

## دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية البيئية لدى الشباب السعودي

سلطان جبران خبراني

باحث دكتوراه، تخصص إعلام رقمي وتكنولوجيا الاتصال، كلية الآداب والعلوم، الجامعة الأهلية، البحرين  
66sgk66@gmail.com

حورية عباس الديري

أستاذ مساعد في قسم الإعلام والعلاقات العامة، كلية الآداب والعلوم، الجامعة الأهلية، البحرين

### ملخص الدراسة باللغة العربية

تهدف الدراسة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية البيئية لدى الشباب السعودي. تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وتعتمد على منهج المسح الإعلامي، وتتمثل عينة الدراسة في عينة قوامها (400) مفردة من الشباب السعودي المستخدم للحسابات التي تقدم المضامين الثقافية البيئية على مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك باستخدام أداة الاستبيان كأداة لجمع البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها:

- يفضل الشباب السعودي عينة الدراسة موقع (سناپ شات) بالترتيب الأول، في متابعة المضامين البيئية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، يليه في الترتيب الثاني بفارق ضئيل موقع (تيك توك)، وفي الترتيب الثالث جاء موقع (اليوتيوب)، تلاه موقع (انستجرام) في الترتيب الرابع.
- تبين أن دافع (لمعرفة جهود المملكة في تنمية البيئة والحفاظ عليها) في مقدمة دوافع متابعة الجمهور السعودي بالأحساء عينة الدراسة، وذلك بوزن نسبي بلغ (13.39%)، يليه دافع (لمشاهدة مضامين الثقافة البيئية مدعومة بالصور والفيديوهات) في الترتيب الثاني، بوزن نسبي بلغ (13.32%). واختار المبحوثين عينة الدراسة دافع (للحصول على معلومات متعلقة بمضامين الثقافة البيئية) في الترتيب الثالث، بوزن نسبي بلغ (12.88%).
- يرى الشباب السعودي عينة الدراسة أن عبارة (زادت معلوماتي حول الهوية الثقافية البيئية للمملكة) تأتي في مقدمة اتجاهاتهم نحو تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية البيئية لديهم، وذلك بمتوسط حسابي بلغ (2.72)، تليها عباراتي (أفخر بجهود المملكة في الحفاظ على البيئة)، و(تعرفت على

أسباب التغيرات المناخية في المملكة ودول العالم) في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي بلغ (2.69) لكل منهما.

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي، الهوية الثقافية البيئية، الشباب السعودي.

## The role of social media in promoting environmental cultural identity among Saudi youth

**Sultan Jubran Jubran Khubrani**

PhD Researcher, Digital Media and Communication Technology, College of Arts and Sciences, Ahlia University, Bahrain  
66sgk66@gmail.com

**Houriya Abbas Aldairy**

Assistant Professor in the Department of Media and Public Relations, College of Arts and Sciences, Ahlia University, Bahrain

### Abstract

The study aims to identify the role of social media in promoting environmental cultural identity among Saudi youth. The study is a descriptive study, relying on a media survey approach. The study sample consists of (400) Saudi youth who use accounts that present environmental cultural content on social media. A questionnaire was used as a data collection tool.

The study reached a number of results, the most important of which are:

- Saudi youth in the study sample prefer Snapchat in first place for following environmental content on social media, followed by TikTok in second place by a small margin, YouTube in third place, and Instagram in fourth place.
- The motive (to know the Kingdom's efforts in developing and preserving the environment) was found to be the foremost motive for the Saudi public in Al-Ahsa to follow the study sample, with a relative weight of (13.39%), followed by the motive (to watch environmental culture content supported by pictures

and videos) in second place, with a relative weight of (13.32%). The study sample respondents chose the motive (to obtain information related to environmental culture content) in third place, with a relative weight of (12.88%).

- The Saudi youth in the study sample believe that the phrase (my knowledge about the Kingdom's environmental cultural identity has increased) comes at the forefront of their attitudes towards the effects of social media sites in strengthening their environmental cultural identity, with an arithmetic mean of (2.72), followed by the phrases (I am proud of the Kingdom's efforts in preserving the environment), and (I learned about the causes of climate change in the Kingdom and the countries of the world) in second place with an arithmetic mean of (2.69) for each of them.

**Keywords:** Social Media, Environmental Cultural Identity, Saudi Youth.

## المقدمة

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي أحد أبرز أدوات الإعلام والاتصال التي يستخدمها الأفراد في المجتمعات على مستوى العالم، وكذلك الدول العربية ومن بينها المملكة العربية السعودية، ووفقًا لأحدث الإحصائيات خلال عام 2024، بلغ عدد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في المملكة 35.1 مليون مستخدم بنسبة 95.3% من إجمالي مستخدمي الإنترنت في السعودية. (35.1 مليون مستخدم لمنصات التواصل الاجتماعي في السعودية خلال 2024، موقع قناة العربية).

ومع تزايد أعداد المستخدمين بشكل ملحوظ عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بدأت الجهات والمؤسسات المختلفة في تقديم المضامين المتنوعة، ومن بينها المضامين البيئية. حيث تزايد الاهتمام بمجال البيئة مؤخرًا في دول العالم أجمع، بالتزامن مع المشكلات المختلفة التي بدأت تواجه كوكب الأرض، ومن ثم بدأت المؤسسات المعنية بالبيئة في محاولة تعريف الجمهور بقضايا البيئة ورفع مستوى وعيهم تجاهها.

واهتمت المملكة العربية السعودية بالمجال البيئي، وذلك من خلال رؤية المملكة 2030م، حيث خصصت بها مجموعة من المحاور، من أبرزها الحد من التلوث بمختلف أنواعه، حماية البيئة من الأخطار الطبيعية،

وحماية وتهيئة المناطق الطبيعية، سعيًا منها لتعزيز الهوية الثقافية البيئية لدى المجتمع السعودي وخاصة أجيال النشء من الأطفال والشباب.

وفي هذا الإطار ظهرت العديد من المضامين البيئية في المجتمع السعودي عبر وسائل الإعلام المختلفة ومن بينها مواقع التواصل الاجتماعي، سواء من قبل المؤسسات والجهات الرسمية أو المنظمات الخاصة، وفي هذا الإطار تسعى الدراسة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية البيئية لدى الشباب السعودي.

### مشكلة الدراسة

يشهد كوكب الأرض في السنوات الأخيرة العديد من التغيرات المناخية والتحولت التي بدأت في التأثير على مستقبل وطريقة الحياة في دول العالم المختلفة، الأمر الذي دفع الباحث للبحث حول ماهية دور الإعلام وخصوصًا الرقمي في تعزيز الوعي بأهمية البيئة باعتبارها مكون مهم من مكونات أي دولة.

ولم تكن المملكة العربية السعودية بعيدة عن هذا الإطار، فقد تجلت جهودها في مقارنة تغير المناخ بأطروحات رائدة وناجعة، ذات أهداف واقعية، توجت بمبادرة السعودية الخضراء والشرق الأوسط الأخضر، ساهمت من خلالها السعودية في وضع حلول فاعلة لمعضلة تغير المناخ، في وقت عجزت دول أخرى عن القيام بدورها. (فيصل الفايق، 2023)

وفي ذات السياق تضع المملكة في رؤيتها في 2030 بمجال البيئة باعتباره أحد المحاور الأساسية للرؤية، والتي وضعت لها مجموعة من الإجراءات ضمن برنامج التحول الوطني تحت هدف ضمان الاستدامة البيئية.

ولتطبيق ذلك اهتمت المؤسسات والجهات المختلفة في المملكة بعرض وتقديم المضامين البيئية المختلفة مستفيدة بمواقع التواصل الاجتماعي، من أجل تعريف المجتمع بالهوية البيئية الخاصة بالمملكة، علاوة على رفع مستوى الوعي البيئي.

وفي ضوء ما سبق تتحدد مشكلة الدراسة في التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية البيئية لدى الشباب السعودي، ويمكن بلورة المشكلة في التساؤل الرئيسي التالي:

ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية البيئية لدى الشباب السعودي؟

### تساؤلات الدراسة

1. ما معدل تعرض الشباب السعودي لمضامين الثقافة البيئية على مواقع التواصل الاجتماعي؟
2. ما أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الشباب السعودي في متابعة المضامين البيئية من خلالها؟
3. ما دوافع تعرض الشباب السعودي لمضامين الثقافة البيئية بمواقع التواصل الاجتماعي؟
4. ما أبرز الصفحات والحسابات التي يتابع الشباب السعودي من خلالها المضامين البيئية؟
5. ما اتجاهات الشباب السعودي عينة الدراسة نحو الهوية الثقافية البيئية نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟
6. إلى أي مدى تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية البيئية من وجهة نظر الشباب السعودي عينة الدراسة؟

### فروض الدراسة

1. توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دوافع تعرض الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي وتعزيز الهوية الثقافية البيئية لديهم.
2. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الشباب السعودي في تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تعزيز الهوية الثقافية البيئية لديهم لكل من (تأثيرات معرفية – وجدانية – سلوكية) تبعاً للمتغيرات الديموغرافية (النوع – المستوى التعليمي).
3. توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل استخدام الجمهور السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراته على تعزيز الهوية الثقافية البيئية لديهم.

