



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علم الاجتماع

العنوان:

الفيسبوك وعلاقته بتحفيز العمل التطوعي لدى الطالب الجامعي  
دراسة ميدانية بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل-تاسوست-

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع

تخصص: علم الاجتماع الاتصال

تحت إشراف الأستاذة:

• سميرة بن يحيى

من إعداد الطلبة:

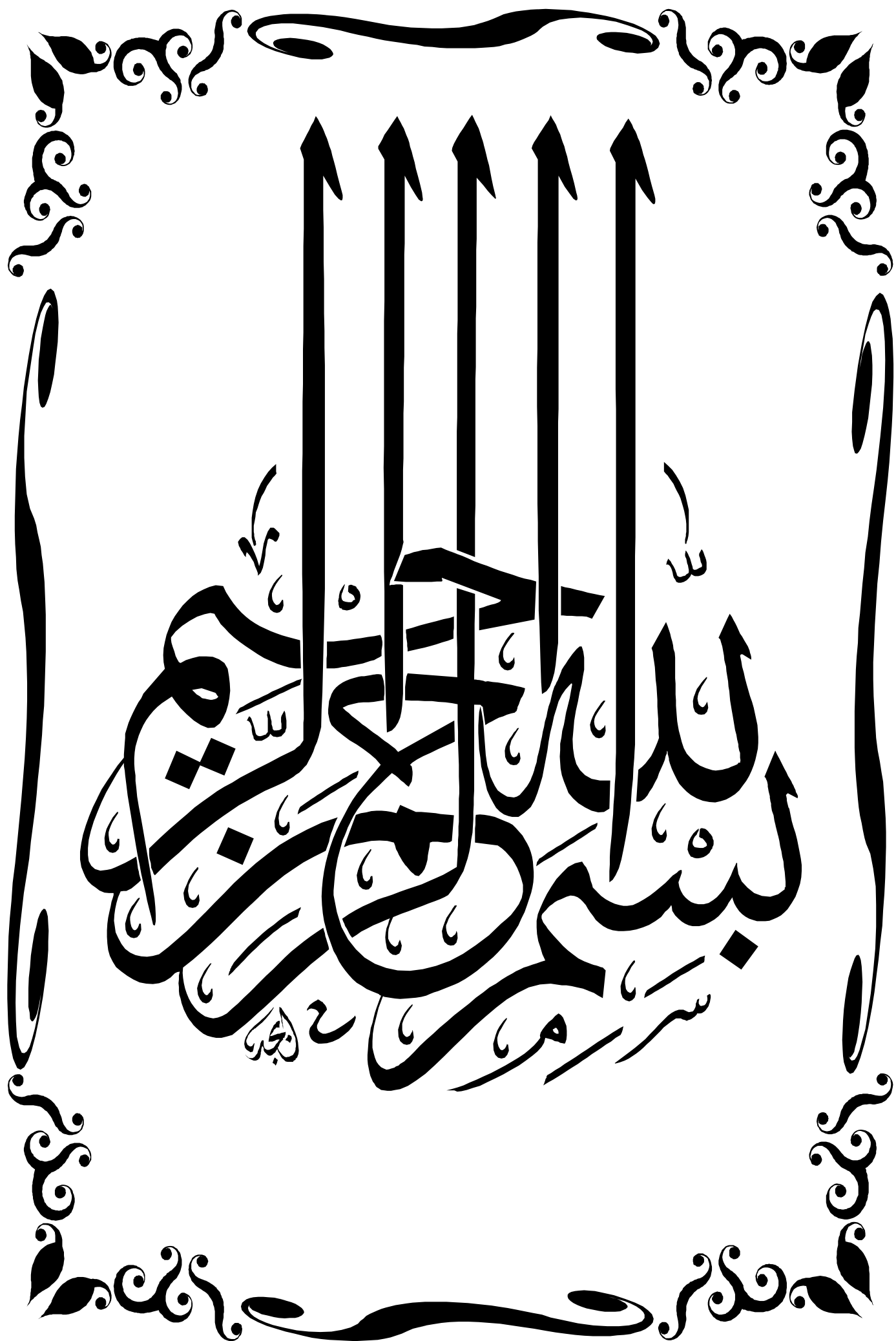
• ليندة بوكربوب

• مبارك عميرة

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الجامعة	الصفة
.....	أستاذ .....	محمد الصديق بن يحيى جيجل	رئيسا
سميرة بن يحيى	أستاذة محاضر ب-		مشرفا ومقررا
.....	أستاذ .....		مناقشا

السنة الجامعية: 2019 - 2020



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي  
خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ  
وَالَّذِي يُضَوِّتُ لِلْجِبَالِ  
شُجْرًا حَشِيمًا إِنَّ رَبَّهُ  
لَسُبْحَانَهُ رَبُّ الْعَرْشِ  
الْعَظِيمِ

## شكر وعرفان

﴿ أَوْزَعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَىٰ وَالِدَيَّ وَأَنْ أَعْمَلَ صَالِحًا تَرْضَاهُ وَأَدْخِلْنِي

بِرَحْمَتِكَ فِي عِبَادِكَ الصَّالِحِينَ ﴿١٩﴾

سورة النمل (الآية 19)

إن الحمد لله، نحمد ونستعين به ونستغفره ونعوذ به من شر أنفسنا وسيئات أعمالنا فالحمد به الذي يتم الأعمال الذي بجمده يكون خير الأعمال، لله نجزى الثناء ونقدم عملنا ونرجو رضاه وهو عباد الصالحين.

نتوجه بالشكر والحمد لله تعالى الذي منحنا الثبات، وزودنا بالحكمة والرزانة وزرع في قلوبنا الإصرار على النجاح، وأعطانا القدرة على تحمل الصعوبات وتجاوزها.

يشرفنا أن نتقدم بالشكر الجزيل والثناء الخالص وأسمى معاني التقدير والعرفان إلى من وجهنا دون وهن إلى من بذل جهده في النصح والتعليم والتوجيه والإرشاد طوال فترة عملنا دون كلال أو ملل إلى أستاذتنا الفاضلة الدكتورة "بن يحيى سميرة" فلكي منا الشكر الجزيل وخالص الاحترام والتقدير ودمت الشعاع المنير وجزاك الله عن كل خير.

كما يسعدنا كذلك أن نقدم أسمى عبارات الشكر والتقدير للجنة المناقشة لكرمها وفضلها في مناقشة مذكرتنا.

ونوجه شكرنا إلى من ساعدنا في إتمام هذا العمل من قريب أو من بعيد ونخص بالذكر أساتذة قسم علم الاجتماع.

# قائمة المحتويات

الصفحة	المحتوى
	بسملة
	شكر و عرفان
	قائمة المحتويات
	قائمة الجداول
	قائمة الأشكال
أ	مقدمة
<b>الفصل الأول: موضوع الدراسة</b>	
4	تمهيد
5	أولاً: إشكالية الدراسة
6	ثانياً: فرضيات الدراسة
6	ثالثاً: أسباب اختيار الموضوع
7	رابعاً: أهمية الدراسة
8	خامساً: أهداف الدراسة
8	سادساً: مفاهيم الدراسة
17	سابعاً: الدراسات السابقة
32	خلاصة الفصل
<b>الفصل الثاني: المقاربات النظرية لموضوع الدراسة</b>	
34	تمهيد
35	أولاً: نظرية نموذج الاستخدامات والإشباعات
35	1- تعريف نموذج الاستخدامات والإشباعات
36	2- تطور نموذج الاستخدامات والإشباعات
37	3- نموذج الاستخدامات والإشباعات ووسائل الاتصال الجماهيري الجديد
37	4- فروض وأهداف نموذج الاستخدامات والإشباعات
40	5- دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام
40	6- عناصر نموذج الاستخدامات والإشباعات
42	ثانياً: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام
42	1- تعرف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

43	2- نشأة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام
44	3- الركائز الاجتماعية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام
44	4- فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام
45	5- آثار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام
46	ثالثا: نظرية التفاعلية الرمزية
46	1- مفهوم نظرية التفاعلية الرمزية
49	2- الفروض الأساسية لنظرية التفاعلية الرمزية
50	خلاصة الفصل
<b>الفصل الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي</b>	
52	تمهيد
53	أولاً: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي
55	ثانياً: أهمية مواقع التواصل الاجتماعي
55	ثالثاً: أهداف مواقع التواصل الاجتماعي
56	رابعاً: خصائص التواصل الاجتماعي
57	خامساً: أنواع التواصل الاجتماعي
58	سادساً: موقع الفيسبوك كنموذج لمواقع التواصل الاجتماعي
58	1- نشأة وتطور موقع الفيسبوك
60	2- نماذج مستخدمي الفيسبوك
62	3- مميزات موقع الفيسبوك
64	4- إيجابيات وسلبيات الفيسبوك
66	خلاصة الفصل
<b>الفصل الرابع: العمل التطوعي</b>	
68	تمهيد
69	أولاً: نشأة العمل التطوعي
72	ثانياً: أهمية العمل التطوعي
73	ثالثاً: أهداف العمل التطوعي
74	رابعاً: دوافع العمل التطوعي
75	خامساً: أسس العمل التطوعي
76	سادساً: آليات العمل التطوعي

79	سابعا: مجالات العمل التطوعي
80	ثامنا: آثار وجوانب العمل التطوعي
82	تاسعا: معوقات العمل التطوعي
85	خلاصة الفصل
<b>الفصل الخامس: الإجراءات المنهجية للدراسة</b>	
87	تمهيد
88	أولا: مجالات الدراسة
88	1- المجال المكاني
88	2- المجال الزمني
89	3- المجال البشري
89	ثانيا: تحديد عينة ومجتمع الدراسة
95	ثالثا: نوع ومنهج الدراسة
97	رابعا: أدوات جمع البيانات والمعلومات
99	خامسا: أساليب التحليل
100	خلاصة الفصل
<b>الفصل السادس: عرض وتحليل وتفسير نتائج الدراسة</b>	
102	تمهيد
103	أولا: عرض وتحليل بيانات الدراسة
103	1- عرض وتحليل بيانات المحور الثاني
116	2- عرض وتحليل بيانات المحور الثالث
	ثانيا: تحليل ومناقشة النتائج
123	1- مناقشة النتائج في ضوء الفرضيات
126	2- مناقشة النتائج في ضوء الفرضية العامة
127	3- مناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة
128	ثالثا: النتائج العامة للدراسة
129	رابعا: التوصيات والاقتراحات
130	خلاصة الفصل
132	خاتمة

## قائمة المحتويات

134	قائمة المراجع
-	الملاحق
-	ملخص الدراسة باللغة العربية والأجنبية



# قائمة الجداول

قائمة الجداول:

الرقم	الجدول	الصفحة
1	يوضح توزيع عدد طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية	90
2	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس	91
3	يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن	91
4	يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	92
5	يوضح توزيع أفراد العينة حسب القسم التابعين له	93
6	يوضح توزيع أفراد العينة حسب مكان السكن	94
7	يوضح توزيع المبحوثين حسب امتلاك حساب موقع الفيسبوك	103
8	يوضح توزيع المبحوثين حسب مدة استخدامهم للفيسبوك	103
9	يوضح توزيع المبحوثين حسب عدد الساعات التي يقضيها في تصفح موقع الفيسبوك	104
10	يوضح توزيع المبحوثين حسب متابعة كل ما ينشر على حساب موقع الفيسبوك	105
11	يوضح توزيع المبحوثين حسب مساعدة موقع الفيسبوك في التعرف على المشكلات التي يعاني منها المجتمع	106
12	يوضح توزيع المبحوثين حسب المشاكل التي تعرض على موقع الفيسبوك	107
13	يوضح توزيع المبحوثين حسب ما إذا كانت هذه المشاكل المعروضة على الفيسبوك تحتاج إلى مبادرات تطوعية لعلها دون اللجوء إلى الجهات الرسمية	108
14	يوضح توزيع المبحوثين حسب الرغبة في المشاركة في العمل التطوعي من خلال ما تقدمه لهم المنشورات	108
15	يوضح توزيع المبحوثين حسب طبيعة الصفحات أو المجموعات التي تقدم منشورات حول العمل التطوعي	109
16	يوضح توزيع المبحوثين حسب تشجيع المنشورات على القيام بالعمل التطوعي	110
17	يوضح توزيع المبحوثين حسب إذ كانوا مشتركين أو سبق لهم وإن اشتركوا في صفحات أو مجموعات خاصة بالعمل التطوعي	111
18	يوضح توزيع المبحوثين حسب اعتقادهم أن المنشورات الخاصة بالعمل التطوعي تعزز من مشاركة أفراد المجتمع في مشكل هذه المبادرات	112
19	يوضح توزيع المبحوثين حسب أنواع المنشورات التي تصادفهم عبر الفيسبوك في	112

## قائمة الجداول

	مجال العمل التطوعي ومشاركتهم مع الأصدقاء	
113	يوضح توزيع المبحوثين حسب إجاباتهم عن وجود مجموعة أو صفحة خاصة بالحي الذين يقطنون به إذا كانت الإجابة بنعم هل توضح منشورة هذه الصفحة أو المجموعة	20
114	يوضح توزيع المبحوثين حسب متابعتهم لمنشورات العمل التطوعي هل تكونت لديك فكرة عنه.	21
115	يوضح توزيع المبحوثين حسب اطلاعهم على المنشورات التي تدعو للعمل التطوعي	22
116	يوضح توزيع أفراد العينة في مشاركتهم في الأعمال التطوعية وهل قمت بتنظيمها	23
116	يوضح توزيع المبحوثين حسب طبيعة الأعمال التطوعية لمشاركة فيها	24
117	يوضح توزيع المبحوثين حول مساهمة الإعلان في العمل التطوعي في مساعدة الفئات الهشة في المجتمع	25
118	يوضح توزيع المبحوثين حسب إذا ما وفرت الصفحات الخاصة بالعمل التطوعي الكفاية الخاصة لمساعدة الآخرين	26
118	يوضح توزيع المبحوثين حسب اطلاعهم على منشور يدعو لمساعدة شخص ما إذا ما قام بمساعدته	27
119	يوضح توزيع المبحوثين حسب معرفتهم لشخص مريض أو معوز قدموا له مساعدة عن طريق منشور عبر الفيسبوك	28
120	يوضح توزيع المبحوثين حسب تنظيم النشاطات في مجال العمل التطوعي	29
121	يوضح توزيع المبحوثين حول المشاركة في العمل التطوعي	30
122	يوضح توزيع المبحوثين حول التعرض للعوائق التي تحد من المشاركة في العمل التطوعي	31

# قائمة الأشكال

قائمة الأشكال:

الصفحة	الأشكال	الرقم
36	يوضح نموذج الاستخدامات والإشباع	1
91	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	2
92	توزيع أفراد العينة حسب السن	3
93	توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	4
94	توزيع أفراد العينة حسب القسم التابعين له	5
95	توزيع أفراد العينة حسب مكان السكن	6

مقدمة

شهد العالم المعاصر تطورا كبيرا بوتيرة سريعة بسبب الثورتين التكنولوجية والإعلامية حيث تم المزج بين وسائل الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة وظهر ما يعرف بالإعلام الجديد. والإعلام الجديد يختلف في وسائله عن الأنماط الإعلامية التقليدية (الإعلام التقليدي)، فالإعلام الجديد أصبح متاحاً لجميع شرائح المجتمع إذ يستخدم شبكة الأنترنت وما تحويه من تطبيقات. هذه الشبكة التي أحدثت نقلة نوعية في عالم الاتصال وأثرت كثيرا على الفرد والمجتمع بصفة عامة نظرا لانتشارها في كافة أنحاء المعمورة.

فالأنترنت تملك العديد من التطبيقات والتي تستخدم في تلبية احتياجات الأفراد، وكانت السبب في هذا التدفق المعرفي والمعلوماتي الذي عرفه هذا العصر، فالمعلومة تعرض على شكل صور ونصوص وأصوات وهذا ما يجعلها أكثر تأثيرا.

وتحتوي شبكة الأنترنت على تطبيقات وخدمات عديدة متاحة في العالم الافتراضي منها مواقع وخدمات الدردشة ومواقع التواصل الاجتماعي، هذه الأخيرة تستخدم في التواصل والاتصال بين الأفراد في العالم الافتراضي وتتميز بسرعة نقلا لخبر وتدعيمة بالصور الحية وسرعة مواكبتها لأحداث على مدار الساعة، كما تتميز أيضا بالمرونة؛ العالمية؛ اتاحة المضامين؛ السرعة الفائقة وتبادل الأفكار والمعلومات والتعبير عن طموحاتهم ومتطلباتهم والمساهمة بشكل فعال في صناعة وإدارة المضامين الإعلامية.

وقد تنوعت وتعددت مواقع التواصل الاجتماعي (من يوتيوب؛ انستغرام؛ تويتر؛ فيسبوك)، ولعل أشهرها هذه المواقع والأكثر استخداما من طرف الشباب موقع الفيسبوك إذ أنه لا يقتصر فقط على تبادل المعلومات وتكوين صداقات والدردشة فقط؛ فقد تعددت مجالات استخدامه واتسعت نطاقاتها لتشمل قضايا مختلفة على رأسها الأنشطة الاجتماعية. ولم يكن العمل التطوعي بعيدا عنها إذ أن الأعمال التطوعية هي أعمال بارزة في المجتمع مع وجود أزمات ومحن (كالزلازل؛ الفقر) التي تصيب المجتمع.

إذ يعتبر العمل التطوعي صورة منصور مشاركة الفرد في تنمية وتطور المجتمع والنهوض به كما نجد أن موقع الفيسبوك ساهم في انتشار هذا النوع من الأعمال وذلك من خلال المجموعات والصفحات العديدة المتخصصة بنشر أفكار ومعلومات حول الأعمال التطوعية قد

تكون حافزا لمختلف فئات المجتمع للمشاركة فيها خاصة فئة الشباب، وذلك من خلال كل ما ينشر في هذا الموقع حول هذا الموضوع.

ولالإلمام بأهم جوانب هذا الموضوع ولرصد علاقة الفيسبوك بتحفيز الشباب على المشاركة في الأعمال التطوعية أنجزت، هذه الدراسة على عينة من الطلبة الجامعيين.

وقد قسمت إلى ستة فصول إذ يشمل الفصل الاول؛ الاشكالية؛ فرضياتها؛ اهداف الدراسة؛ أهميتها وأسباب اختيار الموضوع كما تم تحديد مفاهيم الدراسة كما تطرقنا أيضا إلى الدراسات السابقة؛ أما الفصل الثاني فقد خصص لاستعراض مختلف النظريات التي مست موضوع الدراسة؛ بينما تناولنا في الفصل الثالث مواقع التواصل الاجتماعي حيث تم التطرق إلى نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي وأهمية مواقع التواصل الاجتماعي وأهداف مواقع التواصل الاجتماعي؛ وخصائصه؛ انواعه والفيسبوك كنموذج لمواقع التواصل الاجتماعي إذ تناولت فيه: نشأة وتطور موقع الفيسبوك؛ ونماذج مستخدمي الفيسبوك؛ ومميزاته؛ ودون الاغفال عن سلبيات وايجابيات الفيسبوك وأخيرا خلاصة الفصل أما الفصل الرابع فقد تطرقنا من خلاله للعمل التطوعي وتناولنا فيه نشأة وظهور العمل التطوعي وأهميته وأهدافه ودوافعه وأسس؛ آلياته وأساليبه ومجالاته وكذا جوانبه وآثاره وأخيرا معوقاته كما خصصنا الفصل الخامس لعرض الإجراءات المنهجية للدراسة حيث تم تحديد مجالات الدراسة والمنهج المستخدم؛ العينة؛ وتحديد أدوات جمع البيانات والمعلومات بالإضافة إلى تحديد أساليب التحليل المستخدمة في هذه الدراسة وقد خصصنا الفصل السادس لعرض وتحليل وتفسير نتائج الدراسة؛ إذ تم عرض وتحليل بيانات الدراسة؛ ثم مناقشة وتفسير نتائج الدراسة واستخلاص نتائجها العامة وأخيرا تم اقتراح بعض التوصيات.



# الفصل الأول: موضوع الدراسة

تمهيد

أولاً: إشكالية الدراسة

ثانياً: فرضيات الدراسة

ثالثاً: أسباب اختيار موضوع الدراسة

رابعاً: أهمية الدراسة

خامساً: أهداف الدراسة

سادساً: مفاهيم الدراسة

سابعاً: الدراسات السابقة

خلاصة الفصل

## تمهيد:

يعتبر تحديد موضوع الدراسة من أهم المراحل الأساسية للبحث الاجتماعي، حيث يجب على الباحث عند انطلاقه في دراسة أي موضوع أن يحدد الإطار العام له أي يخصص حيزا لتقديم موضوع دراسته، فمن خلال هذا التقديم يحاول الباحث إعطاء نظرة واضحة حول ما يريد دراسته وتحديد الموضوع تحديدا دقيقا، وذلك ليتمكن أولئك الذين سيطلعون على هذه الدراسة من فهم ما يريد الباحث أن يدرسه بالضبط تجنباً لسوء الفهم أو التقدير الشيء.

ويتم في هذا الفصل تحديد الإطار العام لهذه الدراسة من خلال بناء إشكالياتها وصياغة تساؤلاتها وفرضياتها التي تمثل إجابات مؤقتة عن هذه التساؤلات، مع تحديد أسباب اختيار موضوع الفاييبوك وعلاقته بتحفيز العمل التطوعي لدى الطالب الجامعي (أسباب ذاتية وأسباب موضوعية) وإبراز وأهميته وأهدافه، دون إغفال تحديد المفاهيم الأساسية المعتمدة في هذا البحث. وفي الأخير تم عرض بعض الدراسات السابقة التي تمكنا من الحصول عليها بحيث تناولت هذه الأخيرة موضوع الدراسة.

## أولاً: إشكالية الدراسة

عرف مجال الإعلام والاتصال في هذا العصر ثورة إتصالية رافقها إنفجار معلوماتي هائل، لذلك أخذت الظواهر المرتبطة بتكنولوجيا الإتصال والمعلومات تتوسع لتنتشر في العالم أجمع حيث شملت مختلف الميادين والمجالات. كما استطاع الأفراد من خلالها تقليص الزمان والمكان حيث أصبحت وسائل الإعلام والاتصال قوة فاعلة ومسيطرة لا يمكن الاستغناء عنها خصوصاً في ظل العولمة، وظهر ما يعرف حالياً بالإعلام الجديد وذلك بظهور الأنترنت وانتشار استخدام تطبيقاتها في كل دول العالم.

وتعد شبكات التواصل الاجتماعي من أبرز تطبيقات الأنترنت وأكثرها استخداماً إذ عرفت إقبالا عالمياً واسعاً منذ ظهورها خاصة في أوساط الشباب، وقد انتشرت هذه الشبكات عبر دول العالم في 2007 وأشهرها الفيسبوك، والذي قام الكثير من الأفراد عبر العالم بفتح حسابات خاصة بهم في هذا العالم الافتراضي، إذ يقدم الفيسبوك خدمات للمستخدمين مثل: المحادثات الفورية، الرسائل... الخ.

وقد قام الكثير من الأفراد من مستخدمي الفيسبوك بخلق فضاءات افتراضية، من خلال إنشاء مجموعات حوار في مختلف المجالات سواء كانت اقتصادية، إجتماعية، سياسية، أو ثقافية وذلك بغرض التعبير عن آراءهم والتواصل مع من يشاركونهم نفس الاهتمامات، مما أدى إلى ازدياد أهميته إذ أضحت من أشد وسائل التواصل تأثيراً سواء على الفرد والمجتمع وهو يلعب دوراً كبيراً في تشكيل الرأي العام وتوجيه سلوكيات الأفراد.

ولعل من بين المواضيع الإجتماعية المهمة التي تتواجد على صفحات موضوع العمل التطوعي، إذ توجد صفحات تهتم به، لكونه يساهم في تحقيق التنمية ويؤدي إلى تساند أفراد المجتمع الواحد وتعاونهم لحل مختلف المشاكل.

استغل مستخدمي الفيسبوك في مجال العمل التطوعي ما وصلت إليه تكنولوجيا الإعلام والاتصال من أجل تحفيز المتطوعين وتقديم الرسائل لهم دون وجود أي اتصال مباشر معهم وذلك بالتركيز على الجوانب العقلية والنفسية التي تؤثر على المتطوع. فالفيسبوك يساهم في تسهيل وتسريع تبادل الأفكار والآراء بل وحتى التأثير في وجهات نظر الآخرين وسلوكياتهم عند إطلاعهم على هذه المنشورات.

وانطلاقاً من الإحساس بأهمية هذا الموضوع، ولأجل معرفة علاقة الفيسبوك بتحفيز العمل التطوعي لدى الطالب الجامعي، قمنا بإجراء هذه الدراسة في كلية العلوم الانسانية الإجتماعية-جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل- وعليه نطرح التساؤل الرئيسي التالي: هل توجد علاقة بين الفيسبوك وتحفيز العمل التطوعي لدى الطالب الجامعي؟

وقد انبثق عن هذا التساؤل الرئيسي أسئلة فرعية هي التساؤلات الفرعية التالية:

- هل يزيد التفاعل عبر صفحات الفيسبوك من رغبة الطالب الجامعي في مشاركة العمل التطوعي؟
- هل يساهم التواصل عبر الفيسبوك في ممارسة الطلبة الجامعيين في العمل التطوعي؟

#### ثانياً: فرضيات الدراسة

يحدد الفرض العلمي بأنه تقدير أو استنتاج ذكي يصوغه ويتبناه الباحث لتفسير بعض ما يلاحظه من الحقائق والظواهر.<sup>1</sup>

وانطلاقاً من تساؤلات الدراسة فقد تم صياغة الفرضية العامة التالية:

توجد علاقة بين الفيسبوك وتحفيز العمل التطوعي لدى الطالب الجامعي.

وقد انبثق عن هذه الفرضية العامة فرضيتين جزئيتين هما:

- يزيد التفاعل عبر صفحات الفيسبوك من رغبة الطالب الجامعي في مشاركة العمل التطوعي.
- يساهم التواصل عبر الفيسبوك في ممارسة الطلبة في العمل التطوعي.

#### ثالثاً: أسباب اختيار الموضوع

##### الأسباب الذاتية:

- الإحساس بالمشكلة العلمية المطروحة وهي الفيسبوك وعلاقته بالعمل التطوعي لدى الطالب الجامعي.
- الميولات الشخصية للعمل التطوعي حيث لفت الانتباه نظراً لما تحمله من أخلاق وأبعاد إنسانية.

<sup>1</sup> - أحمد عبد الله اللحج، مصطفى محمود أبو بكر، البحث العلمي، الدار الجامعية للنشر، 2002، ص 117.

- الفضول هو أحد الأسباب التي دفعت بنا للقيام بدراستنا وعرفة العلاقة بين الفيسبوك والتحفيز على العمل التطوعي.

#### الأسباب الموضوعية:

- نقص الدراسات التي تناولت هذا الموضوع نظرا لحدثته فقد تناول الباحثين موضوع شبكات التواصل الاجتماعي في مجالات أخرى وفي هذا المجال العمل التطوعي يحظى بالقدر الكافي من الاهتمام من الباحثين.
- الرغبة في معرفة الأبعاد الأخرى لاستخدام الفيسبوك كوسيلة للبعد الإنساني.
- الاستفادة من هذه الدراسة مستقبلا في الدراسات العلمية حيث تكون نقطة انطلاق وفتح البوابة لباحثين آخرين في هذا الموضوع وللتعمق فيه أكثر.

#### رابعا: أهمية الدراسة

- يسعى الباحثون في أي مجال علمي لتحديد الأهمية لموضوع دراستهم وأي باحث يشير لتلك الأهمية في دراسته من أجل إعطاء سند موضوعي وعلمي لموضوع البحث، وتظهر أهمية دراستنا الراهنة من أهمية الموضوع في حد ذاته، والتي تتمثل في الفيسبوك والعمل التطوعي، بحيث تحاول هذه الدراسة تسليط الضوء على أهمية العمل التطوعي داخل الوسط الجامعي (الوسط الطلابي) وعلاقته بالفيسبوك الذي يعتبر الوسيط الأمثل أو الفعال للتزويد لمثل هذه الأعمال وتحفيز الطلاب الجامعيين للتوجيه نحو الانخراط والمشاركة ضمن هذه الأعمال.
- تكمن أهمية هذه الدراسة في توجهاتها المتمثلة في الاهتمام بدراسة العمل التطوعي الذي لم يحظى بصدى كبير لفترة طويلة إلا بعد ظهور الإعلام الجديد وخاصة الفيسبوك.
- ومحاولة معرفة والتعمق داخل العلاقة القائمة بين الفيسبوك والتحفيز للطلبة الجامعيين على العمل التطوعي ومعرفة العوامل المؤثرة بينهما والأهداف المحققة والدور الذي يؤديه الفيسبوك في هذه العلاقة.
- تكمن كذلك هذه الأهمية في كونها من البحوث التي تهتم بالأعمال التطوعية والوقوف على أهمية هذه الأعمال وانعكاساتها داخل الحيز الجامعي كما تعتبر دراستنا محاولة جادة لجعل العمل التطوعي محل البحث والدراسة في جامعة جيجل.

