجة أفراد المجتمع في التكامل والتعاون، وهو يعد من أعلى معاني الإحساس بالمسئولية، ومؤشراً على انتماء الفرد للمجتمع، واستعداده للتضحية في سبيله، وليس من شك في وجود علاقة طردية بين حجم التطوع في المجتمع وحيوية وديناميكية ذلك المجتمع¹.

وجاءت تكنولوجيا الاتصال الحديثة لتساهم بدورها في هذا المجال فالفيس بوك كموقع تواصل اجتماعي يعد موقع إلكتروني للتواصل بين المستخدمين حول العالم، ويمكن لأي شخص قادر على إنشاء موقع له في حساب الفيس بوك بسهولة وبدون مقابل مادي، ويهدف الموقع الربط بين الأصدقاء والتعرف على أصدقاء جدد أو البحث على أصدقاء الدراسة حول العالم أو الانضمام إلى مجموعات مختلفة على شبكة الويب، ويمكن لمشاركين في الموقع الاشتراك في شبكة أو أكثر، مثل المدارس، أو أماكن العمل أو المناطق الجغرافية أو المجموعات الاجتماعية وهذه المواقع تتيح للمستخدمين الاتصال بالأعضاء الذين هم في الموقع نفسه ويمكن لهم أن يضيفوا أصدقاء لصفحاتهم ويتيحوا لهم رؤية صفحاتهم الشخصية².

كما يمكن استغلال مميزات الفيس بوك في نشر التوعية البيئية وتحقيق التنمية المستدامة في أوساط مستخدميهم وتقديم لهم معلومات حول القضايا البيئية وكيفية التعامل معها ومنه خلق مجتمع واعٍ بأهمية المحافظة على البيئة.

¹ جابر أحمد برزان، العمل التطوعي، الأردن عمان، دار الجنادرية للنشر والتوزيع، ط1. 2017.

² منتها الكيلاني، دور الفيس بوك في نشر ثقافة العمل التطوعي دراسة مسحية على عينة من طلبة الجامعات الأردنية في مدينة عمان، لنيل درجة الماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان الأردن. 2019.

وهذا ما سنتطرق إليه في دراستنا من خلال دراسة دور الفيس بوك في الترويج للحملات التطوعية البيئية وحيث اعتمدنا على كل ما هو مقدم من طرف طلبة جامعة ورقلة في هذا الدور وعليه و من خلال ما تطرقنا إليه في الإشكالية يتسنى لنا طرح التساؤل التالي:

كيف يساهم الفيس بوك في الترويج للحملات التطوعية البيئية لدى طلبة الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة؟

2. تساؤلات فرعية:

وهي تطرح كالتالي:

1. ما هي عادات وأنماط استخدام موقع الفيس بوك لدى طلبة قسم علم الاتصال بجامعة ورقلة؟

2. ماهي تفضيلات أفراد العينة للموضوعات والأنشطة البيئية على الفيسبوك؟

3. ما هي اتجاهاتهم نحو الحملات التطوعية البيئية التي يطلقها الفاعلون عبر الفيسبوك؟

3. أسباب اختيار الموضوع:

هنالك العديد من الأسباب التي جعلتنا نختار هذا الموضوع وقد تم تقسيمها إلى أسباب ذاتية أو شخصية وأخرى موضوعية.

الأسباب الذاتية :

✓ الرغبة الشخصية من طرفنا إلى دراسة هذا النوع من البحوث والمتعلقة بموقع الفيس بوك ودوره في الترويج للحملات الإعلامية البيئية.

✓ اهتمام شخصي من طرفنا بالجانب الإنساني والإيمان بالمحافظة على البيئة هي مهمة كل فرد في المجتمع خاصة الفئات المتعلمة كالطلبة الجامعيين.

الأسباب الموضوعية:

✓ تبين مدى أهمية قضايا البيئة والحاجة إلى نشر الوعي التطوعي حولها خاصة الفئة المتعلمة المثقفة في المجتمع (طلبة).

✓ توضيح دور الفيس بوك ومدى أهميته في الترويج لمثل هذه الحملات التطوعية خاصة المتعلقة بالحملات التطوعية البيئية.

✓ محاولة إيقاظ روح المسؤولية وإحياء الضمير اتجاه هدف نبيل ألا وهو المحافظة على البيئة ونقاوتها من خلال عملية تطوعية ترويجية وبواسطة أفضل المواقع والأكثر استخداما في مجتمعنا ألا وهو الفيس بوك.

4. أهداف الدراسة :

تهدف من خلال هذه الدراسة إلى:

- التعرف على آراء الطلبة الجامعيين (المبحوثين) حول دور الفيس بوك في تزويدهم بالمعلومات والأفكار الخاصة بالحملات التطوعية البيئية.
- محاولة رفع الوعي التطوعي البيئي ونشر الثقافة التطوعية البيئية إلى مستوى عالي مثقف.
- معرفة عادات وأنماط استخدام موقع الفيس بوك لدى طلبة قسم علم الاتصال بجامعة ورقلة.
- معرفة تفضيلات أفراد العينة (طلبة الجامعيين) للموضوعات والأنشطة البيئية على الفيس بوك.
- الكشف عن اتجاهاتهم نحو الحملات التطوعية البيئية التي يطلقها الفاعلون عبر الفيس بوك.

5- أهمية الدراسة:

تكتسي دراستنا أهمية كبيرة كونها تخدم مجال البحث العلمي فلهو ارتباط كبير بالجانب التحصيل العلمي في ظل المتغيرات الجديدة التي تحدث على مستوى البحث العلمي للجامعات الجزائرية. كذلك تكمن أهمية دراستنا من أهمية موضوع الدراسة المصاغ ألا وهو (دور الفيس بوك في الترويج للحملات التطوعية البيئية دراسة استطلاعية على عينة من اتصال جماهيري ووسائط جديدة جامعة ورقلة)، فهو يسعى لتوضيح مدى فعالية مواقع التواصل الاجتماعي وعلى وجه الخصوص موقع الفيس بوك الذي نال حصة الأسد خلاف باقي المواقع الأخرى وذلك كونه اهتم به الطلبة الجامعيين بكثرة وتداوله يوميا محاولين استفادتهم منها خاصة في حملات التطوعية البيئية وذلك بعملية الترويج من خلال موقع الفيس بوك.

6. المقاربة النظرية:

تعددت نظريات الإتصال والإعلام التيحاولت تفسير العلاقة الموجودة بين وسائل الاعلام والجمهور المتلقي. وتعد النظرية البنائية الوظيفية من بين نظريات الاعلام حيث تنطلق هذه النظرية من منطلق أنه في اي مجتمع هناك عدة عوامل اجتماعية تتفاعل بطرق محددة ومتميزة لخلق نظام اعلامي قوي يستخدم لإداء وظائف متعددة ومتنوعة تساهم في اعادة تشكيل هذا المجتمع ,وفي هذا الصدد يقول:"هيربرت" أن النظم الاعلامية تقدم وظائف الاعلام والتحليل والتفسير والتعليم التنشئة الاجتماعية والسياسة والاقناع والعلاقة العامة والترويج والاعلام والترفيه والفنون

1.

¹بسام عبد الرحمان المشاقبة نظريات الاعلام ,طبعة1 دار أسامة للنشر عمان الاردن2011ص 92.

ومما سبق نجد أن النظرية البنائية الوظيفية علاقة بدراستنا المتمثلة في دور الفيس بوك في الترويج للحملات التطوعية البيئية حيث تعتبر النظرية هي الانسب في هذه الدراسة لكونها تبحث عن ابراز دور الفيس بوك في الترويج للحملات التطوعية البيئية وهذا ما يجعل النظرية البنائية الوظيفية المناسبة لدراستنا.

7. مفاهيم الدراسة:

يحتوي موضوع دراستنا جملة من المفاهيم نوضحها فيما يلي:

دور:

لغة: فالدال والواو والراء من أصل واحد و في اتصال بعضهما ببعض تصبح دور والذي يدل على احداق الشيء من حواليه, بمعنى احاطة الشيء بما حوله او ما يتعلق بمحيطه.¹

اصطلاحا: هو النمط الثقافي المحدد لسلوك الفرد الذي يشغل مكانة معينة، و هو أيضا المعيار الاجتماعي الذي يتصف به مركز اجتماعي، فالفرد الذي يشغل وظيفته يتوقع منه العملاء و المشرفون عليه و زملاؤه في المهنة و الجمهور وغيرهم بان يسلك مسلكا معيناً يتسم بصفات معينة يقرها جميع الإحصائيين الاجتماعيين.²

اجرائياً:

يقصد به نتائج المتوصل إليها من خلال موقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) وتأثيراته على الطلبة للمساهمة في الحملات التطوعية البيئية على مستوى ولاية ورقلة .

الفيس بوك:

هو موقع للشبكات الاجتماعية على شبكة الأنترنت لتكوين الأصدقاء الجدد و التعرف على أصدقاء الدراسة حول العالم والانضمام إلى مجموعات مختلفة على شبكة الويب و هذه الشبكة تتيح للمستخدمين الاتصال بالأعضاء الذين هم في نفس الشبكة ويمكن لهم أن يضيفوا أصدقاء لصفحتي و يتيح الى رؤية صفحتي الشخصية و الموقع مجاني للمستخدمين، و يجني إيراداتهم الإعلانات، و يجمع بيانات المستخدمين و يستخدمها في إظهار إعلانات لها صلة بزوار الموقع و اهتماماتهم و نطاق أعمالهم.³

وتعتبر شركة مايكروسوفت هي الشريك الحصري للإعلان على موقع فيس بوك و قد أشارت تصنيفات أليسا لترتيب المواقع عالمياً أنه يأتي في المركز الرابع بعد Yahoo , Google , Youtube، واسم "Face

¹ أحمد أبي الحسين بن زكرياء بن فارس، معجم مقاييس اللغة ج2 دار الفكر للطباعة والنشر، العراق 1979ص310

² يحي حسن درويش، معجم مصطلحات الخدمة الاجتماعية، ط1، الشركة المصرية العالمية للنشر، القاهرة، 1988، ص143 -

³ بابا حنيني ولبوابي عبد الباسط، دور الفيسبوك في تشكيل الرأي العام اتجاه القضايا الاجتماعية دراسة ميدانية من وجهة نظر عينة من طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة، لنيل ماستر، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، (2021/2022).

"book" يشير إلى دفتر ورق يحمل صور و معلومات للأفراد في جامعة معينة أو مجموعة، ومنها جاءت تسمية الموقع¹.

الترويج:

اصطلاحاً: هو جميع النشاطات التي تمارسها الشركة من أجل الاتصال بالمستهلكين المستهدفين ومحاولة اقناعهم بشراء المنتج ويشمل الاعلان , البيع الشخصي , تنشيط المبيعات والعلاقات العامة.²

اجرائياً :

جميع الجهود و الأنشطة الاتصالية التي تهدف للتقرب من المتطوعين تدفعهم للمشاركة في الحملات التطوعية البيئية من خلال التعاليق ومشاركة المنشورات عبر موقع الفيس بوك.

الحملات التطوعية البيئية :

اصطلاحاً:

عمل التطوعي هو حركة اجتماعية، تهدف إلى تأكيد التعاون وإبراز الوجه الإنساني للعلاقات الاجتماعية، مع إبراز أهمية التفاني في البذل والعطاء في سبيل سعادة الآخرين. أمّا في الشأن البيئي يسيطر القلق على مختلف الشرائح الاجتماعية حين تتدهور البيئة، وفي الوقت نفسه الجميع يصبحون سعداء عند تحقيق التنمية في إطار البيئة السليمة. جاءت هنا أهمية العمل التطوعي من عدم قدرة الدول على الاستجابة لكلّ الحاجات المجتمعية، وتأني البيئة في مقدمتها، أو تلك الخاصة ببعض الفئات لأسباب مادية بحتة، تتلخص في عدم القدرة على توفير المصادر المالية الكافية لسدّ حاجات كافة أفراد المجتمع. وتحتل الأولوية في هذا المقام المشاريع الصغيرة التي تجمع عدداً من الفقراء، تؤدّي على سبيل المثال، إلى إصلاح الأرض للقيام بمشروع زراعي يسدّ حاجات السكان ويمنع الهجرة من الريف إلى المدن. وفي عصرنا الحالي، بتحوّلاته الثقافية والتكنولوجية والاقتصادية، صار العمل التطوعي محركاً لكثير من الشباب المتحمسين بدوافع مختلفة.

وهناك رابط قوي ومتين ما بين حماية البيئة والعمل التطوعي من منطلق أنّ البيئة وحمايتها واجب وطني وضرورة محلية وإقليمية وعالمية، خصوصاً إذا كان الشباب هم عماد هذا التحرك. وتتضمن هذه الأعمال الانخراط العفوي الذي تدفعه الرغبة بالعمل وحماية البيئة وصيانة موارد الطبيعة في العمل تطوعياً كمجموعات من الشباب في المناطق الطبيعية والريف والمدن لخدمة بيئة تلك المناطق والمساهمة في رفع مستوى الوعي البيئي لدى مختلف فئات المجتمع في

¹ نفس المرجع.

² فهد سليم الخطيب ,محمد سليمان العواد,مبادئ التسويق,مفاهيم أساسية, دار الفكر , عمان,الأردن 2000,ص6.

الريف والحضر. وتساهم أعمال هؤلاء الشباب أيضاً في تعزيز مفهوم وتشجيع العمل التطوعي لحماية البيئة وخدمتها ونقل الخبرات والتجارب واكتسابها من الآخرين وخصوصاً في المناطق التي تركز فيها أعمالها¹.

التطوع البيئي:

اصطلاحاً: هو الذي يتمثل أساسه الرئيسي وهدفه في تنفيذ إجراءات للحفاظ على البيئة. إن المنظمات البيئية وعلماء البيئة هم الذين يعتمدون في كثير من الأحيان على جزء من أنشطتهم على التطوع البيئي. يعتمد التطوع البيئي على الأنشطة المباشرة وغير المباشرة لتكون قادراً على ذلك وضع مبادئ توجيهية وتحسينات في الحفاظ على البيئة².

إجراءات:

الحملات التطوعية البيئية يقصد بها إجراءات في دراستنا هو تقديم إعلانات تنقيفية حول نظافة البيئة وذلك من خلال موقع الفيس بوك بهدف زيادة الوعي حول حماية النظم البيئية الطبيعية لمساعدة الأفراد والنباتات والحيوانات لتحقيق العيش الكريم في بيئة نظيفة ونقية.

8. منهج الدراسة وأدواته :

بما أن دراستنا ضمن الدراسات الوصفية التحليلية فهي لا تتوقف على جمع البيانات والمعلومات فهي تتجاوزها للتحليل والتفسير وفق منهج علمي محدد.

والمنهج مصدر مشتق من الفعل (نهج) بمعنى : طرق أو سلك أو اتبع، والنهج والمنهج والمنهاج تعني الطريق الواضح³.

وبذلك فهي تمتد إلى تصنيف البيانات و الحقائق التي تم تجميعها وتسجيلها و تفسيرها و تحليلها تحليلاً شاملاً، واستخلاص نتائج ودلالات مفيدة منها⁴.