### أهداف الدراسة

1. التعرف على معدل تعرض الشباب السعودي لمضامين الثقافة البيئية على مواقع التواصل الاجتماعي.
2. معرفة أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضلها الشباب السعودي في متابعة مضامين الثقافة البيئية من خلالها.

3. التعرف على دوافع تعرض الشباب السعودي بمدينة الأحساء لمضامين الثقافة البيئية بمواقع التواصل الاجتماعي.
4. تحديد أبرز الصفحات والحسابات التي يتابع الشباب السعودي من خلالها المضامين البيئية.
5. الربط بين دوافع استخدام الشباب السعودي لمضامين الثقافة البيئية عبر مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات الناتجة على تعزيز الهوية الثقافية البيئية لديهم.

### أهمية الدراسة

- تناول موضوع الهوية الثقافية البيئية بالتطبيق على مواقع التواصل الاجتماعي، في ضوء التطور التكنولوجي والتقني.
- تطبيق نظرية الاستخدامات والتأثيرات، وربطها بمجال الإعلام الرقمي ممثلاً في مواقع التواصل الاجتماعي.
- الخروج بنتائج من شأنها إفادة القائمين على مجال التوعية البيئية بالمملكة العربية السعودية.

### حدود الدراسة

- الحدود الموضوعية: تتمثل في: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية البيئية لدى الشباب السعودي.
- الحدود المكانية: تتمثل في المملكة العربية السعودية.
- الحدود الزمانية: تتمثل في الفترة الزمنية التي تم فيها تطبيق الدراسة الميدانية عينة الدراسة، وذلك خلال الفترة من 2025/4/8م وحتى 2025/4/13م.

### مفاهيم الدراسة

#### 1. مواقع التواصل الاجتماعي:

هي بأنها برامج تستخدم لبناء مجتمعات على شبكة الإنترنت تمكن الأفراد من التواصل مع بعضهم البعض لأسباب متنوعة (فايز منشر الظفيري وآخرون، 2017).

## 2. الهوية البيئية:

تُعتبر الهوية البيئية جانبًا من جوانب هوية الفرد، فهي تصف ماهية مع العالم المادي والطبيعي، وبالتالي تُعتبر هوية فرعية، على غرار مستويات فرعية أخرى، كالهوية الشخصية، والهوية الاجتماعية، وهوية المكان، وبشكل أكثر تحديدًا، تُعرّف الهوية البيئية بأنها "شعور بالارتباط بجزء من البيئة الطبيعية غير البشرية، يؤثر على طريقة إدراكنا للعالم وتصرفنا تجاهه؛ إيمانًا بأهمية البيئة بالنسبة لنا وجزءًا أساسيًا من هويتنا" (Ariccio S, Mosca O. 2023).

## الإطار النظري للدراسة

### أ. نظرية الاستخدامات والتأثيرات:

تُعد نظرية الاستخدامات والتأثيرات أحد أهم المداخل الاتصالية السيكولوجية التي تفسر وتشرح الظواهر المتعلقة بوسائل الاتصال التكنولوجية الحديثة (ماريان مراد، 2013)، وظهرت هذه النظرية في إطار محاولات تطوير مدخل الاستخدامات والإشباعات باعتباره الأصلح لدراسة استخدام الجمهور للإنترنت وللمحادثة الإلكترونية (الدردشة) (Lin, C.A., L.Jeffres, 1998)، ومن ثم تعتبر هذه النظرية من النظريات المناسبة لدراسة مستخدمي تطبيقات التكنولوجيا الحديثة وخاصة التطبيقات الاتصالية التي تقوم على توظيف إمكانات شبكة الإنترنت (Newhagen, J.E., and S. Rafaelie, 1996)، إذ تقدم هذه التطبيقات لمستخدميها من المتصلين بتلك الشبكة القدرة على التفاعل مع المواد المتاحة بها، وهذا التفاعل يتطلب أن يكون مستخدمو هذه التطبيقات نشطين ولديهم دوافع وحاجات محددة يحاولون تلبيةها وإشباعها (Barbra K. Km and T.J. Johnson, 2004).

وتستمد نظرية الاستخدامات والتأثيرات فرضيتها الرئيسية من الأصول الفكرية والنظرية لمدخل الاستخدامات والإشباعات، والتي تقوم على أن الجمهور نشط وإيجابي يستخدم وسائل اتصال معينة لإشباع حاجات معينة لديه، ويمكن أن يؤدي استخدام هذه الوسائل إلى إشباعات مختلفة Palmgreen (P.L & others, 1985)، وفي هذا الإطار تهتم نظرية الاستخدامات والتأثيرات بالنتائج المترتبة على استخدام وسائل الاتصال، وتطلق عليها مسمى التأثيرات، فهي تربط بين معدل هذا الاستخدام وتلك التأثيرات الناتجة عنه، ومن ثم تتجاوز حدود الإشباع الذي يتحقق من استخدام تلك الوسائل لتتطرق إلى ما هو أكثر عمقًا، إذ تشير النظرية إلى أن تكرار حدوث الإشباع يؤدي إلى ظهور التأثير، والذي يمكن

تصنيفه وفقاً لطبيعة الإشباع المتحقق، ويحدث هذا التأثير على ثلاث مستويات: معرفية، ووجدانية، وسلوكية (سمير محمد أحمد، 2004).

ويرتبط نشاط الجمهور كما تفترض نظرية الاستخدامات والتأثيرات بطبيعة وعادات وتفضيلات استخدامه للوسيلة الاتصالية التكنولوجية، وفي هذا الإطار تمثل انتقائية استخدام الوسيلة أحد أهم العوامل الداعمة لتأثيراتها الاتصالية (سارة محمود، 2003)، كما تمثل خصائص الجمهور المستخدم لهذه الوسيلة متغيرات سابقة للاستخدام ذاته تحدد كثافته وطبيعته (Al-Shami, Adulrahman. ) (M, 2013)، ويمثل أيضًا إدراك هذا الجمهور لاحتياجاته أحد أهم عوامل تشكيل دوافعه لاستخدام تلك الوسيلة (McQuail, D. and S.Windahl, 1995)، وهذه الدوافع تساهم بدورها في تشكيل تلك التأثيرات الناتجة عن هذا الاستخدام.

#### التأثيرات في إطار مدخل الاستخدامات والتأثيرات Media Effects:

يمكن تصنيف التأثيرات الاتصالية إلى عدة تصنيفات كما يلي:

من حيث وقت أو زمن التأثير، فهي تنقسم إلى تأثيرات قصيرة المدى تحدث نتيجة التعرض بشكل مباشر لوسائل الإعلام بصفة فورية، ويتحدد تأثيرها في الفهم والاتجاهات والسلوك، وكذلك التأثيرات طويلة المدى التي تنتج عن تكرار التعرض لمضمون معين، مما يتسبب في تغيرات طويلة المدى في الاتجاهات والسلوك. (حسن مكاوي وليلي السيد، 2003).

من حيث نوع التأثير Kind Of Effects (محمد عبد الحميد، 2004)، تنقسم إلى التأثيرات المعرفية Cognitive Effects التي تتعلق بإحساس الأفراد بالغموض أو الالتباس، وتشكيل الاتجاهات، وترتيب الأولويات، وتوسيع المعتقدات، وتوضيح القيم. إلى جانب التأثيرات الاتجاهية وذلك من خلال فدره وسائل الإعلام على تقديم معلومات وأفكار يتفق محتواها مع البناء المعرفي للفرد مما يجعله يهتم بها، وتزداد احتمالية تأثيرها على سلوكه (بسنت محمد عطية، 2011). وكذلك التأثيرات الوجدانية التي تتضمن حدوث تغير في الاتجاهات والمشاعر، وتشمل كل من الفتور العاطفي والخوف والقلق والدعم المعنوي للاغتراب (ملفين ديفلير وساندرا بول روكتش، 2004). إلى جانب التأثيرات السلوكية Behavioral Effects التي تحدث بعد التغيرات المعرفية والوجدانية، وتشمل التنشيط والخمول (محمد عبد الحميد، 2004).

## الدراسات السابقة

1. دراسة (حصة عبد الله قطيم الحبيل، 2024)، بعنوان: "دور شبكات التّواصل الاجتماعيّ في توعية السّعوديين بالتّنمية المُستدامة":

سعت الدراسة إلى رصد وتحليل طبيعة الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الجمهور السعودي بالتنمية المستدامة. واعتمدت على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، لتفسير الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي، وتم تطبيق منهج المسح على عينة مكونة من 400 مفردة من السعوديين من مختلف الفئات العمرية والاجتماعية والاقتصادية.

