

## تشكيل الوعي بالسياحة البيئية عبر الشبكات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي: دراسة في الدور والتأثيرات

"الفايسبوك نموذجا"

Shaping awareness of ecotourism through social networks among university youth: a study of the role and effects

" Facebook as a model"

أ.د وليدة حدادي<sup>1\*</sup> ، أ. ساعد كريمة<sup>2</sup>

<sup>1</sup> جامعة سطيف-2 (الجزائر)، haddadiwalida@yahoo.fr

<sup>2</sup> جامعة سطيف-2 (الجزائر)، sakarima19@gmail.com

<sup>1</sup> haddadi walida<sup>2</sup>, saad karima<sup>\*</sup>

<sup>1</sup> Univerity of setif2 (Algeria) & <sup>2</sup> Univerity of setif2 (Algeria)

تاريخ الاستلام: 2022/01/30 تاريخ القبول: 2021/02/20 تاريخ النشر: 2022/03/31

### ملخص:

تهدف هذه الدراسة للكشف عن مساهمة موقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" في تشكيل الوعي بالسياحة البيئية لدى الشباب الجامعي، وباستخدام أداة الاستبيان على عينة من الشباب بجامعة سطيف2 توصلت الدراسة إلى أن الفايسبوك هو أحد أهم مواقع التواصل الاجتماعي اهتماما بالمضامين السياحية، فهو يعتبر وسيلة إعلامية واتصالية يتم عن طريقها نشر وتبادل المعلومات في جميع المجالات وخاصة المجال السياحي، وزيادة الوعي بالسياحة البيئية، ونشر الثقافة السياحية، والإمداد بالمعلومات عن المواضيع السياحية، وكذا تدعيم الاتجاهات الايجابية للحفاظ على السياحة البيئية وحماية مواردها، فهو بذلك له دور فعال وايجابي في تنمية الوعي بالسياحة البيئية لدى الشباب الجامعي.

الكلمات المفتاحية: شبكات التواصل الإجتماعي، الفايسبوك، الوعي السياحي، السياحة البيئية، الشباب الجامعي.

### Abstract:

This study aims to reveal the contribution of the social networking site "Facebook" in shaping awareness of ecotourism among university youth, and by using the questionnaire tool on

\* أ.د وليدة حدادي. haddadiwalida@yahoo.fr

a sample of young people at the University of Setif-2, the study concluded that Facebook is one of the most important social networking sites concerned with tourism content, as it is considered a means of Information and communication through which information is disseminated and exchanged in all fields, especially the tourism field, increased awareness of ecotourism, disseminated tourism culture, and provided information on tourism topics, as well as supporting positive trends to preserve ecotourism and protect its resources. Thus, it has an effective and positive role in developing awareness of ecotourism among university youth.

**Keywords:** Social networks, Facebook, tourism awareness, eco-tourism, university youth.

#### 1- مقدمة:

يتم وصف بإيجاز خلفية موضوع البحث مع عرض الإحالات الأدبية الحديثة ذات صلة بموضوع المقال، بالإضافة الى عرض أسباب واهمية موضوع الدراسة في المقال. إلى جانب ذكر سؤال البحث وأهدافه ومبرراته البحثية.

أنتجت الانترنت كأهم وسائل الإعلام الجديدة خاصة مع ظهور وتطور تقنيات الويب 0.2، ووسائل إتصالية وإعلامية إلكترونية هامة، لم تشهدها المجتمعات البشرية من قبل، وهي "شبكات التواصل الاجتماعي"، مثل الفاييسبوك واليوتيوب والتويتر، التي أتاحت خدمات جليلة وأساليب تفاعلية متعددة انعكست إيجابا على العديد من الجوانب والميادين الحياتية للأفراد والجماعات والمؤسسات، وأصبحت قوة فاعلة في تشكيل الوعي بكل أشكاله، خاصة مع انتشارها بشكل واسع لدى مختلف الفئات في كل المجتمعات.

ويعتبر المجال السياحي من أهم المجالات التي استفادت من خصائص مواقع الشبكات الاجتماعية في التعريف بالمقومات السياحية للوطن على نطاق واسع، يتجاوز الحدود الجغرافية والزمنية، وتكوين صورة ذهنية إيجابية عنها على المستوى المحلي والعالمي، بهدف تنمية الثقافة السياحية، وجذب اهتمام السياح إلى ما فيها من عناصر جذب مميزة، وذلك باستخدام الوسائط المتعددة (نص، صوت، صورة، فيديو)، خاصة أن مسألة تشكيل الوعي السياحي تعد قضية أساسية نحو تحقيق تنمية شاملة على كافة المستويات في ظل المنافسة الشديدة بين الوجهات السياحية، وفي ظل توجه الجزائر نحو ترقية السياحة كمورد اقتصادي بديل يساعد على النهوض بالاقتصاد الوطني.

ويعد موقع الفاييسبوك من أهم مواقع التواصل الاجتماعي بالنظر إلى الارتفاع المتزايد لعدد مستخدميه، حيث تشير سلسلة دراسات مستمرة "الإعلام الاجتماعي العربي" حول "إحصائيات استخدام الفاييسبوك في البلدان العربية" (2017) إلى وجود ما يقرب 156 مليون مستخدم فعال ومتفاعل، بزيادة 41 مليون مستخدم مقارنة بعام 2016، الذي كان فيه إجمالي عدد المستخدمين في الدول العربية 115 مليوناً، وتأتي الجزائر في الترتيب الثالث مقارنة بالدول العربية الأخرى من حيث أعداد مستخدمي الفاييسبوك سنة 2017، الذي بلغ أكثر من 16 مليون مستخدم، بما نسبته 43% من السكان."

وقد "أعلنت شركة فايسبوك عن إحصائياتها في الجزائر (2017) أن المستخدمين الجزائريون النشطون شهريا في هذا الموقع يتراوح عددهم بين 15 و20 مليون مستخدم، منهم 65% رجال و35%، وأكثرهم من فئة الشباب التي تتراوح أعمارهم ما بين 18 و24 سنة، وأغلبهم من الفئة الجامعية"، وهذا نظرا لخصائصه المتعددة وأهمية تطبيقاته، مثل إنشاء المجموعات "Groups"، ونشر عدد لا نهائي من البومات الصور، وإتاحة فرصة مشاركتها وتبادلها بطرق سهلة وسريعة، وعلى نطاق واسع، يساهم في تثقيف السائحين وتوعيتهم وتوجيههم وجذبهم على المستويين المحلي والعالمي، خاصة في مجال السياحة البيئية التي تعد من أهم الأنماط السياحية التي تزخر بها الجزائر، "ذلك أن المتبع والملاحظ لتطور صناعة السياحة البيئية بالتزامن مع الأزمة الاقتصادية العالمية يدرك أهمية دعم هذا التوجه من منظور صناعي وإنتاجي يساهم في زيادة الدخل الوطني وإتاحة الفرص لتشغيل وتوظيف الأيدي العاملة وتحقيق برامج التنمية، وكذلك من المنظور البيئي فهي عامل جذب للسياح وإشباع لرغباتهم وتطلعاتهم في التمتع وزيارة الأماكن الطبيعية، مع الأخذ بعين الاعتبار على أن هذا الاستثمار في مصادر البيئة لا يتعارض مع استنزاف ونفاذ هذه الموارد الطبيعية بل يكون مجال للمحافظة والحماية للسياحة البيئية المستدامة" (هويدي، 2014، ص223).