خامسا: أهداف الدراسة

- التعرف على كيفية استخدام موقع الفيسبوك في تحفيز العمل التطوعي لدى الطالب الجامعي.
- التعرف على كيفية مساهمة الفيسبوك في تحقيق التواصل بين الطلبة الجامعيين في العمل التطوعي.
- التعرف على مدى مساهمة صفحات الفيسبوك في التفاعل لدى الطلبة الجامعيين في ممارسة العمل التطوعي.
- التعرف على طبيعة العلاقة بين الفيسبوك والتحفيز على العمل التطوعي.
- زيادة الوعي بأهمية العمل التطوعي وفائدته في المجتمع.

سادسا: مفاهيم الدراسة

1 - الإعلام الجديد:

"الإعلام الرقمي هو مصطلح يضم كافة تقنيات الاتصال والمعلومات الرقمية التي جعلت من الممكن إنتاج ونشر واستهلاك وتبادل المعلومات التي يريدها في الوقت الذي يريده وبالشكل الذي نريده من خلال الأجهزة الالكترونية (الوسائط) المتصلة أو الغير متصلة بالإنترنت والتفاعل مع المستخدمين الآخرين كائنا من كانوا وأينما كانوا".<sup>1</sup>

ومن خلال التعريف السابق نرى أن الإعلام الجديد يسمى ذلك بالإعلام الرقمي كما انه يضم كافة التقنيات والمعلومات الاتصالية والرقمية كما انه يضم كافة التقنيات والمعلومات الاتصالية والرقمية التي سهلت من إنتاج ونشر وتبادل المعلومات في أي وقت وفي أي مكان بالشكل الذي يريده بواسطة الأجهزة الالكترونية إلا انه يتميز بخاصية الحوار بين طرفين.

كما عرف على: " إنه جملة من تطبيقات الاتصال الرقمي وتطبيقاته النشر الالكتروني على الأقراص وأنواعه المختلفة والتلفزيون الرقمي والانترنت وهو يدل كذلك على استخدام الكمبيوترات الشخصية والنقالة فضلا عن التطبيقات اللاسلكية للاتصالات والأجهزة المحمولة في السياق".<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - علي عبد الفتاح كنعان، الإعلام والمجتمع، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص 162.

<sup>2</sup> - عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2008، ص 31، 32.

تعريف آخر للإعلام الجديد: " هو إعلام عصر المعلومات، فقد كان وليد التزاوج ظاهرتين بارزتين عرف بهما هذا العصر ظاهرة تفجر المعلومات ( information explosion ) وظاهرة الاتصالات عن بعد ( Telecommunication ).<sup>1</sup>

من خلال هذا التعريف نرى أن الإعلام الجديد يعتمد على استخدام الكمبيوتر والاتصالات عن بعد لإنتاج المعلومات وعرضها في شكل مزيج من الصور، والنصوص والفيديوهات وهذا ما يجعل المعلومة قوية وتؤثر ويمكن تخزينها إلكترونياً.

**التعريف الإجرائي:** الإعلام الجديد يتضاد مع الإعلام التقليدي إذ أن للإعلام الجديد أدوات ضرورية من أجل الولوج إلى عالمه كاستخدام الحاسوب (الكمبيوتر) أو الهاتف الذكي بتوفر شبكة الانترنت حيث أنه أصبح متاحاً للجميع أي جميع شرائح المجتمع ولاستخدامه والاستفادة منه.

## 2- مواقع التواصل الاجتماعي ( شبكات التواصل الاجتماعية):

هو مصطلح يشير إلى تلك المواقع على شبكة الانترنت والتي ظهرت مع ما يعرف بالجيل الثاني في الويب (WEB2) حيث تتيح التواصل بين مستخدميها في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم وفقاً لاهتماماتهم أو انتماءاتهم (جامعة، بلد، صحافة، شركة) بحيث يتم ذلك عن طريق خدمات التواصل المباشر كإرسال الرسائل أو المشاركة في الملفات الشخصية للآخرين والتعرف على أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها لتعرض، وتعرف موسوعة ويب أوبيد بالشبكات الاجتماعية بأنها عبارة تستخدم لوصف أي موقع على الشبكة العنكبوتية، يتيح لمستخدميه وضع صفحة شخصية عامة معروضة ويتيح إمكانية تكوين علاقات شخصية مع المستخدمين الآخرين الذين يقومون بالدخول إلى تلك الصفحة الشخصية.<sup>2</sup>

يطلق مصطلح مواقع التواصل الاجتماعي على مجموعة من المواقع الإلكترونية التي ظهرت على شبكة الانترنت من الجيل الثاني للويب (web2) وتتيح التواصل بين الأفراد عن طريق إرسال الرسائل والاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ويتم ذلك في بيئة مجتمع افتراضي تجمعهم اهتمامات أو شبكات انتماء (بلد أو جامعة أو مدرسة أو شركة).<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - خليدة صديق، **مناهج البحث في الإعلام الجديد**، دار الإحصاء العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 165.

<sup>2</sup> - علي عبد الفتاح كنعان، مرجع سابق، ص 162.

<sup>3</sup> - عامر إبراهيم القنديلجي، **الإعلام والمعلومات والانترنت**، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2013، ص 334.

عرفها شريف الليان بأنها: خدمات توجد على شبكات الويب تتيح للأفراد بناء بيانات شخصية profile عامة أو شبه عامة خلال نظام محدد ويمكنهم وضع قائمة لمن يرغبون في مشاركتهم الاتصال ورؤيتهم أيضا للذين يتصلون بهم وتلك التي يصفها الآخرون خلال النظام.<sup>1</sup>

ويعرف زاهر الراضي مواقع التواصل الاجتماعي على أنها: " منظومة من الشبكات الالكترونية والتي تسمح للمشارك فيها إنشاء موقع خاص به ومن تم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها".<sup>2</sup>

**التعريف الإجرائي:** هي شبكات اجتماعية تفاعلية على الانترنت تسمح لمستخدميها بتبادل المعلومات وإمكانية التواصل فيما بينهم ومشاركة الصور والملفات وتكوين علاقات صداقة وإنشاء لجماعات افتراضية مختلفة الاهتمامات والتخصصات وهي في الوقت الحالي بمثابة مصادر الأخبار والمستجدات.

### 3- مفهوم الفيسبوك:

"فيس بوك بالإنجليزية facebook هو موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجانا وتديره شركة " فيس بوك" محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة عمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم.

كذلك يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم، وأيضا تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم ويشير اسم الموقع إلى دليل الصور التي تقدمه الكليات والمدارس التمهيديّة في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد والذي يتضمن وصفا لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف عليهم.

<sup>1</sup> - حسين محمود هتيمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 82.

<sup>2</sup> - رضوان بلخيري، مدخل إلى الإعلام الجديد المفاهيم - الوسائل والتطبيقات، دار الجسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2014، ص



"يشير إلى دفتر رقمي يحمل صوراً ومعلومات لأفراد في جامعة معينة أو مجموعة ومن هنا جاءت تسمية الموقع، وتعد هذه الطريقة شائعة لتعريف الأشخاص خصوصاً في الجامعات الأجنبية ببعضهم حيث يتصفح المنتسبون في الجامعة هذه الدفاتر لمعرفة المزيد عن الطلبة المتواجدين في الكلية نفسها".<sup>1</sup>

يعتبر موقع facebook الذي أسسه مارك زوكربيرغ Mark Zuckerberg وإذا من أهم مواقع التشبيك الاجتماعي وهو لا يمثل منتدى اجتماعياً فقط وإنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء ويعتمد الموقع في ذلك على معطيين أساسيين هما:<sup>2</sup>

1- "حجم المشتركين فيه والذي يناظر 24 مليون حيث يشهد زيادة في عددهم بمعدل 150 ألف يومياً وكذلك على تميزه من الناحية التكنولوجية والتي يريد أن يجعلها متاحة للجميع.

2- "ويمنح الموقع المشتركين ستة أنظمة تطبيق على الجهة اليسرى للصفحة الرئيسية له وهي ملف، صور ملف مذكرات، ملف مجموعات، ملف الأحداث، ملف الرسائل، وزاد عليها وكل فترة ملف "مكان التسوق".<sup>3</sup>

وهو موقع الشبكات الاجتماعية على شبكة الانترنت لتكوين أصدقاء جدد والتعرف على أصدقاء الدراسة حول العالم أو الانضمام إلى مجموعات مختلفة على شبكة الويب".<sup>4</sup>

ويعرف

"هو موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن تسجيل عضوية به مجاناً وتديره شركة "فيسبوك" محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها ويشير اسم الموقع إلى دليل الصور، الذي تقدمه الكليات، المدارس التمهيدية في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد والذي يتضمن وصفاً لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف إليهم".<sup>5</sup>

<sup>1</sup> يانس خضير البياني، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، دار البداية ناشرون وموزعون، ط1، عمان، 2014، 390.

<sup>2</sup> عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، الجزء الثاني، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2008، ص 218.

<sup>3</sup> المرجع نفسه، ص 218.

<sup>4</sup> رضا أمين، الإعلام الجديد، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2015، ص ص 113-114.

<sup>5</sup> صلاح محمد عبد الحميد، الإعلام الجديد، طبعة للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2012، ص 206.

"مجتمع افتراضي يشير إلى مكان أين يتلقى الأفراد ويتفاعل من خلال تبادل الصور ومقاطع الفيديو ومعلومات أخرى واتصالات عامة مع الأصدقاء والعائلة وآخرون".<sup>1</sup>

**تعريف إجرائي:**

الفيسبوك هو موقع الكتروني للتواصل الاجتماعي بين الأشخاص العاديين والاعتباريين يفتح المجال للتواصل ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر مواقع أخرى وإنشاء روابط تواصل مع الآخرين.

**4- مفهوم الحوافز:**

لقد تعددت التعاريف التي تناولت مفهوم الحوافز تتجلى فيما يلي:

**المفهوم اللغوي:** " نقول حفز حفزا حكه وحركه، ومنه يتضح أن التحفيز يدل على تلك العوامل الخارجية التي تدفع الفرد إلى الحركة والقيام بعمل ما (تحفيز تهيأ للمضي في)".<sup>2</sup>

**المفهوم الاصطلاحي:**

لقد تعددت وتتوعد التعريفات التي ذكرت عن الحوافز ذلك تبعا لاختلاف وتباين منطلقات ووجهات نظر الباحثين والعلماء.

"يعرفها "بيندر pinder": بأنها مجموعة من القوى النشيطة التي تصدر من داخل شخص ومن محيطه في أن واحد وهي تحث الفرد العامل على تصرف معين في عمله".<sup>3</sup>

"يعرفها "dimoh": على أنها العوامل الخارجية التي تجعل الأفراد ينهضون بعملهم على نحو أفضل ويبدلون معه جهد أكبر مما يبذله غيرهم".<sup>4</sup>

"تعرف عملية التحفيز بأنها إدراك واستقبال للمؤثر الخارجي (الحافز) وتوجهه نحو عملية الدفع الايجابي أو السلبي اعتمادا على طبيعة الإدراك والفهم لطبيعة المؤثر الخارجي من ناحية الفرد، وأنها

<sup>1</sup> -sherry knoph cunter: teach yourself face book, sans,united, states of America, 2010, p 05.

<sup>2</sup> -المنجد في اللغة والإعلام 1991. بيروت، دار المشرق

<sup>3</sup> -حمداوي وسيلة، إدارة الموارد البشرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2004، ص 151.


<sup>4</sup> -طاهر محمود الكلالدة، تنمية وإدارة الموارد البشرية، دار عالم الثقافة، الأردن، 2008، ص 115.

عملية تنظيمية قيادية تستهدف استثمار المؤثر الخارجي الايجابي بالدفع نحو سلوك أفضل وأداء أعلى أو أنها استثمار المؤثر الخارجي السلبي بالدفع نحو التغيير في السلوك المرغوب".<sup>1</sup>

من خلال التعريف السابق هو أن التحفيز يكون من قبل المؤثر الخارجي يحفز الفرد على استثمار المؤثر الخارجي سواء ايجابي أو سلبي لكن الحافز نراه دائما يكون ايجابي وكما تعتبر عملية قيادية تنظيمية للوصول إلى أداء أعلى من قبل الفرد وهذا ما يدعو إلى التغيير والتفضل.

**التعريف الإجرائي:** هو عملية تنشيط وتشجيع لاستغلال الطاقات والخبرات المستجدة سواء على صعيد الجماعة أو المؤسسة كما أن عملية التحفيز هي توجيه سلوك الأفراد وتقويمه.

#### 5 - تعريف العمل التطوعي:

5 - 1 - التطوع: بدل البر والبر الجماع قال تعالى: ﴿فَمَنْ تَطَوَّعَ خَيْرًا فَهُوَ خَيْرٌ لَهُ﴾  البقرة 184.

**التطوع لغة:** كلمة مأخوذة من الفعل طوع وهو ما تبرع له من ذات لنفسه ما لا يلزمه فرضه وبالشيء التبرع به.<sup>2</sup>

#### 5 - 2 - تعريف العمل التطوعي:

ويعرفه النعيم "وهو ذلك النشاط الاجتماعي والاقتصادي الذي يقوم به الأفراد أو الممثلون في الهيئات والمؤسسات والتجمعات الأهلية ذات النفع العام دون عائد مادي مباشر للفائمين عليه وذلك بهدف التقليل من حجم المشكلات والإسهام في حلها سواء كان ذلك بالمال أو الجهد أو كليهما".<sup>3</sup>

من خلال هذا التعريف نرى أن مفهوم العمل التطوعي الذي يقوم به الأفراد أو الممثلون في الهيئات أو الجماعات تسعى لحل المشكلات الاجتماعية والاقتصادية دون عائد مادي.

<sup>1</sup> شرياف وحيدة، التحفيز وطبيعة الملكية في المؤسسات الاقتصادية، مذكرة ضمن متطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس (الجزائر)، 2010، ص 19.

<sup>2</sup> ابن منظور أبو الفضل، لسان العرب، دار بيروت للطباعة، بيروت، 1956، ص 343.

<sup>3</sup> النعيم عبد الله العلي، العمل الاجتماعي مع التركيز على العمل التطوعي، مكتبة الملك فهد الوطنية، المملكة السعودية، 2005، ص 19.

كما يعرف أنه: "المجهود القائم بناء على خبرة أو مهنة معينة، وبدل عن رغبة واختيار لأداء واجب اجتماعي وبدون توفر جزاء مالي بالضرورة، فالعمل التطوعي لا يعود بالنفع على الآخرين فقط بل انه يحقق الفرد عن طريق العمل التطوعي الإحساس بالرضا عن الذات والشعور بالانتماء وتحقيق الذات".<sup>1</sup>

"وهو النشاط الذي يقوم به المتطوع فردا كان أو جماعة بصورة عفوية أو منظمة في نطاق هيئات أو تجمعات أهلية غير حكومية، ولا يستهدف ذلك النشاط تحقيق أي عائد مادي مباشر للمتطوع أو المتطوعين ذاتهم، وإنما يستهدف المساهمة في إزالة أو التخفيف من أثار المشكلات الاجتماعية والاقتصادية، والعمل على مساعدة الأفراد الآخرين وتهيئتهم لمواجهة تلك المشكلات والمشاركة في التنمية".<sup>2</sup>

والعمل التطوعي هو "الجهد الذي يبذله الإنسان من أجل مجتمعه، ومن أجل جماعات معينة، وفيه يتحمل مسؤوليات العمل من خلال المؤسسات الاجتماعية القائمة، إرضاء لمشاعر ودوافع إنسانية داخلية خاصة، تلقي الرضا والقبول من جانب المجتمع".<sup>3</sup>

ونرى من خلال التعريفات السابقة:

هو الجهد الذي يبذله الفرد أو الجماعة من أجل المجتمع أو مجموعة معينة لا يستهدف هذا النشاط عائد مادي وإنما يستهدف المساهمة في إزالة أو تخفيف المشاكل الاجتماعية والاقتصادية ويحقق كذلك الإحساس بالرضا عن الذات والشعور بالانتماء وتحقيق الذات.

<sup>1</sup> - منال عباس، العمل التطوعي بين الواقع والمأمول، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2013، ص 16.

<sup>2</sup> - إيمان عبد الرزاق الخاجة، دور الانستغرام في تحفيز شباب البحرين على العمل التطوعي - دراسة ميدانية-رسالة مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام والعلاقات العامة، كلية الآداب والعلوم والتربية، الجامعة الأهلية المنامة، مملكة البحرين، ماي 2015، ص 10.

<sup>3</sup> - عبد الله عبد الحميد الخطيب، العمل الجماعي التطوعي، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات بالتعاون مع جامعة القدس المفتوحة القاهرة، 2010، ص 10.

تعريف الإجرائي:

يعد العمل التطوعي ممارسة إنسانية من شأنها إحداث نوع من الترابط الاجتماعي الأصيل وأنه يقوم على دوافع إنسانية كالتعاون، التعاطف الخير، كما يعتبر نشاط اجتماعي يقوم به الفرد أو الجماعة دون عائد مادي.

6 - مفهوم الطالب الجامعي:

لغة: "الطالب هو الذي يطلب العلم، ويطلق على التلميذ في مرحلتي الثانوية والجامعية، جمع طلاب طلبية"<sup>1</sup>.

"تطلق لفظة " الطالب " على كل مسجل في المهده عال أو جامعة أو كلية على عكس التلميذ التي تطلق على المعلم في صفوف التعليم الأساسي"<sup>2</sup>.

اصطلاحاً: "وهو ذلك الشاب الذي التحق بالجامعة وأثر التحاقه هذا في شخصيته سواء من الناحية العقلية أو الوجدانية أو الاجتماعية حيث تتمتع خبراته وتقييمه للأمور مما يساعده على تبني قيم واتجاهات وأفكار مهمة"<sup>3</sup>.

الطالب: " وهو ذلك الشخص الذي سمحت له كفاءته العلمية بالانتقال من المرحلة الثانوية أو مرحلة التكوين المهني أو الفني العالي إلى الجامعة تبعاً لتخصصه الفرعي بواسطة شهادة أو دبلوم التكوين الاجتماعي إذ أنه يمثل النسبة العالية في المؤسسة الجامعية "<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - المعجم الوسيط، القاهرة، مكتبة الشرق الدولية، ط1، 2005، ص 17.

<sup>2</sup> - جرجس ميشال جرجس لحيان، معجم مصطلحات التربية والتعليم دار النهضة العربية، ط1، لبنان، 2005، ص 350.

<sup>3</sup> - سعيدة زيباني، دور الطالب الجامعي في الفعل التطوعي داخل المجتمع لجامعة ورقلة، كلية العلوم الإنسانية، 2014، ص 8.

<sup>4</sup> - أسماء حميدة، مايا قرطي، استخدام طالبات الجامعة لموقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك، جامعة ورقلة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2013، ص 20.

عرفه محمد إبراهيم: "الطالب هو الفرد الذي اختار مواصلة الدراسة الأكاديمية والمهنية ويأتي إلى الجامعة معه جملة قيم وتوجهات حققتها المؤسسات التربوية الأخرى والجامعة من المفروض تحضره للحياة العملية".<sup>1</sup>

من خلال هذا التعريف نرى أن الطالب هو الذي يختار مواصلة الدراسة الجامعية الأكاديمية المهنية للتوجه بعد انتهائها للحياة العملية.

### التعريف الإجرائي:

هو ذلك الشخص الذي تحصل على شهادة البكالوريا من أجل الالتحاق بالجامعة والاستمرار في تلقي الدروس والمحاضرات وذلك من أجل التطوير كفاءته وتحسين مستواه التعليمي.

### 7 - مفهوم الجامعة:

"هي مؤسسة تعليمية يلتحق بها الطالب بعد إكمال دراستهم بالمدرسة الثانوية والجامعة تمثل أعلى مؤسسة في التعليم العالي وتطلق أسماء أخرى على الجامعة وبعض المؤسسات التابعة لها مثل الكلية، المعهد، الأكاديمية".<sup>2</sup>

نستنتج من خلال هذا التعريف أن الطالب الجامعي يزاول دراسته في الجامعة بعد اخذ أعلى مستوى في الثانوية وهي البكالوريا، ويعتبر الانتقال إلى الجامعة، وتعتبر أعلى مؤسسة في التعليم العالي وكما توجد مؤسسات أخرى تابعة لها وهي كلية، المعهد، والأكاديمية.

ويعرفها احمد حسين الصغير: " بأنها مؤسسة تعليمية مستقلة ذات هيكل تنظيمي معين وأنظمة وأعراف وتقاليد جامعية، وتتألف الجامعة من مجموعة من الكليات والأقسام ذات الطبيعة العلمية والتخصصية وتقديم برامج دراسية متنوعة في تخصصات مختلفة".<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - منى العتيق، الطالب الجامعي ومشروع المستقبل نظرة واقعية وتحليلية، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية الاتصالية ومؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، ص 320.

<sup>2</sup> - هاشم فوزي، دباس العبادي، إدارة التعليم الجامعي مفهوم حديث في الفكر الإداري المعاصر، مكتبة الرواق للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص 62.

<sup>3</sup> - أحمد حسين الصغير، التعليم الجامعي في الوطن العربي تحديات الواقع ورؤى المستقبل، عالم الكتب، القاهرة، 2005، ص 21.

التعريف الإجرائي:

هي مؤسسة عمومية ذلت طابع علمي ثقافي وتنظيمي ومهني وذات هيكل تنظيمي معين وأنظمة وأعراف وتقاليد جامعية معينة، تضم عددا من الكليات والأقسام تقدم لطلابها تعليما عاليا نظريا وعلميا ذات الطبيعة التخصصية وتمنحهم درجات وشهادات في مختلف التخصصات العلمية.

سابعاً: الدراسات السابقة

تعتبر الدراسات السابقة من أهم خطوات البحث العلمي فهي تساعد الباحث للاطلاع على ما سبق وتجنب التكرار وتفاذي أخطاء الآخرين، وكذلك تفيد في التعرف على الكثير من المراجع والمصادر كونها حلقة من حلقات هذا التراكم العلمي والمعرفي، ولذلك حاولنا الاعتماد على الدراسات السابقة التي تناولت نفس الموضوع أو تقاطعت مع أحد المتغيرات لدراستنا وتمثل هذه الدراسات في:

7 - 1 - الدراسات الجزائرية:

الدراسة 1:

دراسة مريم نريمان نومار المعنونة "استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيرها في العلاقات الاجتماعية"، دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة جامعة باتنة 2011 - 2012.

حيث تهدف الدراسة إلى معرفة والكشف عن مدى تأثير العلاقات الاجتماعية، استخدام الشبكات الاجتماعية بحيث تنطلق من السؤال الرئيسي ما أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية؟

والتساؤلات الفرعية هي:

- ما هي عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي " فيسبوك " لدى الجزائريين؟
- ما هي الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الجزائريين لموقع الفيسبوك؟
- كيف يؤثر استخدام الفيسبوك على العلاقات الاجتماعية لدى الجزائريين؟

وجاءت هاته الدراسة مبنية للأهداف التالية:

- معرفة الدور الكبير الذي تلعبه التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في حياة الأشخاص.
- التعرف على أهم الخدمات التي توفرها مواقع الشبكات الاجتماعية.
- معرفة مدى تأثير العلاقات الاجتماعية بسبب استخدام الشبكات الاجتماعية الافتراضية وقد استخدمت الباحثة منهج المسح الوصفي لمعرفة درجة التأثير وكيفية التأثير على العلاقات الاجتماعية وقد اعتمدت على أداة الاستبيان لجمع البيانات من المبحوثين ومن خلال دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك فقد تم الاعتماد على العينة القصدية والمكونة من 280 مفردة ومن النتائج المتوصل إليها كالآتي:
- أن مواقع الشبكات الاجتماعية تستأثر بقبول وتجاوب الكثير من الناس وفي جميع أنحاء العالم تطرح العديد من القضايا، وأنها تتيح للمستخدم فضاء آخر للتفاعل ضمن مجتمع افتراضي يقوم من خلاله بناء علاقات افتراضية من أشخاص آخرين.
- تبين نتائج ذلك أن اغلب أفراد العينة يستخدمون الفيسبوك منذ سنة إلى ثلاث سنوات ومنهم من يستخدمه ثلاث ساعات.
- أكثر خدمة يستخدمونها وقت تصفحهم للموقع هي قراء مشاركات الأصدقاء والتعليق عليها ثم وضع المشاركات على حائطهم تليها خدمة الدراسة مع الأصدقاء.

تشابهت دراستنا والدراسة السابقة في المتغير المستقل لمواقع التواصل الاجتماعي ونشابهت في أداة الدراسة الاستبيان.

اختلفت دراستنا والدراسة السابقة المتغير التابع في دراستنا اعتمدنا على العمل التطوعي وفي الدراسة السابقة اعتمدت على المتغير العلاقات الاجتماعية واختلفت في العينة، اعتمدت الدراسة السابقة على العينة القصدية في حين اعتمدنا على العينة العشوائية وكذلك في المنهج اعتمدنا على المنهج الوصفي إذ اعتمدت الدراسة السابقة على منهج المسح الوصفي.

استقدنا فيها في الجانب النظري وكذلك صياغة فرضيات الدراسة.

## الدراسة 02:

دراسة نوال براكات التي جاءت بعنوان "انعكاسات مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية " أطروحة دكتوراه جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2016.



تدور إشكالية هذه الدراسة حول طبيعة استخدام الجزائريين لمواقع التواصل الاجتماعي وعن أهم انعكاسات ذلك على نمط العلاقات الاجتماعية السائدة بينهم، وعلى ضوء هذه الإشكالية كانت التساؤلات الفرعية كالآتي:

1. ما هي طبيعة استخدام الجزائريين لمواقع التواصل الاجتماعي؟
2. ما هي عوامل إقبال الجزائريين على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟
3. ما هي انعكاسات مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية بين زملاء الدراسة أو العمل في المجتمع الجزائري؟

حيث اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي، أما فيما يخص أدوات الدراسة فتمثلت في الملاحظة البسيطة المباشرة إضافة إلى الاستبيان، أما مجتمع الدراسة فشمّل كافة الجزائريين المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي وجاءت نتائج هذه الدراسة كما يلي:

- مستوى العلاقات الواقعية لدى اغلب المستخدمين الجزائريين بقي على حاله كما كان قبل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
- مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي من الجزائريين يعبرون بإعجابهم وتعليقاتهم على ما ينشره جيرانهم في صفحاتهم على مواقع التواصل الاجتماعي.
- تساعد مواقع التواصل الاجتماعي على معرفة اهتمامات وانشغالات زملائهم في الدراسة.

لقد تشابهت دراستنا والدراسة السابقة في أحد المتغيرين وهو مواقع التواصل الاجتماعي وكذلك في المنهج اعتمدنا على نفس المنهج وهو المنهج الوصفي، وكذلك تشابهت في استخدام نفس أداة الدراسة وهي الاستبيان كأداة أساسية والملاحظة البسيطة كأداة ثانوية، وكذلك في مكان الدراسة وهو الجزائر.

اختلفت دراستنا والدراسة السابقة في المتغير الثاني وهو العلاقات الاجتماعية كما اختلفنا كذلك في ميدان الدراسة وعينة الدراسة، حيث اعتمدنا في دراستنا على عينة من طلبة كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية بطريقة عشوائية في حين اعتمدت الدراسة السابقة على كافة الجزائريين المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي، واختلفنا كذلك في سنة الدراسة فدراستنا في سنة 2020 والدراسة السابقة في 2016.

استفدنا من هذه الدراسة السابقة في الجانب المنهجي في صياغة الفرضيات وكذلك في صياغة بعض أسئلة الاستمارة وإثرائنا بمعلومات في التراث النظري.

### الدراسة 03:

إعداد الطالبة باعلي سعيدة بعنوان "دور الجمعيات الخيرية في تفعيل العمل التطوعي في الدراسة الميدانية بجمعية كافل اليتيم الخيرية" أدرار، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في علم الاجتماع تخصص علم الاجتماع التنظيم والعمل.

تهدف هذه الدراسة:

إلى إبراز دور الجمعيات في تفعيل العمل التطوعي ممثلة في جمعية كافل اليتيم الخيرية كنموذج على المستوى المحلي حيث تتطرق من الإشكال الرئيسي:

- ما دور الجمعيات الخيرية في تفعيل العمل التطوعي؟

والذي تتفرع منه التساؤلات التالية:

- 1- هل للجمعيات الخيرية دور خدماتي في تفعيل العمل التطوعي؟
- 2- هل للجمعيات الخيرية دور تثقيفي توعوي في تفعيل العمل التطوعي؟

فرضيات الدراسة:

وسنحاول الإجابة عن هذا التساؤل من خلال الفرضية الرئيسية التالية:

- للجمعيات الخيرية دور في تفعيل العمل التطوعي.