توصلت الدراسة إلى: أهم أسباب متابعة المبحوثين لقضايا التنمية المستدامة على وسائل التواصل الاجتماعي هي: تكوين خلفية لدى عن قضايا التنمية المستدامة حتى يمكن تجنبها في المستقبل، والمشاركة في نقاشات حول هذه القضايا. واحتلت (مكافحة الفقر والتعليم وقضايا التغير المناخي) مقدمة قضايا التنمية المستدامة التي يتابعها المبحوثين عبر وسائل التواصل الاجتماعي. وبلغت نسبة من يثقون بدرجة كبيرة بالمعلومات التي يحصلون عليها عن قضايا التنمية المستدامة من وسائل التواصل الاجتماعي بلغت 68.8%. وأوصت الدراسة بضرورة دعم جهود الجهات الحكومية والخاصة في إنتاج محتوى إعلامي متميز عن قضايا التنمية المستدامة على شبكات التواصل الاجتماعي.

2. دراسة (أحمد علي الزهراني، 2023)، بعنوان: "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين الوعي البيئي لدى السعوديين من خلال دراسة فاعلية حساب وزارة البيئة والمياه والزراعة على شبكة تويتر":

سعت الدراسة إلى فحص وقياس مدى فاعلية حساب وزارة البيئة والمياه والزراعة السعودية على شبكة تويتر في تشكيل الوعي البيئي لدى السعوديين. تنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية، واعتمدت على المنهج المسحي، وتمثلت عينة الدراسة في عينة قوامها (201) مفردة من الذكور والإناث السعوديين المستخدمين لشبكة تويتر، وذلك باستخدام أداة الاستبانة كأداة لجمع البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى: تبين أن المبحوثين متفقون وبنسبة (80.76%) على أن حساب وزارة البيئة والمياه والزراعة السعودية على شبكة تويتر جعلهم يكتسبون معارف حول أخطر المشكلات البيئية المعاصرة، والتي نتجت عن تدهور علاقة الإنسان بالبيئة، كما أن المبحوثين بنسبة (80.08%) متفوق على أن حساب وزارة البيئة والمياه والزراعة السعودية جعلهم يتبنون اتجاهًا وجدانيًا إيجابيًا نحو

الاستغلال الرشيد لموارد البيئة، كما أن نسبة (82.72%) دفعهم الحساب نحو تغيير السلوكيات السلبية تجاه البيئة والمحيط.

3. دراسة (Sinha, A & Padhy, M.K,2022)، بعنوان: "دور وسائل التواصل الاجتماعي في خلق الوعي البيئي في لكانا":

هدفت الدراسة إلى الكشف عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في خلق الوعي تجاه القضايا البيئية في مدينة (لكانا). اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، وتمثلت عينة الدراسة في عينة عشوائية قوامها (75) مبحوثاً تتراوح أعمارهم بين (18 – 30) سنة، وذلك باستخدام أداة الاستبانة كأداة لجمع البيانات. وتوصلت الدراسة إلى: أثبتت نتائج الدراسة بأن وسائل التواصل الاجتماعي لديها قدرة كبيرة جداً في التأثير على اهتمام المستخدمين من خلال ديناميكية النقاشات الجماعية حول المشكلات المتعلقة بالبيئة، وبالتالي خلق وعي بيئي جماعي لدى المستخدمين، كما كشفت الدراسة أيضاً على أن العديد من المنظمات والنشطاء البيئيين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي لجذب انتباه مستخدمي الشبكات الاجتماعية لأنها تساعدهم على إثارة القضية على المستوى العالمي، وتقديم الحلول المناسبة ومعالجتها بفاعلية، تبين أن هذه الشبكات يمكن نشر الوعي من خلال طرق متعددة مثل المنشورات والقصص ومقاطع الفيديو والصور، وبالتالي فإن وسائل التواصل الاجتماعي لها دور في تعزيز الوعي البيئي يفوق بكثير دور وسائل الإعلام التقليدية.

4. دراسة (نوف عبد اللطيف الحزامي، 2022)، بعنوان: "دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي والثقافة الخضراء: دراسة مسحية على عينة من طلاب وطالبات جامعة الملك سعود":

هدفت الدراسة إلى التعرف على طبيعة دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الجمهور فيما يتعلق بالوعي البيئي، ومعرفة العوامل التي تؤثر في حجم تفاعل الجمهور مع قضايا الوعي البيئي. اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، وتمثلت عينة الدراسة في عينة قوامها (402) مبحوثاً من طلاب وطالبات جامعة الملك سعود، وذلك باستخدام أداة الاستبانة كأداة لجمع البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى: تبين وجود تأثير مرتفع لمواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي إجمالاً (متوسط 3.98)، كما ظهر عدد من العوامل المؤثرة في تفاعل أفراد العينة مع القضايا البيئية في مواقع التواصل الاجتماعي، وفي مقدمتها: استخدام الصور المثارة (قبل /بعد)، وتوثيق تجربة شخص، ووجود مقطع فيديو، والرسوم التوضيحية (انفوجرافيك)، بينما كان الطرح من قبل شخص مشهور واستخدام الهاشتاج أقل العوامل تأثيراً. وأوصت الدراسة بأن هناك حاجة إلى مزيد من الدراسات التفصيلية بالذات

حول العوامل التي تؤثر على نشر الوعي البيئي والثقافة الخضراء عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والعوامل التي تعيق انتشار هذا الوعي.

5. دراسة (محمد بن سامي بوزيان، 2021)، بعنوان: "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي البيئي لدى الشباب: الفيس بوك والانستغرام نموذجا":

سعت الدراسة إلى التعرف على مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في الجانب البيئي لدى فئة الشباب، والتعرف على مدى أهمية البيئة في ظل الزخم التكنولوجي. تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي اعتمدت على منهج المسح بالعيينة. وتمثلت عينة الدراسة في عينة قوامها (80) مفردة من أفراد البحث، وتم استخدام أداتي الملاحظة بالمشاركة واستمارة الاستبانة لجمع البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى: تبين أن الفيسبوك يساهم في تنمية الوعي البيئي لدى الشباب، وذلك بنسبة مئوية بلغت (77.61%)، كما يشارك أغلب أفراد العينة في الحملات التي تعني بالجانب البيئي وذلك بنسبة (83.33%)، وهو ما يعكس الدور الذي يلعبه الفيسبوك في الجانب البيئي، الأمر نفسه بالنسبة لموقع انستغرام الذي يرى نسبة (62.68%) من أفراد العينة أنه فعال بالنسبة للجانب البيئي.

6. دراسة (Servero, Eliana Andrea, et al, 2019)، بعنوان: "تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الوعي البيئي والمسؤولية الاجتماعية للأجيال":

هدفت الدراسة إلى تحليل تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الوعي البيئي والمسؤولية الاجتماعية للشباب في مناطق جنوب شرق البرازيل. اعتمدت الدراسة على منهجية التحليل الكمي والوصفي، وتمثلت عينة الدراسة في مجموعة من الشباب، باستخدام أداة الاستبانة كأداة لجمع البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى: تبين أن الأفراد الذين يتعرضون لمقاطع الفيديو والصور والنصوص المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية والاستدامة البيئية يتأثرون بشكل إيجابي في تكوين الوعي الاجتماعي والبيئي. ومع ذلك سجلت الدراسة أضعف استجابة لدى المبحوثين بخصوص البحث عن معلومات حول القضايا البيئية والاجتماعية، ويمكن ربط سبب ذلك بالمجتمع، والمؤسسات التعليمية، والحكومية، والشركات. وأوصت الدراسة بتعزيز الإجراءات والمعلومات حول المسؤولية الاجتماعية والبيئية من أجل إشراك هذا الجيل في التنمية المستدامة.

7. دراسة (أمينة يخلف ومريم مخلوف، 2020)، بعنوان: "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين: دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علم الاجتماع بجامعة جيجل":

هدفت الدراسة إلى تحديد دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي، ومحاولة الكشف عن دوافع وأسباب استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتنمية معرفتهم ووعيهم البيئي. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وتمثلت عينة الدراسة في عينة قوامها (90) مفردة من الطلبة الجامعيين بقسم علم الاجتماع، وذلك باستخدام أداتي الملاحظة واستمارة الاستبانة كأداتين لجمع البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى: تبين أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم بشكل كبير في ترشيد وتوعية المتصفحين لهذه المواقع، كما يرى كل من الطلبة المبحوثين أن مواقع التواصل الاجتماعي تلبى احتياجاتهم البيئية. كما يرى الطلبة المبحوثين أن مواقع التواصل الاجتماعي تلبى احتياجاتهم البيئية وتساعدهم على اكتساب اتجاهات بيئية جديدة تساعدهم في حياتهم البيئية.