هذا النمط الذي يمكن استثماره في توفير فرص وإمكانيات متعددة للسائحين على المستوى المحلي والعالمي للملاسة الحياة الفطرية النباتية والحيوانية، والاستمتاع بالمناطق الساحلية والأثرية والجبلية، ومعالمها الجمالية، إلا أن مخاطر استنزاف موارد البيئة وإيقاع الضرر بها وإحداث التلوث فيها، وهو ما يهدد السياحة البيئية وأهداف التنمية المستدامة، ويعوق الأجيال القادمة من الاستفادة منها، يتطلب توظيف مختلف وسائل الإعلام ليس للتعريف بمقوماتها فقط، وإنما من أجل زيادة الوعي بأهميتها وخصائصها وضرورة الحفاظ عليها، ولهذا تظهر ضرورة توظيف مواقع الشبكات الاجتماعية خاصة صفحات الفايسبوك التي تتميز بقدرتها على الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور، وقوتها التأثيرية التي تنبع من خاصية التفاعلية واستخدام الوسائط المتعددة في مضامينها، وذلك من أجل المحافظة على الموارد البيئية والطبيعية للوطن، وتحقيق التنمية المنشودة، حيث يمكن من خلال مواقع التواصل الاجتماعي كشكل جديد من أشكال الإعلام "إذا اعتمد على جهد اتصالي مخطط ومقصود يقوم عليه خبراء متخصصون، أن يحقق عددا من وظائف الإعلام كتزويد الجمهور بالأخبار السياحية عن المقومات والبرامج السياحية، وإمدادهم بالمعلومات التي تساهم في تعليمهم العادات السياحية السليمة، بالإضافة إلى تحقيق عنصر الترفيه من خلال التعرض لتلك المواد، وحشد التأييد لبعض القضايا ذات العلاقة بالنشاط السياحي" (الحربي والسهلي، 2011، ص44).

ولكن على الرغم من أهمية الاستثمار في السياحة البيئية من أجل ترقية القطاع السياحي في الجزائر، التي تزخر بالموارد البيئية والمناطق الساحلية الخلابة على امتداد شريط ساحلي طوله 1200 كلم، والمناطق الصحراوية التي تتمتع بميراث طبيعي وحضاري هام، لا تزال السياحة في الجزائر تواجه العديد من التحديات والعراقيل، بسبب غياب الوعي لدى المجتمع المحلي بها، وعدم توظيف وسائل التسويق والإعلام المناسبة للتعريف بها، وعدم توظيف عوامل الجذب بها لتحسين صورتها لدى السياح، وزيادة إقبالهم عليها، مما يعود على اقتصادها بفوائد جمة. ومن هذا المنطلق جاءت هذه الدراسة على عينة من الشباب بجامعة سطيف-2 للكشف عن مساهمة موقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" في تشكيل الوعي بالسياحة البيئية لدى الشباب الجامعي.

من خلال الإجابة على التساؤلات الآتية:

- ما هي عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي لموقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك"؟

- ما مدى اهتمام الشباب الجامعي بالمضامين السياحية في موقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك"؟
- هل يساهم الشباب الجامعي في نشر الوعي بالسياحة البيئية عبر موقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك"؟
- ما هو دور موقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" في تشكيل الوعي بالسياحة البيئية لدى الشباب الجامعي؟

## 2- تحديد المفاهيم الأساسية في الدراسة:

### 1.2 شبكات التواصل الإجتماعي:

هي مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت، ظهرت مع الجيل الثاني للويب "web 2"، تتيح التواصل بين الأفراد في بنية مجتمع افتراضي، يجمع بين أفرادها اهتمام مشترك أو شبه انتماء (بلد، مدرسة، جامعة، شركة)، يتم التواصل بينهم من خلال الرسائل، أو الاطلاع على الملفات الشخصية، ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض، وهي وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعي بين الشباب، سواء كانوا أصدقاء من الواقع الاجتماعي، أو أصدقاء تم التعرف إليهم من خلال السياقات الافتراضية (عويس، 2012، ص163).

### 2.2 الفاييسبوك "Facebook":

يعد موقع فيس بوك من أكثر المواقع شعبية بين مستخدمي شبكة الانترنت، وترجع فكرة إنشاء موقع الفيس بوك إلى صاحبه "مارك زكربيرج" (Mark Zuckerberg) الذي أطلق هذا الموقع في فبراير عام 2004، حيث قام بتصميم موقع على شبكة الانترنت ليجمع زملاؤه في جامعة هارفارد الأمريكية، ويمكنهم من تبادل أخبارهم وصورهم وآرائهم، ويساعد على التواصل بينهم. وكان في بادئ الأمر متوافر لطلاب جامعة هارفارد، ثم فتح الباب أمام الطلاب والطالبات في الكليات والجامعات الأخرى في سبتمبر عام 2006، ولأي فرد لديه عنوان بريدي، وكشبكة اجتماعية شعبية إلى غير الطلاب، تلاه اندفاع ضخم في عدد المستخدمين، وأصبح الموقع يضم إليه أكثر من مليون مشترك شهريا، وقد نمت قاعدة مستخدمي هذا الموقع إلى 400 مليون شخص في العالم عام 2010. وقد وصف الموقع بأنه "موقع يهدف إلى المنفعة الاجتماعية فهو يساعد على التواصل مع الأشخاص من حولك" (عويس، 2012، ص 164).

### 3.2 الوعي السياحي:

هو إدراك الفرد وفهمه للسياحة وأهميتها الاقتصادية وتقديره للتنمية السياحية، وهو جملة من آداب السلوك والتعامل مع السائح واحترامه وعدم استغلاله والتضييق عليه أو النظر إليه على أنه مصدر للربح، إنما هو ضيف كريم يختلف عليه في السلوك والثقافة، لذا يجب الترحيب به وتقديره لأنه يحقق لبلدهم فوائد اقتصادية (بودريالة، 2016، ص265).

ويعرف الوعي السياحي بأنه إدراك الفرد لمقومات الجذب السياحي سواء الطبيعية أو البشرية وفهمه لخصائص النشاط السياحي وأنواع السياحة، وتقييمه لفوائدها الاقتصادية وتقديره لمشروعات التنمية السياحية واحترامه للسائح وحسن معاملته وحفاظه على الثروات السياحية ومشاركته الايجابية في النشاط السياحي، كما يشير إلى إحساس المجتمع المحلي بعائد وقيمة السياحة بما ينعكس في المعرفة والفهم العميق

للسياحة، والحرص على المحافظة عليها والنظرة الواعية لحاضرها ومستقبلها، مما يؤدي إلى اكتساب الأفراد للسلوكيات والعادات السوية في التعامل مع السائح (القريشي وهادي، ص 8).  
ويمكن بيان أهمية الوعي السياحي من خلال ما يأتي (بودربالة، 2016، ص 267):

- الوعي السياحي يجعل المجتمع حاضن للسياحة وواع لقيمتها.
- جعل السياحة ثقافة عامة لدى جميع الفئات السكانية.
- جذب السائح وإطالة مدة إقامته، وترك أثر طيب يدفعه إلى العودة مرة أخرى ودعوة الآخرين للزيارة.
- توطيد العلاقات الإنسانية باعتبار أن للسياحة دورا فعالا ومهما في العلاقات الإنسانية لأنها ظاهرة طبيعية نابعة أصلا من طبيعة الإنسان وفطرته وما تحويها من غرائز وحواس منذ خلقه.
- تعزيز القناعات الإيجابية لدى المجتمع اتجاه السياحة باعتبارها نشاط إنساني بمرود اقتصادي وبعد ثقافي.
- الحفاظ على الموروث الحضاري والثقافي للبلد المادي وغير المادي.
- تعزيز قيم التفاهم والتآخي والسلام بين الشعوب.
- الحفاظ على مكونات المنتج السياحي سواء من آثار أو موارد بيئية.

#### 4.2 السياحة البيئية "Eco-Tourism":

السياحة البيئية مصطلح حديث نسبيا، ظهر منذ مطلع الثمانينيات من القرن العشرين وجاء ليعبر عن نمط جديد من النشاط السياحي الصديق للبيئة، الذي يمارسه الإنسان، محافظا على الميراث الفطري الطبيعي والحضاري للبيئة التي يعيش فيها، ويمارس فيها نشاطه وحياته، وهو في هذه الممارسة والحياة ليس حرا مطلقا، يفعل ما يشاء دون حساب، بل هو مسئول عما يفعله (حسني رضوان ويحيي إسماعيل).