وبما أننا بصدد معرفة الدور الفيس بوك في الترويج للحملات التطوعية البيئية كدراسة استطلاعية على عينة من طلبة اتصال جماهيري ووسائل جديدة جامعة ورقلة، قد اعتمدنا في هذه الدراسة على:

¹ <https://www.balagh.com/article/2023/02/1222:23>، h.

² <https://www.renovablesverdes.com/ar/voluntariado-ambiental/2023/02/1222:23>، h.

³ أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم بن منظور، لسان العرب، (ت 71 هـ)، ط1، دار صادر، بيروت، مادة (نهج).

⁴ سمير محمد حسين، بحوث الإعلام الأسس و المبادئ، القاهرة : عالم الكتاب. 1996

المنهج المسحي حيث أن المنهج هو الأسلوب أو الطريق التي يعتمدها الباحث للوصول إلى الهدف المنشود الذي يسعى إليه، ووظيفة المنهج هي السعي لاكتشاف المبادئ و القواعد التي تنظم الظواهر المختلفة حتى يمكن على ضوءها تفسيره او ضبط نتائجه أو التحكم بها¹.

ومنه فالمنهج المسحي يساعدنا في الحصول على معلومات شاملة ومعمقة حول موضوع دراستنا من خلال رصد معمق لموضوع دراستنا من خلال ما يتعرض، وتبادلهم محتوى وتعليقات حول دور الفيس بوك في الترويج للحملات التطوعية والوصول إلى نتائج نتعرف من خلالها على هذا الدور.

9. الأدوات المساعدة على جمع البيانات:

الاستبيان:

في هذه الدراسة رأينا أنه من الأفضل استخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات اختصاراً للوقت من جهة ومن جهة أخرى للأوضاع الراهنة اثر تفشي وباء كورونا وبالتالي فالاستبيان كأداة هو استفتاء يوجد على مواقع الإنترنت لسؤال ما، أو استبيان يحتوي على مجموعة من الأسئلة - المغلقة أو المفتوحة أو المغلقة المفتوحة- تكون على مواقع الشبكة العنكبوتية فهي أحد الوسائل المستخدمة في معرفة تفكير ومعلومات الأشخاص حول موضوع معين وغالباً تستخدم الاستبانة الإلكترونية لمعرفة آراء الناس حول منتج ما أو خدمة معينة تقدمها شركة ما، وتستهدف الاستبانة الإلكترونية أيضاً عينة محددة من الأشخاص².

وهو ما تم سياقه في دراستنا إلى إعدادنا لاستبيان حول دور الفيس بوك في الترويج للحملات التطوعية.

تحليل البيانات:

في هذه المرحلة قمنا بتحليل البيانات التي تم تجميعها من خلال طرحنا لتساؤلات الدراسة المستعملة في بداية هذا الفصل وتفريغها في جداول بطريقة كمية، ثم إجراء التحليل الكيفي لمختلف الفئات والوصول إلى نتائج تجيب على تساؤلات الدراسة وتحقق أهداف الدراسة.

¹محمد شفيق ، مناهج البحث العلمي، مركز تطوير الأداء والتنمية، مصر ، دط. 2011.

²<https://www.manaraa.com/post/5634.27.02.2021> ، 12:14 سا،

10 . مجتمع الدراسة :

إننا لقصد بمجتمع البحث كما عرفها لباحثون "مجتمع محدودا وغير محدود من المفردات(العناصر،الوحدات)المحددة مسبقا،حيث تنصب الملاحظات."أي أن تعريف مجتمع البحث حسب الباحثين هو:"جميع مفردات الظاهرة التي درسها الباحث¹.

يتمثل مجتمع دراستنا في طلبة اتصال جماهيري ووسائل جديدة جامعة ورقلة حيث تم تطبيق الاستبيان محل دراستنا عليهم.

11.عينة الدراسة :

تعتبر العينة بأنها "جزء او شريحة من المجتمع تتضمن خصائص المجتمع الأصلي الذي ترغب في التعرف عليه، ويجب أن تكون ممثلة لجميع أفراد المجتمع تمثيلا صحيحا"².

حيث قمنا باختيار أسلوب العينة القصدية، و نظرا لاقتصار عينتنا على طلبة اتصال جماهيري ووسائل جديدة جامعة ورقلة، فقد تم اختيار العينة القصدية أو العمدية وهي " التي يقيم فيها الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكيمية لا مجال للصدفة، بل يقوم هو شخصيا باقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات، هذا لإدراكها لمسبق ومعرفتها لجيدة لمجتمع البحث و عناصرها لهامة التي تمثله تمثيلا صحيحا و بالتالي لا يجد صعوبة في سحب مفرداتها بطريقة مباشرة"³

وعليه فقد اخترنا طلبة اتصال جماهيري ووسائل جديدة بجامعة قاصدي مباح ورقلة حيث كان عدد الأفواج في تخصص اتصال جماهيري ب (07) أفواج كمجتمع كلي للدراسة وكانت عينة دراستنا متمثلة في (70) فردا طالب وطالبة بحيث أخذنا من كل فوج 10 أفراد تخصص اتصال جماهيري للسنة الجامعية 2022م/2023م.

12 . الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: فتيحة كيجل (2011-2012)⁴ مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال .

بعنوان الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي، موقع الفيس بوك نموذجا لجامعة الحاج لخضر باتنة ، حيث تطرقت هذه الدراسة إل طرق استخدام وأنماط المشاركة والتطبيقات الإعلامية لتكنولوجيا الإعلام الجديد وتأثيراته على

¹أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال ، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية،الجزائر، 2005.

²خير الدين عويسي، دليل البحث العلمي، دار الفكر العربي، القاهرة، ط1 . 1997.

³أحمد بن مرسل،المرجع سبق ذكره،ص166

⁴فتيحة كيجل،الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي، موقع الفاييس بوك نموذجا لجامعة الحاج لخضر باتنة، (2011-2012)

المستخدمين الجزائريين، حيث تدور إشكالية الدراسة حول دور الإعلام الجديد بصفة عامة، وموقع الفايس بوك بصفة خاصة حيال قضايا البيئة وبلورة نشر الوعي البيئي لدى جمهور المستخدمين الجزائريين حيث اعتمدت الباحثة في دراستها على منهج المسح بالعينة، لتجنب الباحثة مشكلة المسح لشامل الذي يتطلب وقت أطول وجهدا مضاف واعتمدت في جمعها للبيانات على الملاحظة بالمشاركة من اجل متابعة الموضوع عن قرب والاحتكاك بالأفراد قيد الدراسة، في موقع الفايس بوك وشاركت المستخدمين اهتمامهم وهو سهل عليه فرصة التحليل وتفسير وربط جوانب الدراسة المختلفة النظرية والتطبيقية واعتمدت على الاستبيان نظرا لما يتميز عن باقي الوسائل من الدقة في جمع أكبر عدد من المعطيات والمعلومات.

تناول الاستبيان 5 محاور تضمن 32 سؤال كانت كالتالي:

- 1- التعرف على استخدامات الباحثين من أفراد العينة على موقع الفايس بوك
- 2- الاطلاع على عادات وأتماط استخدام هذا الموقع
- 3- معرفة طبيعة الاشباعات البيئة المحققة
- 4- تقييم موقع الفايس بوك ودوره في نشر الوعي البيئي
- 5- البيانات السوسيو ديمغرافية للمبحوثين وهي السن والجنس والمستوى التعليمي

وكانت نتائج لدراسة على سبيل الحصر التالي:

- تعد مواقع التواصل الاجتماعي أكثر المواقع استخداما لدى المبحوثين حيث يأتي الفايس بوك في مقدمة المواقع الأكثر ولوجا.
- يقضي المبحوثين بر هذا الموقع حيث يفوق الساعتين في معظم الأحيان بنسبة 50% وذلك ليلا وخلال الفترات المسائية.
- نقد المبحوثين وبنسبة عالية إن موقع الفايس بوك يساهم في نشر الوعي البيئي لديهم بنسبة 74.19 %.

الدراسة الثانية: مريم بلخضر وسلمى بورنان (2014-2015)¹ مذكرة مقدمة مكملة لنيل شهادة ماستر أكاديمي تخصص اعلام واتصال.

حول دور الفايس بوك في نشر الوعي البيئي دراسة لعينة من طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة قصدي مرياح ورقلة، واعتمدت الباحثة في جمعها للبيانات على الاستبيان نظرا لما يتميز به عن باقي الوسائل من الدقة في

¹مريم بلخضر -سلمى بورنان، دور الفايس بوك في نشر الوعي البيئي دراسة لعينة من طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة قصدي مرياح ورقلة،(2014-2015).

جمع أكبر عدد من المعطيات والمعلومات حيث تكون الاستبيان من 3 محاور و13 سؤال وقامت بتوزيع الاستمارات على المبحوثين حيث بلغت الاستمارات 60 استمارة وفقاً للعينة القصدية.

وكانت أهم النتائج كالتالي:

- يساهم الطلبة في نشر المعلومات والأخبار بشكل عام في موقع الفيس بوك بنسبة 63.3%.

- يفضل الطلبة استخدام الفيس بوك لخصوصية هذا الموقع بنسبة 61.7%.

- لا يساهم الطلبة في نشر المواضيع البيئية ومشاركتها وتبادلها عبر موقع الفيس بوك وذلك بنسبة 53.3% حيث

بلغت نسبة من يساهمون 46.7% وكانت تلك المساهمات في شكل تعليقات بنسبة 55% وصور بنسبة

21.7% ومقالات بنسبة 11.7% وأخبار بنسبة 6.7% والفيديوهات بنسبة 5%.

الدراسة الثالثة: منتهى الكيالي (2019) مذكرة مكملة لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الاعلام.

بعنوان دور الفيس بوك في نشر ثقافة العمل التطوعي دراسة مسحية على عينة من طلبة الجامعات الأردنية في مدينة عمان، حيث هدفت الدراسة إلى التعرف على الدور الذي يؤديه موقع الفيس بوك في نشر ثقافة العمل التطوعي لدى طلبة الجامعات الأردنية، وقد اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي، وتمثل مجتمع الدراسة بطلبة الجامعة الأردنية وجامعة الشرق الأوسط، والبالغ عددهم خمسون ألف طالب وطالبة، وبلغت عينة الدراسة (414) طالباً وطالبة تم اختيارهم بطريقة العينة العشوائية البسيطة.

وبينت نتائج الدراسة أن طلبة الجامعات الأردنية (الشرق الأوسط والأردنية) يستخدمون الفيس بوك بنسبة عالية، وأنهم يفضلون معظم الأماكن لاستخدام وتصفح الفيس بوك. كما أنهم يستغرقون في استخدام وتصفح الفيس بوك (من ساعة إلى 3 ساعات) ويفضلون استخدام الجوال في متابعة وتصفح الفيس بوك، وأن الفيس بوك وسيلة فعالة للترويج لحملات العمل التطوعي، ويسهم بشكل فاعل في تعريف الطلبة بالمزيد من أوجه العمل التطوعي، وإن منشورات الفيس بوك عن العمل التطوعي لها تأثير كبير في تعزيز الروح الأخوية بين أفراد المجتمع، كما أنه في ذات الوقت تبين القيمة الإنسانية للعمل التطوعي، وإن ما يحتاجه طلبة الجامعات هو أن يعملوا على توفير مساحات على الفيس بوك لدعوة الآخرين للعمل التطوعي و أن يحرصوا على نشر الأعمال التطوعية لتعميم الفائدة.

¹مرجع سبق ذكره.

التعقيب على الدراسات السابقة:

بالمقارنة بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة نجد أن هناك اختلاف في الاطار الزماني والمكاني بالنسبة للدراسة الاولى "فتيحة كيجل" 2012/2011 والدراسة الثالثة "منتهى الكيالي" 2019 حيث تمت الدراستين في وقت مضى وفي جامعات مختلفة , كذلك يكمن الاختلاف في عينة الدراسة وبذلك يكون هناك اختلاف في النتائج المتحصل عليها.

بالنسبة للدراسة الثانية مريم بالخضر سلمى بوزيان 2015/2014 تشابهت مع دراستنا في المكان بحيث تمت الدراسة في نفس الجامعة ونفس الكلية واختلفت في الزمان .

أما الجوانب التي تشابهت بها الدراسات السابقة بالدراسة الحالية فهي تهتم بدور مواقع التواصل الاجتماعي عامة وموقع الفيس بوك خاصة في نشر التوعية البيئية جعل هدفها الرئيسي قياس الوعي البيئي ووصف وتحليل القضايا البيئية, كما أنها اشتركت من حيث المنهج و الأداة المستعملة في جمع البيانات المتمثلة في الاستبيان.

الإطار

التطبيقي

تمهيد

الإجراءات الميدانية

عرض و تحليل النتائج

الاستنتاجات

الاقتراحات و التوصيات

الخاتمة

تمهيد:

بعد تطرقنا للإطار المنهجي الذي وضعنا من خلاله الجوانب المنهجية بكل تفاصيلها عن موضوع الدراسة سنتطرق في هذا الفصل الى الإطار التطبيقي والذي سنقوم فيه بتفريغ بيانات الاستبيان التي تم جمعها و جدولتها ثم تصنيفها وتحليل وتفسير مضمونها وبياناتها .

الاجراءات الميدانية:

يتناول هذا الجزء من الدراسة الإجراءات الميدانية التي تم الاعتماد عليها في موضوع بحثنا والمتمثلة في استمارة الاستبيان المتكونة من 4 محاور تضمنت 21 سؤال و التي تم توزيعها إلكترونيا على العينة المبحوثة، حيث تمثل مجتمع الكلي للدراسة في طلبة الثانية ماستر اتصال جماهيري ووسائل جديدة والبالغ عددهم 271 طالب وطالبة مقسمين على 7 افواج فقد تم اختيار العينة القصدية بحيث أخذنا من كل فوج 10 أفراد وكانت عينة دراستنا متمثلة في 70 فردا من المجتمع الكلي ، كما تم تحكيم هذا الاستبيان من طرف الأساتذة قسم علوم الاعلام والاتصال الآتية أسمائهم :

– الأستاذ والدكتور قندوز عبد القادر

– الأستاذ والدكتور زياني غوتي

– الأستاذ والدكتور بودريالة عبد القادر

واستنادا للمعطيات المتحصل من استمارة الاستبيان التي تم توزيعها على المبحوثين , وقد تم تبويب الايجابيات في شكل جداول تحمل تكرارات ونسب مئوية تم التعليق عليها كيميا وكيفيا .