8. دراسة (Servero, Eliana Andrea, et al, 2019)، بعنوان: "تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الوعي البيئي والمسؤولية الاجتماعية للأجيال":

هدفت الدراسة إلى تحليل تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الوعي البيئي والمسؤولية الاجتماعية للشباب في مناطق جنوب شرق البرازيل. اعتمدت الدراسة على منهجية التحليل الكمي والوصفي، وتمثلت عينة الدراسة في مجموعة من الشباب، باستخدام أداة الاستبانة كأداة لجمع البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى: تبين أن الأفراد الذين يتعرضون لمقاطع الفيديو والصور والنصوص المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية والاستدامة البيئية يتأثرون بشكل إيجابي في تكوين الوعي الاجتماعي والبيئي. ومع ذلك سجلت الدراسة أضعف استجابة لدى المبحوثين بخصوص البحث عن معلومات حول القضايا البيئية والاجتماعية، ويمكن ربط سبب ذلك بالمجتمع، والمؤسسات التعليمية، والحكومية، والشركات. وأوصت الدراسة بتعزيز الإجراءات والمعلومات حول المسؤولية الاجتماعية والبيئية من أجل إشراك هذا الجيل في التنمية المستدامة.

9. دراسة (دليلة شتوان، وخيرة صلوبي، 2019)، بعنوان: "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتشكيل الوعي البيئي: فيس بوك أنموذجًا":

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الفيسبوك في تشكيل الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين من خلال دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيغل. تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية واعتمدت على منهج المسح، وتمثلت عينة الدراسة في عينة قوامها (145) مفردة من طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيغل، وذلك باستخدام استمارة استبانة كأداة لجمع البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى: تبين المساهمة الإيجابية لموقع "فيس بوك" في تعريف الطلبة عينة الدراسة بقضايا البيئة ومشكلاتها، وكذا مساهمته في نشر الثقافة وتشكيل الوعي حول البيئة وكيفية المحافظة عليها، كما تبين أنه لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية ولا علاقة ارتباطية بين استخدام المبحوثين لموقع "فيس بوك" وبين متغيرات الجنس ومقر الإقامة أو من بين السن والمستوى الدراسي والشيء نفسه بالنسبة لمتغيري كيفية ومدة الاستخدام.

10. دراسة (Matteau, K, 2018)، بعنوان: "تعديل سلوكيات المواطنين: أهمية استخدام الشبكات الاجتماعية في التواصل البيئي":

هدفت الدراسة إلى تحليل متعدد المعايير لأداء وسائل الإعلام التقليدية وشبكات التواصل الاجتماعي الحديثة، من أجل التعرف على مدى قدرة شبكات التواصل الاجتماعي على تبني حملة اتصال بيئي هدفها إقناع المستخدمين بتبني السلوكيات الإيجابية تجاه البيئة. وتمثلت عينة الدراسة في اختيار (3) وسائل إعلام تقليدية هي: الصحافة المكتوبة والتلفزيون والراديو، و(3) شبكات اجتماعية، هي: الفيسبوك، وتويتر، واليوتيوب.

وتوصلت الدراسة إلى: تبين قدرة الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي كخيارات صالحة لإنتاج وتطوير وتنفيذ حملات الاتصال البيئي، لذلك يمكن الاعتماد عليها بالفعل في تغيير السلوكيات السلبية تجاه البيئة.

### التعليق على الدراسات السابقة وأوجه الاستفادة منها

تبين من خلال العرض السابق لعدد من الدراسات العربية والأجنبية ذات الصلة بموضوع الدراسة وجود بعض الملاحظات، تتمثل في:

- صلاحية الربط بين متغيرات الدراسة (مواقع التواصل الاجتماعي) و(الهوية الثقافية البيئية)، حيث تبين اختبار العلاقة بين هذين المتغيرين من خلال الدراسات السابقة سواء العربية أو الأجنبية.
- اتضح وجود دور إيجابي لمواقع التواصل الاجتماعي في تنمية وتعزيز مفهوم الوعي البيئي لدى الجمهور، وذلك سواء على مستوى الدراسات العربية أو الأجنبية على حد سواء، وظهرت أدوار مميزة لموقع الفيسبوك وكذلك موقع تويتر، مثل دراسة (دليلة شتوان، وخيرة صلوبي، 2019).
- كما أظهرت نتائج الدراسات قدرة مواقع التواصل الاجتماعي في التفوق على وسائل الإعلام التقليدية في التأثير على الوعي البيئي للجمهور، وذلك كما أظهرت دراسة (Matteau, K, 2018).
- استفادت مواقع التواصل الاجتماعي من الأدوات المختلفة التي يمكن من خلالها عرض المحتوى والمضامين البيئية المختلفة سواء كان المحتوى النصي بالإضافة إلى الصور والفيديوهات والانفوجرافيك، وهذا ما أشارت إليه دراسة (Servero, Eliana Andrea, et al, 2019).
- جاء اعتماد الدراسات السابقة العربية والأجنبية على المنهج المسحي، حيث جاء الاعتماد عليه في عملية اختيار الأدوات التي تعبر في المنهج من خلال أداة الاستبانة كأداة لجمع البيانات.
- ساهمت الدراسات السابقة في تحديد مشكلة الدراسة بدقة، وكذلك اختيار المنهج المناسب (المنهج المسحي) والأدوات المناسبة لجمع البيانات (استمارة الاستبانة)، باعتبارهم أنهم كانوا الأكثر ظهوراً في الدراسات العربية والأجنبية ذات الصلة.

### إجراءات الدراسة المنهجية

#### نوع الدراسة:

تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية.

#### منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة على منهج المسح الإعلاني.

#### مجتمع الدراسة والعينة:

يتمثل مجتمع الدراسة في كافة الشباب السعودي المستخدم لحسابات تعرض المضامين الثقافية البيئية على مواقع التواصل الاجتماعي.

بينما تتمثل عينة الدراسة في عينة عمدية متاحة قوامها (400) مفردة من الشباب السعودي من الذكور والإناث، من المستخدمين للحسابات التي تقدم المضامين الثقافية البيئية على مواقع التواصل الاجتماعي. ولقد جاءت الخصائص الديموجرافية للعينة على النحو التالي:

جدول (1): الخصائص الديموجرافية لخصائص عينة الدراسة

المتغير	المجموعات	التكرار	النسبة
النوع	ذكور	156	%39,0
	إناث	244	%61,0
المجموع			
مستوى التعليم	مؤهل متوسط	128	%32,0
	مؤهل عالي	218	%54,5
	دراسات عليا	54	%13,5
المجموع			
		200	%100

#### أدوات جمع البيانات:

تم الاعتماد على أداة (استمارة استبيان) كأداة لجمع البيانات:

وتُعد استمارة الاستبيان إحدى أدوات جمع البيانات في إطار منهج المسح، لجمع بيانات الدراسة الميدانية. وتم تصميم الاستمارة من إعداد الباحث لتطبيقها على عينة من الشباب السعودي من مستخدمي الحسابات التي تقدم مضامين بيئية على مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك للتعرف على دوافع استخدامهم لتلك الحسابات، والتأثيرات الناتجة على الهوية الثقافية البيئية لديهم.

#### الصدق والثبات

##### خطوات تقنين الأدوات:

- **صدق الاستبيان:** يقصد بالصدق أن تقيس استمارة الاستبيان ما وضعت لقياسه، وقد أجرى اختبار الصدق للتأكد من صدق الاستبيان من حيث صدق المحتوى Contant validity، وتم التحقق من الصدق الظاهري للاستمارة من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين في المجالات التي ترتبط بموضوع الدراسة في مجال الإعلام، وتم تعديل الاستمارة وفقاً لما أبدوه من ملاحظات.

- **ثبات الاستبيان:** تم إجراء اختبار الثبات لاستمارة الاستبيان عن طريق إعادة تطبيق الاستمارة Retest عبر فترة زمنية من إجاباتهم عليها، وذلك على عينة التقنين وقوامها 40 مفردة، وذلك بعد مرور أسبوع

من التطبيق الأول للاستمارة، وقد اعتمد الباحث في حساب ثبات نتائج الاستبيان على حساب نسبة الاتفاق بين إجابات الجمهور السعودي في التطبيق الأول والثاني وكانت قيمة معامل الثبات 92.٪، وهو معامل ثبات مرتفع يدل على عدم وجود اختلاف كبير في إجابات المبحوثين، كما يدل على صلاحية الاستبيان للتطبيق.