وتجدر الإشارة إلى أن أول من أطلق مصطلح "السياحة البيئية" هو المعماري المكسيكي وخبير الاتحاد العالمي لصون الطبيعة (IUCN) هكتور سبالوس لاسكوراين وذلك في العام 1983، ومنذ ذلك الحين قام العديد من الخبراء من منظمات دولية عديدة كالإتحاد العالمي لصون الطبيعة ومنظمة السياحة العالمية بتطوير مفهوم السياحة البيئية ووضع شروط لها، وقبل إطلاق المصطلح، كانت العديد من النشاطات السياحية قد بدأت تنشأ بين السياح الواعون والذين بدأوا يدركون مخاطر السياحة الجماعية، وما تتركه من آثار سلبية على المجتمع والبيئة والاقتصاد، وتم إعلان العام 2002 عام السياحة البيئية، وتم الاجتماع في مدينة كيبك في كندا حيث تم الإعلان عن "إعلان السياحة البيئية"، والذي اتفق فيه المشاركون على دعم السياحة البيئية والحفاظ على استدامتها والعديد من الشروط التي تتطلبها، وتعد السياحة البيئية جزءا من السياحة المستدامة تنبع أسسها من النواحي البيئية والاقتصادية والاجتماعية. وتساهم بنشاط في المحافظة على الإرث الوطني الطبيعي والثقافي، وهي تعمل على مشاركة السكان المحليين ومساهماتهم في تخطيط وتطوير المشاريع، وبالتالي تخفف من النزوح السكاني نحو المدن الكبرى، كما تعد أيضا نمطا من أنماط سياحة الطبيعة، وخلالها يستمتع السائح بالمشي أو ركوب القوارب في المناطق الطبيعية مع مرشدين لشرح مظاهر البيئة الطبيعية من النبات والحيوان، وتتمثل في المحميات الطبيعية (حسني رضوان ويحيي إسماعيل).

وتعرف السياحة البيئية بأنها السياحة التي تقتضي السفر إلى المناطق الطبيعية المستقرة نسبيا بهدف محدد يتمثل في الدراسة، الإعجاب والاستمتاع بالمناظر الطبيعية ونباتاتها وحيواناتها البرية، بالإضافة إلى أية

مظاهر ثقافية ناشئة (سواء أكانت من الزمن الماضي أو الحاضر) موجودة في تلك المناطق (خان وزاوي، 2010، ص228).

وفي تعريف آخر عرفت السياحة البيئية على أنها: "ذلك النوع السياحي الذي يجع المحيط البيئي الطبيعي المقصد الأساسي للزائر أو للسائح، وذلك بهدف التعرف على ما يحتويه المحيط البيئي ذلك من أنواع وأنظمة ومظاهر وعناصر طبيعية (مادية، حيوانية، نباتية)، وثقافية، وبغرض التمتع الراقى بمجالات ومعان وتعبيرات عناصر الجذب تلك، بوسائل وأشكال ودرجة انتفاع لا تؤدي إلى تدمير العناصر تلك، أو تحول دون بقائها وتطورها وتجدها وانتقالها إلى الأجيال القادمة، مع ضرورة اشتراك المجتمع المحلي في الانتفاع والمسؤولية (بوذراع، 2018، ص395).

ومنه يجب التفرقة بين السياحة الطبيعية والسياحة البيئية، فالسياحة الطبيعية هي نوع من السياحة التي تعتمد في الأساس على زيارة مناطق طبيعية شأنها في ذلك شأن السياحة البيئية، إلا أنها قد تؤثر على الموارد المتوفرة في هذه المناطق سواء كانت ذات مصادر نباتية أو حيوانية، وبالتالي فإنها لا تأخذ بعين الاعتبار مسألة الحفاظ البيئي، مما قد يؤثر وبشكل كبير على المنطقة، وبما أنها مؤثرة على البيئة فإن السياحة البيئية جاءت لتقلل من هذه الآثار إلى حدها الأدنى، بمعنى أن السياحة البيئية جاءت كنتيجة للآثار السلبية الناتجة عن السياحة الطبيعية (خان وزاوي، 2010، ص 228).

وتجدر الإشارة إلى أن السياحة البيئية تضم مجموعة من الأنواع، سواء المرتبطة بالطبيعة أو التراث، وهي (حسني رضوان ويحيي إسماعيل):

- سياحة المحميات الطبيعية والتي يطلق عليها السياحة الفطرية.
- سياحة المزارع والسياحة الخضراء في السهول والغابات وحدائق الحيوان، وهذا النوع سيتم تناوله بشئ من التفصيل فيما بعد.
- سياحة الصيد للحيوانات البرية والطيور والأسماك.
- سياحة الغوص تحت الماء والألعاب المائية ومشاهدة الشعب المرجانية ودراسة النباتات البحرية، والرحلات الشراعية البحرية.
- سياحة الصحاري حيث الهدوء والسكينة ومراقبة الطيور والحشرات والزواحف والتزلج على الرمال وسباقات الصحراء.
- سياحة السفاري والرحلات.
- تسلق الجبال.
- السياحة العلاجية في المناطق الخالية من التلوث في الجبال والصحاري، وبالقرب من الينابيع الحارة التي يرتادها السياح والزوار للاستشفاء من بعض الأمراض الجلدية وأمراض المفاصل، العلاج الطبيعي بالرمال والأعشاب الطبية والكهوف والمغارات.
- سياحة الاستكشاف والقيام برحلات استكشافية لاستكشاف الصخور.
- سياحة المنتجعات السياحية والمعسكرات الصيفية والكشافية.
- سياحة الآثار والنقوش والمغارات الأثرية، وتحليل الصخور الجيولوجية.
- سياحة المناطق التاريخية والاطلاع على العادات والتقاليد.

- الحرف التقليدية والصناعات اليدوية بما فيها من إبداع، وتذكارات من أعمال خشبية وجلدية وتطريز ومنسوجات وتحف.

- اللباس التقليدي والعادات والتقاليد والأكلات الشعبية.

3- الإجراءات المنهجية للدراسة:

1.3 نوع الدراسة ومنهجها:

يندرج هذا البحث ضمن البحوث الوصفية، وقد استخدمت الدراسة منهج المسح الوصفي للكشف عن مساهمة موقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" في تشكيل الوعي بالسياحة البيئية لدى الشباب الجامعي، الذي يعد من أنسب المناهج العلمية للدراسات التي تستهدف وصف وبناء وتركيب جمهور وسائل الإعلام وأنماط سلوكه، وذلك من خلال تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها، من خلال مجموعة الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات ومصدرها وطرق الحصول عليها" (عبد الحميد، 1993، ص 122).

2.3 مجتمع الدراسة وعينته:

يتمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة في جمهور الطلبة الجامعيين من مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك"، ويضم طلبة جامعة محمد لمين دباغين سطيف-2. ونظرا لكبر حجم مجتمع البحث وتعذر حصر مفرداته عدديا تم اختيار العينة القصدية، وقد بلغ قوامها 70 مفردة مع مراعاة تمثيل جميع التخصصات العلمية. وتوضح خصائص العينة فيما يأتي:

الجدول رقم 1: يبين توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرارات	النسبة %
ذكر	30	42.85%
أنثى	40	57.14%
المجموع	70	100%

الجدول رقم 2: يبين توزيع عينة الدراسة حسب متغير التخصص

التخصص	التكرارات	النسبة %
إعلام واتصال	25	35.7%
علم الاجتماع	10	14.2%
علوم قانونية	05	7.1%
تاريخ وأثار	20	28.5%
أدب عربي	10	14.2%
المجموع	70	100%

3.3 الاستبيان كأداة لجمع البيانات:

استخدمت الدراسة صحيفة الاستبيان، لأنها "تعد من أنسب الأدوات التي تطبق على المبحوثين خاصة المتعلمين، بالإضافة إلى أنها تحقق إعطاء المبحوثين وقتا أطول وفرصة أفضل للإجابة بحرية واطمئنان ودقة ودون تحيز" (شفيق، 1998، ص 119). وقد تم إعداد استمارة البحث الميداني، وصياغة الأسئلة المتضمنة فيها في أشكالها المغلقة والمفتوحة، وترتيبها حسب معطيات الدراسة وأهدافها. وقد تضمنت الاستمارة المحاور الآتية:

تشكيل الوعي بالسياحة البيئية عبر الشبكات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي: دراسة في الدور والتأثيرات  
"الفايسبوك نموذجا"

- المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي لموقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك".  
المحور الثاني: مدى اهتمام الشباب الجامعي بالمضامين السياحية عبر موقع "الفايسبوك".  
المحور الثالث: مساهمة الشباب الجامعي في نشر الوعي بالسياحة البيئية عبر موقع "الفايسبوك".  
المحور الرابع: دور موقع الفاييسبوك في تشكيل الوعي بالسياحة البيئية لدى الشباب الجامعي.  
4- عرض وتحليل وتفسير بيانات الدراسة:

المحور الأول- عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي لموقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك":  
الجدول رقم 3: يبين استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفاييسبوك.