عرض و تحليل النتائج

المحور الأول: البيانات الديمغرافية

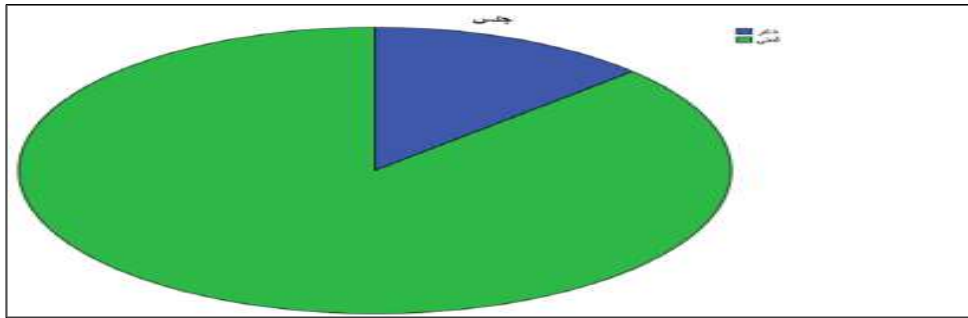
● الجنس:

الجدول رقم (01) : يوضح متغير الجنس

متغير: الجنس	التكرارات	النسبة المئوية
ذكر	9	12,9
أنثى	61	87,1
مجموع	70	100,0

المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات SPSSV:20

الشكل البياني رقم (01) : يمثل متغير الجنس



المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات SPSSV:20

من خلال الجدول رقم (01) نلاحظ أن تكرار عدد الذكور كان تسع (9) مرات وبنسبة مئوية بلغت (12.9%) بينما تكرار عدد الإناث كان 61 مرة بنسبة مئوية تقدر ب (87.1%)، ومنه نلاحظ أن النسبة المئوية للإناث كانت أكبر من نسبة الذكور، وهذا راجع إلى نوع العينة المختارة.

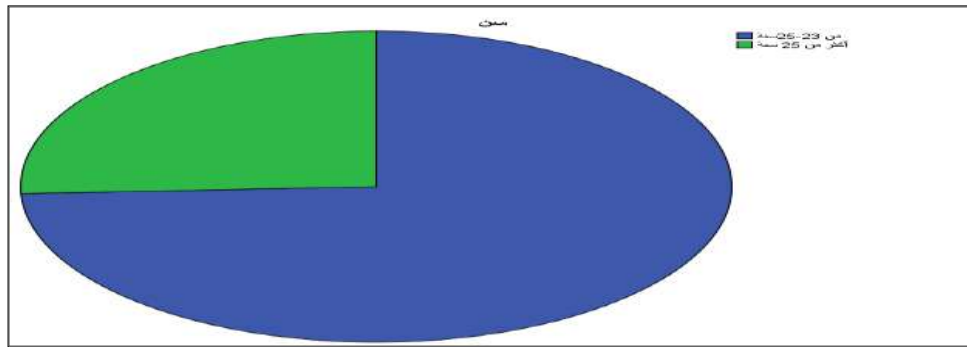
السن:

الجدول رقم (02) : يوضح متغير السن

متغير: السن	التكرارات	النسبة المئوية
من 23-25 سنة	52	74.3%
أكثر من 25 سنة	18	25.7%
مجموع	70	100,0

المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات SPSSV:20

الشكل البياني رقم (02) : يمثل متغير السن



المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات SPSSV:20

من خلال الجدول رقم (02) نلاحظ أن تكرار الأشخاص الذين أعمارهم تتراوح ما بين 23- 25 سنة قدر ب(37) مرة و بنسبة مئوية بلغت (17.2%) و تكرار عدد الذين أعمارهم أكثر من 25 سنة كان 12 مرة بنسبة مئوية تقدر ب (66.7%)، ومنه نلاحظ أن النسبة المئوية للأشخاص اللذين أعمارهم أكبر من 25 سنة كانت أكبر من نسبة الأشخاص اللذين أعمارهم تتراوح ما بين 23-25 سنة، وهذا راجع لقصدية المعاينة.

المحور الثاني: ما هي عادات وأنماط استخدام موقع الفيس بوك لدى طلبة قسم علم الاتصال بجامعة ورقلة؟

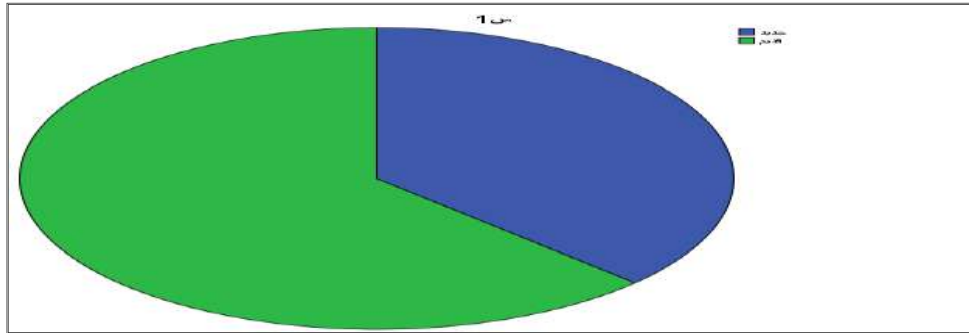
السؤال رقم 1:

الجدول رقم (03) : يوضح السؤال رقم 1 من المحور الثاني

هل حسابك على موقع الفيس بوك	التكرارات	النسبة المئوية
جديد	26	37.1%
قديم	44	62.9%
مجموع	70	100,0

المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات SPSSV:20

الشكل البياني رقم (03) : يمثل متغير السؤال رقم 1 من المحور الثاني



المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات SPSSV:20

من خلال الجدول رقم (03) نلاحظ أن نسبة الأشخاص اللذين لديهم حساب جديد على موقع فايس بوك بلغت تكراراتهم (26) وبنسبة (37.1%) شخص ونسبة الأشخاص اللذين لديهم حساب قديم على موقع فايس بوك بلغت تكراراتهم (44) وبنسبة (62.9%)، ومنه نلاحظ أن نسبة الأشخاص اللذين لديهم حساب قديم على موقع فايس بوك أكثر من نسبة الأشخاص اللذين لديهم حساب جديد على موقع فايس بوك، وهذا قد يشير إلى أن أكثر الطلبة قد استخدموا الفيس بوك لفترة طويلة مكنتهم من التحكم في استخداماته ومعرفة امكانياته.

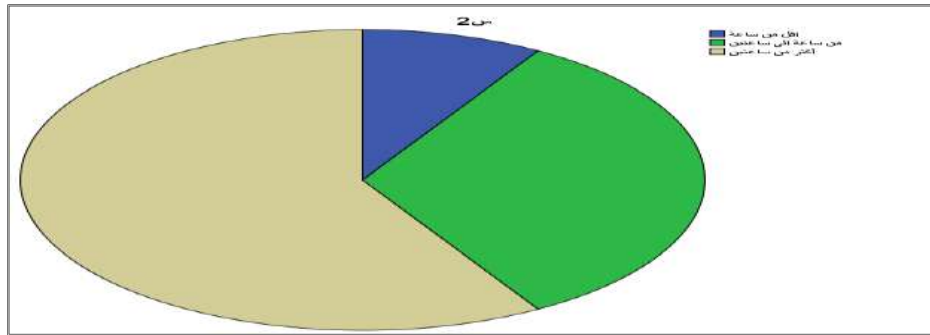
السؤال رقم 2:

الجدول رقم (04) : يوضح السؤال رقم 2 من المحور الثاني

النسبة المئوية	التكرارات	ما هي مدة استخدامك لموقع
8.6%	6	أقل من ساعة
32.9%	23	من ساعة إلى ساعتين
58.6%	41	أكثر من ساعتين
100,0	70	مجموع

المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات SPSSV:20

الشكل البياني رقم (04) : يمثل متغير السؤال رقم 2 من المحور الثاني



المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات SPSSV:20

من خلال الجدول رقم (04) نلاحظ أن نسبة الأشخاص الذين يستخدمون موقع فايس بوك لمدة أقل من ساعة بلغت تكراراتهم (6) ونسبة (8.6%) شخص ونسبة الأشخاص الذين يستخدمون موقع فايس بوك لمدة ساعة إلى ساعتين بلغت تكراراتهم (23) شخص ونسبة (32.9%) ، وأن نسبة الأشخاص الذين يستخدمون موقع فايس بوك لمدة أكثر من ساعة بلغت تكراراتهم (41) ونسبة (58.6%) ومنه نلاحظ أن نسبة الأشخاص الذين يستخدمون موقع فايس بوك لمدة أكثر من ساعتين أكثر من الأشخاص الذين يستخدمونه لمدة من ساعة إلى ساعتين أو أقل من ذلك كونهم يقضون أوقات طويلة في تصفح الفايس بوك من تواصل وتعارف وألعاب ورسائل وهذا ما يجعلهم لا يشعرون بالوقت الذي يقضونه فيه.

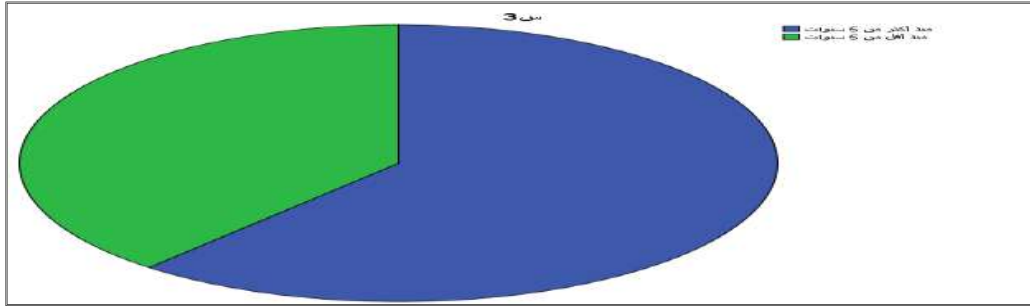
السؤال رقم 3: منذ متى وأنت تستخدم وتصفح موقع الفيس بوك

الجدول رقم (05) : يوضح السؤال رقم 3 من المحور الثاني

النسبة المئوية	التكرارات	منذ متى وأنت تستخدم وتصفح موقع الفيس بوك
61.4	43	منذ أكثر من 5 سنوات
38.6	27	منذ أقل من 5 سنوات
100,0	70	مجموع

المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات SPSSV:20

الشكل البياني رقم (05) : يمثل متغير السؤال رقم 3 من المحور الثاني



المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات SPSSV:20

من خلال الجدول رقم (05) نلاحظ أن أكبر تكرار كان (43) بنسبة مئوية بلغت (61.4%) للفترة منذ أكثر من 5 سنوات بينما تكرار الفئة أقل من 5 سنوات كان 27 بنسبة مئوية تقدر ب (38.6%)، ومنه نلاحظ أن النسبة المئوية الأكبر 61.4% لصالح الفئة منذ أكثر من 5 سنوات وهذا قد يؤثر استخدام وتصفح موقع فيسبوك بشكل كبير على حياة الطالب، خاصة إذا كان يستخدمه بشكل مفرط وغير مسؤول. فإذا قضى الطالب أكثر من 5 سنوات في استخدام فيسبوك، فقد يؤثر ذلك على أدائه الأكاديمي والدراسي ويؤدي إلى تقليل الوقت الذي يقضيه في التعلم والدراسة.

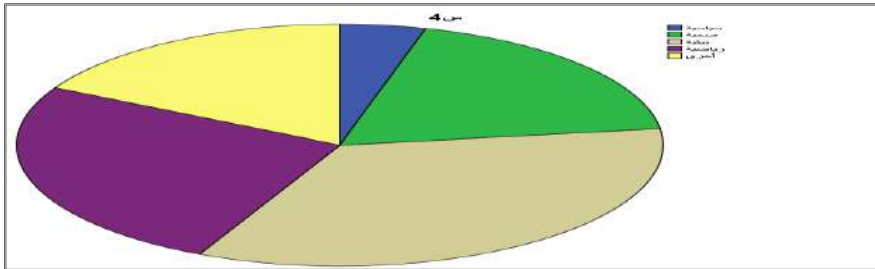
السؤال رقم 4: ما هي المواضيع التي تتابعونها على موقع الفيس بوك؟

الجدول رقم (06) : يوضح السؤال رقم 4 من المحور الثاني

النسبة المئوية	التكرارات	ما هي المواضيع التي تتابعونها على موقع الفيس بوك
4.3	3	سياسية
18.6	13	صحية
34.3	24	بيئية
25.7	18	رياضية
17.1	12	أخرى
100,0	70	مجموع

المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات SPSSV:20

الشكل البياني رقم (06) : يمثل متغير السؤال رقم 4 من المحور الثاني



المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات SPSSV:20

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم 70 فرداً قد ، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال " سياسية " وقد بلغ عددهم مئوية بلغت 4.5 % ،الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال " صحية " وقد بلغ عددهم مئوية بلغت 18.6 %،الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال " بيئية " وقد بلغ عددهم مئوية بلغت 34.3 %الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال " رياضية " وقد بلغ عددهم مئوية بلغت 25.5 %الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال " أخرى " وقد بلغ عددهم مئوية بلغت 17.1 % ، ويعود السبب في اهتمام الطلاب على موقع الفيس بوك بالمواضيع البيئية والرياضية والصحية إلى عدة عوامل كونهم يرون فيها فرصة لتحسين نوعية حياتهم وصحتهم.

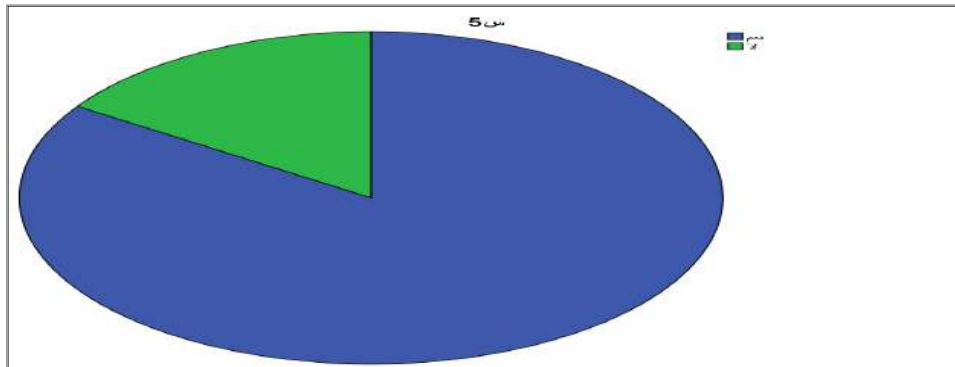
السؤال رقم 5: هل تعتمدون في متابعة هذه المواضيع على موقع الفيس بوك كمصدر أساسي لها مباشرة

الجدول رقم (07) : يوضح السؤال رقم 5 من المحور الثاني

هل تعتمدون في متابعة هذه المواضيع على موقع الفيس بوك كمصدر أساسي لها مباشرة	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	59	84.3
لا	11	15.7
مجموع	70	100,0

المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات SPSSV:20

الشكل البياني رقم (07) : يمثل متغير السؤال رقم 5 من المحور الثاني



المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات SPSSV:20

من خلال الجدول رقم (07) نلاحظ أن أكبر تكرار كان (59) بنسبة مئوية بلغت (84.3%) لنعم بينما تكرار الفئة لا فكانت بنسبة مئوية تقدر ب (15.7%)، ومنه نلاحظ أن النسبة المئوية الأكبر 84.3.4 % لصالح نعم، وهذا راجع إلى كون هذا الأخير يعتبر منصة اجتماعية كبيرة تضم ملايين المستخدمين حول العالم، ويتم تحديثها بشكل مستمر بالمحتوى الذي ينشره المستخدمون والصفحات المختلفة.