وتتفرع عنها الفرضيات الفرعية التالية:

- 1- تعمل الجمعيات الخيرية من خلال دورها الخدماتي في تفعيل العمل التطوعي؟
- 2- تعمل الجمعيات الخيرية من خلال دورها التثقيفي التوعوي في تفعيل العمل التطوعي؟

أهداف الدراسة:

- التعرف على ما يمثله العمل التطوعي في أدهان الأفراد المتطوعين بالجمعيات الخيرية.
- الوقوف على الدور الخدماتي للعمل التطوعي بالجمعيات الخيرية وأهم النشاطات والبرامج التي تنتجها هذه الجمعيات في تفعيله.
- كيفية استثمار الجمعيات الخيرية لطاقت ومؤهلات الأفراد المتطوعين ضمنها.
- معرفة الكيفية التي يصل بها الأفراد المتطوعين بالجمعيات الخيرية إلى الأيتام المستفيدين من خدماتهم التطوعية.
- التعرف على أهم المعوقات التي تعيق تفعيل العمل التطوعي بالجمعيات الخيرية بولاية أدرار.
- وقد استخدمت في هذه الدراسة العينة القصدية.

والمنهج المعتمد في هذه الدراسة هو المنهج الوصفي التحليلي الملائم لتشخيص دور الجمعيات الخيرية في تفعيل العمل التطوعي والأداة المعتمدة في الدراسة وارتأت أن الأداة المناسبة لجمع البيانات هي الاستبانة كأداة رئيسية لجمع هذه البيانات.

ومن أهم النتائج ما يلي:

- 1 - تقدم جمعيات كافل اليتيم الخيرية نشاطات تطوعية مادية وصحية لفائدة الأرامل والأيتام والمعوزين قصد مساعدتهم على سد احتياجاتهم من هذه الخدمات.
- 2 - تعتمد جمعية كافل اليتيم الخيرية في تقديم خدماتها التطوعية هذه على جهود المتطوعين بها وذلك من خلال مشاركتهم في تسطير برامجها التطوعية هذه والعمل على تجسيدها من جمع مساعدات وتوزيعها على المستفيدين من خدماتها وكذا مشاركتهم في مختلف نشاطات الجمعية التطوعية.
- 3 - تساهم جمعية كافل اليتيم الخيرية بالتكفل الصحي للمرضى، الأيتام والمعوزين وذلك من خلال تمكينهم من الاستفادة من خدماتها الصحية التطوعية.
- 4 - إلى جانب خدماتها التطوعية الصحية تعمل جمعية كافل اليتيم الخيرية على دعم الثقافة الصحية التطوعية من خلال برامجها التوعوية والتحسيسية الصحية.

5 - تعمل جمعية كافل اليتيم الخيرية على نشر ثقافة العمل التطوعي والتحسيس بأهمية العمل التطوعي من خلال سيطرتها لبرامج ونشاطات تثقيفية يسهر المتطوعون بها على تجسيدها في شكل أنشطة ومعارض وأيام إعلامية وملتقيات.

6 - قصد التحسين من الخدمة التطوعية لدى المتطوعين بها تنظم جمعية كافل اليتيم الخيرية دورات تدريبية لفائدة المتطوعين بها من اجل تطوير أساليب العمل التطوعي لديهم وإكسابهم مزيدا من المهارات التطوعية

7 - على الرغم من جهود جمعية كافل اليتيم الخيرية في مجال العمل التطوعي إلا انه لازالت توجهها العديد من المعوقات التنظيمية منها والمالية والثقافية والتي تسعى جاهدة إلى تجاوزها.

8 - تقدم جمعية كافل اليتيم الخيرية برامج للدعم المدرسي لفائدة الأطفال الأيتام قصد تحسين مستوى الخدمة التطوعية وتحصيلهم الدراسي وكذا الاستثمار في تخصصات وخبرات المتطوعين بها الذين يسهرون على هذه البرامج.

لقد تشابهت دراستنا والدراسة السابقة في أحد المتغيرين وهو المتغير الثاني العمل التطوعي وكذلك في أداة الدراسة وهي الاستبانة كأداة رئيسية، وتشابهت كذلك في الاعتماد على نفس المنهج وهو المنهج الوصفي.

لقد اختلفت دراستنا والدراسة السابقة في المتغير الأول وهو الجمعيات الخيرية واعتمدنا نحن في دراستنا على متغير مواقع التواصل الاجتماعي، كما اختلفنا في ميدان الدراسة في دراستنا اعتمدنا على عينة من طلبة العلوم الاجتماعية والإنسانية في حين اعتمدت الدراسة السابقة على عينة أفراد ناشطين في جمعية كافل اليتيم الخيرية.

أفادتنا هذه الدراسة في الجانب النظري وصياغة إشكالية الدراسة.

#### الدراسة 04:

دراسة حمادية قاسم المعنونة "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية العمل التطوعي، دراسة وصفية تحليلية لصفحة الفيسبوك لجمعية ناس الخير" ورقة تخصص تكنولوجيا الاتصال الحديثة سنة 2014 - 2015.

تناولت الدراسة بالتحليل والمناقشة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل خدمة الجمعيات الخيرية، حيث تم التطرق إلى أهم المفاهيم النظرية المتعلقة بمواقع التواصل الاجتماعي، وكذلك تلك المفاهيم المرتبطة بالجمعيات الخيرية مبرزين من خلال ذلك أهم العناصر المشتركة بينهما والتي تصاغ بشكل أو بآخر بتفعيل العمل التطوعي للجمعيات الخيرية، من خلال استخدامها واستثمارها لمواقع التواصل الاجتماعي والاستفادة من الخصائص التي تمنحها، والمساهمة في تحقيق أهداف الجمعية الخيرية الاجتماعية الدينية والتوعوية على حد سواء، ومن خلال ما سبق تتمحور إشكالية الدراسة الرئيسية في التساؤل الجوهري الآتي:

• ما مدى خدمة الفيسبوك للعمل التطوعي لجمعية ناس الخير ورقلة؟

والتساؤلات الفرعية للدراسة:

1 - ما هي أهم نشاطات الجمعية المتداولة عبر صفحة الفيسبوك؟

2 - ما هي أهداف الجمعية الخيرية من خلال صفحة الفيسبوك على شبكة الانترنت؟

3 - كيف يقدم محتوى الاتصال للجمعية الخيرية (ناس الخير ورقلة) عبر صفحة الفيسبوك.

ولتوضيح ذلك تم الاعتماد في الدراسة على المنهج التحليلي من خلال جمع أهم المفاهيم النظرية المتوفرة ومحاولة إسقاطها من خلال استمارة تحليل المحتوى.

تم الاعتماد على العينة العشوائية المنتظمة وتم اختيار هذه العينة التي تمتاز بانتظام الفقرات بين وحدات الاختبار تم اخذ 10% إذا  $220 \times 10 / 100$ .

وقد توصلت إلى النتائج التالية:

- الاعتماد على الخصائص التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي كالنص والصورة من أجل الوصول إلى الأهداف الموجودة من المنشور.
- إن مواقع التواصل الاجتماعي وعلى رأسها الفيسبوك هي مواقع بسيطة إذ تعتبر المنشورات بها تمتاز بخصائص كالصورة والنص فليس بالضرورة استخدام الروابط التشعبية.

- بينت الدراسة أن شبكة (الفيسبوك) من أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداما وتفاعلا وفقا لوجهة نظر المبحوثين إذ جاءت في المرتبة الأولى.
  - أشارت الدراسة إلى ارتفاع متوسط استخدام المبحوثين لشبكة التواصل الاجتماعي على شبكة الانترنت إذ جاءت بنسبة 58.8 من المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي من ساعتين فأكثر و ثم من يستخدمونها من ساعة إلى أقل من ساعتين بنسبة 36.6% يليها استخدامهم لأقل من ساعة بنسبة 4.6% كما أن المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي على شبكة الانترنت من أربع سنوات 57.3% والذين يستخدمونها من سنتين إلى أقل من أربع سنوات بلغت نسبتهم 30.5% والذين يستخدمونها من أقل من سنتين بلغت نسبتهم 12.2%.
  - أشارت الدراسة إلى أن المبحوثين يسجلون إعجابهم بالمنشورات على شبكة التواصل الاجتماعي بنسبة 38% والتعليق على المنشورات بنسبة 35% وتميرها للآخرين بنسبة 22% ويخبرون بها معارفهم خارج نطاق الانترنت بنسبة 10% وأخيرا يستفيدون منها ولا يشاركون 5%.
- تشابهت دراستنا والدراسة السابقة في متغيرات الدراسة حيث أن دراستنا بعنوان الفيسبوك وعلاقته بتحفيز العمل التطوعي والدراسة السابقة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية العمل التطوعي وتشابهت في المنهج وتشابهت في مكان الدراسة الجزائر.
- اختلفت دراستنا والدراسة السابقة في أداة الدراسة إذ اعتمدنا على العينة العشوائية البسيطة والدراسة السابقة اعتمدت على العينة العشوائية المنتظمة وكذا في أداة الدراسة اعتمدنا على الاستبانة والدراسة السابقة اعتمدت على استمارة تحليل المحتوى.
- استفدنا من هذه الدراسة في التراث النظري المتعلق بالعمل التطوعي.

## 7 - 2 - دراسات عربية:

### الدراسة 01:

دراسة أحمد يونس محمد حمودة المعنونة "شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية".

دراسة مقدمة لنيل درجة الماجستير من قسم البحوث والدراسات الإعلامية، كلية الإعلام بجامعة القاهرة، 2013.

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الشباب الفلسطيني في النشاطات المجتمعية والتي تعد ضرورة ملحة تتطلبها مرحلة الشباب بصورة خاصة وهذه الشبكات تساعد على الكشف عن مواهب وإمكانيات الشباب الذي هو أداة التنمية وان مشكلة هذه الدراسة تتمثل في السؤال الرئيسي التالي:

ما هو دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية؟

ما القضايا المجتمعية المثارة عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في إكساب الشباب الفلسطيني مهارات التفاعل والمشاركة في القضايا المجتمعية؟

إلى أي حد يرى الشباب الفلسطيني أن استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي يدفعهم للتفكير في طرق حديثة وجديدة لمشاركة فعالة في قضايا المجتمع؟

استخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج المسحي على العينة من جمهور الشباب الفلسطيني ونشاط الانترنت باستخدام أسلوب المسح بالعينة في الضفة الغربية وقطاع غزة والقدس وفلسطين الخارج وقام الباحث بتطبيق العينة الحصصية غير الاحتمالية على عينة من الشباب الفلسطيني والتي بلغ قوامها (410) مبحوثاً ولقد استعمل صحيفة استقصاء وهي أدوات جمع البيانات والهدف الرئيسي والأساسي منها الحصول على معلومات علمية مقننة من المبحوثين في إطار الموضوع الأساسي للدراسة وتم توزيعها من قبل الباحث على الشباب الفلسطيني في قطاع غزة وتم تطبيقه بمستويه الاستقصاء بالمقابلة الشخصية.

وقد توصلت إلى نتائج الدراسة التالية:

- كشفت الدراسة أن جميع المبحوثين يستخدمون الشبكات الاجتماعية إذ جاءت نسبة من يستخدمونها بشكل دائم بنسبة 96.1% والذين يستخدمونها أحياناً بنسبة 3.9% كما أن الباحثون يتابعون قضايا المجتمع على شبكات التواصل الاجتماعي نسبة كبيرة بلغت 99.3% إذ جاءت نسبة من أجابوا بنعم 82.2% وأحياناً بنسبة 19.1% في حين أن 0.7% أجابوا بعدم المتابعة.

- أشارت الدراسة إلى أن نسبة 96.6% من المبحوثين أجابوا بان شبكات التواصل الاجتماعي استطاعت أن تنمي مشاركتهم نحو القضايا المجتمعية موزعين بنسبة 62.7% أجابوا بنعم، 33.9% أجابوا أحيانا، في حين أن 3.4% أجابوا بالنفي.
- تعدد المنشورات المعروضة بمختلف توجهاتها سواء كانت دينية أو اجتماعية أو غيرها مما يؤدي إلى المتابعة الثقافية لأنشطة الجمعية لأنها تتناسب واحتياجات وتطلعات مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بالأساس.
- تعدد وتنوع المنشورات عبر صفحة الفيسبوك وذلك يبرز أن أهداف الجمعية متنوعة وان عنصر الحياء لا يطغى على المنشورات ويرجع ذلك لاستقطاب أكبر عدد من المتصفحين.
- أن الهدف العام من المنشورات عبر صفحة الفيسبوك للجمعية هو الإعلام والإعلان الذي جاء بنسبة 31.82% ثم الرغبة في الوصول إلى عدد كبير من جمع المساعدات للفقراء والمحتاجين وذوي الاحتياجات الخاصة بنسبة 27.27%.

قد تناولنا في دراستنا موضوع الفيسبوك وعلاقته بتحفيز العمل التطوعي لدى الطلبة الجامعيين وقد تناولت الدراسة السابقة موضوع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية وتشابهت الدراستين باعتمادهما على متغير نفسه وهو شبكات التواصل الاجتماعي إذ نحن هنا نقول بان الفيسبوك هو نموذج من نماذج شبكات التواصل الاجتماعي وتشابهت كذلك في المنهج الوصفي.

اختلفت في ميدان الدراسة حيث أن الدراسة السابقة أجريت دراستها على الشباب الفلسطيني بصفة عامة إلا أن دراستنا أجريت على عينة من طلبة في كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية.

واختلفت كذلك في أداة الدراسة باعتمادها على المقابلة الشخصية واعتمدنا في دراستنا على الاستبيان واختلفت من خلال العينة إذ اعتمدت على العينة الحصصية واعتمدنا على العينة العشوائية البسيطة.

استفدنا من هذه الدراسة في الجانب المنهجي ساعدتنا على تحديد المؤشرات المعتمدة في دراستنا وكذلك في صياغة أسئلة الإشكالية.



الدراسة 02:

دراسة سلطان خلف المطيري المعنونة "شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتحقيق الأمن المجتمعي"، رسالة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل درجة الماجستير في العلوم الاستراتيجية جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية كلية العلوم الاستراتيجية قسم الدراسات الإقليمية والدولية الرياض 2015. تهدف هذه الدراسة إلى دراسة العلاقة بين شبكات التواصل الاجتماعي لتحقيق الأمن المجتمعي بالمملكة السعودية وانطلقت من التساؤل الرئيسي للدراسة:

ما علاقة شبكات التواصل الاجتماعي لتحقيق الأمن المجتمعي للمملكة السعودية؟

واندرجت تحتها تساؤلات فرعية:

1 - ما علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بالمجتمع؟

2 - ما تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الأمن المجتمعي بالمملكة السعودية؟

3 - كيف تضبط شبكات التواصل الاجتماعي (الالكترونية وقانونية واجتماعيا) بغرض تحقيق الأمن المجتمعي بالمملكة السعودية.

4 - ما معوقات ضبط شبكات التواصل الاجتماعي لتحقيق الأمن المجتمعي للمملكة السعودية؟

أهداف الدراسة:

تحديد علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بالمجتمع.

- التعرف على تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الأمن المجتمعي للمملكة السعودية.
- كيف تضبط شبكات التواصل الاجتماعي (الالكترونية وقانونية واجتماعيا) بغرض تحقيق الأمن المجتمعي بالمملكة السعودية:
- الضبط التقني الالكتروني عن طريق البرمجيات الرقابية التي تحد من وصول المجرمين، وتقلل من الإساءات وتنتشر الأخلاقيات.
- الضبط القانوني من خلال القوانين، التشريعات والأحكام الضابطة.
- الضبط الاجتماعي من خلال الترشيح والتوجيه والتوعية الاجتماعية.

• الوقوف على معوقات ضبط شبكات التواصل الاجتماعي لتحقيق الأمن المجتمعي بالمملكة العربية السعودية

### المنهج المعتمد:

في ضوء طبيعة الدراسة والأهداف التي سعت إلى تحقيقها وبناءا على تساؤلات الدراسة استخدم المنهج الوصفي كون هذا المنهج هو الأنسب للتعامل مع إجراءات الدراسة الحالية وذلك للوصول إلى استنتاجات تساعد في تطوير المحتوى أو الواقع الذي يقوم بدراسته.

وقد اعتمد الباحث على أسلوب الحصر الشامل لجميع أفراد مجتمع الدراسة الذين تم ذكرهم واعتمد الباحث على عينة مكونة من 210 مفردة.

### أداة الدراسة:

تم استخدام الإستبانة كأداة لجمع البيانات اللازمة للدراسة.

### نتائج الدراسة:

إن استجابات أفراد عينة الدراسة نحو المحور الخاص بعلاقة شبكات التواصل الاجتماعي بالمجتمع جاءت بدرجة موافق حيث بلغت المتوسط الحسابي العام لهذا المحور (4.02 – 5.00).

جاءت أعلى ثلاث عبارات طبقا لاستجابات أفراد عينة الدراسة كالآتي:

1 – أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي من وسائل الاتصال الأساسية في المجتمع.

2 – ارتبط وجود مواقع التواصل الاجتماعي بوجود التقنية الحديثة لدى أفراد المجتمع.

3 – تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي متنافسا للتعبير عن الرأي.

\_ تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الأمن المجتمعي بالمملكة العربية السعودية جاءت بدرجة موافق حيث بلغ المتوسط الحسابي العام لهذا المحور (3.10 – 5.00)

جاءت أعلى ثلاث عبارات طبقا لاستجابات أفراد عينة الدراسة كالتالي:

1 – سهلت دخول أفكار وثقافات غريبة في المجتمع.

2- سهلت عملية التواصل بين أفراد المجتمع.

3 - سمحت بتبادل الخبرات والثقافات بين المجتمعات.

\_ استجابات أفراد عينة الدراسة نحو البعد الخاص بوسائل الضبط التقني الالكتروني جاءت بدرجة (موافق) حيث بلغ المتوسط الحسابي العام لهذا البعد (3.10 - 5.00) وأهم العبارات التي حصلت أعلى متوسط حسابي في هذا البعد هي وضع البرمجيات التي تحمل المضمون الأخلاقي وتنتشره.

\_ إن استجابات أفراد عينة الدراسة نحو البعد الخاص بوسائل الضبط القانوني جاءت بدرجة موافق جدا وبلغ المتوسط الحسابي لهذا البعد (3.42 - 5.00) وأهم العبارات التي حصلت أعلى متوسط حسابي في هذا البعد هي نشر القوانين والتشريعات الضابطة ضمن شبكات التواصل الاجتماعي.

\_ إن استجابات أفراد عينة الدراسة نحو البعد الخاص بوسائل الضبط الاجتماعي جاءت بدرجة موافق جدا حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذا البعد (3.63 - 5.00) وأهم العبارات التي حصلت أعلى متوسط حسابي في هذا البعد هي توعية الشباب من مرئادي مواقع التواصل الاجتماعي بالقيم والأخلاق الإسلامية.

\_ إن استجابات أفراد عينة الدراسة نحو البعد الخاص بالمعوقات التقنية الالكترونية جاءت بدرجة موافق حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذا البعد (3.59 - 5.00) وأهم العبارات التي حصلت أعلى متوسط حسابي في هذا البعد هي صعوبة توافق المجتمع الدولي على صيغة المضمون الأخلاقي الموحد.

\_ إن استجابات أفراد العينة نحو البعد الخاص بالمعوقات القانونية جاءت بدرجة موافق حيث بلغ المتوسط الحسابي العام لهذا البعد (3.05 - 5.00) وأهم العبارات التي حصلت أعلى متوسط حسابي في هذا البعد هي عدم وجود برامج توعية وإرشاد موجه للأسرة حول سلبيات وأثار مواقع التواصل الاجتماعي.

ساعدت هذه الدراسة الحالية في التراث النظري كما تشابهت دراستنا الحالية مع الدراسة السابقة شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتحقيق الأمن المجتمعي لخلف المطوي في المنهج حيث اعتمدت دراستنا والدراسة السابقة على نفس المنهج وهو المنهج الوصفي التحليلي وكذا أحد المتغيرات المتغير المستقل شبكات التواصل الاجتماعي والاعتماد على نفس أداة جمع البيانات وهي الاستبانة.

اختلفت الدراستين في المتغير التابع حيث اعتمدنا على العمل التطوعي والدراسة السابقة اعتمدت على الأمن المجتمعي واختلفت كذلك في الزمان والمكان حيث دراستنا في الجزائر سنة 2020 والدراسة السابقة في الرياض 2015.

ساعدتنا في إثراء الجانب النظري والمراجع واعتمدناها كمرجع وساعدنا في صياغة فرضيات الدراسة.

### الدراسة 03:

فهد بن سلطان المعنونة "اتجاهات الشباب الجامعي نحو العمل التطوعي" دراسة تطبيقية على جامعة الملك سعد بالسعودية بحث منشور برسالة الخليج العربي 2009.

تمحورت أو تطرقت هذه الدراسة إلى الكشف عن اتجاهات الشباب الجامعي الذكور نحو ممارسة العمل التطوعي التي يرغبون في ممارستها وذلك من خلال طرح التساؤل المحوري التالي:

\_ إلى أي مدة ينخرط الشباب الجامعي في الأعمال التطوعية؟

ينفرد عن هذا التساؤل الرئيسي عدة تساؤلات فرعية أبرزها ما يلي:

\_ ما مدى ممارسة الشباب الجامعي للعمل التطوعي؟

\_ ما الأعمال التطوعية التي يرغب الشباب الجامعي في ممارستها؟

\_ ما الفوائد التي يتوقعها الشباب الجامعي جراء مشاركتهم في الأعمال التطوعية؟

\_ ما المعوقات التي تحول دون التحاق الشباب الجامعي بالأعمال التطوعية؟

\_ ما مدى اختلافات الشباب الجامعي نحو العمل الاجتماعي التطوعي باختلاف الكلية والتخصص؟

وقد اعتمدت على المنهج الوصفي التحليل الذي يعبر عن الظاهرة محل الدراسة تعبيراً كمياً وكيفياً وتحليل الظاهرة وكشف العلاقات بين أبعادها المختلفة واعتمدت على العينة العشوائية البسيطة ثم اختيار حجم العينة 373 طالب من طلاب الذكور ب 5 كليات.

وتوصلت إلى نتائج الدراسة التالية:

\_ إن متوسط دراسة الشباب الجامعي للعمل التطوعي بلغ (1.63) يدل على مستوى ممارسة ضعيفة جدا مما يدل على ضعف مشاركة وانخراط الشباب الجامعي في الوقت الحالي في مجالات العمل التطوعي.

\_ تحسين ممارسة الشباب الجامعي للعمل التطوعي في مساعدة ورعاية الفقراء وزيارة المرضى وتقديم العون للمؤسسات الثقافية والرياضية ومع ذلك ظل مستوى الممارسة ضعيف.

\_ إن متوسط مجالات العمل التطوعي التي يرغب الشباب الجامعي المشاركة فيها بلغ (3.66) وبديل على مستوى أهمية مرتفعة مما يؤكد ميل الشباب الجامعي إلى المشاركة والانخراط في المجالات المختلفة للتطور.

\_ أوضحت النتائج اتجاهات ايجابية نحو العمل التطوعي حيث جاءت مساعدة ورعاية الفقراء والمحتاجين ويليها زيارة المرضى ثم المشاركة في الإغاثة والإنسانية، ورعاية المعوقين، ومكافحة المخدرات.

ساعدت هذه الدراسة الحالية في التراث النظري كما تشابهت دراستنا الحالية مع الدراسة السابقة في اتجاهات الشباب الجامعي نحو العمل التطوعي لفهد بن سلطان في المنهج حيث اعتمدت دراستنا والدراسة السابقة على نفس المنهج (المنهج الوصفي التحليلي) وكذا أحد المتغيرات المتغير التابع العمل التطوعي وكذا في العينة باعتبارنا اعتمدنا على العينة العشوائية البسيطة.

وقد اختلفت الدراستين في المتغير الأول (المستقل) حيث اعتمدنا على مواقع التواصل الاجتماعي وهي اعتمدت على اتجاهات الشباب الذكور واختلفت كذلك حسب الزمان والمكان حيث كانت دراستنا في الجزائر سنة 2020 والدراسة السابقة في سنة 2009.

ساعدتنا في إثبات الجانب النظري بالمراجع واعتمدناها هي كذلك كمرجع ومعرفة اتجاهات الشباب نحو العمل التطوعي.

### خلاصة الفصل:

تمكنا في هذا الفصل من تحديد الإطار العام لموضوع الدراسة الذي يعمل على إيضاح المسار الصحيح لأي بحث علمي وتوجيه الباحث في هذا الإطار، وذلك من خلال عرض إشكالية الدراسة وتساؤلاتها وفرضياتها. كما تم في هذا الفصل تحديد أسباب اختيار موضوع الدراسة وأهميتها وأيضاً أهدافها ومفاهيمها بالإضافة إلى الدراسات السابقة التي اعتمد عليها لإنجازها.

# الفصل الثاني: المقاربات النظرية لموضوع الدراسة

تمهيد

أولاً: نظرية الاستخدامات والاشباعات

- 1 - تعريف نموذج الاستخدامات والاشباعات
- 2 - تطور نموذج الاستخدامات والاشباعات
- 3 - نموذج الاستخدامات والاشباعات ووسائل الاتصال الجماهيري الجديد
- 4 - فروض واهداف نموذج الاستخدامات والاشباعات
- 5 - دوافع تعرض الجمهور لوسائل الاعلام
- 6 - عناصر نموذج الاستخدامات والاشباعات

ثانياً: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

- 1 - تعريف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام
- 2 - نشأة الاعتماد على وسائل الإعلام
- 3 - الركائز الاجتماعية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام
- 4 - فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام
- 5 - آثار الاعتماد على وسائل الإعلام

ثالثاً: نظرية التفاعلية الرمزية

- 1 - مفهوم نظرية التفاعلية الرمزية
- 2 - الفروض الأساسية لنظرية التفاعلية الرمزية

خلاصة الفصل

تمهيد:

تعتبر المقاربة النظرية في مختلف العلوم شيء أساسي بمثابة الركيزة الأساسية والقاعدية التي ينطلق منها الباحثون لفهمه وتمييزه وتشخيصه فهو الإطار المرجعي المنظم الذي يفسر الظواهر في شتى العلوم.

ومن خلال دراستنا حول موضوع الفيسبوك وعلاقته بتحفيز العمل التطوعي ولكون الموضوع من اهتماماتنا واهتمام الباحثين لآبد من الوقوف عند أهم النظريات المفسرة لهذا الموضوع وهذا ما سنحاول التطرق إليه في هذا الفصل.



أولاً: نظرية الاستخدامات والاشباع

### 1 - تعريف نموذج الاستخدامات والاشباع:

يعرف نموذج الاستخدامات والاشباع بأنه نموذج يهتم بدراسة جمهور وسائل الإعلام الذين يتعرضون بدوافع معينة لإشباع حاجات فردية معينة، ويعني ذلك تعرض الجمهور لمواد إعلامية لإشباع رغبات معينة، كامنة استجابة دوافع الحاجات الفردية، كما يهتم النموذج بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفة منظمة، ويقضي نموذج الاستخدامات والإشباع بأن تحديد ماهية شيء ما لا بد أن يتم من خلال استخدامه، وعليه يمكن تحديد مدى إسهام وسائل الإعلام الجماهيرية بالنسبة للمجتمع من خلال تحديد كيفية استخدام الجمهور لهذه الوسائل.<sup>1</sup>

يسمى أيضاً بنموذج المنفعة، وتعني تعرض الجمهور لمواد إعلامية لإشباع رغبات كامنة معينة استجابة لدوافع الحاجات الفردية ويعتبر الجمهور في هذا النموذج نشاطاً ويمكنه تحديد الاشباع التي يريد الحصول عليها.

يعد نموذج الاشباع والاستخدامات أحد النماذج النظرية التي ظهرت في مرحلة ما يسمى بالتأثيرات المعتدلة لوسائل الإعلام التي سادت خلال السبعينات من القرن الماضي، بالإضافة إلى عدة مناهج أخرى منها نموذج البحث عن المعلومات ونظرية وضع الأجندة ونظرية الغرس الثقافي.<sup>2</sup>

ومن التعريفات السابقة يتبين لنا أن نموذج الاستخدامات والاشباع يعني التعرف على الدوافع وأنماط استخدام الجمهور للوسيلة الإعلامية من خلال الاشباع التي تحققها له تلك الوسيلة كما تظهر التعريفات السابقة أن هذه النظرية تجاوزت المعتقد الذي كان سائداً وهو أن المتلقي يكون دائماً سلبياً وأن الوسيلة الإعلامية هي التي تؤثر فيه كنظرية الرصاصة السحرية إلا أن المتلقي يكون ايجابياً ويؤثر في الوسيلة الإعلامية من خلال فرض خصائص على الوسيلة من أجل تحقيق اشباعاته من خلال التعرض لها.