الفئات	التكرارات	التكرار	النسبة %
دائما	55	55	78.5
أحيانا	15	15	21.4
نادرا	00	00	00
المجموع	70	70	100

يبين لنا الجدول أن نسبة كبيرة من عينة الدراسة وهي 78.5% تستخدم موقع التواصل الاجتماعي الفاييسبوك بصفة دائمة، في حين نجد نسبة 21.4% تستخدم الفاييسبوك أحيانا، وهذا يدل على مدى أهمية موقع الفاييسبوك لدى الشباب الجامعي، فهو وسيلة اتصالية مهمة في جميع المجالات، نظرا لانتشاره الواسع وبصفة خاصة في السنوات الأخيرة حيث أضفى فضاء لنشاطات متعددة بالنسبة لمستخدميه، بالإضافة إلى الدور التواصلي مع الأصدقاء، حيث يشهد الموقع يوما بعد يوم تزايد عدد كبير من مستخدميهِ من كل الفئات العمرية والشرائح الاجتماعية.

الجدول رقم 4: يبين منذ متى تملك حسابا على موقع التواصل الاجتماعي الفاييسبوك.

الفئات	التكرارات	التكرار	النسبة %
اقل من سنة	10	10	14.2
من سنة إلى 3 سنوات	15	15	21.4
أكثر من 3 سنوات	45	45	64.2
المجموع	70	70	100

يتضح لنا من نتائج الجدول أن نسبة كبيرة من عينة الدراسة وهي 64.2% تملك حسابا على موقع التواصل الاجتماعي الفاييسبوك أكثر من 3 سنوات، في حين نجد نسبة 21.4% تستخدم موقع الفاييسبوك من سنة إلى 3 سنوات، ونسبة قليلة أي ما يعادل 14.2% من عينة الدراسة تملك حسابا على موقع الفاييسبوك اقل من سنة، وهذا راجع لطبيعة استخدام موقع الفاييسبوك ومدى انتشار استخدامه في الآونة الأخيرة.



## الجدول رقم 5: يبين أوقات استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك.

الفئات	التكرارات	النسبة %
يومية	50	71.4
أسبوعيا	10	14.2
شهريا	10	14.2
المجموع	70	100

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة كبيرة من عينة الدراسة تستخدم موقع الفايسبوك يوميا وهذا بنسبة 71.4%، في حين نجد ما نسبته 14.2% تستخدم موقع الفايسبوك أسبوعيا وشهريا، وهذا يدل على الأهمية الكبيرة التي يحتلها موقع الفايسبوك في حياة الفرد عامة والشباب الجامعي خاصة، فهو شبكة اجتماعية لاقت قبولا وتجاوبا كبيرا من فئة الشباب في جميع أنحاء العالم، فشبكة الفايسبوك حاليا تحتل المركز الثالث بعد موقعي غوغل ومايكروسوفت، فهو موقع تواصل اجتماعي متعدد المجالات فهو يساعد على تبادل المعلومات والملفات والصور ومقاطع الفيديوهات والتعليق عليها، وإمكانية المحادثة أو الدردشة الفورية، ونظرا لاستخداماته المتعددة أصبح لا يستغنى عنه.

## الجدول رقم 6: يبين عدد مرات تصفح موقع الفايسبوك في اليوم.

الفئات	التكرارات	النسبة %
مرة واحدة	00	00
من مرتين إلى 4 مرات	20	28.5
أكثر من 4 مرات	50	71.4
المجموع	70	100

يتبين لنا من الجدول أن عدد مرات تصفح موقع الفايسبوك في اليوم لدى الشباب الجامعي أكثر من 4مرات وهذا ما دلت عليه النسبة 71.4%، وهذا لما يتميز به موقع الفايسبوك، إذ أصبح الشغل الشاغل للمتصفحين وهذا بغرض إحداث تغيير وتنوع في المواقع الالكترونية التي يستعملها في البحث، فهو أصبح في وقتنا الحالي المصدر الأساسي للمعلومة لدى الطالب الجامعي، في حين نجد ما نسبته 28.5% تتصفح موقع الفايسبوك من مرتين إلى 4 مرات في اليوم، وهذا حسب طبيعة استخدامه من طرف الشباب الجامعي.

## الجدول رقم 7: يبين وقت تصفح موقع الفايسبوك.

الفئات	التكرارات	النسبة %
اقل من ساعة	15	21.4
من ساعة إلى 3 ساعات	30	42.8
أكثر من 3 ساعات	25	35.7
المجموع	70	100

يتبين لنا من خلال الجدول أن وقت تصفح موقع الفايسبوك لدى الشباب الجامعي من ساعة إلى 3 ساعات وهذا ما دلت عليه النسبة 42.8%، في حين نجد ما نسبته 35.7% أكثر من 3 ساعات، ونسبة قليلة أجابت بأقل من ساعة بنسبة 21.4%، وهذا يدل على أن وقت التصفح للفايسبوك يكون حسب الظروف.

تشكيل الوعي بالسياحة البيئية عبر الشبكات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي: دراسة في الدور والتأثيرات  
"الفايسبوك نموذجا"

الجدول رقم 8: يبين طبيعة المواضيع التي تتابعها عبر موقع الفايسبوك.

الفئات	التكرارات	النسبة %
ثقافية	20	13.33
اجتماعية	40	26.6
علمية	15	10
بيئية	10	6.6
سياحية	15	10
اخرى	50	33.33
المجموع	150	100

من خلال الجدول يتبين لنا أن طبيعة المواضيع التي يتابعها الشباب الجامعي عبر موقع الفايسبوك متنوعة المجالات، حيث نجد المواضيع الاجتماعية تحتل المرتبة الأولى حسب رأي عينة الدراسة وهذا ما دلت عليه النسبة 26.6%، بالإضافة إلى المواضيع السياسية والتجارية والدينية والاقتصادية والرياضية بنسبة 33.33%، تليها المواضيع الثقافية بنسبة 13.33%، وبنسب متفاوتة نجد المواضيع العلمية والسياحية بنسبة 10%، ثم المواضيع البيئية بنسبة 6.6%، فهذه النسبة تدل على مدى أهمية موقع الفايسبوك لدى الشباب الجامعي، فمن خلاله يستطيع التطلع على جميع المواضيع وفي شتى المجالات فهو وسيلة نشر وتبادل المعلومات والأفكار.

المحور الثاني- مدى اهتمام الشباب الجامعي بالمضامين السياحية عبر موقع الفايسبوك:

الجدول رقم 9: يبين استخدام موقع الفايسبوك في نشر وتبادل المعلومات عن المضامين السياحية.

الفئات	التكرارات	النسبة %
نعم	50	71.4
لا	20	28.5
المجموع	70	100

يتضح لنا من خلال الجدول أن الشباب الجامعي يستخدم موقع الفايسبوك في نشر وتبادل المعلومات عن المضامين السياحية وهذا ما دلت عليه نسبة كبيرة من إجابة عينة الدراسة بنسبة 71.4%، في حين نجد ما نسبته 28.5% أجابت بعدم استخدام موقع الفايسبوك في نشر وتبادل المعلومات عن المضامين السياحية، وهذا راجع لاهتمامات الشباب الجامعي وميوله للمواضيع التي يولي لها أهمية كبيرة.

الجدول رقم 10: يبين الانتماء إلى صفحات أو مجموعات خاصة بالسياحة عبر الفايسبوك.

الفئات	التكرارات	النسبة %
نعم	30	42.8
لا	40	57.1
المجموع	70	100

يتضح لنا من الجدول أن ما نسبته 57.1 % من عينة الدراسة لا تنتمي إلى صفحات أو مجموعات خاصة بالسياحة عبر موقع الفايسبوك، في حين نجد ما نسبته 42.8% من عينة الدراسة أجابت بنعم، وهذا راجع لاهتمامات الشباب الجامعي بمثل هذه المواضيع، وكذا مجال تخصصهم.

الجدول رقم 11: يبين المجموعات أو الصفحات السياحية المنتمي إليها عبر موقع الفايسبوك.