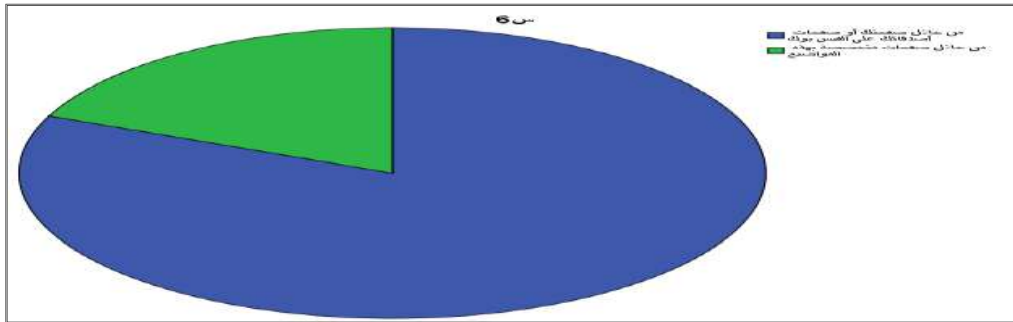
السؤال رقم 6: كيف تتفاعل مع هذه المواضيع التي يتم نشرها عبر موقع الفيس بوك

الجدول رقم (08) : يوضح السؤال رقم 6 من المحور الثاني

النسبة المئوية	التكرارات	كيف تتفاعل مع هذه المواضيع التي يتم نشرها عبر موقع الفيس بوك:
81,4	57	من خلال صفحتك أو صفحات أصدقائك على الفيس بوك
18,6	13	من خلال صفحات متخصصة بهذه المواضيع
100,0	70	مجموع

المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات SPSSV:20

الشكل البياني رقم (08) : يمثل متغير السؤال رقم 6 من المحور الثاني



المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات SPSSV:20

من خلال الجدول رقم (08) نلاحظ أن أكبر تكرار كان (57) بنسبة مئوية بلغت (81.4%) لصالح : من خلال صفحتك أو صفحات أصدقائك على الفيس بوك بينما تكرار الفئة من خلال صفحات متخصصة بهذه المواضيع كانت بنسبة مئوية تقدر ب (18.6%) ومنه نلاحظ أن النسبة المئوية الأكبر 81.4% لصالح من خلال صفحتك أو صفحات أصدقائك على الفيس بوك، وهذا راجع كون صفحات الأصدقاء والصفحة الشخصية للمستخدم تساعد على تبادل المحتوى والتفاعل معه ويساعد على خلق مجتمعات تفاعلية عبر Facebook وتبادل المحتوى بين المستخدمين.

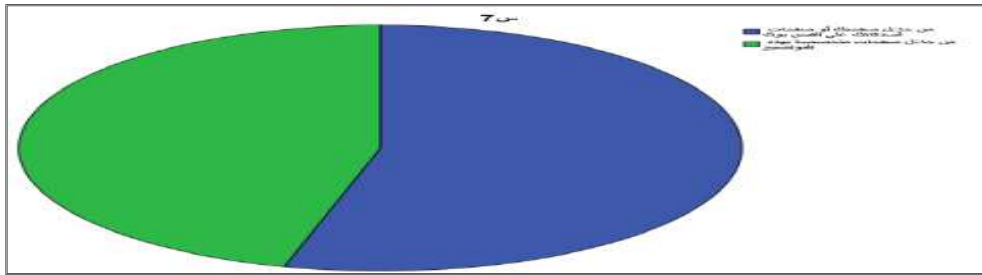
السؤال رقم 7: هل لديكم اهتمامات بالقضايا الاجتماعية والبيئية من خلال صفحات الفايس بوك

الجدول رقم (09) : يوضح السؤال رقم 7 من المحور الثاني

النسبة المئوية	التكرارات	لديكم اهتمامات بالقضايا الاجتماعية والبيئية من خلال صفحات الفايس بوك
54.3	38	نعم
45.7	32	لا
100,0	70	مجموع

المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات SPSSV:20

الشكل البياني رقم (09) : يمثل متغير السؤال رقم من المحور الثاني 7



المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات SPSSV:20

يتضح من خلال الجدول أعلاه و الذي و تبين لنا أن 54.3 % من أفراد العينة السؤال: بنعم هل لديكم اهتمامات بالقضايا الاجتماعية والبيئية من خلال صفحات الفايس بوك و يمكن إرجاعه إلى أن الفايس بوك يوفر للطلبة بنية تواصل وتفاعل تقتصر على الزمان والمكان و هذا ما يجعل لديهم الرغبة في زيادة رصيدهم العلمي مع بعضهم، أما 45.7% كانت إجاباتهم بلا وعليه نلاحظ أن نسبة الأشخاص اللذين كانت إجاباتهم بنعم هم أكثر نسبة، وهذا بسبب صفحات الفايس بوك التي يمكن أن تكون وسيلة فعالة للتوعية بالقضايا الاجتماعية والبيئية وزيادة الوعي حولها من خلال نشر المعلومات والأخبار والقصص الملهمة، يمكن أن تساعد هذه الصفحات في إلهام المتابعين ودفعهم للتحرّك واتخاذ إجراءات إيجابية فيما يتعلق بالقضايا التي يهتمون بها.

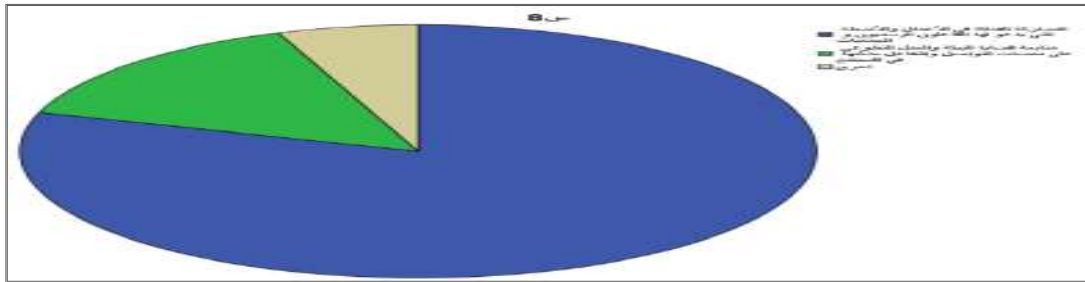
السؤال رقم 8: إذا كانت إجابتك بنعم فما طبيعتها (يمكن اختيار أكثر من بديل)

الجدول رقم (10) : يوضح السؤال رقم 8 من المحور الثاني

النسبة المئوية	التكرارات	إذا كانت إجابتك بنعم فما طبيعتها (يمكن اختيار أكثر من بديل)
80.0	56	المشاركة الفعالة في الأعمال والأنشطة التي يدعو لها الفاعلون الرسميون و الجمعيات
14.3	10	متابعة قضايا البيئة والعمل التطوعي على منصات التواصل والتفاعل بشأنها في المجتمع
5.7	4	أخرى
100,0	70	مجموع

المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات SPSSV:20

الشكل البياني رقم (10) : يمثل متغير السؤال رقم 8 من المحور الثاني



المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات SPSSV:20

من خلال الجدول رقم (10) نلاحظ أن أكبر تكرار كان (56) بنسبة مئوية بلغت (80.0%) لصالح : المشاركة الفعالة في الأعمال والأنشطة التي يدعو لها الفاعلون الرسميون و الجمعيات، بينما تكرر الفئة متابعة قضايا البيئة والعمل التطوعي على منصات التواصل والتفاعل بشأنها في المجتمع كانت بنسبة مئوية تقدر ب (14.3%) ومنه نلاحظ أن النسبة المئوية الأكبر 80.0% : المشاركة الفعالة في الأعمال والأنشطة التي يدعو لها الفاعلون الرسميون و الجمعيات.

أن المشاركة الفعالة في الأعمال والأنشطة التي يدعو لها الفاعلون الرسميون والجمعيات يمكن أن تكون ذات طبيعة متنوعة، من بينها:

1. المشاركة في الأعمال الخيرية والأعمال التطوعية: وتتضمن هذه الأعمال مثلاً العمل على إدارة مشاريع خيرية، والمساعدة في تنظيم حملات تبرع، والعمل كمتطوع في أحد الجمعيات الخيرية.
2. المشاركة في الأنشطة الثقافية والفنية: وتشمل هذه الأنشطة مثلاً العمل على تنظيم معارض فنية، والمشاركة في فعاليات ثقافية مثل المعارض والمؤتمرات وورش العمل.
3. المشاركة في الأنشطة الرياضية: وتتضمن هذه الأنشطة مثلاً المشاركة في بطولات رياضية، والمساهمة في تنظيم فعاليات رياضية.
4. المشاركة في الأنشطة البيئية: وتتضمن هذه الأنشطة مثلاً التطوع لإزالة النفايات من الشوارع، وتنظيف الشواطئ والمتنزهات، والعمل على حماية الحياة البرية والمائية.
5. المشاركة في الأنشطة السياسية والمجتمعية: وتشمل هذه الأنشطة مثلاً العمل على تنظيم حملات انتخابية، والمشاركة في فعاليات تهدف إلى تعزيز الوعي المجتمعي بقضايا معينة، كالعنف الأسري أو تغير المناخ.

المحور الثالث: ما هي تفضيلات طلبة للموضوعات والأنشطة البيئية على الفيس بوك؟

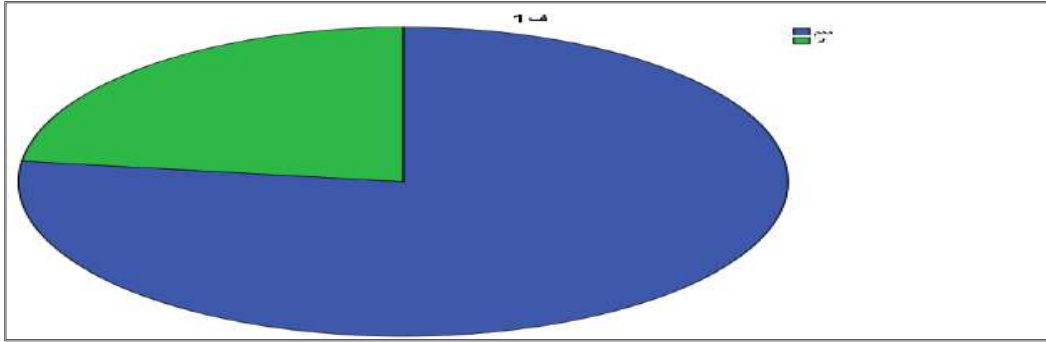
السؤال رقم 1: هل تعتمد على صفحات موقع الفيس بوك بغية للحصول على النصائح والإرشادات الصحية والبيئية .

الجدول رقم (11) : يوضح السؤال رقم 1 من المحور الثالث

النسبة المئوية	التكرارات	هل تعتمد على صفحات موقع الفيس بوك بغية للحصول على النصائح والإرشادات الصحية والبيئية
77.1	54	نعم
22.9	16	لا
100,0	70	مجموع

المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات SPSSV:20

الشكل البياني رقم (11) : يمثل متغير السؤال رقم 1 من المحور الثالث



المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات SPSSV:20

يتضح من خلال الجدول أعلاه و الذي و تبين لنا أن 77.1 % من أفراد العينة السؤال:هل تعتمد على صفحات موقع الفيس بوك بغية للحصول على النصائح والإرشادات الصحية والبيئية بنعم و يمكن إرجاعه إلى أن الفيس بوك يوفر للطلبة بنية تواصل وتفاعل لا تقتصر على الزمان والمكان و هذا ما يجعل لديهم الرغبة في زيادة رصيدهم العلمي مع بعضهم ،أما 22.9% كانت إجاباتهم ب لا وعليه نلاحظ أن نسبة الأشخاص اللذين كانت إجاباتهم بنعم هم أكثر نسبة كونه يوفر العديد من النصائح والإرشادات الصحية والبيئية،.

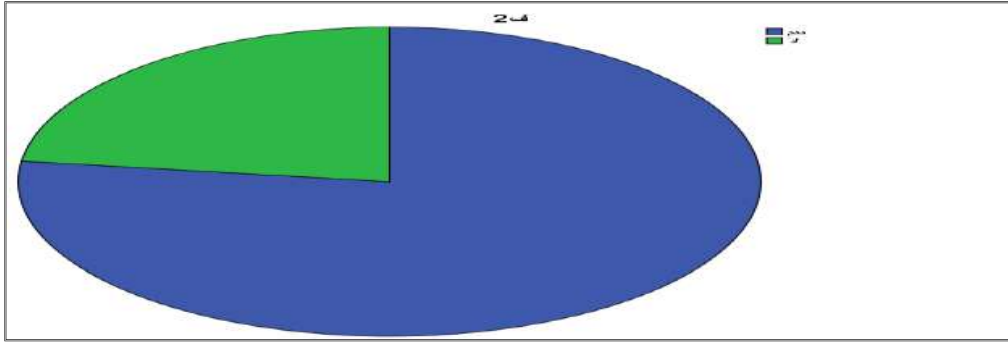
السؤال رقم 2: هل يساهم موقع الفيس بوك في توضيح طرق النظافة ومحافظة على البيئة؟

الجدول رقم (12) : يوضح السؤال رقم 2 من المحور الثالث

هل يساهم موقع الفيس بوك في توضيح طرق النظافة ومحافظة على البيئة؟	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	54	77.1
لا	16	22.9
مجموع	70	100,0

المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات SPSSV:20

الشكل البياني رقم (12) : يمثل متغير السؤال رقم 2 من المحور الثالث



المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات SPSSV: 20

يتضح من خلال الجدول أعلاه و الذي و تبين لنا أن 77.1 % من أفراد العينة السؤال: هل يساهم موقع الفيس بوك في توضيح طرق النظافة وحافظة على البيئة بنعم بأعلى تكرار 54 بينما كانت إجاباتهم بلا 16 بنسبة 22.9%.

وهذا راجع الى كونه يساهم موقع الفيس بوك في توضيح طرق النظافة والصحة العامة وحافظة على البيئة من خلال توفير صفحات و جروبات للمستخدمين حيث يمكنهم الحصول على نصائح وإرشادات حول كيفية الاهتمام بصحتهم وبيئتهم. وبالإضافة إلى ذلك، تقوم شركة الفيس بوك بالتعاون مع المؤسسات الصحية والبيئية لتوفير معلومات عن المواضيع التي تهم المستخدمين بشكل عام، وتحذيرهم من الممارسات الخاطئة التي قد تؤثر على صحتهم وبيئتهم.