### الأساليب الإحصائية المستخدمة

لاستخراج نتائج الدراسة قام الباحث باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS. V.25) حيث استخدم بعض الأساليب الإحصائية التي تتلاءم وطبيعة البيانات المطلوبة مثل:

- التكرارات والنسب المئوية لاستجابات المبحوثين على جميع أسئلة وبنود الاستبيان.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للقيم الكمية التي تعكس استجابات المبحوثين على البنود والمقاييس الفرعية التي يضمها الاستبيان.
- اختبار "ت" للمقارنة بين مجموعات العينة مصنفة حسب النوع (ذكور & إناث)، وذلك من حيث متوسط الدرجة على بنود ومقاييس الاستبيان.
- تحليل التباين أحادي الاتجاه One Way Analysis of Variance ANOVA بين مجموعات العينة مصنفة حسب المستوى التعليم، المرحلة العمرية، وذلك من حيث متوسط الدرجة على بنود ومقاييس الاستبيان، وفي حالة وجود فروق جوهرية تم استخدام لاختبارات البعدية Post Hoc Tests بطريقة أقل فرق معنوي Least Significance Difference والمعروف بـ L.S.D لمعرفة مصدر التباين بين المجموعات التي كشف تحليل التباين عن وجود فرق بينها.
- اختبار  $\chi^2$  (Chi-square)، وكذلك معامل التوافق (Coefficient Contingency) لرصد قيمة ومعنوية العلاقة بين متغيرين من المستوى الأسمى.
- اختبار "Z .Test" لدراسة معنوية الفرق بين نسبتين مئويتين.
- مجموع الأوزان المرجحة.
- معامل ارتباط بيرسون "Pearson Correlation" لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من متغيرات الدراسة.

## نتائج الدراسة

### أ. النتائج العامة للدراسة:

1. معدل تعرض الشباب السعودي عينة الدراسة لمضامين الثقافة البيئية على مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (2): معدل تعرض الشباب السعودي عينة الدراسة لمضامين الثقافة البيئية على مواقع التواصل الاجتماعي

الإجمالي		إناث		ذكور		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	معدل التعرض
79,5	318	75,4	184	85,9	134	دائماً
16,5	66	18,9	46	12,8	20	أحياناً
4,0	16	5,7	14	1,3	2	نادراً
100	400	100	244	100	156	الإجمالي
قيمة ك <sup>2</sup> = 4,069 درجة الحرية = 2 معامل التوافق = 0,141 مستوى الدلالة = غير دالة						

تشير بيانات الجدول إلى:

يتعرض الشباب السعودي لمضامين الثقافة البيئية على مواقع التواصل الاجتماعي بمعدل (دائماً)، وذلك في الترتيب الأول بنسبة مئوية بلغت (79.5%).

وفي الترتيب الثاني جاء المبحوثين ممن يتابعون مضامين الثقافة البيئية على مواقع التواصل الاجتماعي بمعدل (أحياناً)، وذلك بنسبة (16.5%)، فيما جاء في الترتيب الثالث والأخير، المبحوثين ممن يتابعون مضامين الثقافة البيئية على مواقع التواصل الاجتماعي بمعدل (نادراً)، بنسبة مئوية بلغت (4%).

### 2. حجم تعرض الشباب السعودي عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي يومياً:

جدول (3): حجم تعرض الشباب السعودي عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي يومياً

الإجمالي		إناث		ذكور		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	حجم التعرض
69.5	278	65.6	160	75.6	118	أكبر من 3 ساعات
28	112	31.1	76	23.1	36	من ساعتين إلى أقل من 3 ساعات
2,5	10	3,3	8	1.3	2	أقل من ساعة
100	400	100	244	100	156	الإجمالي
قيمة ك <sup>2</sup> = 7,464 درجة الحرية = 4 معامل التوافق = 0,190 مستوى الدلالة = غير دالة						

تشير بيانات الجدول إلى:

يتعرض الشباب السعودي عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي بمعدل (أكبر من 3 ساعات) يوميًا، وذلك في الترتيب الأول بنسبة مئوية بلغت (69.5%).

وفي الترتيب الثاني يأتي المبحوثين عينة الدراسة ممن يتابعون مواقع التواصل الاجتماعي بمعدل (من ساعتين إلى أقل من 3 ساعات)، بنسبة مئوية بلغت (28%)، تلاهم المبحوثين ممن يتابعون مواقع التواصل الاجتماعي بمعدل (أقل من ساعة) في الترتيب الثالث، بنسبة (2.5%).

### 3. أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضل المبحوثين استخدامها في متابعة المضامين البيئية:

جدول (4): أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضل المبحوثين استخدامها في متابعة المضامين البيئية

الاستجابة	الوزن النموي	النقاط	لا أفضله		أفضله إلى حد ما		أفضله		الاستجابة المواقع	
			%	ك	%	ك	%	ك		
أفضله	20,6	537	8,0	32	15,5	62	76,5	306	سناپ شات	
أفضله	19,0	495	16,5	66	19,5	78	64,0	256	تيك توك	
أفضله	18,51	482	13,5	54	32,0	128	54,5	218	اليوتيوب	
أفضله	17,24	449	17,0	68	41,5	166	41,5	166	انستجرام	
أفضله	15,59	406	37,0	148	23,0	92	40,0	160	أكس	
لا أفضله	8,98	234	88,5	354	6,0	24	5,6	22	فيسبوك	
2603			ن=400						إجمالي	

تشير بيانات الجدول إلى:

يفضل الشباب السعودي عينة الدراسة موقع (سناپ شات) بالترتيب الأول، في متابعة المضامين البيئية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك بوزن نسبي بلغ (20.6%)، يليه في الترتيب الثاني بفارق ضئيل موقع (تيك توك)، وذلك بوزن نسبي بلغ (19%).

وفي الترتيب الثالث جاء موقع (اليوتيوب) بوزن نسبي بلغ (18.51%)، تلاه موقع (انستجرام) في الترتيب الرابع بوزن نسبي بلغ (17.24%).

ويفضل المبحوثين عينة الدراسة موقع (إكس) في الترتيب الخامس، بوزن نسبي بلغ (15.59%)، فيما جاء موقع (فيسبوك) في الترتيب السادس والأخير، بوزن نسبي بلغ (8.98%).

#### 4. دوافع استخدام الجمهور السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي التي تعرض مضامين الثقافة البيئية:

جدول (5): دوافع استخدام الجمهور السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي التي تعرض مضامين الثقافة البيئية

الاستجابة الدافع	موافق		محايد		معارض		النقاط	الوزن المئوي	الاستجابة
	%	ك	%	ك	%	ك			
لمعرفة جهود المملكة في تنمية البيئة والحفاظ عليها.	67,5	270	27,0	108	5,5	22	524	13,39	موافق
لمشاهدة مضامين الثقافة البيئية مدعومة بالصور والفيديوهات.	66,5	266	27,5	110	6,0	24	521	13,32	موافق
للحصول على معلومات متعلقة بمضامين الثقافة البيئية	57,5	230	37,0	148	5,5	22	504	12,88	موافق
لمعرفة الطبيعة البيئية للمملكة العربية السعودية.	56,5	226	37,0	148	6,5	26	500	12,78	موافق
لإدراك المخاطر الناجمة عن هذه التغيرات المناخية والإرشادات اللازمة.	54,5	218	35,5	142	10,0	40	489	12,5	موافق
لأنني أحب متابعة الموضوعات البيئية.	50,0	200	38,0	152	12,0	48	476	12,17	موافق
لتخوفي من التأثيرات السلبية للتغيرات البيئية على المملكة والعالم.	41,5	166	46,5	186	12,0	48	459	11,73	موافق
تعودت على متابعة المضامين البيئية.	38,5	154	42,0	168	19,5	78	438	11,19	محايد
<b>إجمالي</b>				<b>ن=400</b>				<b>3911</b>	

تشير بيانات الجدول إلى:

تبين أن دافع (لمعرفة جهود المملكة في تنمية البيئة والحفاظ عليها) في مقدمة دوافع متابعة الجمهور السعودي بالأحساء عينة الدراسة، وذلك بوزن نسبي بلغ (13.39%)، يليه دافع (لمشاهدة مضامين الثقافة البيئية مدعومة بالصور والفيديوهات) في الترتيب الثاني، بوزن نسبي بلغ (13.32%). واختار المبحوثين عينة الدراسة دافع (للحصول على معلومات متعلقة بمضامين الثقافة البيئية) في الترتيب الثالث، بوزن نسبي بلغ (12.88%)، يليه دافع (لمعرفة الطبيعة البيئية للمملكة العربية السعودية) بوزن نسبي (12.78%) في الترتيب الرابع، ثم دافع (لإدراك المخاطر الناجمة عن هذه التغيرات المناخية والإرشادات اللازمة) في الترتيب الخامس بوزن نسبي (12.5%). وفي الترتيب السادس جاء دافع (لأنني أحب متابعة الموضوعات البيئية)، بوزن نسبي بلغ (12.17%)، ثم دافع (لتخوفي من التأثيرات السلبية للتغيرات البيئية على المملكة والعالم) في الترتيب السابع، بوزن

نسبي بلغ (11.73%)، فيما جاء دافع (تعودت على متابعة المضامين البيئية) في الترتيب الثامن والأخير بوزن نسبي بلغ (11,19%).