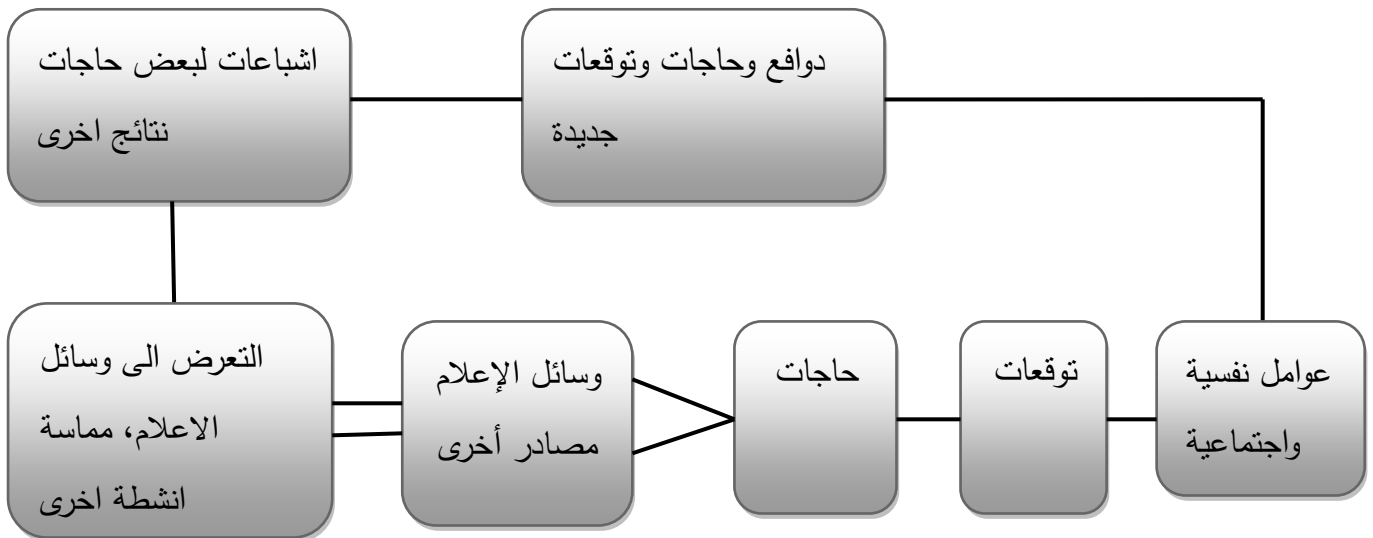
<sup>1</sup> - كحيلة فتيحة، الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي، دراسة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر، 2012، ص 26.

<sup>2</sup> - أسامة غادي المدني، استخدامات الشباب السعودي الجامعي للمضمون السياسي للدونات الالكترونية والاشباع المتحققة منه، دراسة ميدانية منشورة بمجلة كلية الأدب بجامعة حلوان، العدد 26، مصر، 2009، ص ص 613 - 614.

2 - تطور نموذج الاستخدامات والاشباعات:

طرح كاتز " elhikatz "نموذج الاستخدام والاشباعات عام 1959 في مقال رد فيه على رؤية بارلسون berndberlson بموت حقل أبحاث الإعلان، وقال إن حقل الأبحاث المرتبطة بالإقناع هو الذي مات، حيث استهدفت اغلب الأبحاث في ذلك الوقت اختبار تأثير الحملات الإقناعية على الجماهير بمعرفة ماذا تفعل الوسيلة بالناس، وأظهرت نتائج الأبحاث ضعف تأثير الاتصال الجماهيري في إقناع الجمهور واقترح كاتز katz التحول إلى التساؤل حول ماذا يفعل الناس بالوسيلة الاتصالية.<sup>1</sup>

وطرح نموذج ريبالي وريالي riely et riely 1951 والذي أكد استخدام الأفراد المختلفين لنفس مضمون الرسائل بهدف تحقيق اشباعات متباينة وتطور مفهوم الاستخدامات والاشباعات في دراسة بلومر و كاتز blumar et katz 1969 الانتخابات العامة البريطانية عام 1964 والتعرف على أسباب مشاهدة أو تجنب مشاهدة الحملات الانتخابية وحدد كاتز وجروفينتش وبلومر katz,gruvenetch, blumer 1974 اختصاص نموذج الاستخدامات والاشباعات بالأصول النفسية والاجتماعية للإحتياجات والتوقعات من وسائل الاتصال والمصادر الأخرى، والتي تؤدي إلى نماذج مختلفة للتعرض للوسيلة والاندماج في أنشطة تنتج من الاحتياجات والاشباعات، بالإضافة إلى نتائج أخرى لم يكن مخطط لها.<sup>2</sup>



الشكل (1): يوضح نموذج الاستخدامات والاشباعات.

<sup>1</sup> - رضا عبد الواحد أمين، النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني، قسم الصحافة والإعلام، جامعة الأزهر، مصر، 2008، ص 67.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص 67.

وتطورت أبحاث الاستخدام والاشباعات في فترة الثمانينات في إطار المنهج التجريبي من خلال دراسة ستانفورد، بريان، وزيلمان stanford, braynt, riccomini, zilman حيث أفادت النتائج بارتفاع تفضيل المبحوثين للوسيلة والتعرض لها في حالة توافق الاشباعات المتوقعة مع الاشباعات التي تم الحصول عليه.<sup>1</sup>

### 3 - نموذج الاستخدامات والاشباعات ووسائل الاتصال الجماهيري الجديدة:

أدت تكنولوجيا الاتصال المعاصرة إلى إحياء الاهتمام بهذا الاتجاه لكونها تقدم للجمهور فرص أوسع من الاختيارات وعددا أكبر من الاستخدامات والاشباعات ونتيجة لهذا الفهم أجريت دراسات عديدة حول الاستخدامات والاشباعات لوسائل الاتصال الجديدة.

إن هذا الاهتمام المتزايد لاستخدام هذا الاتجاه مع وسائل الاتصال الجماهيري الجديدة وفي مقدمتها الانترنت يعد نتيجة منطقية لخصائص هذه الوسائل وأهمها التفاعلية، والجمهور وصفة اللاتزامن ، والتفاعلية عززت من المفهوم الرئيسي للمستخدم إذ يشير المفهوم إلى تبادل الأدوار بين القائمين بالعملية الاتصالية وفق درجة أعلى من السيطرة والتحكم والتفاعلية في نظر البعض الآخر مفهوم متعدد الأبعاد قوامه تعدد فرص المشاركة والاختبارات المتاحة أمام المشارك في العملية الاتصالية من أجل الحصول على المعلومات وتشير التفاعلية كذلك إلى دور الوسيلة في التفعيل والتشجيع والتفاعل الشخصي بين قطاعات جماهيرية واسعة.<sup>2</sup>

### 4 -فروض وأهداف نموذج الاستخدامات والاشباعات:

يقوم نموذج الاستخدامات والاشباعات على فروض وأهداف وصفها الباحثون نلخصها في:

#### 4 - 1 - فروض نموذج الاستخدامات والاشباعات:

يومن نموذج الاستخدامات والاشباعات أن للجمهور إرادة يستطيع من خلالها تحديد أي الوسائل يستخدم، وأي محتوى يختاره ويركز النموذج على الدوافع الخاصة ويفترض أن المحتوى الأكثر فعالية

<sup>1</sup> - رضا عبد الواحد أمين، المرجع السابق، ص ص 68 - 69.

<sup>2</sup> - بسيوني إبراهيم حمادة، الدراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008، ص 120.

لوسائل الاتصال لا يستطيع التأثير على الشخص غير المستخدم للوسيلة في الإطار الاجتماعي والنفسي الذي يعيش فيه حيث تمثل قيم واهتمامات وأدوار الأفراد الاجتماعية العامل الحاسم في اختيار الأفراد لوسيلة الاتصال ولنوع المضمون المقدم خلالها.

وتعتمد البحوث في نموذج الاستخدام والاشباع على افتراض أن الجمهور نشيط وإيجابي في تعامله مع وسائل الاتصال،<sup>1</sup> إذ توجد لديهم دوافع تدفعهم لاستخدام وسائل الاتصال، ومن هنا يظهر مصطلح الاستخدامات، كما يفترض أيضا أن احتياجات الأفراد يمكن أن يتم إشباعها من خلال التعرض لوسائل الاتصال، ومن هنا يظهر مصطلح الاشباعات.<sup>2</sup>

يوضح كاتز ورفاقه Katz and al أن النموذج يفترض أن الجمهور يستخدم وسائل الإعلام ولديه هدف يسعى لإشباعه وأن الجمهور في هذه الحالة يكون واع بحاجاته ويختار وسائل الإعلام التي تشبع هذه الحاجات ويزعم tankrad تانكرد أن هذا النموذج يمثل منظورا نفسيا للاتصال الجماهيري ولهذا يذكر روبن rubin أن الهدف الرئيسي لنموذج الاستخدامات والاشباعات يتمثل في دراسة الحاجات النفسية التي تؤثر على سلوك الجمهور فيما يتعلق باستخدام وسائل الإعلام، ويؤكد روجر rogers على أن النموذج يستحق التقدير والاحترام مع الزمن لأنها قادرة على التكيف وليس فقط مع وسائل الإعلام التقليدية ولكن أيضا مع وسائل الإعلام الحديثة مثل الإنترنت.<sup>3</sup>

مما سبق يمكن القول أن نموذج الاستخدامات والاشباعات يبني على فكرة مؤداها أن حاجات الفرد مرتبطة بوسائل الاتصال، والتي تنشأ في ظل بيئة اجتماعية ونفسية معينة تخلق لدى الفرد دوافع للتعرض لوسائل الاتصال، فضلا عن مصادر أخرى غير وسائل الاتصال، حيث يتوقع الفرد أن تحقق هذه المصادر اشباعا لهذه الحاجات، حيث تتجح وسائل الاتصال في تحقيق هذه الاشباعات، وقد تتجح في ذلك.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - قيوم فلة، أثر استخدام الإنترنت لدى الشباب الجامعي على وسائل الاعلام التقليدية، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2009، ص 9.

<sup>2</sup> - رضا عبد الواجد أمين، مرجع سابق، ص 65-66.

<sup>3</sup> - عزام العنانزة وآخرون: أنماط ودوافع تعرض طلبة كلية الإعلام بجامعة اليرموك للصحف اليومية الأردنية المطبوعة الصادرة باللغة العربية مقارنة بمواقعها على الإنترنت، دراسة منشورة بمجلة سلسلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 25، العدد 4، جامعة اليرموك، الأردن، 2009، ص 686.

<sup>4</sup> - رضا عبد الواجد أمين، مرجع سابق، ص 69.

ويمكن أن نلخص الفرضيات الأساسية لهذا النموذج كما يلي:

- يختار الجمهور وسائل الإعلام بشكل عمدي مقصودة كمبادرة منه ليشبع حاجاته التي يعرفها ويكون واعيا بها.
- يعد الجمهور هنا في حالة نشاط لأنه يختار ما يشبع حاجاته من وسائل الإعلام المختلفة إذ أن الطالب الجامعي عند استخدامه لوسائل الإعلام وإرضاء الرغبة في القيام بالعمل التطوعي فهي لبت حاجاته.
- يدفع الجمهور عن اختيارات تحفزه لاستخدام وسائل الإعلام التي غالبا ما يكون قد مر بخبرات سابقة معها وأشبعت حاجاته.
- يعد استخدام وسائل الإعلام أداة هامة وأساسية لإشباع حاجات الجمهور في الحياة اليومية مع الاعتراف بأن هناك طرق أخرى لإشباع هذه الحاجات يمكن أن تتنافس مع وسائل الإعلام.<sup>1</sup>

#### 4 - 2 - أهداف نموذج الاستخدامات والإشباع:

يحقق نموذج الاستخدامات والإشباع ثلاث أهداف رئيسية:

- التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع اختيار واستخدام الوسائل التي تشبع حاجاته.
- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة، والتفاعل الذي يحدث نتيجة لهذا العرض.
- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.<sup>2</sup>

#### الجمهور النشط:

افتترضت النظريات القديمة أن الجمهور متلقي سلبي حتى ظهر مفهوم الجمهور الايجابي الذي يبحث عما يريد التعرض إليه ويتحكم في اختيار الوسائل التي تلبى احتياجاته، والمضامين التي تحقق اشباعاته.

<sup>1</sup> - عزام العنانزة وآخرون، مرجع سابق، ص 686.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص 71.

5 - دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام:

تقسم دراسات الاتصال التعرض إلى فئتين هما:

**دوافع منفعية:** تستهدف التعرف على الذات واكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات وجميع أشكال التعلم بوجه عام كذلك الأشكال التي تعكسها نشرات الأخبار والبرامج التعليمية والتثقيفية.

**دوافع طقوسية:** تستهدف تضيئة الوقت والاسترخاء، والصدقة والألفة مع الوسيلة والهروب من المشكلات، وتنعكس هذه الفئة في البرامج الخيالية مثل المسلسلات، الأفلام، المنوعات.

الاشباعات المتحققة من التعرض لوسائل الاعلام:

وقد صنف لورنس وينر wener الاشباعات التي يبحث الجمهور تحقيقها إلى نوعين هما:

- اشباعات المحتوى: وهي الاشباعات التي تنتج عن التعرض لمحتوى الرسالة الإعلامية وترتبط بها أكثر من ارتباطاتها بنوع الوسيلة المستخدمة.
- اشباعات عملية الاتصال: وهي الاشباعات التي تتحقق نتيجة اختيار الفرد لوسيلة اتصال معينة ولا ترتبط مباشرة بخصائص الوسيلة وتنقسم إلى اشباعات شبه توجيهية واشباعات شبه اجتماعية.<sup>1</sup>

6 - عناصر نموذج الاستخدامات والاشباعات:

يرتكز نموذج الاستخدامات والاشباعات على مجموعة من العناصر تمثل محور هذا المدخل وتتمثل في:

افتراض الجمهور النشط:

الجمهور وفقاً لهذا المدخل يستخدم وسائل الإعلام بشكل يرتبط باحتياجاته وأهدافه، كما أن تلبية الوعي الذي يمكنه أن يحدد بوضوح الأسباب التي تدفعه لاستخدام هذه الوسائل، ومن هنا يصبح مفهوم الجمهور النشط هو جوهر هذه النظرية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - بارعة حمزة شقير، استخدام أساتذة جامعة دمشق للإنترنت والاشباعات المحققة منها، دراسة منشورة بمجلة جامعة دمشق، المجلد 25، العدد الأول والثاني، سوريا، 2009، ص ص 458 - 459.

<sup>2</sup> - رضا عبد الواحد أمين، مرجع سابق، ص 72.

ويقسم الباحثون نشاط وإيجابية الجمهور في التعامل مع وسائل الاتصال الحديثة إلى ثلاث مستويات:

**الانتقالية selectivity:** وهي مسابقة على التعرض لوسائل الاتصال حيث يقوم الجمهور باختيار وسيلة اتصالية معينة ويختار التعرض لمضمون معين، ويمتد مفهوم الانتقالية ليشمل مرحلتين الإدراك والتذكر.

**الاستغراق والاندماج involvement أثناء التعرض لوسائل الاتصال:** ويحدث على المستوى الإدراكي والتأثيري والسلوكي، حيث أن استغراق الجمهور مع المضامين الإعلامية وخاصة التلفزيون يعتمد على مدى توحيد الجمهور مع الشخصيات التلفزيونية.<sup>1</sup>

**الإيجابيات بعد التعرض لوسائل الاتصال positivity:**

وتشمل إحساس الفرد بزيادة المعلومات بعد التعرض والاشتراك في مناقشات حول موضوع الرسالة الإعلامية.

**الأصول النفسية والاجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام:**

ويعني هذا أن جمهور وسائل الإعلام يتميز بجودته وتفاعله مع بيئته الاجتماعية ومن خلال هذا التفاعل تتولد لدى الفرد العديد من الحاجات التي تسهم وسائل الإعلام في إشباع جزء منها، بينما تسهم المصادر الأخرى في إشباع الجزء الباقي، والملاحظ أن هذه الطبيعة الاجتماعية التي يتميز بها الجمهور، ووسائل الإعلام لا تؤثر أيضا على تفسيره لمعاني الوسائل الاتصالية التي يتعرض لها.

**دوافع تعرض الفرد لوسائل الإعلام:**

يفترض نموذج الاستخدامات والإشباع أن دوافع التعرض لوسائل الاتصال تنتج أساسا عن الحاجات النفسية والاجتماعية وتؤدي إلى توقعات معينة يكمن إشباعها من خلال وسائل الاتصال.

<sup>1</sup> - حسن علوان، موضوعة الارهاب في الفضائيات العربية، أطروحة الدكتوراه في فلسفة الاعلام والاتصال (غير منشورة)، الاكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، الدنمارك، 2008، ص 30.

التوقعات من وسائل الإعلام:

تعد توقعات الجمهور من وسائل الاتصال ناتجة عن دوافعه التي تختلف حسب الأصول النفسية والاجتماعية للأفراد، كما تعد التوقعات سببا في عملية التعرض لوسائل الاتصال.

التعرض لوسائل الاتصال:

يفترض نموذج الاستخدامات والاشباعات أن دوافع الأفراد تؤدي بهم إلى التعرض لوسائل الاتصال حتى يتحقق الإشباع بالإضافة إلى سلوك التعرض لوسائل الاتصال، وفي إطار هذا النموذج يمكن النظر لوسائل الاتصال باعتبارها أحد الحوافز أو التفسيرات التي تحقق الاشباعات.<sup>1</sup>

لجاناً من خلال الدراسة الحالية إلى عدة قراءات لمختلف النظريات الإعلامية محاولين إسقاطها على موضوع دراستنا إذ ترى أن هذه النظرية هي المناسبة للدراسات الحالية حول شبكات التواصل الاجتماعي والإعلام الجديد بصفة عامة.

وذلك من خلال معرفة فروض وأهداف نموذج الاستخدامات والاشباعات توصلنا إلى معرفة كيفية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز العمل التطوعي ومعرفة الدور في هذا المجال.

بما أن الجمهور هو الذي يختار الوسيلة والمضمون اللذان يشبعان حاجاته وتحديدها وواقعها ومن يلجا إليها من خلال المضامين التي تشبع حاجاته إلى القيام بالأعمال التطوعية داخل أو خارج الوسط الجامعي كما يعتبر مشارك فعال في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمها لإشباع حاجاته وتؤدي نظرية الاستخدامات والاشباعات إلى معرفة الدوافع والحوافز التي تلبّيها هذه المواقع وخاصة موقع الفيسبوك وذلك لاستخدام الكثير من قبل الطلبة الجامعيين وكذلك التأثيرات التي تحدثها فيهم.

ثانياً: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

1 - تعريف الاعتماد على وسائل الإعلام:

"هو الاعتماد المتبادل بين الأفراد ووسائل الإعلام وأن العلاقة التي تحكمه هي علاقة اعتماد بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية والجمهور إذ يعتمد الأفراد في تحقيق أهدافهم على مصادر المعلومات

<sup>1</sup> - رضا عبد الواحد أمين، مرجع سابق، ص ص 72 - 73.



ونشرها وبيبين "ديفلور" و"سانتاكلور" أن المعلومة هنا هي كل الرسائل الإعلامية وان تأثرنا بهذا النظام الذي نعيش بداخله ينعكس على طريقة استخدامنا لوسائل الإعلام ولا يقتصر التأثير على النظام الاجتماعي بل يشمل تأثير وسائل الإعلام في الجمهور، وكلما تعقدت البنية الاجتماعية قل التفاعل بين أفراد المجتمع مما يتيح للإعلام مجالاً واسعاً لملأ الفراغ فيصبح الفرد أكثر اهتماماً بوسائل الإعلام لاستفتاء المعلومات.<sup>1</sup>

تحاول نظرية فهم العلاقة بين الإعلام والاتصال والجمهور وتركز في هذا على إجابة السؤال لماذا يتابع الجمهور وسائل الإعلام لتحقيق الهدف؟ وتسعى النظرية إلى اختبار العلاقة بين الأجزاء الصغيرة والكبيرة في النظام الاجتماعي لمحاولة فهم سلوك كل جزء من هذا النظام الاجتماعي، فإن النظرية تنظر إليه من منطلق العلاقة التي يبنها الأفراد مع وسائل الإعلام.<sup>2</sup>

## 2 - نشأة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

ظهر مفهوم الاعتماد على وسائل الإعلام في السبعينيات (1976) وذلك عندما ملأ كل من "ديفلور" و"ساندرا"، "أول روكيش" الفراغ الذي خلقه نموذج الاستخدامات والاشباع الذي أهمل تأثير وسائل الإعلام وركز على الملتقى وأسباب استعمالها لوسائل الإعلام فأخذ المؤلفات بمنهج النظام الاجتماعي العريض لتحليل وتأثير وسائل الإعلام، حيث اقترح اندماجاً بين الجمهور ووسائل الإعلام والنظام الاجتماعي وهذه هي البداية الأولى لهذه النظرية.<sup>3</sup>

خرجت هذه النظرية من الدوافع الإنسانية للمدرسة الاجتماعية حيث يرى باحثوا هذه النظرية، الإعلام الجماهيري والنظام الاجتماعي الذي نشأ فيه، فقد لاحظته "ساندرا" أن شمولية نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام والاتصال ودقتها جعلها إحدى النظريات الإعلامية القلائل التي يمكن أن تساعد في فهم تأثيرات الإعلام واستخدامها.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - علي عبد الفتاح علي، نظرية الإعلام الحديثة، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 240.

<sup>2</sup> - محمد منير حجاب، نظريات الاتصال، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2010، ص 301.

<sup>3</sup> - علي عبد الفتاح علي، مرجع سابق، ص 240.

<sup>4</sup> - المرجع نفسه، ص 239.

### 3-الركائز الاجتماعية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

تقوم علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام والاتصال على ركيزتين أساسيتين:

**الأهداف:** لكي يحقق الأفراد والجماعات والمنظمات المختلفة أهدافهم الشخصية والاجتماعية، فإن عليهم أن يعتمدوا على موارد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات أخرى والعكس صحيح.

**المصادر:** يسعى الأفراد والمنظمات إلى المصادر المختلفة التي تحقق أهدافهم وتعد وسائل الاتصال نظام معلومات يسعى إليه الأفراد والمنظمات من أجل بلوغ أهدافهم.<sup>1</sup>

### 4-فروض النظرية:

- تزداد احتمالات أو إمكانية أن تحقق الوسائل الإعلامية نطاق واسع من التأثيرات المعرفية والعاطفية والسلوكية وعندما توفر النظم الإعلامية خدمات إعلامية متميزة وأساسية وتزداد إمكانية التأثير إلى درجة كبيرة عندما يكون هناك عدم الاستقرار الهيكلي في المجتمع بسبب الصراع والتغيير.<sup>2</sup>
- توجد اختلافات بين أفراد الجمهور من حيث اعتمادهم على وسائل الإعلام فجماعات الصفوة مثلا يمكن أن تعتمد على وسائل أخرى للمعلومات وعلى ذلك فلا تصيح وسائل الإعلام هي الوسائل الوحيدة التي تعتمد عليها.<sup>3</sup>
- يزداد الاعتماد على وسائل الإعلام في حالة وجود نوع من الغموض والالتباس حيث تكمن المشكلة في وجود نفس المعلومات لتحديد موقف معين.
- العوامل التي تؤثر على مستوى الاعتماد على وسائل الإعلام: مسألة إمكانية الوصول إلى المعلومات التي ترتبط بإتاحة المعلومات لأعضاء الجمهور. وإمكانية الوصول بمفردها ليست شرط كافي لتحديد مدى الاعتماد على وسائل الإعلام إنما يضاف لها المصدقية وتقييمات المصدر للمعلومات المتاحة له.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - حسن عماد مكاوي، وليلى حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2009، ص ص 314 - 315.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص 320.

<sup>3</sup> - السيد بهنسي، الاتجاهات البحثية الحديثة لدور وسائل الاتصال في التكوين المعرفي للطفل، مجلة كلية التربية النوعية، المجلد الأول، العدد 1، مصر، مايو 1998، ص 133.

<sup>4</sup> - حسن عماد مكاوي وليلى حسن السيد، مرجع سابق، ص 326.

5- آثار الاعتماد على وسائل الإعلام:

آثار معرفية:

1 - الغموض: وهو عبارة عن مشكلة ناتجة إما من نقص في المعلومات وإما معلومات صراع وتناقض وتشير البحوث السابقة إلى أن نسبة الغموض تزداد عند وضوح أحداث متوقعة أو كارثة طبيعية وهنا يجب الاعتماد على وسائل الإعلام والاتصال قد يحتاج الأمر إلى أيام أو شهور أو سنوات لكشف هذا الغموض في المعلومات.<sup>1</sup>

2 - تكوين الاتجاه: هناك تأثيرات معرفية أخرى توضح الأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام والاتصال في تكوين الاتجاهات حيث تقوم بدفع غير محدد للآراء والموضوعات والشخصيات التي تشير المتلقين للاهتمام بها، وخاصة في حالة الأزمات والحروب.<sup>2</sup>

3 - اتساع المعتقدات: تساهم وسائل الإعلام والاتصال في توسيع المعتقدات التي يدركها أفراد الجمهور لأنهم يتعلمون عن أناس وأماكن وأشياء عديدة في وسائل الإعلام والاتصال.

4 - ترتيب الأولويات: تلعب وسائل الإعلام والاتصال ودورها في ترتيب أولويات الجمهور الذي يعتمد على تلك الوسائل في معرفة القضايا البارزة والمشكلات المختلفة من بين العديد من القضايا والموضوعات المطروحة في المجتمع.<sup>3</sup>

تعتبر نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ضرورية وأساسية في المجتمعات الحديثة وسيطرتها على المعلومات واعتماد الأفراد والمجموعات عليها لتحقيق أهدافهم وظهور نظم مشتركة لوسائل الإعلام وهنا نعتمد على هذه النظرية لأنها تسعى إلى اختبار العلاقة بين الأجزاء الصغيرة والكبيرة في النظام الاجتماعي وحيث إن مواقع التواصل الاجتماعي تحقق ازدياد إمكانية تأثيراتها سواء كانت سلوكية أو عاطفية، ومعرفية من خلال الرسائل الإعلامية وإمكانية التأثير إلى درجة كبيرة على الأفراد الذين يستعملون وسائل الإعلام وذلك بتحديد موقف معين وتوسيع المدركات والمعتقدات التي يمتلكها الفرد

<sup>1</sup> - أحمد علي الحداد، اعتماد الشباب البحريني على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات، الجامعة الأهلية، رسالة ماجستير، البحرين، 2012، ص 51.

<sup>2</sup> - محمد عبد المجيد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، ط3، القاهرة، ص 302.

<sup>3</sup> - حسن عماد مكاوي، وليلى حسن السيد، مرجع سابق، ص 327.

والجمهور في معرفة القضايا البارزة والموضوعات المطروحة في المجتمع وفي دراستنا نرى أن الطالب الجامعي يستعمل مواقع التواصل الاجتماعي مما يساعده على القيام بأعمال معينة أو إبراز قضية معينة فالفرد بطبعه تؤثر فيه العوامل النفسية والاجتماعية مما يقوم بالاستجابة للمنشورات الموجودة في المواقع مثل القيام بالأعمال التطوعية، وهذا هو موضوعنا للدراسة واعتمدنا عليها على أنها تنطلق من العلاقة الموجودة بين الأفراد ووسائل الإعلام وكيفية التأثير في الفرد وإحداث التفاعل بين الجماهير.

### ثالثاً: نظرية التفاعلية الرمزية

#### 1 - مفهوم نظرية التفاعلية الرمزية:

يتضمن مصطلح التفاعلية الرمزية جانبين مترابطين، جانب عملية التفاعل وأساسها الفعل الاجتماعي الموجه والذي يحمل معنى، والجانب الآخر أن عملية التفاعل تتم من خلال نظام رمزي يشارك المتفاعلون عادة في المعاني الدالة للرمز، فإن التركيز هنا على عملية التأويل التي يقرأ من خلالها المتفاعلون عن المعاني، وبذلك فهي تعتمد على ما يحمل الناس من معتقدات وتصورات ومعاني، ويلعب النظام الرمزي هنا وخاصة اللغة دوراً هاماً في عمليات التفاعل والاتصال تتضمن استخدام رموز دالة وتأويل معانيها في إطار خبرات الجماعة وسياق الفعل وتتطوي بعض المرتكزات التفاعلية الرمزية، فيما تتضمنه من اهتمام بالفعل الاجتماعي والنظام الاجتماعي، وهذه أفكار أساسية في الفلسفة البراغماتية، فالأصل في البراغماتية أنها فلسفة الفعل ولكنها لم تطور نموذجها لتتسق الفعل، تضمنت الفلسفة البراغماتية التي لقت تقبلاً في الولايات المتحدة الأمريكية أفكار أهمها:

1. أن الحقيقة للواقع لا تتوفر بمعزل عن تفاعل الناس وتأويلهم لما هو موجود.
2. يتذكر الناس ويشكلون معرفتهم بالعالم بناء على ما يرونه نافعا ومفيدا (مبدأ المنفعة).
3. يعرف الناس أيضا المواضيع الاجتماعية والطبيعية على أساس ما يتصور أن فيها منافع.
4. يرتبط فهمنا للفاعل بناء على ما يقوم فعلا.<sup>1</sup>

وقد تطورت التفاعلية الرمزية على يد تشارلز كولي، وجورج هيربرت ميد وهيرلرتلومر، ومن أبرز ممثلي منظور التفاعلية الرمزية يعتبر كولي وميد من بين أهم رواد التفاعلية الرمزية في الولايات المتحدة

<sup>1</sup> - غني ناصر حسين القرشي، المداخل النظرية لعلم الاجتماع، دار الوفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2011، ص ص 405 - 406.