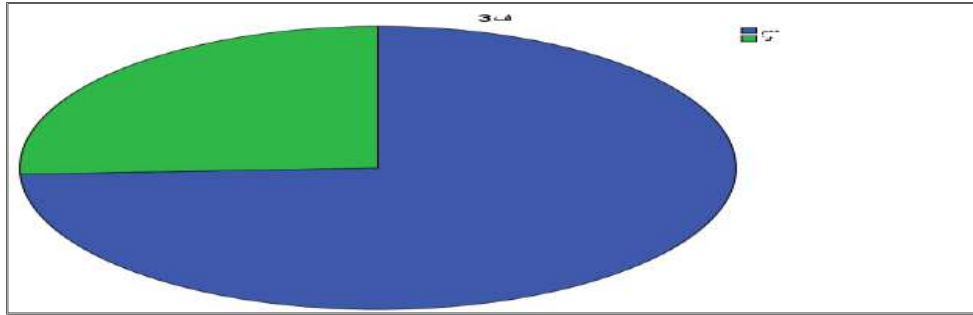
السؤال رقم 3: هل تساهم الصفحات عبر موقع الفيس بوك لتنمية الوعي والثقافة حول محافظة علي الأخطار البيئية لديك؟

الجدول رقم (13) : يوضح السؤال رقم 3 من المحور الثالث

النسبة المئوية	التكرارات	هل تساهم الصفحات عبر موقع الفيس بوك لتنمية الوعي والثقافة حول محافظة علي الأخطار البيئية لديك
74.3	52	نعم
25.7	18	لا
100,0	70	مجموع

المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات SPSSV:20

الشكل البياني رقم (13) : يمثل متغير السؤال رقم 3 من المحور الثالث



المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات SPSSV:20

يتضح من خلال الجدول أعلاه و الذي و تبين لنا أن 74.3 % من أفراد العينة السؤال: تساهم الصفحات عبر موقع الفيس بوك لتنمية الوعي والثقافة حول محافظة علي الأخطار البيئية لديك بنعم بأعلى تكرار 52 بينما كانت إجاباتهم بلا 18 بنسبة 25.7%، وهذا رادع من خلال هذه الصفحات يتم نشر المعلومات والأخبار والنصائح الخاصة بالحفاظ على البيئة وتجنب الأخطار التي تهددها.

كما أن هذه الصفحات توفر منصة للنقاش والتفاعل بين المستخدمين، وبالتالي تساعد في تبادل الخبرات والمعلومات والأفكار، مما يعزز الوعي البيئي ويجفز الناس على اتخاذ الإجراءات اللازمة للمساهمة في حفظ البيئة.

السؤال رقم 4:

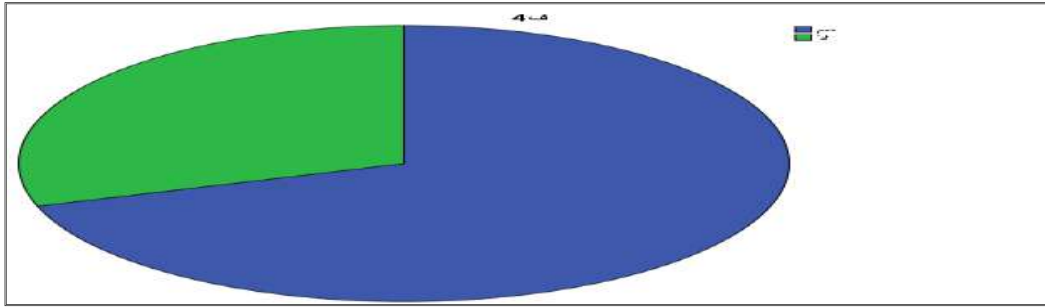
الجدول رقم (14) : يوضح السؤال رقم 4 من المحور الثالث: هل يسعى موقع التواصل الاجتماعي

الفيس بوك لترويج وترسيخ مبدأ النظافة؟

هل يسعى موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك لترويج وترسيخ مبدأ النظافة	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	49	70.0
لا	21	30.0
مجموع	70	100,0

المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات SPSSV:20

الشكل البياني رقم (14) : يمثل متغير السؤال رقم 4 من المحور الثالث



المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات SPSSV:20

يتضح من خلال الجدول أعلاه و الذي و تبين لنا أن 70 % من أفراد العينة السؤال:4. هل يسعى موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك لترويج وترسيخ مبدأ النظافة؟. ويمكن إرجاعه إلى أن الفيس بوك يوفر للطلبة بنية تواصل وتفاعل تقتصر على الزمان والمكان وهذا ما يجعل لديهم الرغبة في زيادة رصيدهم العلمي مع بعضهم، أما 30% كانت إجاباتهم ب لا وعليه نلاحظ أن نسبة الأشخاص اللذين كانت إجاباتهم بنعم هم أكثر نسبة وذلك من خلال إطلاق حملات توعية وإعلانات تحث على النظافة والصحة العامة، كما يمكنه دعم منظمات المجتمع المدني والمؤسسات الصحية المحلية التي تعمل في مجال النظافة والصحة العامة، كذلك من خلال توفيره منصات للتواصل والتعاون بين المستخدمين والجهات الحكومية والخاصة ذات الصلة بمجال النظافة والصحة العامة، وذلك لتبادل المعلومات والخبرات وتنسيق الجهود المشتركة لتحسين الوضع الصحي في المجتمعات المحلية.

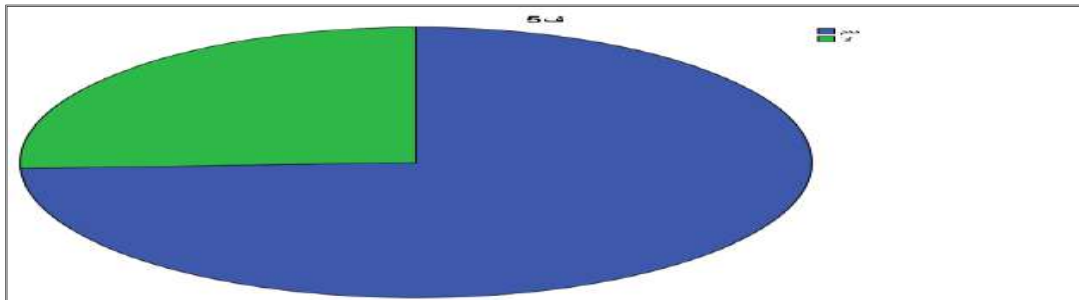
السؤال رقم 5: هل تلعب الصفحات الفيسبوكية دورا في ترشيد السلوكيات للحفاظ على النظافة ؟

الجدول رقم (15) : يوضح السؤال رقم 5 من المحور الثالث

هل تلعب الصفحات الفيسبوكية دورا في ترشيد السلوكيات للحفاظ على النظافة	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	52	74.3
لا	18	25.7
مجموع	70	100,0

المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات SPSSV:20

الشكل البياني رقم (15) : يمثل متغير السؤال رقم 5 من المحور الثالث



المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات SPSSV:20

يتضح من خلال الجدول أعلاه و الذي و تبين لنا أن 70 % من أفراد العينة السؤال:4. هل يسعى موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك لترويج وترسيخ مبدأ النظافة؟. كانت الإجابة بنعم و يمكن إرجاعه إلى أن الفيس بوك يوفر للطلبة بنية تواصل وتفاعل لا تقتصر على الزمان والمكان وهذا ما يجعل لديهم الرغبة في زيادة رصيدهم العلمي مع بعضهم ،أما 30% كانت إجابتهم ب لا وعليه نلاحظ أن نسبة الأشخاص اللذين كانت إجاباتهم بنعم هم أكثر نسبة، وهذا من خلال نشر المعلومات والتوعية بأهمية النظافة والصحة، يمكن لصفحات الفيس بوك أن تساهم في تغيير سلوك المستخدمين وتحفيزهم على اتخاذ إجراءات صحية ونظيفة، ومشاركة الأخبار والمعلومات الصحية و التوعوية حول الأمراض والفيروسات المعدية مثل كورونا، وتعزيز الوعي بأهمية اتخاذ التدابير اللازمة للوقاية منها.

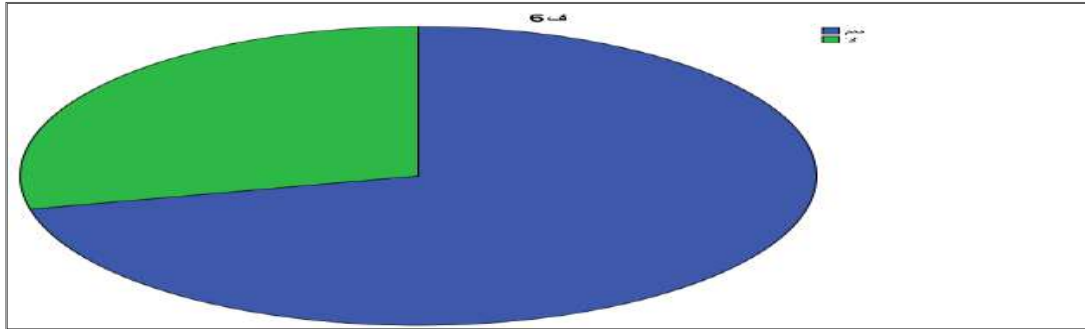
السؤال رقم 6: هل يسعى موقع الفيس بوك إلى العمل على تغيير سلوكيات الطلبة السيئة إلى الأحسن للمحافظة على البيئة وذلك بتشجيع على التشجير لإعطاء جمال أكثر؟

الجدول رقم (16) : يوضح السؤال رقم 6 من المحور الثالث

النسبة المئوية	التكرارات	هل يسعى موقع الفيس بوك إلى العمل على تغيير سلوكيات الطلبة السيئة إلى الأحسن للمحافظة على البيئة وذلك بتشجيع على التشجير لإعطاء جمال أكثر
17.4	50	نعم
28.6	20	لا
100,0	70	مجموع

المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات SPSSV:20

الشكل البياني رقم (16) : يمثل متغير السؤال رقم 6 من المحور الثالث



المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات SPSSV:20

يتضح من خلال الجدول أعلاه و الذي و تبين لنا أن 17.4 % من أفراد العينة السؤال: هل يسعى موقع الفيس بوك إلى العمل على تغيير سلوكيات الطلبة السيئة إلى الأحسن للمحافظة على البيئة وذلك بتشجيع على التشجير لإعطاء جمال أكثر، كونه يوفر للطلبة بنية تواصل وتفاعل لا تقتصر على الزمان والمكان و هذا ما يجعل لديهم الرغبة في زيادة رصيدهم العلمي مع بعضهم ،أما 28.6% كانت إجاباتهم ب لا وعليه نلاحظ أن نسبة الأشخاص اللذين كانت إجاباتهم بنعم هم أكثر نسبة، كذلك يقوم الفيس بوك بجذب التواصل والتفاعل مع المستخدمين وجذبهم للمشاركة في الحوارات والمناقشات المتعلقة بالحفاظ على الطبيعة والتشجير. ويمكن تنظيم فعاليات وأنشطة مختلفة على Facebook لتوعية المستخدمين بأهمية حفظ الطبيعة والتشجير.

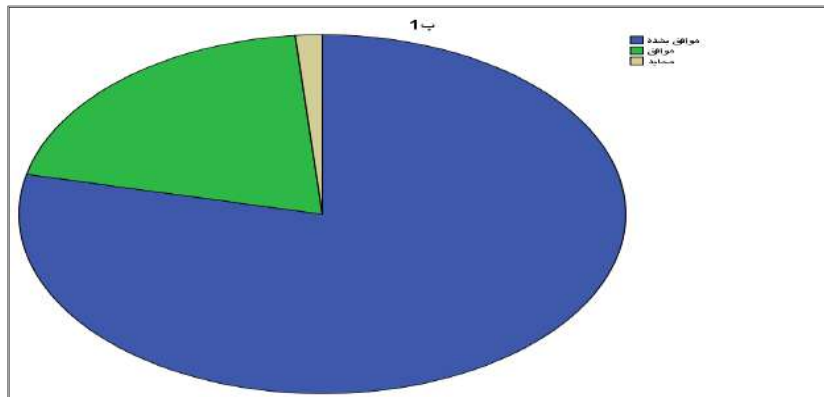
المحور الرابع: ما هي اتجاهاتهم نحو الحملات التطوعية البيئية التي يطلقها الفاعلون عبر الفيس بوك؟
السؤال رقم 1: هناك رد فعل ايجابي للطلبة جامعة قاصدي مرباح ورقلة نحو الحملات التطوعية عبر صفحات فيس بوك

الجدول رقم (17) : يوضح السؤال رقم 1 من المحور الرابع

النسبة المئوية	التكرارات	هناك رد فعل ايجابي للطلبة جامعة قاصدي مرباح ورقلة نحو الحملات التطوعية عبر صفحات فيس بوك؟
78.6	55	موافق بشدة
20.0	14	موافق
1.4	1	محايد
100,0	70	مجموع

المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات SPSSV:20

الشكل البياني رقم (17) : يمثل متغير السؤال رقم 1 من المحور الرابع



المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات SPSSV:20

بما أن طلاب جامعة قاصدي مرباح ورقلة يظهرون رد فعل إيجابي تجاه الحملات التطوعية عبر صفحات فيس بوك، تشير هذه الاستجابة إلى أن هؤلاء الطلاب مهتمون بالمساهمة في المجتمع وخدمته، وأنهم يرون القيام بالعمل التطوعي كفرصة للمساعدة في تحسين الحياة للآخرين، وهذا كون أن العمل التطوعي يمنح الأفراد فرصة لتعلم مهارات جديدة وتطوير أنفسهم بشكل شخصي ومهني، فضلاً عن تحسين حالة الأفراد الذين يتلقون

المساعدة. وبالتالي، يمكن اعتبار النشاطات التطوعية عبر صفحات فيس بوك كوسيلة فعالة للتواصل بين الطلاب والمجتمع، ولتحسين جودة الحياة للجميع.

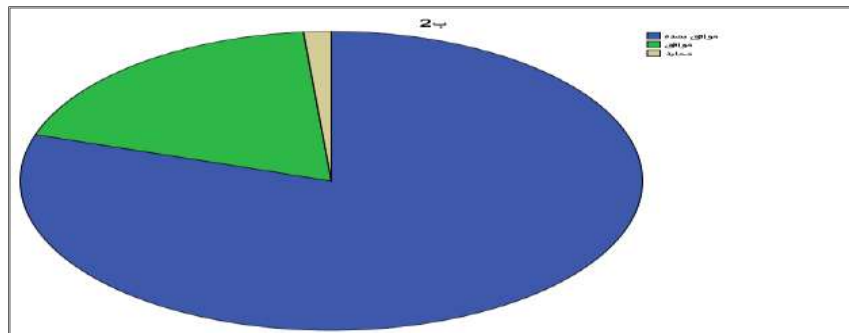
السؤال رقم 2: يسعى طلبة إلى تحقيق مبدأ (النظافة من الإيمان) من خلال حملات التطوعية للفي سبوك؟

الجدول رقم (18) : يوضح السؤال رقم 2 من المحور الرابع

النسبة المئوية	التكرارات	يسعى طلبة إلى تحقيق مبدأ (النظافة من الإيمان) من خلال حملات التطوعية للفي سبوك
80.0	56	موافق بشدة
18.6	13	موافق
1.4	1	محايد
100,0	70	مجموع

المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات SPSSV:20

الشكل البياني رقم (18) : يمثل متغير السؤال رقم 2 من المحور الرابع



المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات SPSSV:20

وهذا راجع كون أن النظافة هي جزء من الإيمان بالفعل، وهي قيمة حضارية وشخصية يجب تعزيزها في المجتمعات. وتستطيع الحملات التطوعية في الفيس بوك وغيرها من الأماكن المختلفة، أن تساهم في تحقيق هذا المبدأ بشكل فعال.