### 5. أسباب تفضيل الشباب السعودي عينة الدراسة لمتابعة المضامين الثقافية البيئية عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (6): أسباب تفضيل الشباب السعودي عينة الدراسة لمتابعة المضامين الثقافية البيئية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الدلالة	قيمة z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع الأسباب
		%	ك	%	ك	%	ك	
دالة *	1,496	44,0	176	52,5	128	30,8	48	طريقة عرض المضامين
غير دالة	0,175	30,5	122	29,5	72	32,1	50	وضع أرقام وإحصائيات
دالة *	1,409	26,0	104	18,0	44	38,5	60	التحديث المستمر للمضامين
غير دالة	0,709	24,5	98	20,5	50	30,8	48	وجود مساحة تفاعل كبيرة مع المضامين
		200		244		156		جملة من سئلوا

تشير بيانات الجدول إلى:

اختار الشباب السعودي بمحافظة الأحساء عينة الدراسة سبب (طريقة عرض المضامين) في مقدمة أسباب تفضيلهم لمتابعة المضامين الثقافية البيئية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك بنسبة مئوية بلغت (44%)، يلها في الترتيب الثاني سبب (وضع أرقام وإحصائيات)، بنسبة مئوية بلغت (30.5%).

ويفضل المبحوثين عينة الدراسة سبب (التحديث المستمر للمضامين) في الترتيب الثالث بنسبة مئوية بلغت (26%)، تلاه سبب (وجود مساحة تفاعل كبيرة مع المضامين) في الترتيب الرابع والأخير بنسبة مئوية بلغت (24.5%).

## 6. أكثر موضوعات الثقافة البيئية التي يتابعها الشباب السعودي عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (7): أكثر موضوعات الثقافة البيئية التي يتابعها الشباب السعودي عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الاستجابة	الوزن المئوي	النقاط	نادراً		أحياناً		دائماً		الاستجابة الموضوعات	
			%	ك	%	ك	%	ك		
دائماً	17,4	500	6,5	26	37,0	148	56,5	226	معلومات عن الهوية البيئية للمملكة العربية السعودية.	
دائماً	17,2	493	6,5	26	40,5	162	53,0	212	الكوارث البيئية مثل الفيضانات والسيول.	
دائماً	16,7	480	11,5	46	37,0	148	51,5	206	معلومات عن جهود المملكة في الحفاظ على البيئة.	
دائماً	16,47	471	12,0	48	40,5	162	47,5	190	موضوعات الحفاظ على البيئة مثل التشجير وزيادة المساحات الخضراء.	
دائماً	16,4	469	8,5	34	48,5	194	43,0	172	التغيرات المناخية.	
دائماً	15,6	446	15,5	62	46,0	184	38,5	154	الحملات التوعوية للحفاظ على البيئة.	
2859			400 = ن						إجمالي	

تشير بيانات الجدول إلى:

يتابع الشباب السعودي عينة الدراسة موضوعات (معلومات عن الهوية البيئية للمملكة العربية السعودية) في الترتيب الأول بالنسبة لأكثر الموضوعات الثقافية البيئية التي يهتمون بها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك بوزن نسبي بلغ (17.4%)، يليه في الترتيب الثاني موضوعات (الكوارث البيئية مثل الفيضانات والسيول)، بوزن نسبي بلغ (17.2%).

واختار الباحثون عينة الدراسة موضوعات (معلومات عن جهود المملكة في الحفاظ على البيئة) في الترتيب الثالث بوزن نسبي بلغ (16.7%)، يليه موضوعات (موضوعات الحفاظ على البيئة مثل التشجير وزيادة المساحات الخضراء) في الترتيب الرابع بوزن نسبي بلغ (16.47%)، ثم موضوعات (التغيرات المناخية) في الترتيب الخامس بوزن نسبي (16.4%)، فيما جاءت (الحملات التوعوية للحفاظ على البيئة) في الترتيب السادس والأخير بوزن نسبي بلغ (15.6%).

## 7. مدى تفاعل الشباب السعودي مع المضامين الثقافية البيئية عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (8): مدى تفاعل الشباب السعودي مع المضامين الثقافية البيئية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الإجمالي		إناث		ذكور		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	
87,5	350	88,5	216	85,9	134	نعم
12,5	50	11,5	28	14,1	22	لا
100	400	100	244	100	156	الإجمالي

قيمة كا<sup>2</sup> = 0,300 درجة الحرية = 1 معامل التوافق = 0,039 مستوى الدلالة = غير دالة

تشير بيانات الجدول إلى:

جاء الشباب السعودي عينة الدراسة ممن لديهم رغبة في (التفاعل) مع المضامين الثقافية البيئية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الترتيب الأول، وذلك بنسبة مئوية بلغت (87.5%).

فيما جاء الشباب السعودي عينة الدراسة ممن لديهم رغبة في (عدم التفاعل) مع المضامين الثقافية البيئية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الترتيب الثاني، وذلك بنسبة مئوية بلغت (12.5%).

## 8. أساليب تفاعل الشباب السعودي مع منشورات المضامين الثقافية البيئية على مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (9): أساليب تفاعل الشباب السعودي مع منشورات المضامين الثقافية البيئية على مواقع التواصل الاجتماعي

الدلالة	قيمة z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع
		%	ك	%	ك	%	ك	
غير دالة	0,310	73,1	256	71,3	154	76,1	102	تسجيل الإعجاب
غير دالة	0,707	37,1	130	41,6	90	29,8	40	مشاركة المحتوى على صفحتي
غير دالة	1,237	23,2	82	30,6	66	11,6	16	كتابة التعليق
		<b>350</b>		<b>108</b>		<b>134</b>		جملة من سئلوا

تشير بيانات الجدول إلى:

يفضل الشباب السعودي أسلوب (تسجيل الإعجاب) في مقدمة أساليب تفاعلهم مع منشورات المضامين الثقافية البيئية على مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك بنسبة مئوية بلغت (73.1%)، يليه في الترتيب الثاني أسلوب (مشاركة المحتوى على صفحتي)، بنسبة مئوية بلغت (37.1%).

وفي الترتيب الثالث والأخير يفضل المبحوثين أسلوب (كتابة التعليق)، بنسبة مئوية بلغت (23.2%).

## 9. اتجاهات الشباب السعودي عينة الدراسة نحو تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية البيئية لديهم:

جدول (10): اتجاهات الشباب السعودي عينة الدراسة نحو تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية البيئية لديهم (ن = 400)

الاتجاه	متوسط حسابي	معارض		محايد		موافق		الاتجاهات العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	2,72	4,5	18	19,0	76	76,5	306	زادت معلوماتي حول الهوية الثقافية البيئية للمملكة.
موافق	2,69	5,5	22	20,5	82	74,0	296	أفخر بجهود المملكة في الحفاظ على البيئة.
موافق	2,69	5,5	22	20,5	82	74,0	296	تعرفت على أسباب التغيرات المناخية في المملكة ودول العالم.
موافق	2,66	4,5	18	25,5	102	70,0	280	تعرفت على مدى اهتمام رؤية المملكة 2030 بالبيئة.
موافق	2,62	4,0	16	30,5	122	65,5	262	أحرص على ترشيد استهلاك الموارد البيئية.
موافق	2,59	4,5	18	32,0	128	63,5	254	ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في إثراء معلوماتي بالقضايا البيئية.
موافق	2,58	5,5	22	31,5	126	63,0	252	تعرفت على قوانين حماية البيئة في المملكة.
موافق	2,56	6,5	26	31,5	126	62,0	248	أشعر بأهمية زيادة المساحات الخضراء والتشجير.
موافق	2,56	4,0	16	36,0	144	60,0	240	أشجع من حولي للحفاظ على البيئة في المملكة.
موافق	2,55	7,5	30	30,5	122	62,0	248	حصلت على معلومات وأخبار عن البيئة.
موافق	2,54	4,5	18	37,5	150	58,0	232	أدركت خطورة الكوارث الطبيعية
موافق	2,53	5,5	22	36,0	144	58,5	234	أشارك المضامين البيئية الثقافية التي تعجبني عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
موافق	2,52	5,6	22	37,5	150	57,0	228	يجب أن يكون هناك تضامن للجهود لإيقاف استنزاف الموارد البيئية
موافق	2,42	10,5	42	37,5	150	52,0	208	أتناقش وأتبادل الموضوعات البيئية الثقافية مع من حولي.
موافق	2,39	13,5	54	34,0	136	52,5	210	أشترك في حملات التوعية البيئية في منطقتي.
محايد	2,23	19,5	78	38,0	152	42,5	170	أهتم بالمشاركة في أنشطة حماية البيئة مثل المؤتمرات والندوات

تشير بيانات الجدول إلى:

يرى الشباب السعودي عينة الدراسة أن عبارة (زادت معلوماتي حول الهوية الثقافية البيئية للمملكة) تأتي في مقدمة اتجاهاتهم نحو تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية البيئية لديهم، وذلك بمتوسط حسابي بلغ (2.72)، تليها عباراتي (أفخر بجهود المملكة في الحفاظ على البيئة)، و(تعرفت على أسباب التغيرات المناخية في المملكة ودول العالم) في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي بلغ (2.69) لكل منهما.