الأمريكية، قام كل منهما بدراسة المجتمع على اعتباره انه نتاج التفاعل بين الناس الذين تعلموا تفسير مجموعة متنوعة من الرموز، كما قام كل منهما بدراسة العملية التي عن طريقها يقوم الناس بتطوير تصوراتهم عن أنفسهم أو المفاهيم الذاتية من خلال التفاعل فقد انبثقت التفاعلية الرمزية شأنها شأن البنيوية من الاهتمام باللغة.<sup>1</sup>

يرى أنصار هذه النظرية أن جميع صور التفاعل بين الأفراد تتضمن تبادلاً للرموز، فعندما تتفاعل مع الآخرين تبحث دوماً عن مفاتيح حول كيفية تفسير ما يقصده الآخرون، وتلقت التفاعلية الرمزية انتباهنا إلى تفاصيل التفاعل بين الأشخاص وكيفية استخدام هذه التفاصيل في فهم ما يقوله الآخرون ويفعلونه.<sup>2</sup>

كما يؤكد أصحاب التفاعلية الرمزية على الدور الذي يلعبه التفاعل الاجتماعي في الحياة الاجتماعية لدى الأفراد والجماعات فقد لاحظوا أن الناس يدخلون في عملية التفاعل حول حياتهم أو تلك العملية التي هي عبارة عن حلقات الاتصال الدائمة بين شخصين أو أكثر، وقد يكون الاتصال طبيعياً إلا أنه غالباً ما يكون رمزياً وذلك حيث يتم عن طريق الرموز التي تضم العلامات والإشارات والأكثر أهمية من ذلك اللغة والكلمات المكتوبة ولذلك سميت عملية التفاعل بالتفاعل الرمزي.<sup>3</sup>

وقد تبني هربرت ميد بعض الأفكار منها:

أ. ضرورة التركيز على عمليات التفاعل بين الفاعل وبيئته الاجتماعية والطبيعية بافتراض أن حقيقة البيئة بوجهها ترتكز إلى تأويل الفرد لمحيطه.

ب. النظر إلى التفاعل وعلاقته بالعالم على أن كل منها متغير يتصف بالدينامية وليس جامداً ثابتاً.

ج. النظر إلى التفاعل ككائن قادر على تأويل العالم من حوله أي قادر على قراءة المعاني التي يتصورها لعالمه الاجتماعي والطبيعي.<sup>4</sup>

ونرى أن ميد يميز بين الإيماءات والرموز، فعل اجتماعي جاء كاستجابة المؤثرين حيث يعبر الرمز عن معنى، وحده الإنسان قادر على الاستجابة للرمز وبهذا فالإنسان وحده يستخدم الرموز، هذا وإذا

<sup>1</sup> - طلعت إبراهيم لطفي، كمال عبد الحميد الزيات، النظرية المعاصرة في علم الاجتماع، دار العربي، القاهرة، ص ص 163 - 164.

<sup>2</sup> - مصطفى خلف عبد الجواد، نظرية علم الاجتماع المعاصر، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2009، ص 489.

<sup>3</sup> - غني ناصر حسين القرشي، مرجع سابق، ص 403.

<sup>4</sup> - إبراهيم عيسى عثمان، النظرية المعاصرة في علم الاجتماع، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2008، ص 114.

حملت الإيماءات معنى تصبح رمزا للتفاعل الرمزي يتضمن الاتصال بالمعاني ويتضمن الحصول على استجابة مرتبطة بتوقعات ما يمكن أن يقوم به الآخر هناك، لان دلالات مثبتة على أن الاتصال الرمزي ليس حكرا على الإنسان وان لدى الحيوانات أصوات دالة على معاني تستجيب لها في المواقف وان الفارق بينهما وبين الناس لا يزال قائما بالدرجة<sup>1</sup>.

ونجد بلومر الذي طرح أفكاره حول عملية التفاعل الاجتماعي وعلاقته بالفعل الاجتماعي من منظور بيولوجي سيكولوجي، وضح من خلاله كيفية تفاعل السلوك الإنساني خلال المواقف الاجتماعية، وكيفية تكوين الأفراد عن طريق الذات، بتصويراته حول الرموز والمعاني للموضوعات المتحصلة خلال الخبرة الشخصية الاجتماعية كما حرص "بلومر" أن يدرس الفعل الإنساني بوصفه سلوكا جمعيا وفي كتابه الشهير التفاعلية الرمزية، المنظور والمنهج، حاول أن يطرح منهجا للتفاعلية الرمزية رافض في نفس الوقت المناهج السيكلوجية الخالصة التي تقوم على أساس المنبه والاستجابة فقط، ولهذا حرص بلومر على ضرورة أن يكون منهج التفاعلية الرمزية مبنيا على أساس منبه<sup>2</sup>.

ويرتكز التفاعل الرمزي كما يعرفه "بلومرهربرت" على ثلاث مقدمات منطقية هي:

1. أن الكائنات الإنسانية تمتلك إزاء الأشياء في ضوء تطوي عليه هذه الأشياء من معاني ظاهرة لهم.
2. أن هذه المعاني تعدل وتتشكل من خلال عملية التأويل التي يستخدمها كل فرد في تعامله مع الرموز التي تواجهه.
3. إن هذه المعاني هي نتاج التفاعل الاجتماعي في المجتمع الإنساني.

وبناء على هذه المقدمات المنطقية الثلاث يصبح التفاعل الرمزي مخططا تجليا للمجتمع الإنساني يختلف عن بقية المخططات وتتفق مدارس التفاعلية الرمزية على التسليم بأن الكائنات الإنسانية إنما تصوغ الواقع الذي تعيش فيه من خلال عملية التفاعل الاجتماعي<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - إبراهيم عيسى عثمان، المرجع السابق، ص 115.

<sup>2</sup> - السيد عبد العاطي السيد، النظرية في علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية الإسكندرية، 2009، ص ص 418 - 419.

<sup>3</sup> - طلعت إبراهيم لطفي، مرجع سابق، ص 125.

2 - الفروض الأساسية لهذه النظرية:

1. يعتبر المجتمع نظاماً للمعاني، وتعتبر مشاركة الأفراد في معاني الرموز اللغوية من النشاط الإنساني يساهم في بناء توقعات ثابتة ومفهومة للجميع تعتبر مرشد للسلوك في إطار النماذج المتوقعة.<sup>1</sup>
  2. الروابط التي توجه الناس والأفكار التي لديهم عن الآخرين ومعتقداتهم حول أنفسهم تعد كلها أبنية شخصية حسب المعاني الناشئة عن التفاعل الرمزي فان المعتقدات الذاتية لدى الناس عن أنفسهم وعن الآخرين هي أهم الحقائق.
  3. إن السلوك الفردي في موقف ما يتوقف على المضامين والمعاني التي تربط الناس بهذا الموقف، فالسلوك ليس رد فعل اوتوماتيكيا أو استجابة آلية لمؤثر خارجي ولكنه ثمت أبدية ذاتية حول النفس والآخرين والمتطلبات الاجتماعية للموقف.
  4. من جهة النظم السلوكية تعد الحقائق النفسية والاجتماعية بناء مميّزا من المعاني ونتيجة لمشاركة الناس في التفاعل الرمزي الفردي والجماعي.<sup>2</sup>
- نرى من خلال طرحنا للأفكار التي جاءت بها نظرية التفاعلية الرمزية إذ أنها تهتم بالديناميات النفسية والاجتماعية لتفاعل أفراد الجماعة تفاعلا رمزيا سواءا كان في منتديات على الأنترنت أو من خلال التفاعل وجها لوجه إذ تلعب دور في التفاعل الاجتماعي في الحياة الاجتماعية للأفراد والجماعة، وهذا ما يجعل تفاعلهم يكسبهم خبرات وقيم ورموز ذات طابع اجتماعي أو ثقافي الأمر الذي يمكنهم من الاستقلالية والقدرة على اختيار وجهاتهم التطوعية وتبادل المعاني والرموز مع متطوعين آخرين لتحقيق الهدف المنشود، وتحقيق التواصل والتشارك في الآراء والمواقف كما أن المتطوعين يتفاعلون مع ما تقدمه مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) لنشر ثقافة العمل التطوعي.

<sup>1</sup> - محمد عبد الحميد، نظرية الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، ط2، القاهرة، 2000، ص 25.

<sup>2</sup> - حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، مرجع سابق، ص 153.

### خلاصة الفصل:

تطرقنا في هذا الفصل إلى أهم النظريات التي عالجت موضوع الفيسبوك وعلاقته بتحفيز العمل التطوعي وذلك من خلال إسقاط نظريات الاتصال حيث أن كل نظرية عالجت الموضوع المدروس حسب مختلف وجهات نظر روادها وحسب الظروف التي تميزت بها كل مرحلة من المراحل السابقة وكل هذا ساعد على توضيح الرؤى حول موضوعنا.



# الفصل الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي

تمهيد

أولاً: نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي

ثانياً: أهمية مواقع التواصل الاجتماعي

ثالثاً: أهداف مواقع التواصل الاجتماعي

رابعاً: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

خامساً: أنواع الشبكات الاجتماعية

سادساً: موقع الفيسبوك كنموذج لمواقع التواصل الاجتماعي

1- نشأة وتطور موقع الفيسبوك

2- نماذج مستخدمي الفيسبوك

3- مميزات موقع الفيسبوك

4- إيجابيات وسلبيات الفيسبوك

خلاصة الفصل

تمهيد:

حظيت في الآونة الأخيرة بانتشار كبير على الصعيد العالمي حيث قدمت نوعا من التواصل بين الناس لاسيما بالتواصل الاجتماعي عبر الشبكات، وربطت به أجزاء هذا العالم المترامية إذ مهدت الطريق لكافة المجتمعات للتقارب وتبادل الأفكار وبات البعض من مواقعها الأكثر زيادة في العالم بما في ذلك الفيسبوك ومن خلال هذا الفصل سنحاول التعرف أكثر على هذا الموضوع بالتطرق إلى ماهية هذه المواقع وأهميتها وأهدافها وأنواعها وسلبياتها وإيجابياتها بالإضافة إلى التعرف على أهم موقع في مواقع التواصل الاجتماعي بما إن دراستنا استهدفت بالتحديد نموذج من هذه المواقع إذ وهو الفيسبوك وإذ حاولنا التفصيل فيه أكثر من خلال تعريفه وكيف كانت نشأته وأهم تطبيقاته وخصائصه وكذلك نماذج لمتصفح الموقع إضافة إلى سلبياته وإيجابياته.

### أولاً: نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي

عند الحديث عن نشأة وتطور الشبكات الاجتماعية، تجدر الإشارة إلى مرحلتين أساسيتين، الأولى هي مرحلة الجيل الأول للويب web1.0 والمرحلة الثانية هي الجيل الثاني للإنترنت web2.0 غير أن أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية جماهيرية ظهرت خلال المرحلة الثانية.<sup>1</sup>

#### المرحلة الأولى:

ظهرت مواقع التواصل الاجتماعي في الولايات المتحدة الأمريكية على مستوى التفاعل بين بعض الدراسة، وأول موقع تواصل اجتماعي لطلاب المدارس الأمريكية ظهر عام 1995 وهو موقع classmates.com وهذا الموقع قسم المجتمع الأمريكي إلى ولايات، وقسم كل ولاية إلى مناطق، وقسم كل منطقة لعدة مدارس، وجميعها تشترك في هذا الموقع، وتبع ذلك محاولة لمواقع التواصل الاجتماعي، وهو موقع sivdegrees.com وكان ذلك في خريف عام 1997، وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص بغض النظر عن انتماءاتهم العلمية أو العرقية أو الدينية، وكان ذلك بداية للانفتاح على عالم التواصل الاجتماعي بدون حدود، وقد أتاح ذلك الموقع للمستخدمين مجموعة من الخدمات من أهمها إنشاء الملفات الشخصية وإرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء، وبالرغم من ذلك فقد تم إغلاق الموقع لعدم قدرته على تمويل الخدمات المقدمة من خلاله.<sup>2</sup>

وتبع ذلك ظهور مجموعة من مواقع التواصل الاجتماعي من المواقع من بينها أيضا موقع "كلاس مايت" الذي كان الغرض من الربط بين زملاء الدراسة. شهدت أيضا هذه المرحلة إنشاء مواقع شهيرة أخرى، لكن لم يكتب الكثير منها البقاء.

#### المرحلة الثانية:

هي مرحلة اكتمال وتطور مواقع التواصل الاجتماعي، ففي هذه المرحلة وبالتحديد في الفترة بين 2002 – 2004 بلغت شبكات التواصل الاجتماعي ذروتها عبر العالم، فقد ظهر موقع friendster في

<sup>1</sup> - مريم نريمان نومار، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره على العلاقات الاجتماعية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال جامعة الحاج لخضر باتنة، 2011-2012، ص 47.

<sup>2</sup> - محمد جابر خلف الله، نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي، مقال منشور على الرابط:

2002 في كاليفورنيا من قبل jondhanabrar ويتيح هذا الموقع التواصل مع الأصدقاء بلغات وتقنيات متعددة وتبادل الصور والملفات، وفي النصف الثاني من نفس العام أطلق في فرنسا موقع skyrok كموقع للتدوين، ثم تحول بعد ذلك إلى شبكة اجتماعية عام 2007، وأصبح يحتل المركز السابع من حيث المستخدمين، وفي سنة 2003 أطلق موقع spaca .my الأمريكي، وهو موقع تواصل اجتماعي خصص لتبادل الصور وإضافة الأصدقاء، وتقديم تفاصيل الملفات الشخصية وعرض الشرائح ومشغلات الصوت والصورة.<sup>1</sup>

وأمام هاتين المرحلتين بدا واضحا اختلاف الآراء حول أول شبكة اجتماعية عبر الانترنت، بدأت مجموعة من الشبكات في الظهور في أواخر التسعينيات مثل: classnts . com عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة، وموقع sixxdegnees .com الذي ظهر عام 1997 وركز هذا الموقع على الروابط بين الأشخاص، وظهرت في تلك المواقع لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام 1999 - 2001.<sup>2</sup>

وشهدت نقلة نوعية من افتتاح الفيسبوك في عام 2003 حيث برز عن غيره من الشبكات بما يوفر من خدمات من بينها مساعدتهم على الالتقاء بالأصدقاء القدامى، وصناعة كيان عام من خلال الإهداء والمشاركة بما يريدون من معلومات عن أنفسهم واهتماماتهم ومشاعرهم، إلى جانب نجاحه في تحقيق الكثير من الاشباع النفسية والاجتماعية والسياسية.<sup>3</sup>

ومع بداية 2005 ظهر موقع يبلغ عدد مشاهدته صفحاته أكثر من غوغل، وهو موقع ماي سبيس الأمريكي الشهير، ويعتبر من اكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم، ومعه منافسه الشهير فيسبوك، والذي بدا أيضا في الانتشار المتوازي مع ماي سبيس، حتى قام الفيسبوك في عام 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين، وهذا ما أدى إلى زيادة إعداد مستخدمي الفيسبوك بشكل كبير ويعتقد أن عددهم حاليا يتجاوز 115 مليون مستخدم على مستوى العالم، وبهذا الانتشار الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي ظهر موقع youtyoub الذي هو من اكبر المواقع على شبكة الانترنت، وهو يسمح للمستخدمين برفع ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني، مؤسسي هذا الموقع هم ثلاث موظفين

<sup>1</sup> - مريم نريمان نومار، مرجع سابق، ص ص 47 - 48.

<sup>2</sup> - ماهر عودة الشمايلة وآخرون، تكنولوجيا الإعلام والاتصال، دار الإعصار العلمي، ط1، عمان، 2015، ص 110 - 111.

<sup>3</sup> - اسماعيل محمود علي، الإعلام الجديد، مكتبة الوفاء القانونية، ط1، الإسكندرية، 2015، ص 10.

1 paypal ثم ظهر موقع تويتر في عام 2006، وظهر كذلك موقع ياهو في مارس 2005 وبعدها عرف الجيل الثاني للويب ظهور العديد من مواقع التواصل الاجتماعي، قدر بعضها سنة 2009 ب 200 موقع.<sup>2</sup>

### ثانيا: أهمية مواقع التواصل الاجتماعي

تتمثل أهمية شبكات التواصل الاجتماعي في إتاحة مجال واسع أمام الإنسان للتعبير عن نفسه ومشاركة مشاعره مع الآخرين وخاصة وان هناك حقيقة علمية وهي أن الإنسان اجتماعي بطبعة وبفطرته يتواصل مع الآخرين ولا يمكن أن يعيش بعزلة عن أخيه الإنسان وقد أثبتت العديد من الدراسات والبحوث العلمية أن الإنسان لا يستطيع إشباع جميع حاجاته البيولوجية والنفسية دون التواصل مع الآخرين فحاجاته هذه تفرض عليه العيش مع الآخرين لإشباع هذه الحاجات أما الاحتياجات الاجتماعية فلا يمكن أن تقوم أساسا دون تواصل أنساني مع المحيط الاجتماعي ولذلك فالإنسان كائن اجتماعي بطبعه ولا يمكن أن يعيش بمفرده.<sup>3</sup>

### ثالثا: أهداف شبكات التواصل الاجتماعي

تتمثل أهداف شبكات التواصل الاجتماعي في:

- \_ إلغاء الحواجز بين البشر كافة وهدم الفوارق العرقية والدينية لجعل الجميع في بوتقة واحدة وتدعي الإنسانية برغم كسر بعض الشبكات لهذه النقطة.
- \_ هدم القيم والأخلاق حيث لا يوجد لها في الشبكات الاجتماعية إذ أنهم يعتبرون مسألة الأخلاق مسألة شخصية تخص الفرد نفسه ولا وجود لها في المجتمعات الرقمية.
- \_ سرعة التواصل بين البشر وإلغاء الفوارق الزمنية في نقل الخبر وقد أصبحت هذه الشبكات الاجتماعية تطبيقا مجانيا على أي هاتف نقال بما يعني أن الخبر يصل المستخدم في أي وقت على مدار الساعة.

<sup>1</sup> - ماهر عودة الشمايلة وآخرون، مرجع سابق، ص ص 215 - 216.

<sup>2</sup> - مرسي مشري، شبكات التواصل الاجتماعي الرقمي (نظرة في الوظائف)، مجلة المستقبل العربي، 2012، ص 81.

<sup>3</sup> - صالح العلي، مهارات التواصل الاجتماعي (أسس - مفاهيم - قيم)، دار الجامد للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2015، ص 146.

\_ إيجاد ساحة حرة للتعبير عن الرأي دون تدخل السلطات بمعنى أدق إيجاد " هايد بارك " رقمية على الانترنت يتحدث الكل فيها بما يرغب دون رقابة أو محاسبة.

\_ زيادة الشائعات عن طريق الشبكات الاجتماعية لكل شخص مشترك في هذه الشبكات ينشر ما يريد من أخبار دون الرجوع لمصدر الخبر.<sup>1</sup>

#### رابعاً: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

تتشترك مواقع التواصل الاجتماعي في مجموعة من السمات والخصائص وذلك بالنسبة إلى دورها والخدمات التي تقدمها وهي كالآتي:

1 - العالمية: شاملة حيث تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية، تلغي من خلالها في الغرب من خلال الشبكة بكل سهولة.

2 - التفاعلية: فالفرد (المستخدم) فيها كما انه مستقبل وقارئ، فهو في نفس الوقت المرسل وكاتب ومشارك، فهي تلقي السلسلة المقيمة في الإعلام التقليدي القديم، التلفاز والصحف الورقية والإذاعة، وتعطي حيز للمشاركة الفاعلة من المشاهد والقارئ.<sup>2</sup>

3 - المشاركة: وهي تتيح للمستخدمين مشاركة النصوص والصور ومقاطع الصوت والفيديو فيما بينهم.

4 - الإتاحة: فتلج الشبكات الاجتماعية عن خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة وتبادل المعلومات والتعليقات ونادراً ما توجد حواجز أمام الوصول إلى المحتوى والاستفادة منه.

5 - التلقائية: يقسم التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي بأنه تلقائي وغير رسمي ومتوقع، فليس هناك تخطيط أو تنسيق للتواصل بين الأعضاء، وكذلك عدم وجود لوائح وقيود تنظيمية تحكم ذلك التواصل فهو للاسم بالتلقائية بين طرفي الاتصال.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - علي عبد الفتاح، مرجع سابق، ص 120.

<sup>2</sup> - عبد الرحمن بن ابراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار صفاء، عمان، 2015، ص 67.

<sup>3</sup> - حسين محمود هميمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة، عمان، 2015، ص ص 84 - 85.

6 - المحادثة: حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الاجتماعية عن التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة في اتجاهين أي المشاركة أو التفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروضة.<sup>1</sup>

7 - سهولة الاستخدام: فرسائل التواصل الاجتماعي تستخدم بالإضافة للحروف وبساطة اللغة وتستخدم الرموز والصور والتسجيل الصوتي *la voie vucal* والتي تسهل للمستخدم التفاعل مهما كان مستواه التعليمي والفكري.

8 - التوفير والاقتصادية: اقتصادية في الجهد والوقت والمال، فهي مجانية الاشتراك والتسجيل.<sup>2</sup>

ونستنتج مما سبق أن مواقع التواصل الاجتماعي:

تتميز بعدة خصائص وسمات جعلتها رائدة في مجال الاتصال نظرا للخدمات التي تقدمها والاشباعات التي تحققها لدى جمهور المستخدمين وهذا ما يعكس لنا الدور المحوري والفعال الذي نقوم به في نشر المعلومات والأفكار التي تشكل وعي حول مختلف القضايا التي تشغل الرأي العام.

#### خامسا: أنواع الشبكات الاجتماعية

##### 1 - التقسيم حسب المميزات:

1 - 1 - نوع أساسي: وهذا النوع يتكون من ملفات شخصية للمستخدمين وخدمات عامة مثل المراسلات الشخصية ومشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية والروابط والنصوص والمعلومات بناء على تصنيفات محددة مرتبطة بالدراسة أو العمل أو النطاق الجغرافي مثل مواقع الفيسبوك وهي سبب واي فاي.

<sup>1</sup> - خالد عنان، يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية وماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها (النفسية - الاجتماعية - الاقتصادية - الدينية - السياسية) على الوطن العربي والعالم، دار النفائس، عمان، 2013، ص 27.

<sup>2</sup> - سلطان مسفر مبارك الصاعدي العربي، دور شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة العمل الإنساني، ورقة منشورة، مقدمة إلى ملتقى العمل الإنساني بالمملكة العربية السعودية، 2014، ص 09.

**1 - 2 - مرتبط بالعمل:** وهو من أنواع الشبكات الاجتماعية الأكثر أهمية وهي تربط أصدقاء العلم بشكل احترافي وأصحاب الأعمال والشركات وتتضمن ملفات شخصية للمستخدمين تتضمن سيرتهم الذاتية وما قاموا به في سنوات دراستهم وعملهم ومن قاموا بالعمل معهم.<sup>1</sup>

**2 - هناك تقسيم آخر يقسم الشبكات الاجتماعية إلى قسمين:**

**1 - 2 - شبكات داخلية خاصة (internal social net working):** وتتكون هذه الشبكات من مجموعة من الناس تمثل مجتمع مغلق أو خاص يمثل أفراد داخل شركة أو تجمع ما أو داخل مؤسسة تعليمية أو منظمة ويتحكم في دعوة هؤلاء الأشخاص فقط ليس وغيرهم من الناس للدخول للموقع والمشاركة في أنشطتهم وتدوين وتبادل آراء وملفات وحضور اجتماعات مثل شبكة (linchin).

**2 - 2 - شبكات خارجية عامة ( Escternal social working )** وهي شبكات لجميع مستخدمي الانترنت صممت خصيصا لجذب مستخدمي الشبكة ويسمح فيها للعديد من المستخدمين بالمشاركة في الأنشطة بمجرد أن يقوم المستخدم في التسجيل في الموقع وتقديم نفسه للموقع مثل شبكة (facebook).<sup>2</sup>

**سادسا: الفيسبوك كنموذج لمواقع التواصل الاجتماعي**

**1 - نشأة وتطور الفيسبوك:**

يعتبر الفيسبوك الآن من المواقع العالمية المتخصصة في العلاقات الاجتماعية والتعارف وبناء الصداقات على الإطلاق، الموقع ليس حكرا على أحد فالتسجيل فيه مجانا وسهلا ويستطيع أي شخص أن يستخدمه، يعد هذا الموقع آلة إعلامية ضخمة لطالما استخدمها الكثيرون في تنفيذ حملات إعلامية أو ترويج لمنتجات معينة كالتسويق.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - ماهر عودة الشمايلة، مرجع سابق، ص 211.

<sup>2</sup> - سلطان مسفر، مبارك الصاعدي، الشبكات الاجتماعية خطر أم فرصة، بحث مقدم لشبكة الالوكة، المدينة المنورة، 2011.

<sup>3</sup> - وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفيسبوك على المجتمع، مدونة شمس النهضة، ط1، السودان، 2011، ص 12.



تديره شركة الفيسبوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم كذلك يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال رسائل إليهم.<sup>1</sup>

مؤسس الموقع مارك زوكربيرج أسس الموقع حين كان طالبا في جامعة هارفارد وكان للموقع في البداية مخصصا فقط للطلبة في جامعة هارفارد، ولكن تم توسعته لاحقا ليمسح لطلبة الجامعات بشكل عام بالاشتراك في الموقع من ثم توسعه ليشمل طلبة المدارس الثانوية وأي شخص يتعدى عمره 13 سنة.<sup>2</sup>

قد قام مارك زوكربيرج بتأسيس الفيسبوك بالاشتراك مع كل من داستين موسكو فيتزوكريس هيزور اللذان تخصصوا في دراسة علوم الحاسوب وكاثار فيقي زوكربيرج في سكن الجامعة.<sup>3</sup>

قد أثير الكثير من الجدل حول موقع الفيسبوك على مدار الأعوام القليلة الماضية، فقد تم حظر استخدام الموقع في العديد من الدول خلال فترات متفاوتة، كما حدث في سوريا وإيران، كما تم حظر استخدام الموقع في العديد من جهات العمل لإثناء الموظفين عن إهدار أوقاتهم في استخدام تلك الخدمة.<sup>4</sup>

انطلق موقع الفيسبوك كنتاج غير متوقع من موقع ماش التابع لجامعة هارفارد وهو موقع من نوع Hotor not يعتمد على نشر صور لمجموعة من الأشخاص تم اختيار رواد الموقع للشخص الأكثر جاذبية.

فقد قام مارك زوكربيرج بابتكار الفيس ماش في 28 أكتوبر من عام 2003 عندما كان يرتاد جامعة هارفارد كطالب في السنة الثانية.<sup>5</sup>

في النصف الثامن من العام الدراسي نفسه قام زوكربيرج بتأسيس موقع الفيسبوك على النطاق The facebook . com تحديدا في 4 نوفمبر 2003 وقد زوكربيرج بتصريح لجريدة هارفارد كريمسون قائلا " لقد كان الجميع يتحدثون عن دليل الصور العالمي المأخوذة في جامعة هارفارد ". اعتقد انه من

<sup>1</sup>-فؤاد شعبان، عبيدة صبطي، تاريخ وسائل الاتصال وتكنولوجياه الحديثة، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، ط1، الجزائر، 2012، ص 179 - 180

<sup>2</sup>-احمد الكريدي، الانترنت شبكة المعلومات، مكتبة الأسرة، مصر، 2009، ص 39.

<sup>3</sup>-مروى عصام صالح، الإعلام الالكتروني الأسس وآفاق المستقبل، دار الإعصار للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2015، ص 250.

<sup>4</sup>-عامر إبراهيم، الإعلام والمعلومات والانترنت، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص 351.

<sup>5</sup>-فتحي حسين عامر، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيسبوك، العربي للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2011، ص 209.

السخف أن تستغرق الجامعة عامين للقيام بمثل هذا العمل، يمكنني أن أقوم بالأمر على نحو أفضل منهم بكثير في غضون أسبوع واحد فقط.<sup>1</sup>

في شهر مارس من سنة 2004 فتح الفيسبوك أبوابه أمام جامعات ستانفورد وكولومبيا بعد ذلك اتسع الموقع أكثر وفتح أبوابه أمام جميع كليات مدينة بوسكن وجامعة ايفي ليج وشيئا فشيئا أصبح متاحا للعديد من الجامعات في كندا والولايات المتحدة الأمريكية وفي شهر يونيو من سنة 2004، تم نقل مقر الفيسبوك الى مدينة بالو ألتو في ولاية كاليفورنيا وقد قامت الشركة بإسقاط الكلمة The من اسمها بعد شراء اسم النطاق facebook . com سنة 2005 نظير مبلغ 200000 دولار أمريكي.<sup>2</sup>

## 2 - نماذج مستخدمي الفيسبوك:

كتب كل من "خالد الكوضب" وكاتبة ألمانية "إلينا مغر" عن نماذج مستخدمي الفيسبوك واعتبر أن مستخدمي الفيسبوك من مشتركين ينقسمون ضمن سبع نماذج نحاول عرضها كالآتي:

**النموذج الأول: المتخفي:** ضمن هذا النموذج يرى الكاتبان أن الكثير ممن يسجلون انفسهم لا يفهمون مبدأ التواصل والتشابك، فيخفون صورتهم ولا يقدمون أية معلومات شخصية عنهم للأصدقاء الذين يدعونهم ويقول الكاتبان هؤلاء لا يفصحون عن هويتهم ويكتفون بالملاحظة والاطلاع على الصفحات الشخصية للمستخدمين الآخرين.<sup>3</sup>

**النموذج الثاني: رفيق المدرسة:** (لم نلتقي منذ وقت طويل) هذه الرسالة يتلقاها المرء من أشخاص فقدت آثارهم منذ وقت طويل، وغالبا ما يكونوا زملاء من أيام المدرسة ورسالة فقط تنثر فضولا كبيرا عما أصبحت عليه أحوال الآخر، لكن في كثير من الأحيان ما يلبث هذا الزميل القديم أن يختفي ولا يبقى إلا اسمه في لائحة الأصدقاء (100 موقع الكتروني).<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - عصام صلاح، مرجع سابق، ص 252.