النسبة %	التكرار	الفئات
15.3	10	ثقافة بيئي
7.6	5	بلادي الجميلة
30.7	20	السياحة في العالم
7.6	5	السياحة في بابور
23	15	جمال بلادي
7.6	5	بوابة تركيا
7.6	5	البهجة للسياحة والأسفار
100	65	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول أن هناك مجموعات وصفحات سياحية متعددة التي ينتمي إليها عينة الدراسة عبر موقع الفايسبوك، وهذا ما توضحه النسب التالية: السياحة في العالم بنسبة 30.7%، جمال بلادي بنسبة 15%، ثقافة بيئي بنسبة 10%، في حين نجد بلادي الجميلة والسياسة في بابور وبوابة تركيا، البهجة للسياحة والأسفار بنسبة 7.6 %، فهذا التنوع في المجموعات والصفحات يدل على أن الشباب الجامعي لديه معلومات وأفكار حول المواضيع السياحية سواء وطنيا أو عالميا.

الجدول رقم 12: يبين طبيعة تصفح موقع الفايسبوك في مجال السياحة.

النسبة %	التكرار	الفئات
17.6	15	نشر الصور الخاصة عن السياحة
29.4	25	مشاهدة فيديوهات حول السياحة
41.1	35	الردشة والتعليق حول المواضيع السياحية المنشورة
11.7	10	الترويج لبعض المناطق السياحية غير المعروفة إعلاميا
100	85	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول أن تصفح عينة الدراسة لموقع الفايسبوك في مجال السياحة يكون في شكل الدردشة والتعليق حول المواضيع السياحية المنشورة بنسبة 35%، في حين نجد مشاهدة الفيديوهات حول السياحة بنسبة 25%، تلمها نشر الصور الخاصة عن السياحة بنسبة 17.6%، ثم الترويج لبعض المناطق السياحية غير المعروفة إعلاميا بنسبة 10%، فهذه النسب المتفاوتة تدل على أن الشباب الجامعي يولي أهمية كبيرة للمواضيع السياحية عبر موقع الفايسبوك، ومحاولة نشر هذه المواضيع وتبادل المعلومات حولها، للاستفادة والتعرف على مناطق سواء عالمية أو وطنية واكتشافها عبر وسيلة الفايسبوك.

الجدول رقم 13: يبين طبيعة المواضيع السياحية التي تنشر عبر موقع الفايسبوك.

النسبة %	التكرار	الفئات
50	40	صور
31.2	25	تعليقات

تشكيل الوعي بالسياحة البيئية عبر الشبكات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي: دراسة في الدور والتأثيرات  
"الفايسبوك نموذجا"

مقالات	5	6.25
أخبار	5	6.25
فيديوهات	5	6.25
المجموع	80	100

يبين لنا الجدول أن طبيعة المواضيع السياحية التي تنشر عبر موقع الفاييسبوك تكون في شكل صور بنسبة 50%، تليها التعليقات على هذه المواضيع بنسبة 31.2%، في حين نجد المقالات والأخبار والفيديوهات بنسبة 6.25%، فحسب إجابات عينة الدراسة نجد أن الصورة ابلغ من الكلام والكتابة، وهذا لمدى أهمية موقع الفاييسبوك في نشر وتبادل الصور بين مستخدميه فهو يتيح فرصة التعرف على المواضيع، وكذا التعليق عليها بكل حرية والاستفادة منها ومشاركتها مع الآخرين للتعرف أكثر على المناطق السياحية.

الجدول رقم 14: يبين استخدام موقع الفاييسبوك في المجال السياحي.

الفئات	التكرارات	النسبة %
الحصول على جديد المواضيع السياحية	15	21.4
المشاركة مع الآخرين للتعرف على المناطق السياحية	35	50
للتعريف بالمقومات السياحية التي تزخر بها بلادك	20	28.5
المجموع	70	100

يتضح لنا من الجدول أن استخدام موقع الفاييسبوك في المجال السياحي، يكون بالمشاركة مع الآخرين للتعرف على المناطق السياحية بنسبة 50%، تليها نسبة 28.5% التعريف بالمقومات السياحية التي تزخر بها البلاد، وأخيرا الحصول على جديد المواضيع السياحية بنسبة 21.4%، فهذه النسبة المتفاوتة تدل على أن موقع الفاييسبوك يلعب دورا هاما وفعالا في المجال السياحي، فعن طريقه يتم الحصول على المعلومات والأفكار عن المناطق السياحية، ونشرها وتبادلها بين مستخدمي هذا الموقع للاستفادة والتعريف أكثر بهذا المجال الحيوي، فعن طريق موقع الفاييسبوك يتسنى لمستخدمه التعرف على مناطق سياحية عالمية أو وطنية لم يسبق التعرف عليها، وكذا يتيح مشاركتها مع الآخرين لاستقطاب جمهور كبير عن المجال السياحي.

الجدول رقم 15: يبين أسباب استخدام موقع الفاييسبوك في المضامين السياحية.

الفئات	التكرارات	النسبة %
نشر الثقافة السياحية	5	7.1
تبادل المعلومات حول المواضيع السياحية	5	7.1
معرفة الجديد عن المناطق السياحية	55	78.5
التعريف ببعض المناطق السياحية والترويج لها	5	7.1
المجموع	70	100

يتبين لنا من الجدول أن أسباب استخدام موقع الفاييسبوك في المضامين السياحية يعود بالدرجة الأولى حسب إجابات عينة الدراسة إلى معرفة الجديد عن المناطق السياحية، وهذا ما دلت عليه النسبة 78.5%، ثم نشر الثقافة السياحية، وتبادل المعلومات حول المواضيع السياحية، والتعريف ببعض المناطق السياحية والترويج لها بنسبة 7.1%، وهذا يدل على أن السبب الرئيسي لاستخدام موقع الفاييسبوك في

المجال السياحي يكون عن طريق نشر المعلومات عن المناطق السياحية الجديدة، وهذا ما يتميز به الفايسبوك كوسيلة لنقل كل ما هو جديد وفوري لمستخدميه في جميع المجالات، فهو وسيلة إعلامية يتم من خلالها نشر كل ما هو جديد عن المضامين السياحية سواء عالميا أو وطنيا أو محليا.

المحور الثالث- مساهمة الشباب الجامعي في نشر الوعي بالسياحة البيئية عبر الفايسبوك:

الجدول رقم 16: يبين التفاعل مع المضامين التي تنشر عن الوعي بالسياحة البيئية عبر الفايسبوك.

الفئات	التكرارات	التكرار	النسبة %
أفاعل معها	60		85.7
لا اهتم	10		14.2
المجموع	70		100

يتبين من خلال الجدول أن نسبة التفاعل مع المضامين التي تنشر عن الوعي بالسياحة البيئية عبر موقع الفايسبوك حسب إجابات عينة الدراسة أنهم يتفاعلون معها وهذا بنسبة 85.7%، في حين نجد نسبة 14.2% لا يهتموا بالمضامين التي تنشر عن السياحة البيئية، وهذا يدل على طبيعة اهتمامات الشباب الجامعي وميوله الشخصي وكذا مجال تخصصه.

الجدول رقم 17: يبين نشر مضامين تتعلق بالسياحة البيئية عبر موقع الفايسبوك.

الفئات	التكرارات	التكرار	النسبة %
نعم	45		64.2
لا	25		35.7
المجموع	70		100

يتضح لنا من خلال الجدول أن أغلبية عينة الدراسة أجابت بنشر مضامين تتعلق بالسياحة البيئية عبر موقع الفايسبوك وهذا ما دلت عليه النسبة 64.2%، في حين نجد ما نسبته 35.7% أجابوا بعدم استخدام موقع الفايسبوك في نشر مضامين السياحة البيئية، فموقع الفايسبوك باعتباره وسيلة إعلامية بالدرجة الأولى فمن خلاله يتم تبادل المعلومات في شتى المجالات، وخاصة مجال السياحة البيئية فهو يسعى إلى توعية الشباب الجامعي بالسياحة البيئية، وكذا نشر الثقافة البيئية بينهم، وكذا التعريف بالمقومات السياحية التي تزخر بها البلاد، وهو بذلك يعد أهم موقع اجتماعي يعتمد عليه مستخدميه لنشر كل ما يساهم في رقي وتطور معارفهم.

الجدول رقم 18: يبين الدافع لنشر المضامين عن السياحة البيئية عبر موقع الفايسبوك.