وفي الترتيب الثالث اختار المبحوثين عبارة (تعرفت على مدى اهتمام رؤية المملكة 2030 بالبيئة) في الترتيب الثالث بمتوسط حسابي (2.66)، ثم جاءت عبارة (أحرص على ترشيد استهلاك الموارد البيئية) في الترتيب الرابع، بمتوسط حسابي بلغ (2,62).

وجاءت عبارة (ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في إثراء معلوماتي بالقضايا البيئية) في الترتيب الخامس، بمتوسط حسابي بلغ (2.59)، تليها عبارة (تعرفت على قوانين حماية البيئة في المملكة) في الترتيب السادس بمتوسط حسابي (2.58)، ثم تقاسمت عباراتي (أشعر بأهمية زيادة المساحات الخضراء والتشجير) و(أشجع من حولي للحفاظ على البيئة في المملكة) الترتيب السابع، بمتوسط حسابي (2.56) لكل منهما.

وجاءت عبارة (حصلت على معلومات وأخبار عن البيئة) في الترتيب الثامن بمتوسط حسابي (2.55)، يليها عبارة (أدركت خطورة الكوارث الطبيعية) في الترتيب التاسع بمتوسط (2.54)، ثم عبارة (أشارك المضامين البيئية الثقافية التي تعجبني عبر مواقع التواصل الاجتماعي) في الترتيب العاشر بمتوسط (2.53)، فيما جاءت عبارة (يجب أن يكون هناك تضافر للجهود لإيقاف استنزاف الموارد البيئية) في الترتيب الحادي عشر بمتوسط (2.52)، يليها عبارة (أتناقش وأتبادل الموضوعات البيئية الثقافية مع من حولي) في الترتيب الثاني عشر بمتوسط حسابي (2.42).

وفي الترتيب الثالث عشر - جاءت عبارة (أشترك في حملات التوعية البيئية في منطقتي) بمتوسط (2.39)، تليها عبارة (أهتم بالمشاركة في أنشطة حماية البيئة مثل المؤتمرات والندوات) في الترتيب الرابع عشر والأخير بمتوسط حسابي بلغ (2.23).

#### 10. مستوى إسهام مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية البيئية لدى الشباب السعودي عينة الدراسة:

جدول (10): مستوى إسهام مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية البيئية لدى الشباب السعودي عينة الدراسة

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
تؤثر بشكل كبير	76	48,7	132	54,1	208	52,0
تؤثر إلى حد ما	72	46,2	102	41,8	174	43,5
لا تؤثر	8	5,1	10	4,1	18	4,5
الإجمالي	156	100	244	100	400	100
قيمة ك <sup>2</sup> = 0,584 درجة الحرية = 2 معامل التوافق = 0,054 مستوى الدلالة = غير دالة						

تشير بيانات الجدول إلى:

يرى الشباب السعودي عينة الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي (تؤثر بشكل كبير) في تعزيز الهوية الثقافية البيئية لديهم، وذلك في الترتيب الأول بنسبة مئوية بلغت (52%).

يليه في الترتيب الثاني الشباب السعودي ممن يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي (تؤثر إلى حد ما) في تعزيز الهوية الثقافية البيئية لديهم، وذلك بنسبة مئوية بلغت (43.5%)، فيما جاء المبحوثين ممن يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي (لا تؤثر) في تعزيز الهوية الثقافية البيئية بنسبة ضئيلة بلغت (4.5%).

ب. نتائج اختبار صحة فروض الدراسة:

• الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دوافع تعرض الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي وتعزيز الهوية الثقافية البيئية لديهم:

جدول (11): العلاقة بين دوافع تعرض الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي وبين تعزيز الهوية الثقافية البيئية لديهم

دوافع تعرض لمواقع التواصل الاجتماعي				تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي
مستوى الدلالة	القوة	الاتجاه	معامل الارتباط	على تعزيز الهوية الثقافية البيئية
0,01	قوي	طردي	0,295	تأثيرات معرفية
			0,364	تأثيرات وجدانية
			0,242	تأثيرات سلوكية

تشير بيانات الجدول إلى:

وجود علاقة طردية قوية بين دوافع تعرض الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي والتأثير (المعرفي -الوجداني -السلوكي) على تعزيز الهوية الثقافية البيئية لديهم، حيث كانت "R" (0,295-0,364-0,242) على التوالي، وهي دالة عند مستوى 0,01. مما يؤكد صحة الفرض.

• الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الشباب السعودي في تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تعزيز الهوية الثقافية البيئية لكل من (تأثيرات معرفية -وجدانية -سلوكية) تبعاً للمتغيرات الديموغرافية (النوع -المستوى التعليمي):

أ. تبعاً لمتغير النوع (ذكور - إناث):

جدول (12): نتائج اختبار (ت) T-test لدلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين في تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تعزيز الهوية الثقافية البيئية لديهم وفقاً لاختلاف النوع

التأثيرات	النوع	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
معرفية	ذكور	156	2,53	0,575	3,327	198	دالة عند 0,01
	إناث	244	2,77	0,460			
وجدانية	ذكور	156	2,45	0,595	2,969	198	دالة عند 0,01
	إناث	244	2,69	0,531			
سلوكية	ذكور	156	2,35	0,641	2,127	198	دالة عند 0,05
	إناث	244	2,55	0,669			
التأثيرات ككل	ذكور	156	2,47	0,552	3,763	198	دالة عند 0,01
	إناث	244	2,75	0,486			

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث في التأثير المعرفي لمواقع التواصل الاجتماعي على مستوى الوعي البيئي لديهم، حيث جاء بشكل كبير لدى الإناث، فقد بلغت قيمة "ت" (3,327) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0,01.

وكذلك تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث في التأثير الوجداني لمواقع التواصل الاجتماعي على مستوى الوعي البيئي لديهم، حيث جاء بشكل كبير لدى الإناث، حيث بلغت قيمة "ت" (2,969) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0,01.

كما جاءت نتائج اختبار "ت" في الجدول إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث في تأثير السلوكي لمواقع التواصل الاجتماعي على تعزيز الهوية الثقافية البيئية لديهم، حيث جاء بشكل كبير لدى الإناث، حيث بلغت قيمة "ت" (2,127) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0,05.

وتوصلت نتائج اختبار "ت" في الجدول إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على جميع أبعاد تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تعزيز الهوية الثقافية البيئية، لصالح الإناث، حيث بلغت قيمة "ت" (3,763) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0,01. وبالتالي ثبت صحة الفرض.

### ب. تبعاً لاختلاف مستوى التعليم:

جدول (13): تحليل التباين أحادي الاتجاه (On-Way ANVA) بين متوسطات درجات المبحوثين في تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تعزيز الهوية الثقافية البيئية لديهم وفقاً لاختلاف مستوى التعليم

التأثيرات	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
معرفة	بين المجموعات	5,459	2	2,729	6,085	دالة عند 0,01
	داخل المجموعات	88,361	197	0,449		
	المجموع	93,820	199	-		
وجدانية	بين المجموعات	3,527	2	1,763	4,113	دالة عند 0,01
	داخل المجموعات	84,468	197	0,429		
	المجموع	87,995	199	-		
سلوكية	بين المجموعات	6,074	2	3,037	5,216	دالة عند 0,01
	داخل المجموعات	114,706	197	0,587		
	المجموع	120,780	199	-		
التأثيرات ككل	بين المجموعات	7,886	2	3,943	8,445	دالة عند 0,01
	داخل المجموعات	91,989	197	0,467		
	المجموع	99,875	199	-		

تشير بيانات الجدول إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الذين يمثلون مستويات التعليم المختلفة (متوسط - عالي - دراسات عليا) وذلك في التأثير المعرفي لمواقع التواصل الاجتماعي على تعزيز الهوية الثقافية البيئية لديهم، حيث بلغت قيمة ف (6,085)، وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = 0,01.

وتوضح نتائج الجدول إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الذين يمثلون مستويات التعليم المختلفة (متوسط - عالي - دراسات عليا) وذلك في التأثير الوجداني لمواقع التواصل الاجتماعي على تعزيز الهوية الثقافية البيئية لديهم، حيث بلغت قيمة ف (4,113)، وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = 0,01.

بينما تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الذين يمثلون مستويات التعليم المختلفة (متوسط - عالي - دراسات عليا) وذلك في التأثير السلوكي لمواقع التواصل الاجتماعي على مستوى الهوية الثقافية البيئية لديهم، حيث بلغت قيمة ف (5,216)، وهي قيمة دالة إحصائياً عن مستوى دلالة = 0,01.