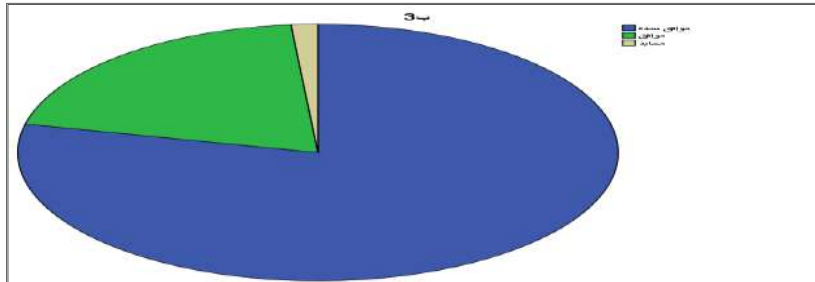
السؤال رقم 3: يتفاعل الطلبة مع الحملات التطوعية للمحافظة على البيئة من خلال موقع الفيس بوك؟

الجدول رقم (19) : يوضح السؤال رقم 3 من المحور الرابع

النسبة المئوية	التكرارات	يتفاعل الطلبة مع الحملات التطوعية للمحافظة على البيئة من خلال موقع الفيس بوك
78.6	55	موافق بشدة
20.0	14	موافق
1.4	1	محايد
100,0	70	مجموع

المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات SPSSV:20

الشكل البياني رقم (19) : يمثل متغير السؤال رقم 3 من المحور الرابع



المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات SPSSV:20

يمكن أن يتفاعل الطلاب بشكل كبير مع الحملات التطوعية للمحافظة على البيئة من خلال Facebook. فهذه المنصة توفر وسيلة سهلة ومناسبة للتواصل والتفاعل مع الآخرين، وتسمح للأفراد بمشاركة صور ومقاطع فيديو وروابط ومواد توعوية وتحديثات حول الفعاليات والأنشطة المجتمعية المتعلقة بالبيئة، ويمكن للمنظمات والجمعيات الخيرية والمؤسسات التعليمية وغيرها من الجهات المعنية بالبيئة استخدام Facebook للترويج لفعاليتها التطوعية وتوجيه دعوات للمشاركة والمساهمة في تحسين البيئة المحيطة بهم.

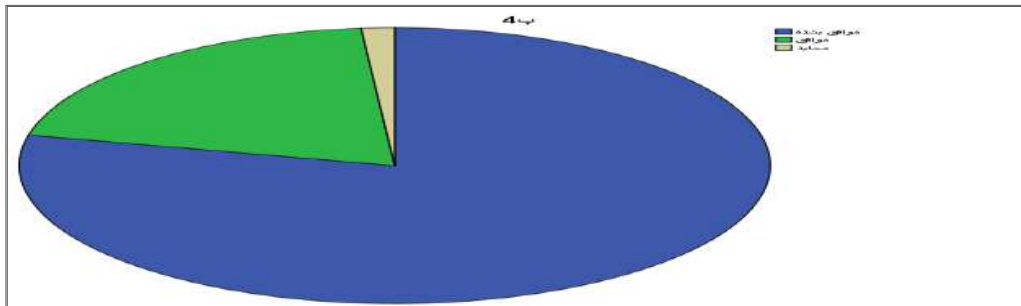
السؤال رقم 4: يعمل الفيس بوك من خلال حملاته التوعوية نحو البيئة على تحسين سلوكيات الطلبة تجاه محيطهم وبيئتهم؟

الجدول رقم (20) : يوضح السؤال رقم 4 من المحور الرابع

النسبة المئوية	التكرارات	يعمل الفيس بوك من خلال حملاته التوعوية نحو البيئة على تحسين سلوكيات الطلبة تجاه محيطهم وبيئتهم
78.6	55	موافق بشدة
20.0	14	موافق
1.4	1	محايد
100,0	70	مجموع

المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات SPSSV:20

الشكل البياني رقم (20) : يمثل متغير السؤال رقم 4 من المحور الرابع



المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات SPSSV:20

يمكن القول إن حملات فيس بوك التوعوية نحو البيئة تهدف إلى توعية الناس بأهمية الحفاظ على البيئة وتشجيعهم على اتخاذ خطوات للحفاظ عليها. ومن خلال توعية الطلاب بأهمية البيئة، قد يتمكن فيس بوك من تحسين سلوكيات الطلاب وتشجيعهم على أن يصبحوا أكثر وعياً بمحيطهم وبيئتهم. ومع ذلك، فإن هذا الأمر متوقف على عدة عوامل، بما في ذلك الفئة العمرية المستهدفة، والموضوعات التي تغطيها حملات فيس بوك التوعوية، وعدد الناس الذين يتفاعلون مع هذه الحملات. ولذلك، يمكن القول إن فيس بوك يقوم بدور جيد في توعية الناس بأهمية البيئة وتشجيعهم على المساهمة في الحفاظ عليها، ولكن ليس من المؤكد أن هذا الأمر يؤدي دائماً إلى تحسين سلوكيات الطلاب.

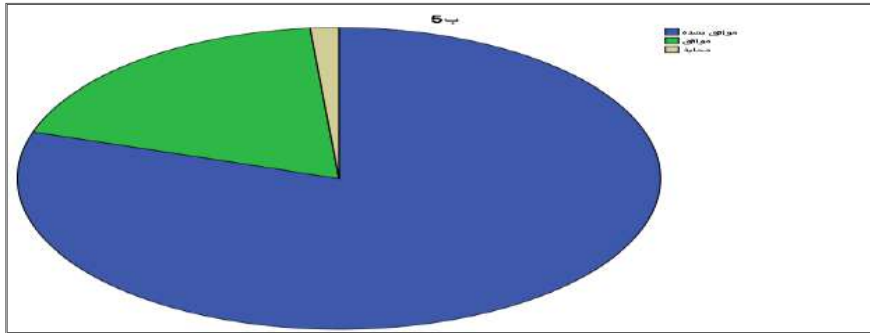
السؤال رقم 5: تزيد موقع الفيس بوك من زيادة تفعيل العمل التطوعي وزيادة تعاون بين الطلبة لترسيخ حب النظافة

الجدول رقم (21) : يوضح السؤال رقم 5 من المحور الرابع

النسبة المئوية	التكرارات	تزيد موقع الفيس بوك من زيادة تفعيل العمل التطوعي وزيادة تعاون بين الطلبة لترسيخ حب النظافة
80.0	56	موافق بشدة
18.6	13	موافق
1.4	1	محايد
100,0	70	مجموع

المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات SPSSV:20

الشكل البياني رقم (21) : يمثل متغير السؤال رقم 5 من المحور الرابع



المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات SPSSV:20

يمكن القول إن فيس بوك قد يلعب دورًا هامًا في زيادة التفاعل والتعاون بين الطلاب لترسيخ حب النظافة والبيئة. فعندما ينشر الطلاب محتوى على فيس بوك حول أنشطة التطوع والأعمال البيئية، يمكن للآخرين أن يشاركوا في هذه الأنشطة ويعملوا سويًا من أجل تحقيق أهداف مشتركة، كذلك من خلال تشجيع الطلاب على المشاركة في الأعمال التطوعية والبيئية والمساهمة في زيادة الوعي بأهمية النظافة والبيئة وترسيخ حبها لدى الناس.

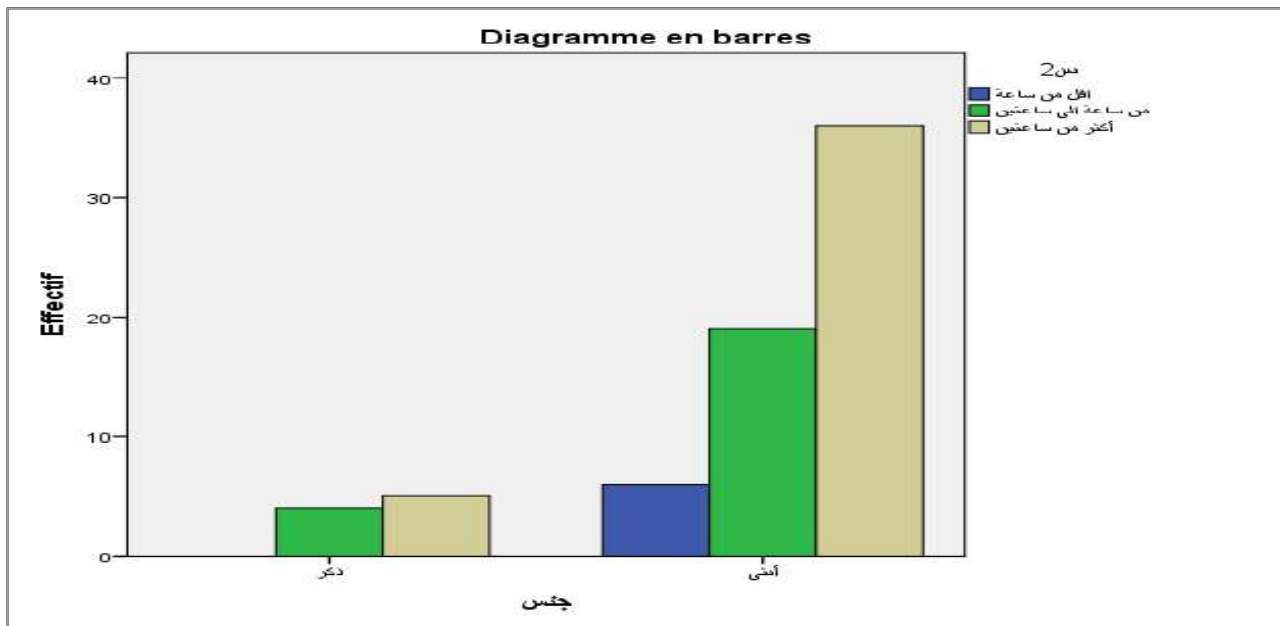
جدول المركبة:

الجدول رقم (22): يوضح السؤال رقم س2 من المحور الثاني مع الجنس

س2: ما هي مدة استخدامك لموقع ...							متغير
جنس	اقل من ساعة	%	من ساعة إلى ساعتين	%	من ساعة إلى ساعتين	%	مجموع نسبة المئوية
ذكر	0	0,0%	4	44,4%	5	55,6%	100,0%
أنثى	6	9,8%	19	31,1	36	59,0%	
مجموع	6	8,6%	23	32,9%	41	58,6%	

المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات SPSSV:20

الشكل البياني رقم (22): يمثل السؤال رقم س2 من المحور الثاني مع الجنس:



المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات SPSSV:20

من خلال الجدول رقم (22) نلاحظ أن نسبة الأشخاص اللذين يستخدمون موقع فايسبوك لمدة أقل من ساعة بلغت تكراراتهم (6) وبنسبة (8.6%) شخص ونسبة الأشخاص اللذين يستخدمون موقع فايس بوك لمدة ساعة إلى ساعتين بلغت تكراراتهم (23) شخص وبنسبة (32.9%) ، وأن نسبة الأشخاص اللذين يستخدمون موقع فايس بوك لمدة أكثر من ساعة بلغت تكراراتهم (41) وبنسبة (58.6%) ومنه نلاحظ أن

نسبة الأشخاص الذين يستخدمون موقع فايس بوك لمدة أكثر من ساعتين أكثر من الأشخاص الذين يستخدمونه لمدة من ساعة إلى ساعتين أو أقل من ذلك .

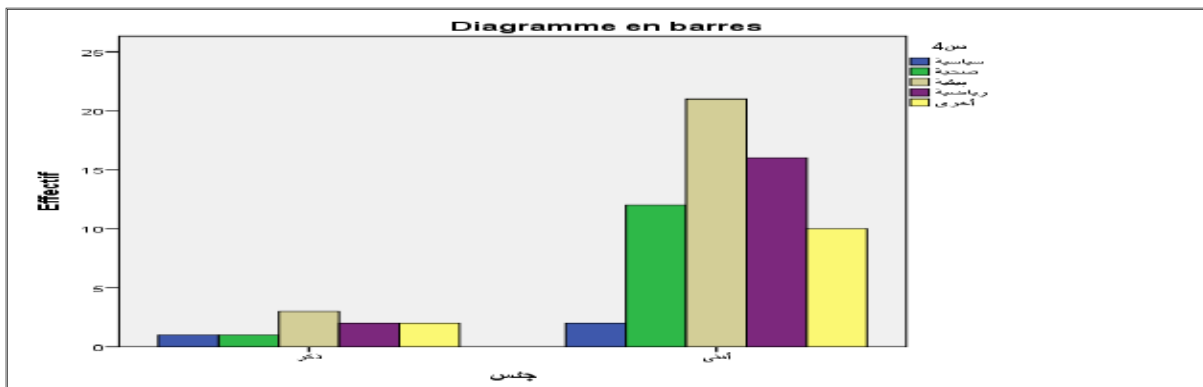
إلى عدة أسباب محتملة لارتفاع مدة استخدام النساء لموقع فيسبوك لأكثر من ساعتين يوميًا. ومن أبرز هذه الأسباب: منها الاجتماعية، العمل، الإعلام، التسوق، الترفيه.

الجدول رقم (23): يوضح السؤال رقم س4 من المحور الثاني مع الجنس:

متغير		س4: ما هي المواضيع التي تتابعونها على موقع الفيس بوك					
جنس		سياسية	صحية	بيئية	رياضية	أخرى	مجموع
ت	ذكر	1	1	3	2	2	9
	%	11,1	11,1	33,3	22,2	22,2	
ت	أنثى	2	12	21	16	10	61
	%	3,3%	19,7	34,4	26,2	16,4	
مجموع		3	13	24	18	12	70
للجنس %		4,3%	18,6	34,3	25,7	17,1	4,3
		%	%	%	%	%	%

المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات SPSSV: 20

الشكل رقم (23): يمثل السؤال رقم س4 من المحور الثاني مع الجنس:



المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات SPSSV: 20

بشكل عام هناك الكثير من الأشخاص الذين يتابعون مواضيع بيئية ورياضية على هذا الموقع. فمن خلال فيسبوك، يمكن للأفراد أن يشاركوا آرائهم وأفكارهم حول قضايا البيئة والرياضة ويمكنهم أيضًا متابعة الأخبار والأحداث المتعلقة بهذه المجالات. ومن الممكن أن يتابعوا صفحات ومجموعات على فيسبوك التي تتحدث عن هذه المواضيع وتطرح الأفكار والحلول المتعلقة بها.