الفئات	التكرارات	التكرار	النسبة %
التعرف على أماكن سياحية لم تزرها من قبل	40		50
تكوين صداقات مع أشخاص لهم نفس الاهتمامات السياحية	10		12.5
التفاعل مع ما ينشر حول السياحة البيئية	20		25
الاكتفاء بالمشاهدة لما ينشر عن السياحة البيئية	10		12.5
المجموع	80		100

يتبين من خلال الجدول أن الدافع لنشر المضامين عن السياحة البيئية عبر موقع الفايسبوك، هو التعرف على أماكن سياحية لم تزرها عينة الدراسة من قبل وهذا ما دلت عليه النسبة 50%، تليها التفاعل

تشكيل الوعي بالسياحة البيئية عبر الشبكات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي: دراسة في الدور والتأثيرات  
"الفايسبوك نموذجا"

مع ما ينشر حول السياحة البيئية بنسبة 25%، ثم تكوين صداقات مع أشخاص لهم نفس الاهتمامات السياحية، وكذا الاكتفاء بالمشاهدة لما ينشر عن السياحة البيئية بنسبة 12.5%، فموقع الفاييسبوك له أهمية كبيرة في إعطاء المعلومات والبيانات عن كل ما يريد مستخدمه معرفته في شتى المجالات، وخاصة المجال السياحي فمن خلاله يستطيع المتصفح للصفحات والمجموعات السياحية، التعرف عن جديد السياحة بمختلف أنواعها وفي جميع أنحاء العالم، فالدور الذي يلعبه موقع الفاييسبوك إعلامي بالدرجة الأولى.

الجدول رقم 19: يبين التفاعل مع المضامين الخاصة بالسياحة البيئية من قبل الأصدقاء على موقع الفاييسبوك.

النسبة %	التكرار	الفئات
57.1	40	أسجل إعجابا
21.4	15	أقوم بمشاركتها مع الآخرين
14.2	10	اعلق عليها
7.1	5	أنجاهلها
100	70	المجموع

يتبين من خلال الجدول أن التفاعل مع المضامين الخاصة بالسياحة البيئية التي تنشر عبر موقع الفاييسبوك تكون في شكل تسجيل الإعجاب بالمضمون وهذا بنسبة 57.1%، تليه مشاركة المضامين الخاصة بالسياحة البيئية بنسبة 21.4%، ثم بنسب متقاربة 14.2% و 7.1% للتعليق على المضامين السياحية، تجاهلها حسب إجابات عينة الدراسة.

الجدول رقم 20: يبين نوع السياحة البيئية المفضلة لمشاركتها مع الأصدقاء عبر موقع الفاييسبوك

النسبة %	التكرار	الفئات
13.3	10	السياحة الشاطئية
13.3	10	السياحة الصحراوية
46.6	35	السياحة الجبلية
13.3	10	السياحة التراثية
13.3	10	جميعها
100	75	المجموع

يتبين من خلال الجدول أن نوع السياحة البيئية المفضلة لدى عينة الدراسة لمشاركتها مع أصدقائهم عبر موقع الفاييسبوك تتمثل بالدرجة الأولى في السياحة الجبلية بنسبة 46.6%، تليها السياحة الشاطئية والسياسة التراثية، والسياسة الصحراوية بنسبة 13.3%، وهذا دليل على أن الشباب الجامعي يفضل السياحة الجبلية على غرار الأنواع الأخرى، ويرجع ذلك للاهتمامات الشخصية والميول لمثل هذا النوع باعتبار أن فئة الشباب فئة مغامرة، وتحب الاكتشاف وتسلق الجبال.

الجدول رقم 21: يبين متابعة صفحات السياحة البيئية عبر موقع الفايسبوك.

النسبة %	التكرار	الفئات
78.5	55	نعم
21.4	15	لا
100	70	المجموع

يتبين من خلال الجدول أن ما نسبته 78.5% من عينة الدراسة تتابع صفحات السياحة البيئية عبر موقع الفايسبوك، ونسبة قليلة 21.4% لا تتابع هذه الصفحات، وهذا دليل على اهتمام الشباب الجامعي للمواضيع السياحية، ولما لهذه الصفحات من أهمية كبيرة في نشر كل ما يتعلق بالسياحة البيئية، وكذا التعريف بالمقومات السياحية، وتوعية الشباب بالسياحة البيئية.

الجدول رقم 22: يبين جذب صفحات السياحة البيئية عبر موقع الفايسبوك.

النسبة %	التكرار	الفئات
28.5	20	الميل الشخصي للسياحة والأسفار
21.4	15	التعرف على مقومات السياحة البيئية
50	35	الرغبة في القيام برحلات سياحية لمناطق سياحية
100	70	المجموع

يتبين من خلال الجدول أن صفحات السياحة البيئية عبر موقع الفايسبوك تعتبر وسيلة جذب لعينة الدراسة، وهذا للرغبة في القيام برحلات سياحية لمناطق سياحية وهذا ما تدل عليه النسبة 50%، يلها الميل الشخصي للسياحة والأسفار بنسبة 28.5%، ثم التعرف على مقومات السياحة البيئية بنسبة 21.4%، فصفحات السياحة البيئية عبر موقع الفايسبوك تعد بمثابة الدليل والمرشد لكل من يريد التعرف على السياحة البيئية، فهي تنشر كل ما يتعلق بالسياحة والأسفار، وفئة الشباب تعد من الفئات التي لها رغبة في المغامرة والسفر ومعرفة كل جديد عن المناطق السياحية سواء العالمية أو الوطنية والمحلية.

المحور الرابع- بيانات حول دور الفايسبوك في تشكيل الوعي بالسياحة البيئية لدى الشباب الجامعي:  
الجدول رقم 23: يبين نجاح موقع الفايسبوك في نشر ثقافة السياحة البيئية مقارنة بالوسائل الإعلامية الأخرى.

النسبة %	التكرار	الفئات
92.8	65	نعم
7.1	5	لا
100	70	المجموع

يتبين من خلال الجدول أن موقع الفايسبوك له دور كبير في نشر ثقافة السياحة البيئية مقارنة بالوسائل الإعلامية الأخرى، وهذا ما دلت عليه النسبة 92.8%، في حين نجد نسبة قليلة 7.1% تجيب بلا، وهذا دليل على أن موقع الفايسبوك له أهمية ودور فعال في نشر كل ما يتعلق بالسياحة البيئية، فهو وسيلة إعلامية واتصالية يتم من خلالها التواصل بين مستخدميها، وتبادل المعلومات والمضامين السياحية لتكوين جيل له ثقافة سياحية، فالشباب الجامعي يعتبر موقع الفايسبوك المصدر الأساسي لاقتناء المعلومات في جميع المجالات وخاصة المجال السياحي.

تشكيل الوعي بالسياحة البيئية عبر الشبكات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي: دراسة في الدور والتأثيرات  
"الفايسبوك نموذجا"

الجدول رقم 24: يبين فعالية ونجاح موقع الفاييسبوك في نشر ثقافة السياحة البيئية.

النسبة %	التكرار	التكرارات	الفئات
11.11	10		التوعية بأهمية السياحة البيئية
44.4	40		المساهمة في نشر المستجدات عن أماكن سياحية وتشجيع زيارتها.
22.2	20		التعريف بالمقومات السياحية بنشر المعلومات عنها
22.2	20		باعتبار موقع الفاييسبوك من أكثر المواقع تناولا للمواضيع السياحية
100	90		المجموع

يتضح من خلال الجدول أن فعالية ونجاح موقع الفاييسبوك في نشر ثقافة السياحة البيئية تتمثل بالدرجة الأولى في المساهمة في نشر المستجدات عن أماكن سياحية وتشجيع زيارتها وهذا ما دلت عليه النسبة 44.4%، تليها التعريف بالمقومات السياحية بنشر المعلومات عنها، وكذا باعتبار موقع الفاييسبوك من أكثر المواقع تناولا للمواضيع السياحية، ولأنه الذي تكون نسبة المشاهدة فيه كثيرة، وهذا ما دلت عليه النسبة 22.2%، ثم أخيرا التوعية بأهمية السياحة البيئية بنسبة 11.11%، فهذه النتائج تدل على أن موقع الفاييسبوك ذا أهمية كبيرة في نشر ثقافة السياحة البيئية لدى مستخدميها خاصة الشباب الجامعي، الذي يعتبر من أهم الوسائل الإعلامية التي يعتمد عليها لزيادة معارفه، وتبادل المعلومات مع الآخرين خاصة فيما يخص السياحة البيئية أثناء فصل الصيف الذي يكون فيه الشباب أكثر اهتماما بالسياحة والأسفار، ومحاولة السفر للمناطق السياحية الجذابة، ومعرفة كل جديد عن مناطق الجذب والاهتمام.