<sup>2</sup> - شعبان صبطي، مرجع سابق، ص 186.

<sup>3</sup> - حميد سامية، مكي حنان، 9-10 ديسمبر 2013، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي والتغيير الاجتماعي، جامعة محمد خيضر، بسكرة، ص 86.

<sup>4</sup> - علاء الدين محمد العقيقي المليجي، شبكات التواصل الاجتماعي العالمية، دار التعليم الجامعي، ط1، الإسكندرية، 2015، ص

**النموذج الثالث: القريب:** لا داعي لمكالمة القريب البعيد، لمعرفة كيف حاله فالخبر يمكن قراءته على الفيسبوك ولا حاجة للحديث عن الجد أو الجدة أو عن أشياء لا أهمية لها، الفيسبوك يمنح إمكانية البقاء على اتصال بهؤلاء الأقارب دون الحاجة للاتصال بهم (100 موقع الكتروني)<sup>1</sup>.

**النموذج الرابع: الأبوين:** لا شك أن الكثير من الآباء والأمهات لا يعرفون على الفيسبوك ما يكفي إضافة إلى أنهم لا يرغبون في خوض هذه التجربة الجديدة لكن حرصهم على أولادهم يدفعه في الكثير من الأحيان إلى التطفل على اهتماماتهم بهذا التواصل الاجتماعي والدخول إلى صفحاتهم وطلب صداقة أبنائهم.<sup>2</sup>

**النموذج الخامس: المدير:** يتسم هذا النموذج بطابع أكثر ما يقال عنه تجسي - نرجسي فالمدير يفتح صفحة شخصية له على الفيسبوك ويدعو العاملين عنده بالتسجيل في الفيسبوك الدخول إلى صفحته الخاصة ومن هنا يحقق نرجسية باعتباره يتحكم فيهم حتى وهم في العالم الافتراضي، هذا من ناحية أخرى يصبحون تحت أنظاره ويراقب تحركاتهم وسلوكياتهم.

**النموذج السادس: الأصدقاء الحقيقيون:** الصديق الحقيقي هو الصديق الذي تعرفه منذ وقت طويل، وفي هذه الحالة لا يحتاج المرء الفيسبوك للحفاظ على الصداقة لكن ضم هؤلاء الأصدقاء إلى لائحة الأصدقاء على الفيسبوك هو أمر طبيعي على الرغم من قلة أم عدم أهمية ما يمكن إضافته هناك حول هؤلاء الأصدقاء.<sup>3</sup>

**النموذج السابع: الخطيب السابق أو الخطيبة السابقة:** هم أصدقاء غير مريحين يتجسسون على صفحات المشتركين في الفيسبوك، وقد يثيرون بعض المشاكل غير المثيرة لصاحب الصفحة كون أنهم يحاولون التأثير على علاقاته الجديدة، وخلق المشاكل في علاقاته مع أصدقائه الجدد.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - علاء الدين محمد العقيقي المليجي، المرجع السابق، ص 170.

<sup>2</sup> - علي حموش، محمد، بوزريرة، استخدامات طلبة الإعلام والاتصال بجامعة تاسوست لمواقع التواصل الاجتماعي والاشباعات المحققة، رسالة منشورة، جامعة محمد الصديق بن يحيى كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2017 2016 ص 170.

<sup>3</sup> - علي حموش، محمد، بوزريرة، المرجع نفسه، ص 171.

<sup>4</sup> - علي حموش، محمد، بوزريرة، المرجع نفسه، ص 168 - 169.

3 - مميزات الفيسبوك:

الصفحة الرئيسية Home:

يظهر بهذه الصفحة كل جديد من التعليقات والصور والروابط والأصدقاء المضافين وقد تظهر كذلك في التعليقات وصور أصدقاء الأصدقاء، وذلك حسب ما يتيح المستخدم عبر إعدادات الصلاحية بان يشاهد محتويات صفحته.<sup>1</sup>

الصفحة الشخصية profile:

هي الصفحة الخاصة بالمستخدم وتحتوي على كل ما يخصه من معلومات وصور ومقاطع الفيديو وروابط وإحداث وأنشطة وأصدقاء وغيرها كما يستطيع أصدقاء المستخدم والمستخدمون الآخرون الاطلاع عليها ويسمح facebook للمستخدمين بالتحكم بالمعلومات والتي يتبادلونها مع التمتع بالخصوصية.

الأحداث والمناسبات **events**: هي طريقة يعرف بها المستخدمون الأحداث القادمة وتنظيمها والتخطيط لها للتجمعات والى جانب الترتيب وربط الأحداث يستطيع الأعضاء أيضا دعوة وقبول دعوة الآخرين للتحدث.

إنشاء مجموعة: نستطيع من خلال إنشاء خاصية مجموعة الكترونية على الانترنت أن ننشأ مجتمعا الكترونيا، يجمع حول قضية معينة، سياسية كانت أم اجتماعية أم رياضية...الخ، وتستطيع جعل الاشتراك بهذه المجموعة حصريا للعائلة والأصدقاء، وعامة يشترك بها من هو مهتم بموضوعها الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم.

خاصية الصور **photo**: هي الخاصية التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات وصور من الأجهزة الشخصية من الموقع وعرضها.<sup>2</sup> ويوفر الفيسبوك لمستخدميه إمكانية تحميل كم هائل من الصور إلى الموقع مقارنة بالمواقع الأخرى التي تقدم خدمات استضافة الصور.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>- وائل مبارك خضر فضل الله، مرجع سابق، ص 16.

<sup>2</sup>- سلمان بن بكر كران، الاتصال الجماهيري والخدمات الاجتماعية، دار الراجحة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2015، ص 176.

<sup>3</sup>- مروى عصام صلاح، مرجع سابق، ص 258.

خاصية الحالة أو المنشور **statut**: تتيح إمكانية إبلاغ الأصدقاء بأماكنهم وما يقومون به، وبما يفكرون فيه...، وهي عبارة عن إطار اعلي الصفحة مكتوب فيه (اكتب شيئاً أو بما تفكر الآن؟ أو ماذا تتمنى الآن؟...) <sup>1</sup>.

خاصية التعليقات **comment**: هي خاصية متاحة بين الأصدقاء والمجموعات في الصفحات المنظمين إليها وذلك يعتمد على الصلاحيات الممنوحة من صاحب الصفحة الشخصية لأصدقائه حيث يمكن للمستخدم كتابة تعليق في مساحة التعليقات على إضافة تعليق وفي نفس المساحة يمكن له صورة أو رابط أو رمز تعبيرى....

الإشعارات **notification**: تستخدم للحفاظ على بقاء المستخدم على الاتصال بأخر التحديثات التي قام بنشرها أو التعليق عليها.

التغذية الإخبارية **nuesfud**: هي القائمة التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين، حيث تقوم بتمييز بعض البيانات، مثل التغيرات التي تحدث في الملف الشخصي وكذلك الأحداث المرتقبة، وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم.

#### خاصية الإعجاب **like**:

هي خاصية متاحة بنفس آلية التعليقات ومتاحة بين الأصدقاء والمجموعات والصفحات المنظمين لها، وذلك أيضا يعتمد على الصلاحيات الممنوحة للمستخدم الذي تمكنه من أن يقوم بعمل إعجاب **like** أو لأي نص أو صورة أو فيديو.

#### النكزات **pokes**:

تتيح للمستخدمين إرسال نكز افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض وهي عبارة عن إشعار يخطر للمستخدم بان أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به. <sup>2</sup>

<sup>1</sup>- مروى عصام صلاح، المرجع السابق، ص 258.

<sup>2</sup>- المرجع نفسه، ص 259.

4 - ايجابيات وسلبيات الفيسبوك:

4 - 1 - ايجابيات الفيسبوك: ومن أهم ايجابيات الفيسبوك ما يلي:

- يساعد المستخدم في إزالة الضغوطات النفسية والشعور بالوحدة والفراغ حيث يشعر المستخدم انه على تواصل مع الآخرين.
- أصبح موقع لتسويق السلع والبضائع والإعلانات.
- يساعد على انفتاح أفراد المجتمع، من خلال اطلاعهم على الأحداث والأخبار وما يكتب من فنون الأدب والشعر والحكم والمقولات وغير ذلك.
- جعل المستخدم أكثر جرأة وأكثر دقة في نفسه من خلال مشاركته أما بإبداء إعجابه أو بكتابة تعليق ما للأصدقاء.
- أصبح موقع يستخدم للمواد الترويجية والدعائية.
- تفجير الطاقات الإبداعية، فمن خلال الموقع أصبح الشاعر يقوم بنشر إشعاره وخواطره وأصبح الرسام يقوم بعرض رسوماته.
- يساعد على الشعور بقرب المسافة وتقليل حدة الاشتياق للأهل والأقارب أو بعض الأصدقاء.<sup>1</sup>

4 - 2 - سلبيات الفيسبوك:

رغم الايجابيات التي يوفرها موقع الفيس لمتصفحيه إلا انه له سلبيات كثيرة على الفئات العمرية المختلفة ونلخصها فيما يلي:

الأضرار الاجتماعية:

حيث يمكن الفيسبوك الأشخاص من وضع أي اسم مستعار يختارونه أو إضافة أسماء عائلات بهدف تشويه صورة هذه العائلات، عن طريق إضافة معلومات أو صور مخلة للحياء وغيرها من الأفعال المشينة الأخرى.

<sup>1</sup> - عبير شفيق الرجباني، الاستعمار الالكتروني والإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2015، ص ص 165 - 166.

الأضرار النفسية:

تنتج هذه الأضرار عن طريق قيام بعض الأشخاص باستفزاز الآخرين عن طريق نشر صورهم أو سرقة حساباتهم ونشر بعض الافتراءات على ألسنتهم وغيرها من الأعمال المشينة والتي يمكن أن تؤذي الفرد.

• آثار سلبية على المراهقين: فيما يتعلق في شرب الخمر والمخدرات أو الزنا أو المثلية الجنسية ومثيلاتها.

• تضييع الوقت بات الشباب يقضون كثير أوقاتهم على موقع التواصل هذا دون الاكتراث للوقت الذي يقضونه معه، ودون عمل أي توازن بين الضروريات وغيرها.

• الإساءة للدين: وذلك عن طريق قيام بعض المخربين بعمل ما يمكن تسميه بحرب الأديان على الفيسبوك، وذلك عن طريق الإساءة لدين معين أو تشويه صورته بأي وسيلة تتاح له.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - سلمان بن بكر کران، مرجع سابق، ص 172.

## خلاصة الفصل:

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة فعالة للتواصل بين الأفراد حيث أنها ساعدت في التعرف والربط بين المجتمعات وإلغاء الحواجز الجغرافية، وان الحقيقة العلمية أثبتت أن الإنسان اجتماعي بطبعه وبفطرته يتواصل مع الآخرين لا يمكنه العيش بمفرده.

ومن هذا المنطق سعت شبكات التواصل الاجتماعي لتوفر قدر مناسب من مواقع التواصل الاجتماعي والتي كان من أبرزها موقع الفيسبوك والذي ساهم بشكل كبير في عملية التواصل وقد حاولنا التعمق فيما يخص هذا الفصل وما يخص هذا الموضوع متناولين مسار تطور الموقع وأهم خصائصه وسماته التي ساعدت في ازدهارها وانتشارها بشكل كبير فهو متاح الخدمة والمشاركة والتبادل المعلومات والتعليمات وعدم قيود تنظيمية تحكم التواصل كما توجد فيه تلقائية التواصل بين الأطراف المحادثة وتفاعل مع الخبر والمعلومة المعروضة فيه وقد تعرفنا على أهم المواقع والأكثر استخداما بشكل عام وموقع الفيسبوك بشكل خاص.



# الفصل الرابع: العمل التطوعي

تمهيد

أولاً: نشأة وظهور العمل التطوعي

ثانياً: أهمية العمل التطوعي

ثالثاً: أهداف العمل التطوعي

رابعاً: دوافع العمل التطوعي

خامساً: أسس العمل التطوعي

سادساً: آليات وأساليب العمل التطوعي

سابعاً: مجالات العمل التطوعي

ثامناً: جوانب وآثار العمل التطوعي

تاسعاً: معوقات العمل التطوعي

خلاصة الفصل

## تمهيد:

يعتبر العمل التطوعي من أهم الأنشطة التي تمارسها الخدمة الاجتماعية وتعتمد عليها كثيرا في أداء وظيفتها لان التطوع بطبيعته جهد يبذل لخدمة المجتمع دون الحصول على فوائد مادية وهو عمل غير ربحي لا يقدم نظير معلوم، عمل غير وظيفي غذ يقوم به مجموعة من الأفراد من أجل مساعدة وتنمية مستوى معيشة الآخرين سواء كان من جيرانهم أو خارج المحيط الذي يقطنون فيه بصفة مطلقة إذ يتحمل التطوع مسؤوليات ومشاركات متبادلة من أجل مساعدة الآخرين قد تستغرق وقتا وجهدا وتضحيات شخصية كوقوع الكوارث الطبيعية والاجتماعية والوقوف وقت الشدة دون أن يطلب ذلك.

ومن خلال هذا الفصل سنحاول التعرف أكثر على هذا الموضوع بالتطرق إلى نشأة العمل التطوعي وظهوره وأهميته وأهدافه ودوافعه والأسس التي يقوم عليها والياتة وأساليبه ومجالاته وجوانبه وأثاره، وفي الأخير ومعوقاته.

أولاً: نشأة وظهور العمل التطوعي

### 1 - العمل التطوعي في الحضارات والديانات السماوية:

" لقد ارتبط ظهور العمل التطوعي بظهور الإنسان على وجه الأرض وتفاعله مع طبيعة الأمر الذي حتم عليه أن يكون دائماً في حاجة لمساعدة الآخرين له في قيامه بأعباء الحياة وهم بدورهم في حاجة لمساعدته لهم وهذا ضمن إطار تفاعله مع محيطه الاجتماعي، وهكذا اخذ العمل التطوعي يتطور بتطور المجتمعات الإنسانية عبر الحضارات المتعاقبة والتي يمكن رصد بعض صور العمل التطوعي في لوحات الحضارات الإنسانية القديمة فيما يلي".

#### 1-1 - العمل التطوعي في الحضارة المصرية:

" لقد عرفت الحضارة المصرية القديمة مظاهر العمل التطوعي والذي تجسد في مساعدة الفقراء على سد احتياجاتهم الأساسية كتقديم المؤن الغذائية والألبسة من قبل العائلة الحاكمة خاصة في المناسبات الملكية منها".<sup>1</sup>

" كما اهتمت المعابد الفرعونية بجمع التبرعات من التجار والحرفيين لفائدة الفقراء والأيتام والعبيد وذلك ما عبرت عنها الآثار المصرية القديمة".<sup>2</sup>

العمل التطوعي في الحضارة الرومانية والإغريقية: لم يقتصر العمل التطوعي فقط على الحضارة المصرية فقط وإنما كذلك أوروبا قديماً إذ عرف أشكال العمل التطوعي من خلال الحضارتين الإغريقية والرومانية.<sup>3</sup>

#### 1-2 - العمل التطوعي في الحضارة الإغريقية:

"ظهر العمل التطوعي فيها من خلال اهتمام طبقات النبلاء والأغنياء بتقديم مختلف أوجه الرعاية إلى أبناء السبيل والأيتام وكذلك توفير المأوى للغرباء وإعداد الموائد لهم، ولم يقتصر هذا النشاط على

<sup>1</sup> - عبد الله العلي النعيم، العمل الاجتماعي التطوعي مع التركيز على العمل التطوعي في المملكة العربية السعودية، مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر والتوزيع، الرياض، 2005، ص 23.

<sup>2</sup> - راجب السرجاني، رحماء بهم (قصة التكافل والإغاثة في الحضارة الإسلامية)، شركة نهضة مصر للطباعة والنشر، ط1، مصر 2010، ص 119.

<sup>3</sup> - عبد الله العلي النعيم، مرجع سابق، ص 23.

المجتمع الإغريقي فقط بل تعداه إلى السلطة الحاكمة والتي تكلفت بتوفير الاحتياجات الأساسية لمختلف فئات المجتمع الإغريقي".<sup>1</sup>

"بينما في الحضارة الرومانية والتي يتميز بناؤها الاجتماعي بالفوارق الطبقيّة فكانت طبقة النبلاء تهيمن على مجمل الحياة العامة في المجتمع الروماني، وقد عملت طبقة النبلاء على توزيع المؤن الغذائية على العبيد والفقراء والمحتاجين والأرامل وعوائل الجنود المحاربة في الجيش الروماني".<sup>2</sup>

"كما حرصت المعابد على جمع التبرعات من التجار والفئات الميسورة وتشكيل نخبة تحت إشراف لتوزيع أكياس القمح والشعير والزيت على الفقراء والدقيق في المجتمع الروماني خاصة في فترات القحط".<sup>3</sup>

## 2 - العمل التطوعي في الأديان السماوية:

"على الرغم من ظهور العمل التطوعي منذ القدم في الحضارات الإنسانية القديمة والتي كان بعضها متزامنا مع بعض وبعضها الآخر قبل ظهور هذه الديانة السماوية".<sup>4</sup> "إلا إن العمل التطوعي لم يتخذ الرؤية الواضحة والإدراك العميق إلا بعد نزول الشرائع السماوية والتي دعت صراحة له وحث على ممارسته من خلال الأديان السماوية الثلاثة وهي:

أ. العمل التطوعي في الديانة اليهودية: "لقد حثت تعاليم اليهودية على العمل التطوعي ورغبت إليه الناس".<sup>5</sup> "ولعل أبرز صور هذا الترغيب ما جاء في الوصايا العشر التي نزلت على سيدنا موسى عليه السلام والتي من بينها":<sup>6</sup>

- طوبى الذي ينظر للمحتاجين في يوم الشر ينجيه الرب.
- افتح بابك لأخيك المسكين والفقير في أرضك.
- من يرحم الفقير يقرض الرب، وعن معرفه يجازيه.

<sup>1</sup> - راغب السرجاني، مرجع سابق، ص 20.

<sup>2</sup> - عبد الله العلي النعيم، مرجع سابق، ص 24.

<sup>3</sup> - راغب السرجاني، مرجع سابق، ص 121.

<sup>4</sup> - عبد الله العلي النعيم، مرجع سابق، ص 25.

<sup>5</sup> - المرجع نفسه، ص 25.

<sup>6</sup> - راغب السرجاني، مرجع سابق، ص 122.

ب. العمل التطوعي في الديانة النصرانية: لقد جاءت الديانة النصرانية في أصولها الأولى امتداداً للديانة اليهودية وتأكيداً للشرعية الإلهية منذ نزولها على توطيد أواصر التعاون والتضامن وهذا ما تجلى في تعاليم العهد الجديد (الإنجيل) الذي أسس منذ ظهوره إلى الأصول الأولى للرعاية الاجتماعية وقيم التطوع ومن بين ما جاء به ما يلي:<sup>1</sup>

- بالصدقة يقبل الصوم، ومعها تقبل الصلاة.
- من سالك أعطه ومن أراد أن يقترض منك فلا ترده.
- الله سبحانه وتعالى يكافئ من يشبع الفقير.

لذلك عملت الديانة النصرانية منذ ظهورها الأول على الدعوة إلى ترسيخ قيم التسامح والتضامن والتكافل بين أفراد المجتمع.<sup>2</sup>

ج. العمل التطوعي في الدين الإسلامي: لقد تواصلت شريعة الله في الأرض إلى آخر ديانة سماوية وهي الدين الإسلامي والذي أرسى دعائمه على أسس الإخاء والتكافل الاجتماعي والتعاون بين المسلمين فيما بينهم ولم يكتفي الإسلام بالحث والترغيب في عمل التطوع بل ويثاب فاعله بالأجر في الدنيا والآخرة<sup>3</sup> وهذا ما جعل الإسلام يؤسس أخلاقه وقيمه على أساس الإخاء والتعاون والتراحم بين المسلمين ضعيفهم وقويهم وصغيرهم وكبيرهم<sup>4</sup> وذلك من خلال العمل التطوعي الذي حث عليه الإسلام أيم حث بل وأنزله منزلة الواجب والفرض على المؤمن.

" ومن الآيات القرآنية دعت إلى عمل الخير وتكافل المسلمين فيما بينهم: ﴿ وَءَاتَى أَمْوَالَ عَلَىٰ

حُبِّهِ ذَوِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَأَبْنَ السَّبِيلِ وَالسَّائِلِينَ وَفِي الرِّقَابِ ﴾<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> - عبد الله العلي النعيم، مرجع سابق، ص 26.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص 26.

<sup>3</sup> - عبد الحميد الخطيب، العمل الجماعي التطوعي، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات للنشر والتوزيع، القاهرة، 2010، ص 09.

<sup>4</sup> - راغب السرجاني، مرجع سابق، ص 124.

<sup>5</sup> - سورة البقرة الآية 177.

ومن خلال هذه الآية نلاحظ إن الله سبحانه وتعالى حتى في تعداده لمن هم أولى بفعل الخير فقد فضل بالمرتبة الأولى القريب وهم الأهل ليأتي بعدها الشرائح الأخرى من هم في حاجة له كاليتامى والمحتاجين.

### ثانياً: أهمية العمل التطوعي

"السؤال الذي يطرح نفسه لماذا يحتل العمل التطوعي مكانة وأهمية؟ ولماذا الاهتمام بالعمل التطوعي لدى الشباب؟

إن إجابة على السؤالين السابقين تجعلنا نعرف مدى الأهمية من خلال عدد المبادرات التي اعتمدت دولياً لتشجيع وتفعيل العمل التطوعي، خصوصاً لدى الشباب، وقد اتخذ التطوع مكانة محترمة في المجتمعات المتقدمة التي تسعى إلى محاولة وضع مجتمع مدني قائم بذاته في ظل الأوضاع والمتغيرات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية فالخدمات التي يقدمها التطوع تلعب دوراً مهماً في تكملة ما تعجز الدولة عن تقديمه من مشروعات خدمية وتنموية كما أن أنشطة العمل التطوعي تتميز بالسلاسة في الحركة والنشاط مما يساعد على تقديم الخدمات بصورة أسرع وأيسر من أجهزة الحكومة"<sup>1</sup>.

"تبرز أهمية العمل التطوعي كلما تقدمت المجتمعات وتعقدت العلاقات الاجتماعية داخلها فقد أدت التغيرات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية ومتطلبات الحياة المعاصرة إلى العمل التطوعي مجرد أعمال فردية تقليدية إلى أعمال جماعية منظمة في شكل جمعيات ومؤسسات حديثة وفي مجالات متعددة تتناسب واحتياجات خدمة المجتمع وتنميته وتكمن أهمية العمل التطوعي كونه يجسد ثلاث وظائف رئيسية في المجتمع وهي:

1. تكمل العمل الحكومي عن طريق رفع مستوى الخدمة وتوسيعها.
2. توفير خدمات جديدة ربما تصعب على الدوائر الحكومية تقديمها، وذلك لأن المؤسسات التطوعية تتسم بالسهولة واليسر في خدماتها."<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - هناء حسني محمد النابلسي، دور الشباب الجامعي في العمل التطوعي والمشاركة السياسية، دراسة مقارنة على عينة من طلبة الجامعة الاردنية (رسالة الدكتوراه)، الجامعة الاردنية سنة 2007.

<sup>2</sup> - فاطمة محمد رفيدة، العمل التطوعي ودوره في تنمية المجتمع، رؤية واقعية لدور الجمعيات الاهلية في مدينة مصراته، مجلة كلية الادب، العدد السادس، جامعة مصراته، ص 203.

3. "تأدية خدمات لا تقوم بها الدولة فالتطوع بمثابة قوة محركة بشقيها البشرية والمادية وتتبع من داخل المجتمعات وتدفعه إلى الاعتماد على جهود أعضائها وعلى الموارد الذاتية، لإتباع حاجات مواطنيه ومحاولة تحقيق التنمية والتقدم فيه".<sup>1</sup>

### ثالثاً: أهداف العمل التطوعي:

يمكن النظر إلى أهداف ودوافع التطوع من خلال ثلاثة محاور أساسية أوردها محمد نوح على النحو التالي:<sup>2</sup>

#### 1 - أهداف تتعلق بالمجتمع المحلي:

يساعد التطوع على تماسك المجتمع وذلك لأنه يساهم في الاتي:

- تخفيف المشكلات الاجتماعية التي تواجه المجتمع المحلي وذلك لأنه يساهم في الآتي.
- تعريف أفراد المجتمع بالظرف الواقعية التي تعيش فيها الفئات الأخرى، والوصول إلى فهم مشترك للمشكلات والأحوال السيئة التي يعاني منها المجتمع.
- يقود اشتراك المواطنين في الأعمال التطوعية إلى التفاهم حول مجتمعية مرغوبة، وهذا ما يقلل فرص اشتراكهم في أنشطة تهدف إلى تقدم المجتمع وتماسكه.

#### 2 - أهداف تتعلق بالهيئات الاجتماعية:

يحقق التطوع للهيئات الاجتماعية العديد من الأهداف، ومنها:

- سد النقص في أعداد المتخصصين من الذي تعانيه الهيئات الاجتماعية.
- التطوع يساهم في تعريف المجتمع بهيئاته، وبهذا يربطون تلك الهيئات بالمجتمع، فيستمر تأييدها أدبيا وماديا.

<sup>1</sup> - فاطمة محمد رفيده، مرجع سابق، ص 203

<sup>2</sup> - براقوي خالد يوسف، (2008) اتجاهات الشباب السعودي نحو العمل التطوعي، دراسة مطبقة على عينة من طلاب وطالبات المرحلة الثانوية بمدينة مكة المكرمة، مجلة جامعة الملك عبد العزيز، الآداب والعلوم الانسانية (السعودية)، مجلة 16، العدد 2، ص 94-95.

3 - أهداف تتعلق بالمتطوعين أنفسهم:

- حيث يمكن من خلال اشتراك المتطوع في الأنشطة التطوعية أن تحقق له فوائد أو الأهداف التالية:<sup>1</sup>
- اهتمام المتطوع بأهداف اجتماعية مرغوبة بوجهة طاقاته بعيدا عن الانحراف من الناحية ويكتسب من خلال ممارسته العملية مجموعة من الخبرات الاجتماعية التي تسهم في تكامل شخصيته.
  - الكثير من الاحتياجات الاجتماعية للفرد يتم إشباعها من خلال إحساسه بالنجاح في القيام بعمل يقدره الآخرون، والإحساس بالانتماء إلى أحد المؤسسات التي تلقى تقديرا من المجتمع.

رابعا: دوافع العمل التطوعي

1 - الدافع الحضاري وهو ما يعرف بثقافة العولمة الخيرية والتي نشرت ثقافة إغاثة المنكوبين في الزلازل والمحن والكوارث الطبيعية والإنسانية من الحروب والمصائب تجعل الأمم تجتمع لمساعدة دولة ما أو شعب ما، ربما تدور الأيام ويصبح هو نفسه في نفس المأزق فكان لابد من التعاون لتحقيق أهداف إنسانية تساعد الكل في تجاوز محتته.

2 - الدافع الاجتماعي: لتوثيق الروابط وتنمية التعاون والشعور بالمسؤولية اتجاه المجتمع.

3 - الدافع الإنساني الذاتي: وهي ما يشعر به الإنسان من آلام الآخرين يحركه لتقديم المساعدة والشعور بالمسؤولية اتجاه المصاب.

4 - الدافع الديني والروحي والنفسي: بغرض كسب الأجر ومرضاة الرب والشعور بالسعادة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - محمد عبد الله عنتر، العمل التطوعي في المؤسسات الرياضية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، ط1، الإسكندرية، 2013، ص 54.

<sup>2</sup> - عثمان رشيد، الريادة والعمل التطوعي، دار الراية للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2013، ص 165.



خامسا: أسس العمل التطوعي:

أ. الكفاءة: وهو في الأصل مبدأ اقتصادي اعتمد على معظم الجهود المبذولة وينتهي إلى أن هذه الأخيرة (الجهود المبذولة) إذا كانت بدون الكفاءة قد لا يكتب لها الاستمرارية والتأثير والأعمال الخيرية الأخرى ليست إنشاء من هذه القواعد.