الجدول رقم (24): يوضح السؤال رقم س6 من المحور الثاني مع الجنس:

متغير		س6: كيف تتفاعل مع هذه المواضيع التي يتم نشرها عبر موقع الفيس بوك:		
جنس		من خلال صفحاتك أو صفحات أصدقائك على الفيسبوك	من خلال صفحات متخصصة بهذه المواضيع	مجموع
ت	ذكر	8	1	9
		88,9%	11,1%	100,0%
ت	أنثى	49	12	61
		80,3%	19,7%	100,0%
مجموع		57	13	70
% للجنس		81,4%	18,6%	100,0%

المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات SPSSV:20

الشكل رقم (24): يمثل السؤال رقم س6 من المحور الثاني مع الجنس:



المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات SPSSV:20

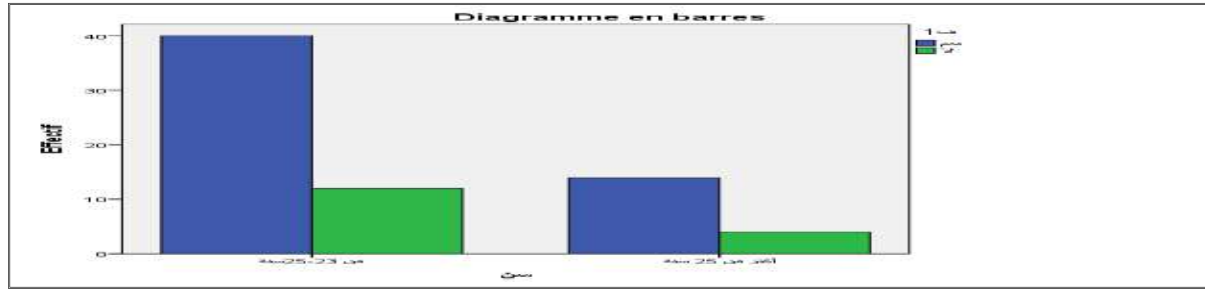
يُمكنني التفاعل مع هذه المواضيع والمنشورات التي تروج لصالح الإناث على صفحتي الخاصة أو صفحات أصدقائي على فيس بوك، يُمكنني القول أن هذه المواضيع وإظهار دعمي لها، كما يُمكنني المشاركة في الحوارات والمناقشات المتعلقة بها، كما يُمكنني استخدام قدراتي لإرشاد المستخدمين إلى المزيد من الموارد والمعلومات حول القضايا المتعلقة بحقوق المرأة والمساواة بين الجنسين. فلا تتردد في الاتصال بي إذا كان لديك أي سؤال أو استفسار بخصوص ذلك.

الجدول رقم (25): يوضح السؤال رقم: ف 1 من المحور الثالث مع السن:

هل تعتمد على صفحات موقع الفيس بوك بغية للحصول على النصائح والإرشادات الصحية والبيئية مع السن					
المجموع	ف 1		ف1+السن		
	لا	نعم			
52	12	40	تكرار	من 23-25 سنة	السن
100,0	23,1	76,9	نسبة مئوية		
%	%	%	سن %		
18	4	14	تكرار	أكثر من 25 سنة	
100,0	22,2	77,8	نسبة مئوية		
%	%	%	سن %		
70	16	54	تكرار	مجموع	
100,0	22,9	77,1	نسبة مئوية		
%	%	%	سن %		

المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات SPSSV:20

الشكل رقم (25): يمثل السؤال رقم ف1 من المحور الثالث مع السن:



المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات SPSSV:20

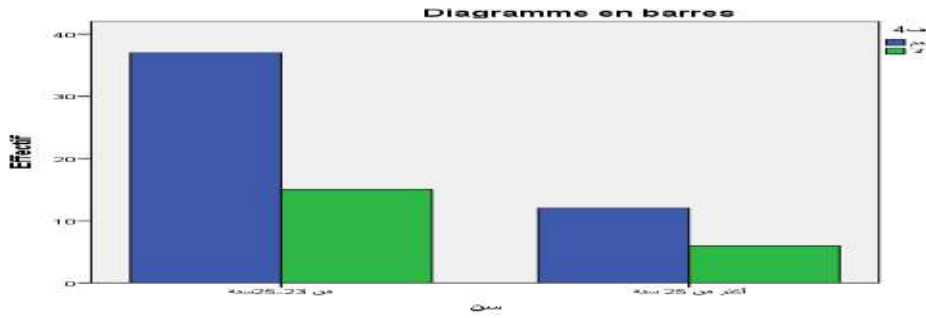
يمكن استخدام صفحات فيسبوك كمصدر إضافي للمعلومات والنصائح الصحية والبيئية، خاصة إذا كانت تابعة لجهات موثوقة وموثوق بها، بالنسبة للفئة العمرية 23-25 سنة، يمكن البحث في صفحات فيسبوك التي تستهدف هذه الفئة العمرية وتوفر المعلومات والنصائح المناسبة لهم. كما يمكن استشارة الأطباء والخبراء في المجالات الصحية والبيئية للحصول على نصائح شخصية وملائمة لحالة الطالب، كما لا ينصح بالاعتماد على صفحات موقع فيسبوك فقط للحصول على النصائح والإرشادات الصحية والبيئية. يجب دائماً التأكد من صحة المعلومات ومصدرها قبل اتخاذ أي إجراءات أو إتباع أي نصائح بالنسبة لفئة من 23-25 سنة.

الجدول رقم (26): يوضح السؤال رقم ف4 من المحور الثالث مع السن:

ف4 * سن					
هل يسعى موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك لترويج وترسيخ مبدأ النظافة					
المجموع	لا	نعم	تكرارات	السن	
52	15	37	تكرارات	23-25 سنة	
100,0%	28,8%	71,2%	نسبة مئوية سن %		
18	6	12	تكرارات	أكثر من 25 سنة	
100,0%	33,3%	66,7%	نسبة مئوية سن %		
52	21	49	تكرارات	المجموع	
100,0%	30,0%	70,0%	نسبة مئوية سن %		

المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات SPSSV:20

الشكل رقم (26): يمثل السؤال رقم 4 مع السن:



المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات SPSSV:20

يمكن لموقع التواصل الاجتماعي فيس بوك أن يسعى إلى ترويج وترسيخ مبدأ النظافة لصالح الفئة العمرية 23-25 عبر العديد من الطرق المختلفة على سبيل المثال، يمكن لفريق التسويق في الموقع أن يستخدم الإعلانات والحملات الترويجية على صفحات الفيس بوك المختلفة لنشر رسائل حول أهمية النظافة والصحة العامة، وكذلك تثقيف الفئة العمرية 23-25 حول الأساليب الفعالة للحفاظ على نظافة الجسم والبيئة المحيطة بهم، كما يمكن لفريق التطوير في الموقع العمل على تصميم تطبيقات وأدوات تفاعلية تساعد الفئة العمرية 23-25 على تحسين عاداتهم الصحية والنظافة الشخصية، وتوفير معلومات ونصائح مفيدة لهم حول كيفية المحافظة على صحتهم وسلامتهم.

الاستنتاجات:

يمكن القول أن دور فيسبوك في الترويج للحملات التطوعية البيئية لدى الطلاب الجامعيين قد كان مهماً ولافتاً للانتباه، فبفضل وسائل التواصل الاجتماعي التي يوفرها فيسبوك، يمكن للمنظمات البيئية والجمعيات الخيرية والأفراد الترويج لحملاتهم التطوعية بشكل فعال واسع النطاق، والتواصل مع المهتمين بالقضايا البيئية بسهولة ويسر، كما أن فيسبوك يساعد على توفير منصة للتفاعل والتواصل بين الطلاب الجامعيين الذين يهتمون بالقضايا البيئية والمنظمات والجمعيات التي تعمل في هذا المجال. وبالتالي، يمكن القول بأن فيسبوك يلعب دوراً هاماً في تعزيز الوعي البيئي وتعزيز النشاط التطوعي في هذا المجال بين الطلاب الجامعيين. ويرجع ذلك أيضاً إلى عدة عوامل، بما في ذلك:

1. الوصول السهل: يمكن للطلاب الجامعيين الوصول بسهولة إلى صفحات ومجموعات فيسبوك التي تروج للحملات التطوعية البيئية، والتي يمكنهم من خلالها الانخراط في المشاركة والتفاعل مع الحملات.
2. التواصل والتنسيق: يمكن للمستخدمين التواصل مع بعضهم البعض وتنظيم الفعاليات والأنشطة المتعلقة بالحملات التطوعية البيئية، وذلك من خلال استخدام ميزات فيسبوك مثل الدردشة والمناسبات.
3. الإشعارات والتذكير: يمكن لمستخدمي فيسبوك الاستفادة من الإشعارات و التذكيرات للمشاركة في الأنشطة والفعاليات المرتبطة بالحملات التطوعية البيئية، وذلك من خلال استخدام ميزات فيسبوك مثل: التذكيرات بالأحداث.
4. الانتشار الواسع: يمكن للحملات التطوعية البيئية أن تنتشر على نطاق واسع من خلال مشاركة المستخدمين والإعجابات والتعليقات والنشر، وهذا يمكن أن يزيد من الوعي بالقضايا البيئية ويشجع على المشاركة في الحملات. بناءً على ذلك، يمكن القول بأن فيسبوك لعب دوراً هاماً في ترويج الحملات التطوعية البيئية لدى الطلاب الجامعيين، وفي تشجيعهم على المشاركة الفعالة في هذه الحملات.

الاقتراحات

- يمكن الاستفادة من دور فيس بوك في الترويج للحملات التطوعية البيئية لدى الطلاب الجامعيين عبر التالي:
- إطلاق صفحات خاصة بالحملات التطوعية البيئية على فيس بوك، والتي يمكن أن تشمل معلومات عن الحملة ونشاطاتها ومنشورات توضح فائدتها البيئية، وذلك لزيادة الوعي بين المستخدمين.
 - استخدام إعلانات فيس بوك المدفوعة للوصول إلى جمهور أوسع، حيث يمكن اختيار الفئات العمرية والاهتمامات والمواقع الجغرافية المحددة التي تهم الحملات التطوعية البيئية.
 - استخدام الإعلانات المستهدفة للوصول إلى طلاب الجامعات المحلية والإقليمية، والتي يمكن أن تشمل رسائل موجهة مثل "مشاركة مجتمعية لصالح البيئة" وتحفيز الطلاب على المشاركة في الحملات التطوعية.
 - التعاون مع مكاتب الخدمة الطلابية في الجامعات لتشجيع الطلاب على المشاركة في الحملات التطوعية البيئية، وذلك من خلال توزيع المنشورات والإعلانات عبر القنوات الرسمية للجامعة على فيس بوك.
- باستخدام هذه الاقتراحات والتوصيات، يمكن للحملات التطوعية البيئية الوصول إلى جمهور أوسع من الطلاب الجامعيين وتشجيعهم على المشاركة في الأنشطة البيئية.

الخاتمة

يلعب فيس بوك دورًا هامًا في الترويج للحملات التطوعية البيئية لدى الطلاب الجامعيين. يمكن للمستخدمين استخدام فيس بوك لإطلاق حملات تطوعية ونشرها على صفحاتهم الشخصية وفي المجموعات المناسبة، كما يمكن استخدام إعلانات فيس بوك المدفوعة للترويج للحملات التطوعية بشكل أكبر وللوصول إلى جمهور أكبر.

يوفر فيس بوك أيضًا مجموعات خاصة تهتم بالقضايا البيئية والتطوع، مما يساعد على جمع الأشخاص الذين يشاركون نفس الاهتمامات ويحفزهم على المشاركة في الحملات التطوعية.

علاوة على ذلك، يقدم فيس بوك منصات إدارة الحملات التطوعية والتي تساعد المشاركين في تنظيم وتنفيذ الحملات التطوعية بشكل أفضل وأكثر فاعلية.

بالإضافة إلى ذلك، يمكن للمستخدمين مشاركة الصور والفيديوهات المتعلقة بالحملات التطوعية على فيس بوك، مما يزيد من وعي الجمهور بالقضايا البيئية ويشجعهم على المشاركة في الحملات التطوعية.

بشكل عام، يمكن القول إن فيس بوك تساهم بشكل كبير في الترويج للحملات التطوعية البيئية لدى الطلاب الجامعيين وتحفزهم على المشاركة فيه فهو أداة قوية لنشر الوعي والترويج لحملات التطوع البيئية بين الطلاب الجامعيين. بفضل عدد المستخدمين الهائل لهذه الشبكة، يمكن للمنظمات البيئية والجمعيات التطوعية الاستفادة منها للتواصل مع الطلاب وتحفيزهم على المشاركة في حملات التطوع.

كما يمكن لفيس بوك أن يساعد في تنظيم هذه الحملات وترويجها بشكل أفضل، من خلال إنشاء صفحات ومجموعات خاصة بالحملات، ونشر الأخبار والفعاليات المختلفة على هذه الصفحات والمجموعات. كما يمكن استخدام الإعلانات المدفوعة على فيس بوك للترويج للحملات التطوعية بشكل أكبر والوصول لعدد أكبر من الطلاب.

بشكل عام، يمكن القول إن دور فيس بوك في الترويج للحملات التطوعية البيئية لدى الطلاب الجامعيين كبير جدًا، ويمثل أحد الأدوات الرئيسية التي يستخدمها المنظمون لتحفيز وجذب الشباب للانضمام إلى حملات التطوع والعمل على تحسين البيئة والمجتمع.

قائمة المراجع

من الكتب:

1. (جابر أحمد برزان (2017): العمل التطوعي، الأردن عمان، دار الجنادرية للنشر والتوزيع، ط1.
2. سمير محمد حسين (1996): بحوث الإعلام الأسس و المبادئ، القاهرة : عالم الكتاب.
3. محمد شفيق (2011): مناهج البحث العلمي، مركز تطوير الأداء والتنمية، مصر، ط.
4. أحمد بن مرسللي (2005) :مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال ط2، ديوان المطبوعات الجامعية،الجزائر.
5. خير الدين عويسي: (1997): دليل البحث العلمي، دار الفكر العربي، القاهرة، ط 1 .
6. بسام عبد الرحمان المشاقبة :نظريات الاعلام،طبعة1 دار أسامة للنشر عمان الاردن2011.
7. فهد سليم الخطيب ,محمد سليمان عواد,مبادئ التسويق - مفاهيم أساسية- دار الفكر عمان الاردن2000.

8. أحمد أبي الحسين بن زكرياء بن فارس,معجم مقاييس اللغة دار الفكر للطباعة والنشر العراق1979.

من قاموس والمعاجم:

9. (أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم بن منظور،لسان العرب،(ت 71 هـ)،ط1 ،دار صادر،بيروت،مادة(نَحَج.)
10. يحي حسن درويش ، معجم مصطلحات الخدمة ،ط1 الشركة المصرية العالمية للنشر القاهرة 1988.

من المذكرات:

11. منتهى الكيلاني (2019) : دور الفيس بوك في نشر ثقافة العمل التطوعي دراسة مسحية على عينة من طلبة الجامعات الأردنية في مدينة عمان، لنيل درجة الماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان الأردن.
12. فتيحة كيجل (2011-2012) : الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي، موقع الفايس بوك نموذجاً لجامعة الحاج لخضر باتنة.
13. مريم بلخضر -سلمى بورنان (2014-2015): دور الفايس بوك في نشر الوعي البيئي دراسة لعينة من طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة قصدي مرياح ورقلة،
14. بابا حنيني ولبوابي عبد الباسط (2021/2022): دور الفيس بوك في تشكيل الرأي العام اتجاه القضايا الاجتماعية دراسة ميدانية من وجهة نظر عينة من طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة، لنيل ماستر، جامعة قاصدي مرياح ورقلة.

من المواقع الأترنت:

15. <https://www.balagh.com/article/2023/02/1222:23> ،h)

16. (<https://www.renovablesverdes.com/ar/voluntariado-ambiental/2023/02/1222:23> ،h)

17.