الجدول رقم 25: يبين مساهمة الفاييسبوك في تشكيل الوعي بالسياحة البيئية لدى الشباب الجامعي.

النسبة %	التكرار	التكرارات	الفئات
21.4	15		إمداد المسافر بطرق جديدة للبحث عن المعلومات واكتشافها عن المناطق السياحية.
35.7	25		تبادل ونشر المعلومات المتعلقة بالرحلات والبرامج السياحية.
42.8	30		عرض الخدمات والتسهيلات بطريقة جذابة ومتطورة
100	70		المجموع

يتبين من خلال الجدول أن موقع الفاييسبوك يساهم بنسبة كبيرة في تشكيل الوعي بالسياحة البيئية لدى الشباب الجامعي وهذا ما دلت عليه النسبة 42.8%، فهو يساهم بالدرجة الأولى في عرض الخدمات والتسهيلات بطريقة جذابة ومتطورة، تليها نسبة 35.7% في تبادل ونشر المعلومات المتعلقة بالرحلات والبرامج السياحية، وأخيرا ما نسبته 21.4% في أن موقع الفاييسبوك يساهم بإمداد المسافر بطرق جديدة للبحث عن المعلومات واكتشافها عن المناطق السياحية، فموقع الفاييسبوك له أهمية بالغة في تشكيل الوعي بالسياحة البيئية وهذا باعتباره وسيلة جديدة لنشر المستجدات وكل المعلومات خاصة المتعلقة بها بالسياحة البيئية، فهو مصدر أساسي لاقتناء المعلومة خاصة لدى الشباب الجامعي.



الجدول رقم 26: يبين الغاية من التعريف بالسياحة البيئية عبر موقع الفاييسبوك.

النسبة %	التكرار	التكرارات	الفئات
71.4	50		زيادة الوعي البيئي ونشر الثقافة البيئية.
21.4	15		التأكيد على أهمية مواقع الجذب البيئي خاصة ما يتعلق منها بالنباتات والحيوانات والثقافات المحلية
7.1	5		تحقيق الوعي من خلال الشعور المسؤول من قبل السياح تجاه البلدان المضيفة
100	70		المجموع

يتبين من خلال الجدول أن الهدف الأساسي من التعريف بالسياحة البيئية عبر موقع الفاييسبوك هي زيادة الوعي البيئي ونشر الثقافة البيئية وهذا ما دلت عليه النسبة 71.4%، تلمها التأكيد على أهمية مواقع الجذب البيئي خاصة ما يتعلق منها بالنباتات والحيوانات والثقافات المحلية بنسبة 21.4%، وأخيرا تحقيق الوعي من خلال الشعور المسؤول من قبل السياح تجاه البلدان المضيفة بنسبة 7.1%، ومنه نستنتج أن موقع الفاييسبوك يهدف بالدرجة الأولى إلى التعريف بالسياحة البيئية بإعطاء المعلومات الكافية حولها، وهذا يتضح جليا من خلال الصفحات والمجموعات السياحية الموجودة عبر الموقع سواء الصفحات العالمية أو الوطنية، فهي تعتبر المرشد لكل متصفح لها وتزويده بكل جديد، فهي تهدف إلى تشكيل الوعي بالسياحة البيئية ونشر الثقافة البيئية، لتكوين شباب واعي له دراية تامة بالمقومات السياحية التي تزخر بها بلاده وباقي بلدان العالم، فموقع الفاييسبوك كخدمة من خدمات الانترنت أصبح يشكل قرية صغيرة، يتبادل فيها المستخدمين له المعلومات والأفكار في جميع ميادين الحياة.

الجدول رقم 27: يبين الدور الذي يؤديه موقع الفاييسبوك في تشكيل الوعي بالسياحة البيئية.

النسبة %	التكرار	التكرارات	الفئات
47.3	45		دور إعلامي
21	20		دور تثقيفي
21	20		دور توعوي
10.5	10		دور ترفيهي
100	95		المجموع

يتضح من خلال الجدول أن الدور الذي يلعبه موقع الفاييسبوك في تشكيل الوعي بالسياحة البيئية هو دور إعلامي بالدرجة الأولى، وهذا ما دلت عليه النسبة 47.3%، يليه الدور التثقيفي والتوعوي بنسبة 21%، وأخيرا الدور الترفيهي بنسبة 10.5%، فموقع الفاييسبوك له دور هام في نشر وتبادل المعلومات خاصة فيما تعلق بالسياحة البيئية، فهو في وقتنا الحالي أصبح وسيلة إعلامية بالدرجة الأولى مقارنة بالوسائل الإعلامية الأخرى، فمن خلاله يمكن التعرف على كل المستجدات وعرض الخدمات والتسهيلات الخاصة بالسياحة البيئية، فهو يعد المرجع الأساسي لكل مستخدم له ولا يمكن الاستغناء عن خدماته المتعددة والمتنوعة، ولا نغفل كذلك الدور التوعوي والتثقيفي خاصة في مجال السياحة فهو يحاول نشر الوعي البيئي، ويساهم بالتعريف بالمقومات السياحية، باعتباره من بين المواقع أكثر تناولا وأكثر استخداما.

تشكيل الوعي بالسياحة البيئية عبر الشبكات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي: دراسة في الدور والتأثيرات  
"الفايسبوك نموذجا"

الجدول رقم 28: يبين نوع تأثير موقع الفاييسبوك في تشكيل الوعي بالسياحة البيئية.

النسبة %	التكرار	الفئات
78.5	55	تأثير ايجابي
00	00	تأثير سلبي
21.4	15	لا يوجد أي تأثير
100	70	المجموع

يتبين من خلال الجدول أن لموقع الفاييسبوك تأثيرا ايجابيا في تشكيل الوعي بالسياحة البيئية وهذا ما دلت عليه النسبة 78.5%، في حين نجد أن ما نسبته 21.4% تدل على انه لا يوجد أي تأثير لموقع الفاييسبوك في تشكيل الوعي بالسياحة البيئية، ويرجع هذا لمدى أهمية موقع الفاييسبوك والدور الفعال الذي يلعبه في إعطاء المعلومات الجديدة والمتطورة في جميع الميادين وخاصة ميدان السياحة البيئية، وكذا النسبة الكبير للصفحات والمجموعات السياحية التي تنشط عبر موقع الفاييسبوك، والتي لها تأثير كبير على متصفحها وهذا لما تنشره من صور وفيديوهات وأخبار حول كل ما يدور في تشكيل الوعي بالسياحة البيئية.

الجدول رقم 29: يبين تقييم دور موقع الفاييسبوك في تشكيل الوعي بالسياحة البيئية.

النسبة %	التكرار	الفئات
14.8	20	دورا فعالا
7.4	10	دورا محوريا
51.8	70	دورا ايجابي
18.5	25	دورا مهما
7.4	10	دوره يحتاج للتفعيل
100	135	المجموع

يتبين من خلال الجدول أن نسبة كبيرة من إجابات عينة الدراسة أكدت على أن موقع الفاييسبوك له دور ايجابي في تشكيل الوعي بالسياحة البيئية لدى الشباب الجامعي وهذا ما دلت عليه النسبة 51.5%، تلمها النسب المتفاوتة 18.5% و 14.8% بان لموقع الفاييسبوك دورا فعالا ومهما في تشكيل الوعي بالسياحة البيئية، وأخير ما نسبته 7.4% على أن موقع الفاييسبوك له دورا محورا لابد من تفعيل وتنشيط هذا الدور في مال السياحة لنشر المعرفة والإقبال على السياحة خاصة السياحة الداخلية، وهو بذلك أحد تطبيقات الإعلام الجديد من خلال نشر المستجدات حو السياحة في مختلف دول العالم عبر الصفحات والمجموعات الخاصة، وبهذا فموقع الفاييسبوك هو وسيلة إعلامية بالدرجة الأولى، ووسيلة اتصالية يتم من خلالها تبادل المعلومات ومناقشتها والتعليق عليها ونشرها والاستفادة منها، فهذا لما له من دور ايجابي ويرجع هذا إلى مستخدم هذا الموقع، فلكل وسيلة ايجابيتها وسلبيتها.