وتشير نتائج الجدول إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الذين مستويات يمثلون التعليم المختلفة (متوسط -عالي -دراسات عليا) وذلك في جميع التأثيرات لمواقع التواصل الاجتماعي على تعزيز الهوية الثقافية البيئية لديهم، حيث بلغت قيمة ف (8,445)، وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = 0,01، وبالتالي يثبت صحة الفرض.

• الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين معدل تعرض الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراته على تعزيز الهوية الثقافية البيئية:

جدول (14): العلاقة بين معدل تعرض الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي وبين تأثيراته على تعزيز الهوية الثقافية البيئية

معدل تعرض لمواقع التواصل الاجتماعي				تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على تعزيز الهوية الثقافية البيئية
مستوى الدلالة	القوة	الاتجاه	معامل الارتباط	
0,01	قوي	طردي	0,782	تأثيرات معرفية
			0,758	تأثيرات وجدانية
			0,815	تأثيرات سلوكية

تشير بيانات الجدول إلى:

وجود علاقة طردية قوية بين حجم تعرض الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي، والتأثير (المعرفي -الوجداني -السلوكي) على تعزيز الهوية الثقافية البيئية، حيث كانت "R" (0,782-0,815) على التوالي، وهي دالة عند مستوى 0,01. مما يؤكد صحة الفرض.

## النتائج

تتلخص النتائج التي توصلت إليها الدراسة فيما يلي:

- يفضل الشباب السعودي عينة الدراسة موقع (سناپ شات) بالترتيب الأول، في متابعة المضامين البيئية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، يليه في الترتيب الثاني بفارق ضئيل موقع (تيك توك)، وفي الترتيب الثالث جاء موقع (اليوتيوب)، تلاه موقع (انستجرام) في الترتيب الرابع.
- تبين أن دافع (لمعرفة جهود المملكة في تنمية البيئة والحفاظ عليها) في مقدمة دوافع متابعة الجمهور السعودي بالأحساء عينة الدراسة، وذلك بوزن نسبي بلغ (13.39%)، يليه دافع (لمشاهدة مضامين الثقافة البيئية مدعومة بالصور والفيديوهات) في الترتيب الثاني، بوزن نسبي بلغ (13.32%). واختار

المبوحثين عينة الدراسة دافع (للحصول على معلومات متعلقة بمضامين الثقافة البيئية) في الترتيب الثالث، بوزن نسبي بلغ (12.88%).

- يرى الشباب السعودي عينة الدراسة أن عبارة (زادت معلوماتي حول الهوية الثقافية البيئية للمملكة) تأتي في مقدمة اتجاهاتهم نحو تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية البيئية لديهم، وذلك بمتوسط حسابي بلغ (2.72)، تليها عباراتي (أفخر بجهود المملكة في الحفاظ على البيئة)، و(تعرفت على أسباب التغيرات المناخية في المملكة ودول العالم) في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي بلغ (2.69) لكل منهما.

### التوصيات

- الاهتمام بعرض المضامين البيئية في مختلف منصات ومواقع التواصل الاجتماعي في ضوء تنوع استخدامات الشباب السعودي لتلك المواقع.
- ضرورة التوسع في الاستعانة بالوسائط المرئية في عرض المعلومات البيئية من خلال الفيديوهات والصور والانفوجرافيك لجذب انتباه الشباب وتوثيق المعلومات المقدمة.
- وضع تصور في وسائل الإعلام السعودية لتقديم معلومات كافية عن الهوية البيئية السعودية وتعريف أجيال النشء والشباب السعودي بها.

### مراجع البحث

#### أولاً: المراجع العربية:

1. أحمد علي الزهراني. دور شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين الوعي البيئي لدى السعوديين من خلال دراسة فاعلية حساب وزارة البيئة والمياه والزراعة على شبكة تويتر، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، المجلد 22، العدد 2، أبريل 2023)، ص ص 271 – 311.
2. أمينة يخلف ومريم مخلوف. دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين: دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علم الاجتماع بجامعة جيغل، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيغل، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم الاعلام والاتصال، 2020).

3. بسنت محمد عطية، "استخدامات الشباب الجامعي للدراما الأجنبية التي يعرضها التلفزيون المصري وعلاقتها بقيمهم المجتمعية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2011).
4. حسن عماد مكاوي، وليلي حسين السيد. الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط4، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2003).
5. حصة عبد الله قطيم الحبيل. دور شبكات التواصل الاجتماعي في توعية السُعوديين بالتنمية المُستدامة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلد 2024، العدد 89، ج3، أكتوبر 2024.
6. دليلة شتوان، وخيرة صلوبي. استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتشكيل الوعي البيئي: فيس بوك أنموذجًا، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم الاعلام والاتصال، 2019).
7. سارة محمود. "العوامل المؤثرة على استجابة الجمهور للإعلانات الدوائية بالفضائيات العربية: دراسة تحليلية وميدانية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة حلون: كلية الآداب، 2013).
8. سمير محمد محمود أحمد، "تأثير المعالجة الرقمية لعناصر الشكل المرئي للصحيفة على انتباه وتذكر القراء للأخبار في إطار نظرية تمثيل المعلومات"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2004).
9. فايز منشر - الظفيري وآخرون. "آراء طلبة كلية التربية بجامعة الكويت حول المجالات المتداولة في مواقع شبكات التواصل الاجتماعي"، مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية، (الكويت: السنة 43، العدد 164، 2017)، ص66.
10. ماريان مراد، استخدام الجمهور المصري للتلفون المحمول وعلاقته بالتفاعل الاجتماعي، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2013).
11. محمد بن سامي بوزيان. دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي البيئي لدى الشباب: الفيس بوك والانستغرام نموذجا، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة الشهيد حمة لخضر-الوادي، الاجتماع والاثروبولوجيا، 2021).
12. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، (القاهرة: عالم الكتب، 2004).
13. ملفين ديفلير وساندرا بول روكتش، ترجمة: كمال عبد الرؤوف. نظريات وسائل الإعلام، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، ط5، 2004.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

1. Al-Shami, Adulrahman. M. (2013) Uses and Effects of Religious Programs among Yemeni Audiences, Journal Komunikasi Islam, Vol. 03, No. 02.
2. Aman Sinha, Mahendra Kumar Padhy. Role of Social Media in Creating Environmental Awareness in Lucknow, A Double-blind, Peer-reviewed, Quarterly, Multidisciplinary and Multilingual Research Journal, January to March 2022, ISSN: 2581-6918 (E), 2582-1792 (P)Year-05, Volume-05, Issue-01.
3. Ariccio S, Mosca O. Revised environmental identity scale: Adaptation and preliminary examination on a sample of Italian pet owners. Front Psychol. 2023 Jan 30; 13:892841. doi: 10.3389/fpsyg.2022.892841. PMID: 36793364; PMCID: PMC9922845.
4. Barbra K. Km and T.J. Johnson (2004) A W web For All Reasons: Uses and Gratifications of Internet Components for Political Information, Telematics and Informatics, Vol. 21, NO.3.
5. Katherine Matteau. (2018). MODIFICATION DES COMPORTEMENTS CITOYENS: PERTINENCE DE L'UTILISATION DES RÉSEAUX SOCIAUX EN COMMUNICATION ENVIRONNEMENTALE. Étudier en Master Environnement. MAÎTRISE EN ENVIRONNEMENT UNIVERSITÉ DE SHERBROOKE.
6. Lin, C.A., L.Jeffres, (1998) Predicting Adoption of Multimedia cable Service. Journalism Quarterly, vol, 75.
7. McQuail, D. and S.Windahl (1995) Communication Models: for the study of Mass Communication, London & New York: Longman.
8. Newhagen, J.E., and S. Rafaelie (1996) Why Communication Researchers Should Study the Internet: A Dialogue, Journal of Communication, Vol.46 No. 1.
9. Palmgreen P.L, A. Wenner and K.E.Rosengren (1985) Uses and Gratification Research: The Past Ten Years, in Media Gratifications Research: Current Perspectives, K.E. Rosengren and Others, Beverly Hills: SAGE Publications.
10. Severo, E. A., Guimarães, J. C. F. de., Dellarmelin, M. L., & Ribeiro, R. P.. (2019). the Influence of Social Networks on Environmental Awareness and the Social Responsibility of Generations. BBR. Brazilian Business Review, 16(5), 500–518. <https://doi.org/10.15728/bbr.2019.16.5.5>.

ثالثاً: مواقع الإنترنت:

1. 35.1 مليون مستخدم لمنصات التواصل الاجتماعي في السعودية خلال 2024، موقع قناة العربية، 2024/11/30،  
موقع قناة العربية، [/https://www.alarabiya.net/aswaq/economy/2024/11/30](https://www.alarabiya.net/aswaq/economy/2024/11/30)
2. فيصل الفايق. السعودية الأكثر واقعية في مقارنة تغير المناخ، 2023/6/6، موقع قناة العربية،  
[/https://www.alarabiya.net/aswaq/opinions](https://www.alarabiya.net/aswaq/opinions)