.18

<https://www.manaraa.com/post/5634.27.02.2021> ،سا، 12:14)

الملاحق

قائمة الملاحق

لملحق رقم (01) : الاستبيان

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
قسم علوم الإعلام و الاتصال



مذكرة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم الإعلام و الاتصال

التخصص : اتصال جماهيري

عزيزي الطالب(ة):

في إطار إعدادنا لمذكرة ماستر أكاديمي في علوم الإعلام و الاتصال تخصص اتصال جماهيري" دور الفيس بوك في الترويج للحملات التطوعية البيئية دراسة استطلاعية على عينة من طلبة اتصال جماهيري ووسائل جديدة جامعة ورقلة".

ولهذا نتشرفبأن نطلب منكم أن تجيبوا عن هذا الاستبيان بإعطائنا آرائهم نحو موضوعنا وذلك بهدف خدمة البحث العلمي وشكرا.

ملاحظة:

نرجو منكم الإجابة بكل دقة، وذلك بوضع علامة (X) بإجاباتكم في الخانات المناسبة وتقبلوا منا جزيل الشكر والتقدير.

المحور الأول: البيانات الديمغرافية

• الجنس: ذكر أنثى

• السن:

المحور الثاني: ما هي عادات وأنماط استخدام موقع الفيس بوك لدى طلبة قسم علم الاتصال بجامعة

ورقلة؟

1. هل حسابك على موقع الفيس بوك

جديد قديم

2. ما هي مدة استخدامك لموقع ...

أقل من ساعة من ساعة إلى ساعتين أكثر من ساعتين

3. منذ متى وأنت تستخدم وتتصفح موقع الفيس بوك

منذ أكثر من 5 سنوات منذ اقل من 5 سنوات

4. ما هي المواضيع التي تتابعونها على موقع الفيس بوك؟

سياسية صحية بيئية رياضية أخرى

اذكرها:

5. هل تعتمدون في متابعة هذه المواضيع على موقع الفيس بوك كمصدر أساسي لها مباشرة

نعم لا

6. كيف تتفاعل مع هذه المواضيع التي يتم نشرها عبر موقع الفيس بوك:

من خلال صفحتك أو صفحات أصدقائك على الفيس بوك

من خلال صفحات متخصصة بهذه المواضيع

7. هل لديكم اهتمامات بالقضايا الاجتماعية والبيئية من خلال صفحات الفيس بوك

نعم لا

8. إذا كانت إجابتك بنعم فما طبيعتها (يمكن اختيار أكثر من بديل)

المشاركة الفعالة في الأعمال والأنشطة التي يدعو لها الفاعلون الرسميون و الجمعيات

متابعة قضايا البيئة والعمل التطوعي على منصات التواصل والتفاعل بشأنها في المجتمع

أخرى اذكرها:

المحور الثالث: ما هي تفضيلات طلبة للموضوعات والأنشطة البيئية على الفيس بوك؟

1. هل تعتمد على صفحات موقع الفيس بوك بغية للحصول على النصائح والإرشادات الصحية والبيئية؟

نعم لا

2. هل يساهم موقع الفيس بوك في توضيح طرق النظافة ومحافظة على البيئة؟

نعم لا

3. هل تساهم الصفحات عبر موقع الفيس بوك لتنمية الوعي والثقافة حول محافظة على الأخطار البيئية لديك؟

نعم لا

4. هل يسعى موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك لترويج وترسيخ مبدأ النظافة؟

نعم لا

5. هل تلعب الصفحات الفيسبوكية دورا في ترشيد السلوكيات للحفاظ على النظافة؟

نعم لا

6. هل يسعى موقع الفيس بوك إلى العمل على تغيير سلوكيات الطلبة السيئة إلى الأحسن للمحافظة على البيئة وذلك بتشجيع على التشجير لإعطاء جمال أكثر؟

نعم لا

المحور الرابع: ما هي اتجاهاتهم نحو الحملات التطوعية البيئية التي يطلقها الفاعلون عبر الفيس بوك؟

1. هناك رد فعل ايجابي للطلبة جامعة قاصدي مباح ورقلة نحو الحملات التطوعية عبر صفحات فيس بوك؟

موافق بشدة موافق محايد

2. يسعى طلبة إلى تحقيق مبدأ (النظافة من الإيمان) من خلال حملات التطوعية للفيس بوك؟

موافق بشدة موافق محايد

3. يتفاعل الطلبة مع الحملات التطوعية للمحافظة على البيئة من خلال موقع الفيس بوك؟

موافق بشدة موافق محايد

4. يعمل الفيس بوك من خلال حملاته التطوعية نحو البيئة على تحسين سلوكيات الطلبة تجاه محيطهم وبيئتهم؟

موافق بشدة موافق محايد

5. تزيد موقع الفيس بوك من زيادة تفعيل العمل التطوعي وزيادة تعاون بين الطلبة لترسيخ حب النظافة؟

موافق بشدة موافق محايد

لملاحق رقم (02): مخرجات spss

Tableaux croisés

Récapitulatif du traitement des observations

	Observations					
	Valide		Manquante		Total	
	N	Pourcent	N	Pourcent	N	Pourcent
س2 * جنس	70	100,0%	0	0,0%	70	100,0%
س4 * جنس	70	100,0%	0	0,0%	70	100,0%
س6 * جنس	70	100,0%	0	0,0%	70	100,0%

Tableau croisé س2 * جنس

		س2			Total
		أقل من ساعة	من ساعة الى ساعتين	أكثر من ساعتين	
جنس	ذكر	Effectif	0	4	5
	% compris dans جنس		0,0%	44,4%	55,6%
جنس	أنثى	Effectif	6	19	36
	% compris dans جنس		9,8%	31,1%	59,0%
Total	Effectif	6	23	41	70
	% compris dans جنس		8,6%	32,9%	58,6%

Tableau croisé س4 * جنس

		س4					Total
		سياسية	صحية	بيئية	رياضية	أخرى	
جنس	ذكر	Effectif	1	1	3	2	2
	% compris dans جنس		11,1%	11,1%	33,3%	22,2%	22,2%
جنس	أنثى	Effectif	2	12	21	16	10
	% compris dans جنس		3,3%	19,7%	34,4%	26,2%	16,4%
Total	Effectif	3	13	24	18	12	70
	% compris dans جنس		4,3%	18,6%	34,3%	25,7%	17,1%

Tableau croisé س6 * جنس

		س6		Total	
		من خلال صفحاتك أو صفحات أصدقائك على الفيسبوك	من خلال صفحات متخصصة بهذه المواضيع		
جنس	ذكر	Effectif	8	1	9
	% compris dans جنس		88,9%	11,1%	100,0%
جنس	أنثى	Effectif	49	12	61
	% compris dans جنس		80,3%	19,7%	100,0%
Total	Effectif	57	13	70	
	% compris dans جنس		81,4%	18,6%	100,0%

Tableaux croisés

Récapitulatif du traitement des observations

	Observations					
	Valide		Manquante		Total	
	N	Pourcent	N	Pourcent	N	Pourcent
س1 * سن	70	100,0%	0	0,0%	70	100,0%
س4 * سن	70	100,0%	0	0,0%	70	100,0%
س6 * سن	70	100,0%	0	0,0%	70	100,0%

Tableau croisé س1 * سن

		س1		Total	
		نعم	لا		
سن	سنة 23-25 من	Effectif	40	12	52
	% compris dans سن		76,9%	23,1%	100,0%
سن	سنة 25 أكثر من	Effectif	14	4	18
	% compris dans سن		77,8%	22,2%	100,0%
Total	Effectif	54	16	70	
	% compris dans سن		77,1%	22,9%	100,0%

4ف * سن * Tableau croisé

		4ف		Total
		نعم	لا	
سن	سنة 23-25 من	Effectif 71,2%	15 28,8%	52 100,0%
	% compris dans سن			
سن	سنة 25 أكثر من	Effectif 66,7%	6 33,3%	18 100,0%
	% compris dans سن			
Total		Effectif 70,0%	21 30,0%	70 100,0%
		% compris dans سن		

6ف * سن * Tableau croisé

		6ف		Total
		نعم	لا	
سن	سنة 23-25 من	Effectif 75,0%	13 25,0%	52 100,0%
	% compris dans سن			
سن	سنة 25 أكثر من	Effectif 61,1%	7 38,9%	18 100,0%
	% compris dans سن			
Total		Effectif 71,4%	20 28,6%	70 100,0%
		% compris dans سن		

Tableaux croisés

Récapitulatif du traitement des observations

	Observations					
	Valide		Manquante		Total	
	N	Pourcent	N	Pourcent	N	Pourcent
1س * جنس	70	100,0%	0	0,0%	70	100,0%
3س * جنس	70	100,0%	0	0,0%	70	100,0%

1س * جنس * Tableau croisé

		1س		Total
		جديد	قديم	
جنس	ذكر	Effectif 100,0%	0 0,0%	9 100,0%
	% compris dans جنس			
جنس	أنثى	Effectif 27,9%	44 72,1%	61 100,0%
	% compris dans جنس			
Total		Effectif 37,1%	44 62,9%	70 100,0%
		% compris dans جنس		

3س * جنس * Tableau croisé

		3س		Total
		سنوات 5 منذ أكثر من	سنوات 5 منذ أقل من	
جنس	ذكر	Effectif 77,8%	2 22,2%	9 100,0%
	% compris dans جنس			
جنس	أنثى	Effectif 59,0%	25 41,0%	61 100,0%
	% compris dans جنس			
Total		Effectif 61,4%	27 38,6%	70 100,0%
		% compris dans جنس		

Tableaux croisés

Récapitulatif du traitement des observations

	Observations					
	Valide		Manquante		Total	
	N	Pourcent	N	Pourcent	N	Pourcent
4س * سن	70	100,0%	0	0,0%	70	100,0%
5س * سن	70	100,0%	0	0,0%	70	100,0%

Tableau croisé سن * سن 4س

		4س					
		سياسية	صحية	بيئية	رياضية	أخرى	
سن	سنة 23-25 من	Effectif سن % compris dans	2 3,8%	12 23,1%	16 30,8%	14 26,9%	8 15,4%
	سنة 25 أكثر من	Effectif سن % compris dans	1 5,6%	1 5,6%	8 44,4%	4 22,2%	4 22,2%
Total		Effectif سن % compris dans	3 4,3%	13 18,6%	24 34,3%	18 25,7%	12 17,1%

Tableau croisé سن * سن 5س

		5س		Total	
		نعم	لا		
سن	سنة 23-25 من	Effectif سن % compris dans	45 86,5%	7 13,5%	52 100,0%
	سنة 25 أكثر من	Effectif سن % compris dans	14 77,8%	4 22,2%	18 100,0%
Total		Effectif سن % compris dans	59 84,3%	11 15,7%	70 100,0%

Effectifs

		جنس	سن	س1	س2	س3	س4	س5
N	Valide	70	70	70	70	70	70	
	Manquante	0	0	0	0	0	0	
Somme		131	88	114	175	97	233	
Centiles	25	2,00	1,00	1,00	2,00	1,00	3,00	1
	50	2,00	1,00	2,00	3,00	1,00	3,00	1
	75	2,00	2,00	2,00	3,00	2,00	4,00	1

Tableau de fréquences

جنس

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	ذكر	9	12,9	12,9	12,9
	أنثى	61	87,1	87,1	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

سن

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	سنة 23-25 من	52	74,3	74,3	74,3
	سنة 25 أكثر من	18	25,7	25,7	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

س1

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	جديد	26	37,1	37,1	37,1
	قديم	44	62,9	62,9	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

س2

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	اقلمنساعة	6	8,6	8,6	8,6

من ساعة ال ساعتين	23	32,9	32,9	41,4
أكثر من ساعتين	41	58,6	58,6	100,0
Total	70	100,0	100,0	

3س

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Validé سنوات 5 منذ أكثر من	43	61,4	61,4	61,4
سنوات 5 منذ أقل من	27	38,6	38,6	100,0
Total	70	100,0	100,0	

4

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Validé سياسية	3	4,3	4,3	4,3
صحية	13	18,6	18,6	22,9
بيئية	24	34,3	34,3	57,1
رياضية	18	25,7	25,7	82,9
أخرى	12	17,1	17,1	100,0
Total	70	100,0	100,0	

5س

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Validé نعم	59	84,3	84,3	84,3
لا	11	15,7	15,7	100,0
Total	70	100,0	100,0	

6س

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Validé من خلال لصفحتك أو صفحات أصدقائك على الفيسبوك	57	81,4	81,4	81,4
من خلال صفحات متخصصة تبيها المواضيع	13	18,6	18,6	100,0
Total	70	100,0	100,0	

7س

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Validé من خلال لصفحتك أو صفحات أصدقائك على الفيسبوك	38	54,3	54,3	54,3
من خلال لصفحات متخصصة تبيها المواضيع	32	45,7	45,7	100,0
Total	70	100,0	100,0	

8س

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Validé المشاركة الفعالة تقنيا لأعمال الأنشطة التي يبدعونها الفاعل ونال رسميون الجمعيات	56	80,0	80,0	80,0
متابعة قضايا البيئة والعمل لتطويعها لمنصات التواصل	10	14,3	14,3	94,3
التفاعل بشأنها في المجتمع	4	5,7	5,7	100,0
أخرى				
Total	70	100,0	100,0	

1ف

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Validé نعم	54	77,1	77,1	77,1
لا	16	22,9	22,9	100,0
Total	70	100,0	100,0	

2ف

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé

نعم	54	77,1	77,1	77,1
لا	16	22,9	22,9	100,0
Valide Total	70	100,0	100,0	

3ف

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
نعم	52	74,3	74,3	74,3
لا	18	25,7	25,7	100,0
Valide Total	70	100,0	100,0	

4ف

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
نعم	49	70,0	70,0	70,0
لا	21	30,0	30,0	100,0
Valide Total	70	100,0	100,0	

5ف

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
نعم	52	74,3	74,3	74,3
لا	18	25,7	25,7	100,0
Valide Total	70	100,0	100,0	

6ف

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
نعم	50	71,4	71,4	71,4
لا	20	28,6	28,6	100,0
Valide Total	70	100,0	100,0	

1ب

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
موافقة شديدة	55	78,6	78,6	78,6
موافق	14	20,0	20,0	98,6
محايد	1	1,4	1,4	100,0
Valide Total	70	100,0	100,0	

2ب

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
موافقة شديدة	56	80,0	80,0	80,0
موافق	13	18,6	18,6	98,6
محايد	1	1,4	1,4	100,0
Valide Total	70	100,0	100,0	

3ب

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
موافقة شديدة	55	78,6	78,6	78,6
موافق	14	20,0	20,0	98,6
محايد	1	1,4	1,4	100,0
Valide Total	70	100,0	100,0	

4ب

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
موافقة شديدة	55	78,6	78,6	78,6
موافق	14	20,0	20,0	98,6
محايد	1	1,4	1,4	100,0
Valide Total	70	100,0	100,0	

ب5

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
موافقة شديدة	56	80,0	80,0	80,0
موافق	13	18,6	18,6	98,6
محاييد	1	1,4	1,4	100,0
Total	70	100,0	100,0	