انطلاقا من هذه القواعد تتحقق الكفاءة المرجوة في ظل المؤسسات التطوعية كآلاتي:

- تجميع الموارد البشرية الذاتية وإعادة توجيهها لخدمة الأهداف الخيرية والتطوعية وبإرادة عملية فعالة تستخدم وسائل التقنية الحديثة مما يؤدي إلى تحسين استغلال الموارد المتاحة وتقليل المفقود منها لتعم منفعتها بأكبر قدر ممكن من المستفيدين.
- ويتميز العمل الجماعي التطوعي بكونه عملا منظما له خاصية التأثير والانتشار مما يحقق وفورات اقتصادية قد لا تحقق المنافع القصوى، فلا بد من إنتاجها على أساس اقتصادي سليم.<sup>1</sup>
- إيجاد قنوات التمويل الذاتية والمتحدة أن توفر عنصر الكفاءة في الأعمال الخيرية يؤدي إلى زيادة حيوية الأعمال الخيرية وترشيدها فيقبل الناس على دعمها والمشاركة الفعالة فيها.

ب. " التعاون والتكامل في العمل الاجتماعي:

- نظرا لتفاوت قدرات الأفراد وفقدهم وغناهم فإن الحكمة تدعو إلى حصول تعاون وتكامل لسد حاجات بعضهم البعض فتجعل المودة والألفة والتراحم بينهم وهذا يستلزم إبراز ما يلي:
- إبراز تأكيد الجانب الأخلاقي والشرعي وتأكيد بين المسلمين من تعامل وتكافل وبر وصلة.
  - تبادل الخبرات والتجارب بين الأفراد والمؤسسات في العمل التطوعي.
  - حماية جهود الخير والأعمال التطوعية من الانحراف عن الأهداف والاستغلال السيئ من قبل بعض الأفراد وهنا يأتي دور المؤسسات المتخصصة برعاية الأعمال الخيرية والتطوعية فهي تقوم بجمع المعلومات الفردية لنشاطها والتنسيق فيما بينها لكي لا تتجه إلى أماكن أو مجالات أخرى.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - معلوي بن عبد الله الشهراني، العمل التطوعي وعلاقته بأمن المجتمع، مذكرة ماجستير، جامعة نايف العربية للعلوم الإسلامية، 2006، ص 35.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص 36.

ج. النمو:

" نظرا لتمييز الحاجات الإنسانية الاستمرارية والتجدد فلا يمكن إشباع الحاجة مرة واحدة هذا ما يجعل النشاط الاجتماعي والاقتصادي والثقافي للإنسان ينمو ويتجدد باستمرار وبصاحب ذلك التطور توسع مطور في أساليب أدائها ولا بد الأعمال التطوعية والخيرية من أن تواكب ذلك وهذا يتطلب:

- إرسال تنظيمات مستقرة تختص في العمل الخيري التطوعي.
- تطبيق مبدأ البحث والتطوير.
- تكوين استراتيجيات تأخذ في الحساب أفضل الخيارات والبدائل لنمو الأعمال الخيرية.<sup>1</sup>

سادسا: آليات وأساليب العمل التطوعي:

تبرز آليات العمل التطوعي كما يلي:

1 - تفعيل العمل التطوعي في مجال الإعلام:

إن العمل التطوعي بأهدافه الواسعة يتعدى المفهوم التقليدي الخيري، فلا ينحصر في مساعدة ودعم المجموعات الخاصة المستضعفة مثل: المعوقين والأيتام والأرامل والمشردين وفي محاربة الفقر فقط، وهو يجب علينا بحثه ونقاشه في مجتمعنا العربي والاستفادة في ذلك من التقنية الحديثة في مجالات الإعلام، الفضائيات وشبكات الاتصالات وغيرها من وسائل الإعلام حتى نشكل مفهوم واحد للتطور يعكس وجهة النظر العربية، ويبرز خصوصية مجتمعاتنا وعقائدنا وعاداتنا السمة ويكون لنا المرجع للعمل من خلاله عندها فقط نستطيع أن نؤثر ونتأثر إيجابيا بدلا عن أن نكون في وضع المتأثر سلبيًا أو الملتقي فقط.

ومن المقترحات لتفعيل العمل التطوعي في مجال الإعلام نجد انه:

- أن تمارس وسائل الإعلام دورا أكبر في دعوة المواطنين إلى العمل التطوعي والتعريف بالنشاطات التطوعية التي تقوم بها المؤسسات الحكومية والجمعيات.

<sup>1</sup> - معلوي بن عبد الله الشهراني، المرجع السابق، ص 37.

- مطالبة وسائل الإعلام المختلفة بدور أكثر تأثيراً في تعريف أفراد المجتمع بماهية ومدى حاجة المجتمع إليه وتبصيرهم بأهميته ودوره في عملية التنمية وكذلك إبراز دور العاملين في هذا المجال بطريقة تكتسب الاحترام الذاتي واحترام الآخرين.
- بناء القدرات البشرية المهنية والفنية وفي إدارة الأعمال وإدارة العمل التطوعي والمشاركة السياسية، تكييف التدريب.
- نشر وتفعيل ثقافة العمل التطوعي من خلال قنوات ووسائل الإعلام المرئي والمقروء والمسموع، ومن خلال المجالات المتخصصة في متابعة أنشطة العمل التطوعي ومن خلال المحاضرات في المساجد وخطب الجمعة والمنتديات الثقافية والندوات والمؤتمرات التي تتعد لهذا الغرض بخصوصه ويدعى لها الشخصيات البارزة في العمل التطوعي.<sup>1</sup>
- تمليك وسائل النتاج لتدخل المجموعات المستهدفة في دور الاقتصاد القومي ولتتمكن من شراء الخدمات حسب آليات السوق حتى تضمن استدامة العمل التطوعي المنظم.
- يجب أن توظف وسائل العمل التطوعي بصفة متكاملة لتمكين المجموعات المستهدفة في المناشط الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية بل والمعنوية أيضاً.

## 2 - تفعيل العمل التطوعي في مجال التعليم:

- أن تضم البرامج الدراسية للمؤسسات التعليمية المتخلفة بعض المقررات الدراسية التي على مفاهيم العمل الاجتماعي التطوعي وأهميته ودوره التنموي ويقترن ذلك ببعض البرامج التطبيقية مما يثبت هذه القيمة في نفوس الشباب مثل: حملات تنظيف محيط المدرسة أو العناية بأشجار المدرسة أو خدمة البيئة.
- ضرورة قيام المدارس وفي مراحل مبكرة في إشراك الطلبة في برامج العمل التطوعي من خلال حملات النظافة وزراعة الأشجار وغيرها والعمل على زيادة ثقة الجمهور بالمؤسسات التطوعية العاملة، بحيث يشعر المجتمع أن هذه المؤسسات تقدم خدمات فعلية للمجتمع.
- تنشئة الأبناء تنشئة اجتماعية سليمة وذلك من خلال قيام وسائط التنشئة المختلفة كالأُسرة والمدرسة والإعلام بدور نسق ومتكامل الجوانب في غرس قيم التضحية والإيثار وروح العمل الجماعي في النفوس الناشئة منذ مراحل الطفولة المبكرة.

<sup>1</sup> - عثمان رشدي، مرجع سابق، ص ص 148 - 149.

- تدعيم جهود الباحثين لإجراء المزيد من الدراسات والبحوث العلمية حول العمل الاجتماعي التطوعي، مما يساهم في تحسين العمل الاجتماعي بشكل عام والعمل التطوعي بشكل خاص.
- استخدام العمل التطوعي في المعالجة النفسية والصحية والسلوكية لبعض المتعاطين للمخدرات والمدمنين أو العاطلين أو المنحرفين اجتماعياً.<sup>1</sup>
- إنشاء لجنة وطنية متعاونة مع الجمعيات والمراكز والهيئات واللجان الخيرية وتستقطب الطلاب والطالبات وتدفعهم للمشاركة العلمية في الأعمال التطوعية التي حثنا عليها ديننا الحنيف وتؤكد فينا انتمائنا لوطننا المعطاء وتعيين ذا الحاجة واللهوف وتساهم في وحدة المجتمع ورقي أفرادهِ.
- دورات تدريبية للتعريف بميادين العمل التطوعي التي يحتاجها المجتمع مع رصد حوافز لطلبة الجامعات والمدارس التعليمية حين الالتحاق بها.
- إبراز دور المبرزين في الأعمال التطوعية، تغطية أخبارهم، وميادين النجاحات في حياتهم، مع عرض تجاربهم وخبراتهم ليكون ذلك حوافز لهم، ودافعا لغيرهم.<sup>2</sup>

### 3 - تفعيل العمل التطوعي في مجال العمل الإلكتروني:

إن التطوع على الشبكة العنكبوتية لا يكاد يجد مكانا وسط زحمة (البيزنس الإلكتروني) إذ صح التعبير.

وتكاد تقتصر تجارب التطوع الإلكتروني على بضعة مواقع وأفكار الكترونية خجولة وبجهود فردية خاصة بعيدا عن شمولية التخطيط والتنفيذ ووسط ثقافة تطوع ضحلة وناشئة ولكن ما السبب في ذلك؟، وما هي الحلول الممكنة؟، وكيف يمكننا استغلال الانترنت كوسيلة تفاعلية لها لغة عالمية في خدمة مجتمعاتنا العربية؟

وتحاول هذه المواقع التعريف بالتطور وتفسيره والحض عليه والدعوة إليه باعتباره اليوم جزء من حركة عالمية لها النقص السياسي والاقتصادي والثقافي في ميزان الرأي العام العالمي ومن الملاحظ ان البعض يمارس العمل التطوعي في المجال الإلكتروني باعتباره موضة أجنبية أو مجارة للعصر بينما

<sup>1</sup> - عثمان رشدي، المرجع السابق، ص ص 149 - 150.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص 151.

يمثل الآخرين وسيلة جديدة تخفي على حياتهم ما هو غريب وغير مألوف أو نوعا من التغيير وكسر رتابة الحياة اليومية بما تقبع الرغبة بعمل الخير الحقيقي في أخذ القائمة.

وأهم مجالات استخدام الكمبيوتر في المنظمات الخيرية للاستفادة منها في تفعيل مجال العمل التطوعي الإلكتروني فيما يلي:

- استخدام الانترنت في استقبال البريد وإرسال الرسائل ومراسلة الجهات الإخبارية والمتطوعين والمستفيدين من الأعمال التطوعية.
- تكوين قاعدة بيانات بالمتطوعين وخبرتهم.
- تكوين قاعدة بيانات بالاحتياجات المطلوبة.
- تكثيف ساعات خدمة المجتمع التي تعتمد عليها بعض الجامعات كساعات دراسية إجبارية.
- العمل على إنشاء منتديات المناقشة عبر شبكة الانترنت حول العمل التطوعي واستدامة البيئة بما يتيح الفرصة لتبادل الآراء والخبرات حول الموضوع وطرح الأفكار الإنمائية لتطوير العمل التطوعي.
- إصدار بعض الحملات البريدية لفئة معينة من المتبرعين كالأطباء مثلا.<sup>1</sup>

#### سابعاً: مجالات العمل التطوعي:

إن التطوع يسع كل المجالات النافعة والمفيدة، وأبرزها:

- 1 - **مجال العبادة:** فالمسلم لا يقتصر في عبادته على الفرائض والواجبات بل يزيد عليها من خلال التطوع بالنوافل والسنن، والقربات، والأمر واسع ومتاح للتنافس والتسابق في شتى أنواع العبادات كالصلاة، والصيام، والصدقات والحج وغيرها.
- 2 - **المجالات العلمية:** كإنشاء المكتبات والمدارس والجامعات وسائر المؤسسات العلمية التي لا يكون هدفها الربح المالي، ثم القيام عليها ودعمها.
- 3 - **المجالات المالية:** التي تتطلب دفع المال وتقديره بسخاء من أجل نفع الناس ومساعدتهم وهذا المجال يدخل ويشارك في الكثير من المجالات.

<sup>1</sup> - عثمان رشدي، المرجع السابق، ص 164.

4 - المجالات الحرفية: من خلال التطوع فيما يتقن من أنواع الحرف المفيدة النافعة.

5 - المجالات الإدارية: وهي تدخل في شتى الأنواع، والإدارة صارت فن وجودة وإتقان فالإداري ناجح في عمله إن تطوع أفاد وقدم الكثير.

6 - المجالات الفكرية: من خلال الآراء الصائبة والنصائح القيمة والخطط الرائدة.

### ثامنا: آثار وجوانب العمل التطوعي

#### 1 - الجوانب الرئيسية للعمل التطوعي:

من أهم الجوانب الرئيسية للعمل التطوعي:<sup>1</sup>

**الجانب الاجتماعي:** إن المؤسسات التطوعية هي الرائدة في هذا المجال، والأمثلة الكثيرة والمتعددة، فعلى سبيل المثال لا الحصر أطباء بلا حدود، نقابات العمل والطلبة والمحامين والأطباء... الخ، ولا يخفى على أحد هذه الأيام دور كل هذه المؤسسات وأثرها في تغيير كثير من المواقف، أن المتتبع للشأن الاجتماعي في كثير من الدول يجد أن المؤسسات التطوعية هي ذات السبق في التصدي لكثير من الأمراض الاجتماعية التي باتت تؤرق الدول والحكومات.

#### الجانب الاقتصادي والتجاري:

إن الشركات والمؤسسات التجارية لم تستوعب الجوانب التجارية التسويقية لهذا العمل وأثره الفاعل في زيادة الربحية، مثل ما قامت به شركة ( IBM ) للكمبيوتر للتبرع لإحدى المناطق التعليمية في الولايات المتحدة الأمريكية بتجهيز جميع المدارس فيها بأجهزة الكمبيوتر الشخصية وهذا قد ضمن للشركة عقود الصيانة وخلق الساحة من المنافسة مع الشركات الأخرى إلى جانب السمعة والمكانة الاجتماعية في نفوس الطلبة والأهالي والمسؤولين في تلك المقاطعة، كما حقق نوعا من الولاء لدى هذه الأطراف انعكس على نسبة في المبيعات في تلك المنطقة.

<sup>1</sup> - عثمان رشدي، المرجع السابق، ص ص 157 - 158.

الجانب الحكومي والرسمي:

يوجد هناك أداة قد غفل عنها صناع القرار يمكن أن تسهم بشكل فاعل في عملية التنمية، هذه الأداة هي العمل التطوعي، وذلك إن تم توظيفه بشكل علمي بعيد عن نظرة الشك والريبة التي يثيرها بعضهم خصوصا على الجانب الأمني للبلاد، فنظرا إلى واقع المركز المالي لكثير من الدول النامية نجد أن هذه الدول تعاني من تضخم في جانب المصروفات العسكرية والتسلح، هذا على حساب الجوانب الأخرى وعلى الأخص الجوانب التنموية الاجتماعية، فنجد أن هناك تقليصا في بنود ميزانية الدولة للصرف على أنظمة التسلح، وهذا ما انعكس على الجانب التعليمي والاجتماعي للمجتمع كله، وهذا بطبيعة الحال زاد من فرص بروز الأمراض الاجتماعية مثل ارتفاع في معدلات الفقر والجريمة والفساد الأخلاقي...الخ.<sup>1</sup>

2- آثار العمل التطوعي على الفرد والمجتمع:

يعد العمل التطوعي ركيزة أساسية في بناء وتنمية المجتمع ونشر التماسك الاجتماعي بين المواطنين داخل أي مجتمع، وهو ممارسه إنسانية ارتبطت ارتباطا وثيقا بكل معاني الخير والعمل عند كل المجموعات البشرية منذ القدم، ولها الدور العام في عمليات التغيير الاجتماعي، كما يعد العمل التطوعي وحجم الانخراط فيه رمزا من رموز تقدم الأمم وازدهارها، فالأمة كلما ازدادت في الرقي والتقدم ازداد انخراط أفرادها في الأعمال التطوعية، كما يعد الانخراط في العمل التطوعي مطلبا من متطلبات الحياة المعاصرة التي أتت بالتنمية والتطور السريع في كافة المجالات لذلك إن تعقد الحياة الاجتماعية والتغيرات التي طرأت على الظروف المعيشية والتغيرات الاقتصادية والاجتماعية والأمنية المشاركة تملينا أوضاعا جديدة يصعب على الحكومة أحيانا علاجها، أو الحد منها مما يستدعي تضافر كافة جهود المجتمع لمواجهة هذا الواقع ومعالجة تلك الأوضاع، ومن هنا يأتي دور العمل التطوعي، الذي يدل على مساهمة الأفراد في أعمال الرعاية والتنمية الاجتماعية.

فالفائدة الحقيقية للعمل التطوعي تكمن في تنمية الإحساس لدى المتطوع ومن يستفيد من خدماته بالانتماء وتقوية الترابط الاجتماعي بين فئات المجتمع والتي تأثرت كثيرا بفعل عوامل التغيير الاجتماعي والحضاري، إضافة إلى ذلك فإن الأعمال التطوعية تكون لونا من ألوان المشاركة الايجابية ليس في تقديم

<sup>1</sup> - عثمان رشيد، المرجع السابق، ص 158.

الخدمة فقط<sup>1</sup> بل في وضع السياسات التي تقوم عليه المؤسسات الاجتماعية من هنا نجد أن هناك العديد من القواعد والآثار الايجابية التي يحققها العمل التطوعي على الفرد والمجتمع حيث على المستوى الفردي فان العمل التطوعي يساهم في الآتي:

1. اكتساب خبرات جديدة وتنمية مصادرات التطوع.
2. تكوين علاقات وصدقات ومجموعات من المواطنين وخاصة الدين لهم نفس الاهتمامات.
3. الإحساس بتقدير الذات والثقة بالنفس.
4. الاطلاع على ما يدور في المجتمع من فعاليات.
5. يساعد على استثمار وقت الفراغ في النواحي الإيجابية

أما أهم آثاره على المجتمع فنتركز في الآتي:

1. توفير الطاقات البشرية المتنوعة والمتخصصة لتنمية المجتمع وتأهيله.
2. توفير الكثير من الأموال لصرفها في مشاريع تنموية تخدم المجتمع.
3. تحقيق روح المحبة والتكافل بين أفراد المجتمع.
4. تنمية روح التنافس بين الجماعات التطوعية بما يعكس جودة الخدمات.
5. تحقيق الأمن الشامل وحماية المجتمع من الظواهر والأمراض الاجتماعية كالجريمة والمخدرات.
6. يساعد في القضاء أو التقليل في نسبة البطالة.<sup>2</sup>

#### تاسعا: عوائق العمل التطوعي

يمكن تقسيم عوائق العمل التطوعي إلى:

##### 1- عوائق متعلقة بالتطوع:

- الجهل بأهمية العمل التطوعي.
- بعضهم يسعى لتحقيق أقصى استفادة شخصية ممكنة من العمل الخيري ويجعله يتعارض مع طبيعة التطوع.

<sup>1</sup> - فاطمة محمد رفيدة، العمل التطوعي ودوره في تنمية المجتمع، رؤية واقعية لدور الجمعيات الأهلية في مدينة مصراتة، مجلة كلية الآداب، جامعة مصراتة، العدد السادس، ص 208.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص ص 208 - 209.



- عدم القيام بالمسؤوليات التي أسندت إليه في الوقت المحدد.
  - يهدف بعض المتطوعين من وراء مشاركتهم في أعمال المؤسسة الأصلية اكتساب مكانة اجتماعية وإشباع ميولهم ورغباتهم حتى لو أدى ذلك إلى التضحية بأهداف المؤسسة.
  - لا يمكن ضمان استمرارية المتطوع في العمل بالمؤسسة، ويمكن أن نسحب في أي وقت مما يجعل تتخوف من إسناد بعض المسؤوليات الهامة له والميل إلى عدم الاستعانة بالمتطوعين.<sup>(1)</sup>
  - تعارض وقت المتطوع مع وقت العمل أو الدراسة مما يفوت عليه فرصة الاشتراك في العمل التطوعي.
  - هناك أزمة في المتطوعين بين النساء والشباب، وهناك تراجع المرأة عن العمل التطوعي.<sup>(2)</sup>
  - الخبرة السلبية السابقة للمتطوع والتي تجعله يتراجع عن المشاركة.
  - الاهتمام بالوضع الذاتي المادي والأسري أو البحث عن الزرق وتفضيله عن العمل التطوعي.
  - خوف الأفراد من الحساسية الاجتماعية نتيجة الالتحاق بالعمل التطوعي.<sup>(3)</sup>
- 2- عوائق متعلقة بالجمعية كمؤسسة تطوعية:**

وترجع هذه العوائق إلى أسباب تتعلق بالجانب البشري أو التنظيمي أو المالي، ويمكن أن نذكر أهمها فيما يلي:

- اختلال الأولويات في العمل التطوعي مما يؤدي إلى اقتصاد الثقة من قبل الممارسين في قدرات الجهود التطوعية، خاصة مع تفاقم الأعباء وزيادة المشاكل والتركيز على أولويات ليست متقدمة في سلم الاهتمام العام للمجتمع وهو ما يفقد أولويات مواجهة لاحتياجاته.
- فقدان الضوابط والقوانين التي تحكم علاقة المتطوع بالمؤسسة الخيرية مما أدى إلى إجحاف كبير بحقوق المتطوعين واستغلالهم من قبل المؤسسات التطوعية.

<sup>(1)</sup> شروق بن عبد العزيز الخليف، المواطنة وتعزيز العمل التطوعي، مراكز الأبحاث الواعدة في البحوث الاجتماعية، ودراسات المرأة، 2013، ص 185.

<sup>(2)</sup> هناء حسني محمد النابلسي، مرجع سابق، ص 61.

<sup>(3)</sup> حسني فخري إبراهيم أقطم، معوقات مشاركة المرأة في العمل التطوعي من وجهة نظر المتطوعين والعاملين في مؤسسات المجتمع المدني في محافظة نابلس (أطروحة) استكمالاً لمتطلبات درجة الماجستير في دراسات المرأة، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية في نابلس، فلسطين، ص 16 - 17.

- عدم قدرة المؤسسات الخيرية وخاصة مؤسسات الإغاثة على توظيف الأدوات للترويج لسمعتها ولتحقيق مكاسب شعبية وسياسية، فمعظم المؤسسات الخيرية ما زالت تفضل العمل في صمت ولا تعلن عن مشاريعها. (1)

### 3- عوائق تتعلق بالمجتمع:

- وجود بعض الصور الاجتماعية السلبية عن المتطوعين.
- هجرة الكثير من أهل الريف إلى المدن بحثاً عن العمل وهؤلاء ليس لديهم استقرار فهم كثرة الترحال بحثاً عن العمل مما جعل توافر المتطوعين أمراً شاقاً للغاية.
- بعض المواطنين مصابون بالإحباط نظراً لما يعانونه من البطالة وقلة الدخل فحاولوا الانطواء على أنفسهم والانعزال عن المجتمع. (2)
- سيطرة أشخاص من ذوي السمعة السيئة على الجمعيات أو المشرفين على العمل التطوعي، لذلك فقدت الجماهير الثقة فيهم وابتعدوا عن المشاركة أو الاشتراك مع هؤلاء. (3)

(1) صالح بن مطر الهاظلي، العمل التطوعي خطوات عملية للنهوض بالأمة، ط 1، 2010، ص 55.

(2) فاطمة محمد رفيدة، مرجع سابق، ص 111 - 112.

(3) سميرة بوحادة، الإعلام الجديد وتنمية العمل التطوعي، بحث مقدم إلى كلية الحقوق، جامعة طمطاء، المؤتمر العلمي الرابع حول القانون والإعلام، 2017، ص ص 19 - 20.

## خلاصة الفصل:

لقد تطرقنا في هذا الفصل إلى أن العمل التطوعي الذي يعتبر هو ثروة عامة وليس حكرا على أحد فهو عبارة عن تلك الروابط التي تقوم على القيم الاجتماعية الحميدة، حيث تكمن أهميته في تنمية الإحساس لدى المتطوع وتقوية الروابط الاجتماعية، حيث يسعى الأفراد من خلاله لتحقيق دواتهم ومصالحهم المرتبطة بمصالح المجموعات التي يعيشون فيها كما نجد للتطوع أهداف تتعلق بالمجتمع المحلي وأهداف تتعلق بالأهداف الاجتماعية وأخيرا أهداف تتعلق بالمتطوعين أنفسهم، بالإضافة أن للعمل التطوعي عدة دوافع فمنها ما هي حضارية اجتماعية ومنها ما هي إنسانية ذاتية ومنها ما هي روحية نفسية.

# الفصل الخامس: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية

تمهيد

أولاً: مجالات الدراسة.

1-المجال المكاني

2-المجال الزمني

3-المجال البشري

ثانياً: تحديد عينة ومجتمع الدراسة

ثالثاً: نوع ومنهج الدراسة

رابعاً: أدوات جمع البيانات والمعلومات

خامساً: أساليب التحليل

خلاصة الفصل

## تمهيد:

تحتل الدراسة الميدانية مكانة هامة في البحث الاجتماعي، فهي تعد الجزء الأكثر أهمية فيه، فمن خلالها يتم طرح مشكلة البحث في الواقع الاجتماعي بالإضافة إلى كونها تدعم الدراسة النظرية وتسمح للباحث باختبار مدى صحة أو خطأ الفرضيات الموضوعية من قبله والوصول أخيرا إلى النتائج.

وحتى يقوم الباحث بإجراء الدراسة الميدانية بشكل صحيح عليه إتباع جملة من الخطوات المنهجية يتم تحديدها مسبقا. لذلك خصصنا هذا الفصل للتطرق للجانب المنهجي للدراسة الميدانية الخاص بالموضوع محل البحث، ونستهله بعرض فرضيات الدراسة، ثم تحديد مجالاتها الثلاث (المجال الجغرافي، المجال البشري وأيضا الزمني)، وكذا العينة التي أجرينا عليها هذا البحث، مع تحديد نوع الدراسة والمنهج المستخدم في إنجازها دون إغفال عرض مختلف أدوات جمع البيانات والمعلومات وأساليب التحليل المستعملة.

أولاً: مجالات الدراسة:

### 1-المجال الجغرافي للدراسة:

ويقصد به المكان الذي ستنتم به الدراسة وبما أن موضوعنا يتناول الفيسبوك وعلاقته بالتحفيز العمل التطوعي لدى الطالب الجامعي، فقد تم تحديد مكان إجراء هذه الدراسة على المستوى القطب الجامعي. تاسوست. التابعة لجامعة. جيجل. وبالضبط على طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية هذه الأخيرة تابعة لبلدية الأمير عبد القادر يحدها من الغرب مدينة جيجل ومن الجهة الشمالية كل من السكة الحديدية والطريق الوطني رقم 43 ومن الجهة الشرقية المنطقة العمرانية تاسوست تبلغ مساحتها 39.8 هكتار تضم الجامعة أربع كليات وهي: كلية الآداب واللغات، كلية الحقوق والعلوم السياسية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية والتسيير، وكذا كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

وقد أنشئت كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بناء على المرسوم التنفيذي رقم 362/12 المؤرخ في جامعة جيجل وبناء على القرار الوزاري رقم 215 المؤرخ في 24 مارس 2013 والمتضمن إنشاء الأقسام المكونة لكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

نواب العمادة، رؤساء الأقسام، 6 أقسام بيداغوجية، إضافة إلى المكتبة والأمانة عامة وهي موزعة على خمس طوابق إضافة إلى وجود هيكل بشري وآخر إداري.

### 2 - المجال الزمني للدراسة:

يقصد بالمجال الزمني للفترة أو المدة الزمنية المستغرقة لإنجاز مذكرة التخرج، وقد قسمت هذه الفترة إلى مرحلتين:

**المرحلة الأولى:** كانت مخصصة للبحث النظري، والتي تضمن جمع مختلف المعلومات والمعطيات حول موضوع البحث، وانطلقنا في البداية بجمع المادة العلمية حول الموضوع وقد استغرقت هذه المرحلة حوالي ثلاث أشهر.

**المرحلة الثانية:** كانت مخصصة للبحث الميداني وقد استغرقت هذه المرحلة شهر كامل من الدراسة وانطلقنا في جمع المعلومات حول كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، كان من أبرزها الهيكل التنظيمي الخاص بها، وقد تم تزويدنا ببعض الوثائق والبيانات الإحصائية المكملة لدراستنا بإضافة إلى تزويدنا أيضا بتقديم خاص بالكلية.

وبعد عرض الاستمارة على أساتذة القسم قمنا بتجريبها على مجموعة من مجتمع البحث، حيث قمنا بتصحيحها بالاعتماد على هذه التجربة.

وبدا تطبيق للاستمارة النهائية، وتم توزيعا إلكترونيا يوم 02 سبتمبر 2020 وقد استغرقنا 7 أيام من أجل الحصول على استمارات معتبرة من مجتمع الدراسة.

### 3 - المجال البشري:

يتمثل المجال البشري لهذه الدراسة في جميع عدد الطلبة المسجلين في كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية داخل القطب الجامعي تاسوست التابع لجامعة جيجل في العام الدراسي 2019-2020 بلغ عددهم 3663 طالب وطالبة مسجلين بهذه الكلية وموزعين على مختلف الأقسام والتخصصات والمستويات العلمية.

ثانيا: تحديد عينة ومجتمع الدراسة:

#### 1- تحديد مجتمع الدراسة:

يقصد بمجتمع الدراسة المجتمع الذي يشمل جميع عناصر ومفردات المشكلة أو الظاهرة قيد الدراسة.<sup>1</sup>

ويشمل مجتمع البحث طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية والبالغ عددهم 3663 طالبا موزعين على أقسام الكلية الستة كما هو موضح في الجدول الموالي:

<sup>1</sup>- رجي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي، دار صفاء، ط1، عمان، 2000، ص 137.