5- نتائج الدراسة:

لقد توصلت دراستنا هذه إلى النتائج التالية:

- يستخدم موقع التواصل الاجتماعي الفاييسبوك بنسبة كبيرة حسب عينة الدراسة وهذا ما تمثله النسبة 78.5%.

- يعتبر موقع الفاييسبوك من أكثر الوسائل الإعلامية لتناول مختلف المواضيع وهذا ما تمثله النسبة 33.33%، فهو يتطرق للمواضيع الاجتماعية والثقافية، والعلمية والتكنولوجية، والسياسية والدينية والرياضية، والسياحية والبيئية.
- يعتبر موقع الفاييسبوك من المواقع الأكثر استخداما في نشر وتبادل المعلومات عن المضامين السياحية وهذا ما تمثله النسبة 71.4%.
- يستخدم موقع الفاييسبوك في المجال السياحي لمعرفة الجديد عن الأماكن السياحية وهذا ما تمثله النسبة 78.5%، وكذا مشاركة الآخرين لنشر الثقافة السياحية، والتعريف بالمقومات السياحية.
- أن الدافع من نشر المضامين السياحية عبر موقع الفاييسبوك هو التعرف على أماكن سياحية لم يسبق زيارتها، وكذا الرغبة في القيام برحلات سياحية وهذا ما تمثله النسبة 50%.
- يعتبر موقع الفاييسبوك ذا أهمية بالغة في نشر ثقافة السياحة البيئية وهذا ما تمثله النسبة 92.8%.
- تتجسد مقومات فعالية ونجاح موقع الفاييسبوك في المساهمة في نشر المستجدات عن أماكن سياحية وتشجيع زيارتها، وكذا التعريف بالمقومات السياحية بنشر المعلومات عنها وهذا ما تمثله النسبة 66.6%.
- يساهم موقع الفاييسبوك في تشكيل الوعي بالسياحة البيئية لدى الشباب الجامعي ويتجلى ذلك في عرض الخدمات والتسهيلات بطريقة جذابة ومتطورة، وكذا نشر وتبادل المعلومات المتعلقة بالبرامج السياحية وهذا ما تمثله النسبة 78.5%.
- أن الهدف الأساسي من التعريف بالسياحة البيئية عبر موقع الفاييسبوك تتمثل في زيادة الوعي البيئي وهذا ما تمثله النسبة 71.4%.
- يعتبر موقع الفاييسبوك وسيلة مهمة في تشكيل الوعي بالسياحة البيئية ويتمثل ذلك في الدور الإعلامي والتوعوي والتثقيفي وهذا ما تمثله النسبة 89%.
- أن لموقع الفاييسبوك تأثيرا ايجابيا في تشكيل الوعي بالسياحة البيئية وهذا ما تمثله النسبة 78.5%.
- يلعب موقع الفاييسبوك دورا فعالا وايجابيا في تشكيل الوعي بالسياحة البيئية لدى الشباب الجامعي وهذا ما تمثله النسبة 85.6%.

#### الخاتمة:

ومما سبق نستنتج أن موقع الفاييسبوك كشكل جديد من أشكال الإعلام، يتميز بخصائص إعلامية واتصالية وتفاعلية، ويتيح خدمات وتقنيات متعددة، مما يجعله أداة فعالة للاتصال اللامحدود بالأفراد من مختلف مناطق العالم، ووسيلة هامة للتفاعل معهم مباشرة، مما يزيد من قدرات التأثير فيهم، وزيادة فرص تثقيفهم سياحيا، خاصة أنه يتسم بسهولة الاستخدام وقلّة التكلفة، كما أنه يمثل وسيلة ترويجية فعالة عصرية من خلاله يتم التسويق للمنتجات والموارد السياحية. ونشر الوعي بأهميتها وضرورة المحافظة عليها، خاصة في مجال السياحة البيئية التي تقتضي الاستمتاع بالموثروات السياحية الحضارية والأثرية والطبيعية من نباتات وحيوانات وجبال وسواحل وغابات، ولكن في إطار المسؤولية البيئية حتى يتم الحفاظ على الأمن البيئي في المناطق السياحية، وضمان حقوق الأجيال القادمة في الاستفادة منها، وقد بينت نتائج الدراسة الميدانية أن موقع التواصل الاجتماعي الفاييسبوك هو أحد أهم مواقع التواصل الاجتماعي اهتماما بالمضامين السياحية، فهو يعتبر وسيلة إعلامية واتصالية يتم عن طريقها نشر وتبادل المعلومات في جميع المجالات

وخاصة المجال السياحي، وزيادة الوعي بالسياحة البيئية، ونشر الثقافة السياحية، والإمداد بالمعلومات عن المواضيع السياحية، وكذا تدعيم الاتجاهات الايجابية للحفاظ على السياحة البيئية وحماية مواردها، فهو بذلك له دور فعال وايجابي في تنمية الوعي بالسياحة البيئية لدى الشباب الجامعي.

#### الهوامش وقائمة المراجع

- أحلام خان وصورية زاوي، (2010)، السياحة البيئية وأثرها على التنمية في المناطق الريفية، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، العدد السابع.
- أحمد حسني رضوان وأحمد يحيي إسماعيل، (د.ت)، السياحة البيئية المستدامة في مصر (المفاهيم - الفرص - الإمكانيات ومقترحات الاستغلال)، في: [www.cpas.egypt.com/pdf/Ahmed\\_Hosny\\_Radwan/R/5.pdf](http://www.cpas.egypt.com/pdf/Ahmed_Hosny_Radwan/R/5.pdf)، بتاريخ: 2020-1-22.
- بودريالة رفيق، (2016)، الوعي السياحي ودوره في تنمية القطاع السياحي الجزائري، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة أم البواقي، العدد 6.
- بودراع ياسين، (2018)، السياحة البيئية بين الأهمية الاقتصادية والاجتماعية وتحدي المحافظة على بيئة مستدامة، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة منتوري، قسنطينة، عدد 49.
- زهير عباس القريشي وطالب هادي، (د.ت)، تأثير الوعي السياحي في تنشيط السياحة الثقافية (دراسة ميدانية لأبرز مقومات الجذب السياحي الأثري في مدينة بابل)، الجامعة المستنصرية، ص: 8، تم الاطلاع بتاريخ: 2021-1-25، في: [https://uomustansiriyah.edu.iq/media/lectures/.../14\\_2016\\_12\\_15!11\\_41\\_29\\_PM.doc](https://uomustansiriyah.edu.iq/media/lectures/.../14_2016_12_15!11_41_29_PM.doc)
- محمد جاد المولى حافظ عويس، (2012)، تأثير الإعلام البديل على تداول المعلومات في مصر (دراسة تحليلية ميدانية)، رسالة دكتوراه غير منشورة، إشراف: شريف درويش اللبان، كلية الإعلام، قسم الصحافة، جامعة القاهرة.
- محمد شفيق، (1998)، البحث العلمي (خطوات المنهجية إعداد البحوث الاجتماعية)، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية.
- محمد عبد الحميد، (1993)، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، ط1، عالم الكتب، القاهرة.
- هباس بن رجاء الحربي وسعود السيف السهلي، (2011)، الإعلام السياحي (مفاهيمه وتطبيقاته)، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن.
- هويدي عبد الجليل، (2014)، العلاقة التفاعلية بين السياحة البيئية والتنمية المستدامة، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الوادي، العدد 90.
- إحصائيات استخدام الفايسبوك في البلدان العربية 2017، كلية دبي للإدارة الحكومية، الإصدار السابع من سلسلة دراسات مستمرة "الإعلام الاجتماعي العربي"، شباط 2017، في: <https://weedoo.tech/2017>، بتاريخ: 2021-11-29.
- إحصائيات الفايسبوك في الجزائر و20 مليون مستخدم شهري نشط، في: <https://www.android-dz.com/ar/facebook-dz-2017>، بتاريخ: 2021-11-29.