الجدول رقم (01): يوضح توزيع عدد الطلبة على أقسام الكلية

أقسام الكلية	عدد الطلاب
1- قسم التعليم الأساسي للعلوم الاجتماعية	652
2- قسم علم الاجتماع	889
3- قسم علوم النفس وعلوم التربية والأرطوفونيا	541
4- قسم التعليم الأساسي للعلوم الإنسانية	442
5- قسم علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية	257
6- قسم الإعلام والاتصال	882
المجموع	3663

المصدر: من إعداد الطلبة.

## 2- تحديد عينة الدراسة:

تعرف عينة الدراسة على أنها: "جزء من المجتمع الأصلي يحتوي على بعض العناصر التي تم اختيارها منه بطريقة معينة وذلك بقصد دراسة خصائص المجتمع الأصلي".<sup>1</sup>

ولقد تم اختيار بشكل عشوائي 2% من أفراد مجتمع البحث أي ما يعادل 73 فرد، لكي يشكلوا عينة هذه الدراسة وهي عبارة عن عينة عشوائية بسيطة والتي: "لا يعتمد عند اختيارها على أي طريقة من الطرق بل تؤخذ بطريقة عشوائية، تضمن إعطاء جميع وحدات المجتمع فرصا متساويا في الاختيار".<sup>2</sup>

وتتضح مواصفات هذه العينة من خلال الجداول والأشكال التالية:

<sup>1</sup> محمد عبد الفتاح الصرفي، البحث العلمي (الدليل التطبيقي للباحث)، دار وائل، ط1، عمان، 2002، ص 186.

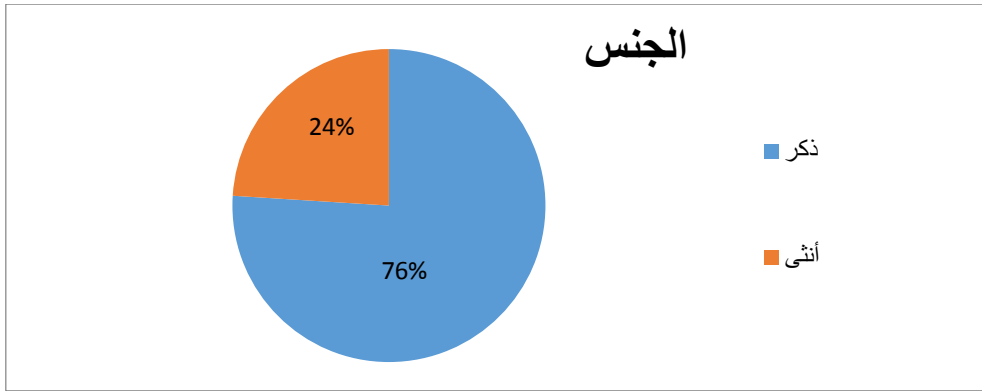
<sup>2</sup> موريس أنجريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصب للناشر، ط2، الجزائر، 2006، ص 197.



الجدول رقم (02): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
76%	38	ذكر
24%	12	أنثى
100%	50	المجموع

الشكل رقم (02): توزيع أفراد العينة حسب الجنس

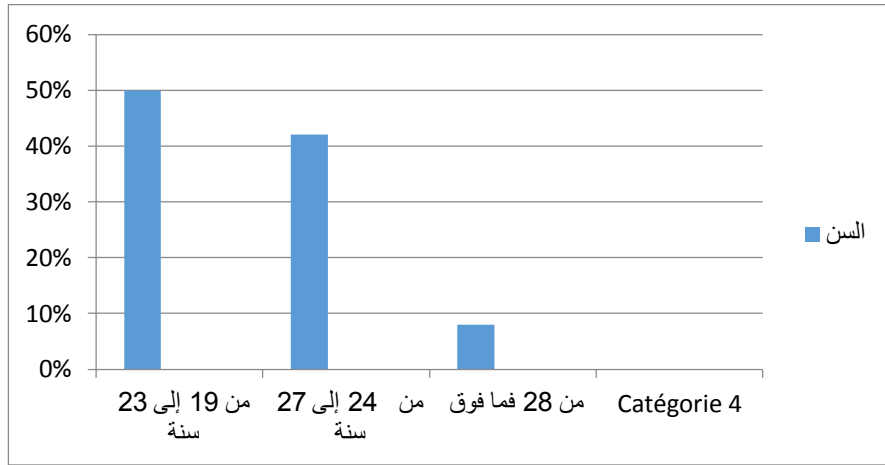


يتضح من الجدول رقم (2) والشكل رقم (2) أن نسبة 76% من الباحثين هم فئة الذكور أما 24% منهم تمثل فئة الإناث وذلك يرجع ربما إلى اهتمام الذكور أكثر بالموضوع الخاص بالعمل التطوعي في الجامعة نسبة الإناث أكثر وبالتالي اهتموا بالإجابة على هذا الاستمارة.

الجدول رقم (03): يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن

النسبة المئوية	التكرار	السن
50%	25	من 19 إلى 23 سنة
42%	21	من 24 إلى 27 سنة
8%	4	من 28 فما فوق
100%	50	المجموع

الشكل رقم (03): توزيع أفراد العينة حسب السن

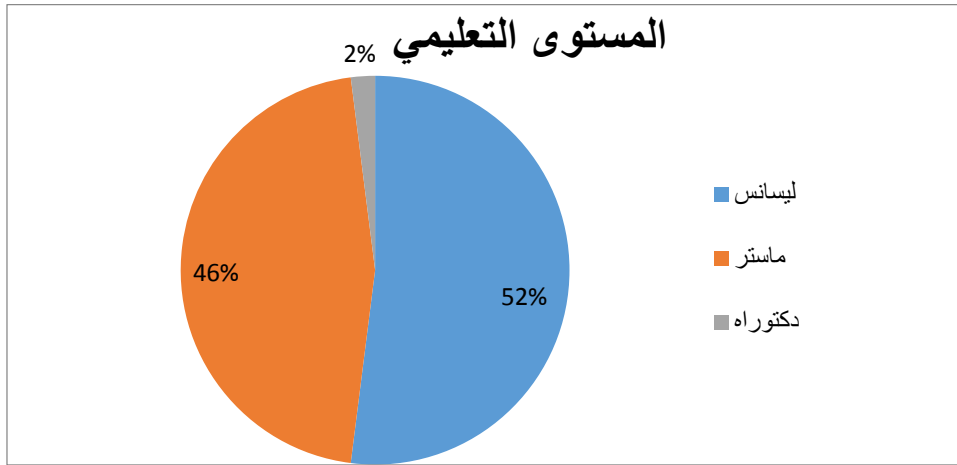


يتضح من خلال الجدول (3) والشكل رقم (3) أن الفئة السائدة هي الفئة العمرية من 19 إلى 23 سنة حيث بلغت نسبتها % 50 بينما الفئة من 24 إلى 27 سنة بلغت نسبتها % 42 في حين أن الفئة العمرية من 28 سنة ما فوق فلم تتجاوز نسبتها % 8 ويرجع ذلك إلى أن أغلب الطلبة الذين يدرسون في الجامعة لا يتجاوز عمرهم 24 سنة.

الجدول رقم (04): يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
%52	26	ليسانس
%46	23	ماستر
%2	1	دكتوراه
%100	50	المجموع

الشكل (04): توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

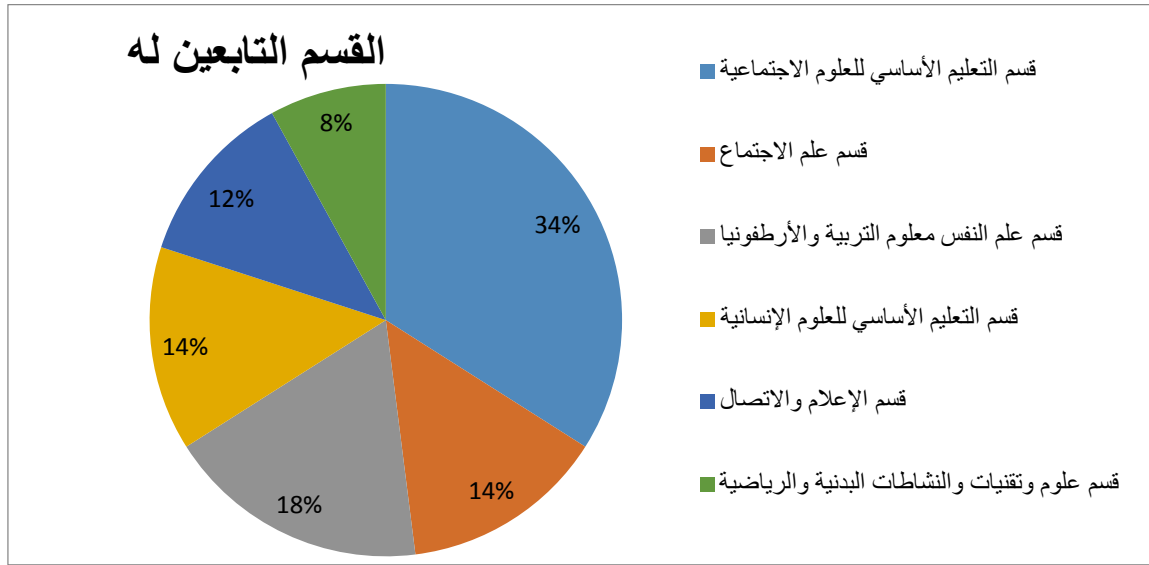


يبين الجدول (04) والشكل رقم (04) توزيع الطلبة حسب المستوى التعليمي حيث بلغت نسبة الطلبة الذين يدرسون في الليسانس 52%، في حيث قدرت نسبة الطلبة الذين يدرسون في الماستر 46%، أما فيما يخص نسبة طلبة الدكتوراه فلم تتجاوز 2% وهي نسبة ضعيفة مقارنة بالمستويات الأخرى. وتمثل نسبة طلبة الليسانس النسبة الأعلى.

الجدول رقم (05): يوضح توزيع أفراد العينة حسب القسم التابعين له

القسم	التكرار	النسبة المئوية
قسم التعليم الأساسي للعلوم الاجتماعية	17	34%
قسم علم الاجتماع	7	14%
قسم علم النفس معلوم التربية والأرطفونيا	9	18%
قسم التعليم الأساسي للعلوم الإنسانية	7	14%
قسم الإعلام والاتصال	6	12%
قسم علوم وتقنيات والنشاطات البدنية والرياضية	4	8%
المجموع	50	100%

الشكل رقم (05): توزيع أفراد العينة حسب القسم التابعين له



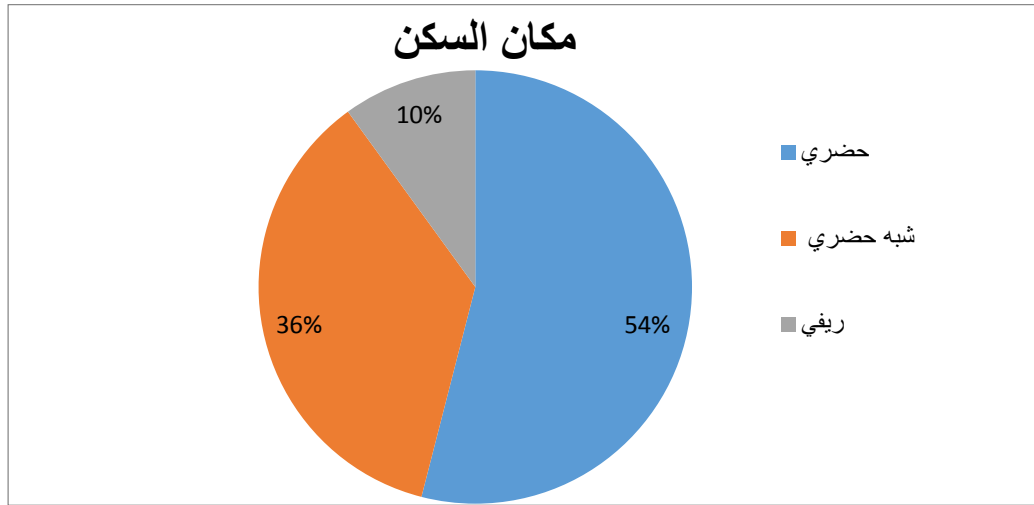
يتضح من خلال الجدول رقم (05) والشكل رقم (05) أن أغلبية المبحوثين يدرسون في قسم التعليم الأساسي للعلوم الاجتماعية حيث بلغت نسبتهم 34%، أما قسم علم النفس وعلوم التربية والأرطوفونيا فنسبة المبحوثين الذين ينتمون له قدرت ب 18%، بينما قسم علم الاجتماع وقسم التعليم الأساسي للعلوم الإنسانية فنسبتهما متساوية إذ أن 14% من المبحوثين ينتمون إلى كل قسم منهما، في حين أن 12% من المبحوثين فينتمون إلى قسم الإعلام والاتصال، أما 8% الباقية فهم طلبة قسم علوم وتقنيات والنشاطات البدنية والرياضية.

ونلاحظ من خلال هذه البيانات أن أغلب المبحوثين هم طلبة قسم التعليم الأساسي للعلوم الاجتماعية وقد يرجع ذلك إلى اهتمام هؤلاء بموضوع هذه الدراسة ولذلك اهتموا بالإجابة على هذه الاستمارة.

الجدول رقم (06): يوضح توزيع أفراد العينة حسب مكان السكن

مكان السكن	التكرار	النسبة المئوية
حضري	27	54%
شبه حضري	18	36%
ريفي	5	10%
المجموع	50	100%

الشكل رقم (06): توزيع أفراد العينة حسب مكان السكن



يتضح من خلال الجدول (06) والشكل رقم (06) أن أغلبية أفراد العينة والذين نسبهم 54% يقيمون في أماكن حضرية، بينما 36% يقيمون في أماكن شبه حضرية، في حين أن 5% فقط من المبحوثين يقيمون في الريف إذ بلغت نسبتهم 10% فقط.

من خلال هذا نلاحظ أغلب المبحوثين يقيمون في أماكن حضرية (المدينة) وهذا راجع إلى كون الحياة في المدينة معقدة توجد بها الكثير من المشاكل كما أن السكان ينتمون إلى أماكن مختلفة وبالتالي يحتاجون إلى القيام بأعمال تطوعية لمساعدتهم على حل هذه المشاكل على عكس سكان الريف مثلا وبسبب طبيعة الحياة هناك قد لا يحتاجون إلى ذلك لأنهم في العادة ينتمون إلى نفس العائلات وبالتالي يوجد تضامن ألي بينهم.

بالإضافة إلى أن استخدام الأنترنت يكون بشكل مكثف في المدينة لأن تدفقها عالي في المناطق الحضرية وحتى شبه حضرية.

ثالثا: نوع ومنهج الدراسة:

### 1 - نوع الدراسة:

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي لا تقتصر على مجرد جمع البيانات الإحصائية، بل يمتد مجالها إلى تصنيف هذه البيانات التي يتم تجميعها ثم تفسيرها وتحليلها تحليل شامل واستخلاص النتائج والدلالات المفيدة.

2 - منهج الدراسة:

لا يمكن القيام بأي دراسة أو بحث علمي دون الاعتماد على منهج معين يساعد في الوصول إلى نتائج علمية دقيقة استنادا لأهداف وطبيعة الموضوع المراد دراسته، وكلمة "منهج" هي: "ترجمة لكلمة Method بالإنجليزية أو Mithode بالفرنسية وهي مأخوذة من اللاتينية " Methodu " المأخوذة بدورها من اليونانية، ولغة هو الطريق أو المسلك."<sup>1</sup>

ويعرف المنهج: " بأنه طريقة البحث التي يعتمدها الباحث في جميع المعلومات والبيانات المكتبية أو العقلية وتصنيفها وتحليلها وتطيرها."<sup>2</sup>

كما يعني أيضا: "جملة المبادئ والقواعد والإرشادات التي يجب على الباحث إتباعها من ألف بحثه إلى يائه بغية الكشف عن العلاقات العامة والجوهرية والضرورية التي تخضع لها الظواهر موضوع الدراسة."<sup>3</sup>

بناء على هذه التعاريف يعتبر المنهج مجموعة من الخطوات والعمليات التي يتبعها الباحث في بحثه من أوله لأخره بغية تحقيق أراضه البحثية.

لقد اخترنا المنهج الوصفي وذلك بالعودة إلى نوع هذه الدراسة وأهدافها وكذلك طبيعة تساؤلاتها. ويعتبر هذا المنهج الأكثر انتشارا في الدراسات الميدانية في العلوم الاجتماعية والإنسانية، إذ أنه يقوم على رصد ومتابعة الظاهرة متابعة دقيقة من أجل التعرف على الظاهرة والوصول إلى نتائج تساعد في مساندة مختلف التطورات وفهم الواقع. ويعرف المنهج الوصفي بأنه: "ملاحظة ووصف العوامل التي تؤثر في موقف معين يهتم بتحليل وتفسير ما يوصف، كما يمكن استخدامه في تحديد الأهداف والإشارة إلى طرق تحقيقها."<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - أحمد عظيمي، منهجية كتابة المذكرات وأطروحات الدكتوراة الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2009 ص11.

<sup>2</sup> - إسان محمد الحسن، مناهج البحث العلمي، دار وائل للنشر والتوزيع، ط2، 2009، ص 138.

<sup>3</sup> - سلطانة بلقاسم، حسان الجيلاني، محاضرات في المنهج والبحث العلمي، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، 2009، ص24.

<sup>4</sup> - محمد زكريا، عناني، سعيدة محمد رمضان، في مناهج البحث وتحقيق النصوص، دار النهضة العربية، ط1، 1999، ص17.

كما عرفه أيضا حسين محمد جواد الجبوري في كتابه منهجية البحث العلمي بأنه: "عبارة عن وصف دقيق ومنظم وأسلوب تحليلي للظاهرة أو المشكلة المراد بحثها من خلال منهجية علمية للحصول على نتائج علمية وتفسيرها بطريقة موضوعية بما يحقق أهداف البحث وفرضياته."<sup>1</sup>

#### رابعاً: أدوات جمع البيانات والمعلومات:

تعتبر مرحلة جمع البيانات مرحلة جد حساسة في البحث فهي من الأساسيات والمتطلبات الواجب توفرها في أي بحث علمي، لأن اختيار الأداة المناسبة التي سنعتمدها في جمع البيانات سيساعدنا على جمع أكبر قدر ممكن من البيانات، وباعتبار دراستنا تتمحور حول "الفايسبوك وعلاقته في تحفيز العمل التطوعي لدى الطالب الجامعي" فقد قمنا باختيار الأدوات الأكثر فاعلية ودقة في جمع المعلومات بكل موضوعية، حيث اعتمدنا على الاستمارة كأداة رئيسية لجمع البيانات أما الملاحظة فاستخدمت كأداة ثانوية.

#### 1 - الملاحظة:

تعتبر الملاحظة إحدى أهم الطرق للكشف عن طريق المشاهدة الدقيقة من أجل الوصول إلى الخصائص والعوامل المتحكمة في الظاهرة كما تتطلب الوقوف على الأشياء والتمعن فيها بواسطة استخدام مختلف الحواس. إذ "تقوم الملاحظة على استخدام العقل، الحواس، الدخول الإيجابي من جانب العقل الذي يقوم بدور رئيسي بإدراك العلاقات المختلفة بين الظواهر موضع الملاحظة."<sup>2</sup>

من خلال ملاحظتنا لبعض ما ينشر على صفحات الفيسبوك حول العمل التطوعي، نستطيع القول إن الأغلبية العظمى من الطلبة يمتلكون حساباً في الفيسبوك ويتواصلون ويتفاعلون فيما بينهم أو مع غيرهم من خلال هذه الحسابات. وكذلك لاحظنا تفاعل الطلبة مع المنشورات الخاصة بالعمل التطوعي خصوصاً خلال الأزمة الصحية التي تمر بها البلاد والعلم ككل (جائحة كورونا) وفي فترة الحجر الصحي.

<sup>1</sup> حسين محمد جواد الجبوري، منهجية البحث، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2013، ص179.

<sup>2</sup> سمير محمد حسين، بحوث الإعلام والأسس والمبادئ، عالم الكتب، القاهرة، ص42.

2- الاستمارة:

تعتبر الاستمارة وسيلة هامة من وسائل جمع البيانات والمعلومات، وذلك لما تتوفر عليه من إمكانية التعرف على آراء وأفكار المبحوثين حول موضوع الدراسة. وتعرف أيضا بالاستبانة وهي: كلمة مشتقة من الفعل استبان الأمر، بمعنى أوضحه وعرفه، والإستبيان بذلك هو التوضيح والتعريف بهذا الأمر.<sup>1</sup>

وتعرف الاستمارة بأنها: "تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعية، لتقدم إلى المبحوث من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة لتوضيح الظاهرة المدروسة، وتعريفها من جوانبها المختلفة."<sup>2</sup>

كما تعرف "في الأوساط البحثية والعلمية تحت أسماء عديدة مثل: الاستقصاء، الاستفتاء، الإستبيان، وكلها كلمات تفيد الترجمة الواحدة لكلمة questionnaire أو sondage في اللغة الفرنسية."<sup>3</sup> من خلال ما سبق فالاستمارة وسيلة من وسائل جمع البيانات تستخدم لتحديد درجة امتلاك شيء أو شخص لصفة معينة. فهي نوع من المقاربة التي تعرض في شكل رقمي، وتبدأ المقارنة بالنواحي الكيفية وتنتهي إلى النواحي الكمية عن مقدار وجود الصفة أو مستواها.

وتعد الاستمارة من أدوات جمع البيانات الشائعة الاستخدام في ميدان البحوث الاجتماعية، كما أنها: "وسيلة هامة من وسائل جمع البيانات قوامها الاعتماد على مجموعة من الأسئلة التي توجه إلى أفراد معينة بغية الحصول على بيانات معينة."<sup>4</sup>

وحتى نتمكن من تحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها، قمنا بتوزيع استمارة على عينة من طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة محمد الصديق بن يحي جيجل.

ولقد مرت عملية إعداد هذه الاستمارة بعدة خطوات أولاها كانت القيام بالاطلاع على البحوث والدراسات السابقة والمراجع المتعلقة بموضوع الدراسة، وكذلك صفحات الفيسبوك المهمة بهذا الموضوع.

<sup>1</sup> - زياد محمد الجرجاوي، القواعد المنهجية التربوية لبناء الاستبيان، ط2، فلسطين، ص15.

<sup>2</sup> - موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية-تدريبات علمية، ترجمة دار القصة للنشر، الجزائر، 2006، ص282.

<sup>3</sup> - أحمد ابن مرسلبي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط4، الجزائر، ص 220.

<sup>4</sup> - سماح، سالم، سالم، البحث الاجتماعي: الأساليب - المناهج - الإحصاء، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص144.



وقد تم تصميم الأداة ثم مناقشتها مع الأستاذة المشرفة التي قدمت لنا ملاحظات قيمة حول محتوى محاور الاستمارة. بعد تصحيحها تم عرضها على أساتذة جامعيين مختصين (أنظر الملاحق) ولديهم خبرة في مجال الاتصال وذلك من أجل تحكيمها، واستنادا للآراء والملاحظات التي قدموها لنا عدلت الاستمارة بتعديلها وصيغت في صورتها النهائية وقد احتوت على ثلاث محاور هي:

**المحور الأول:** يضم البيانات الشخصية، وعدد أسئلته خمسة أسئلة.

**المحور الثاني:** يتعلق بالتفاعل عبر صفحات الفيسبوك ومدى تأثيره على رغبة الطالب الجامعي في ممارسة العمل التطوعي وعدد أسئلته ستة عشر سؤالاً.

**المحور الثالث:** يتعلق بمدى مساهمة التواصل عبر الفيسبوك في مشاركة الطالب الجماعي في العمل التطوعي وعدد أسئلة هذا المحور ستة أسئلة.

والجدير بالذكر أننا قمنا بتوزيع 72 استمارة على الطلبة لكن تم استرداد فقط 50 استمارة وبصعوبة شديدة نظرا للظروف الصحية التي تمر بها البلاد (جائحة كورونا وتابعاتها).

#### خامسا: أساليب التحليل

تم الاستعانة بأسلوبين إحصائيين هما:

**الأسلوب الكمي:** وقد استخدمنا هذا الأسلوب للتعبير عن النسب المئوية المبينة في الجداول في الكشف عن درجة صحة الفرضيات والتي حصلنا عليها من استمارة البحث الموزعة على المبحوثين.

**الأسلوب الكيفي:** هو الأسلوب الذي يعتمد عليه الباحث من أجل ترجمة البيانات الكمية في الجداول الإحصائية وتفسيرها وتحليلها بهدف الوصول إلى نتائج الدراسة واستخدام الربط بالإطار النظري للدراسة بهدف اختيار صحة الفرضيات التي تقوم عليها الدراسة، وقد تم الاعتماد على هذا الأسلوب من أجل الاستفادة من المعطيات الكمية وتحويلها من أرقام إلى جمل تخدم موضوع البحث.

### خلاصة الفصل:

لقد قمنا خلال هذا الفصل بعرض الإجراءات المنهجية التي تم الاعتماد عليها في الدراسة الحالية، حيث تم تحديد المجالات الثلاثة للدراسة، وقد كان مجتمع البحث هو طلبة كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية لإجراء هذه الدراسة وتم تحديد نوع وعدد العينة، كما تم تحديد الأدوات المنهجية اللازمة لجمع البيانات المتمثلة في الملاحظة والاستبيان ثم أساليب التحليل.

# الفصل السادس: عرض وتحليل وتفسير نتائج الدراسة

تمهيد

أولاً: عرض وتحليل بيانات الدراسة

1- عرض وتحليل بيانات المحور الثاني

2- عرض وتحليل بيانات المحور الثالث

ثانياً: تحليل ومناقشة النتائج

1- مناقشة النتائج في ضوء الفرضيات

2- مناقشة النتائج في ضوء الفرضية العامة

3- مناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة

ثالثاً: النتائج العامة للدراسة

رابعاً: التوصيات والاقتراحات

خلاصة الفصل

## تمهيد:

من خلال الدراسة التي أجريت سابقا الدراسة النظرية أننا في هذا الفصل سنحاول عرض البيانات التي جمعناها من مجتمع البحث المتمثل من طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية من خلال تقنيات البحث في الملاحظة والانسياب كأداة أساسية في هذا البحث حيث يتم تبويب إجابات المبحوثين في شكل جداول والتعليق عليها للوصول إلى نتائج وتحليلها وتفسيرها، ليتم التأكد من صحة الفرضيات الجزئية، ثم قبول أو نفي الفرضية الرئيسية التي مفادها توجد علاقة الفيس بوك والتحفيز على العمل النظري.

أولاً: عرض وتحليل بيانات الدراسة

1- عرض وتحليل بيانات المحور الثاني:

الجدول رقم (07): يوضح توزيع المبحوثين حسب امتلاك حساب موقع الفيسبوك

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	49	98%
لا	01	2%
المجموع	50	100%

يتضح من خلال الجدول رقم (07) أن نسبة المبحوثين الذين يمتلكون حساب على موقع الفيسبوك قد بلغت نسبتهم 98% في حين بلغت نسبة المبحوثين الذين لا يمتلكون حساب على موقع الفيسبوك 2%.

\*نستنتج من خلال المعطيات الإحصائية أن الأغلبية الساحقة من المبحوثين يمتلكون مواقع التواصل الاجتماعي لاسيما موقع فيسبوك ويرجع ذلك إلى الانفجار المعلوماتي الرهيب الذي شهده العالم المعاصر مما أدى إلى انتشار واسع للأفراد الذين يمتلكون حساب على الفيسبوك وكذلك توفر الأنترنت عموماً وحيث أن عدد كبير من أفراد المجتمع خصوصاً منهم الشباب أصبح يملك هاتف ذكي وسماثفون واللوحات الإلكترونية والحواسيب وهذا ما سهل على المبحوثين بامتلاك للواقع على الفيسبوك.

الجدول رقم (08): يوضح توزيع المبحوثين حسب مدة استخدامهم للفيسبوك

السنوات	التكرار	النسبة المئوية
أقل من سنتين	7	14%
من سنتين إلى 3 سنوات	13	26%
من 3 سنوات إلى 5 سنوات	14	28%
أكثر من 5 سنوات	16	32%
المجموع	50	100%

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (08) أن نسبة المبحوثين الذين بدأوا يستخدمون الموقع أكثر من 5 سنوات بلغت 32% في حين بلغت نسبة الذين يستخدمونه من ثلاث سنوات إلى خمس سنوات بلغت 28% وتليها نسبة الذين يستخدمون موقع الفيسبوك من سنتين إلى ثلاث سنوات بلغت 26% وفي حين الذين يستخدمون موقع الفيسبوك أقل من سنتين 14% ويمكن إرجاع ذلك إلى:

- توفر خدمة الـ wifi.

- توسع وانتشار شبكة الجيل الثالث والرابع من الاتصالات (4G) وكذلك تطور خدمات الفيسبوك وهي توفير الصوت والصورة مما سهل التواصل مع الأفراد فيما بينهم.

الجدول رقم (09): يوضح توزيع المبحوثين حسب عدد الساعات التي يقضيها في تصفح موقع الفيسبوك

عدد الساعات	التكرار	النسبة المئوية
أقل من ساعة	9	18%
من ساعة إلى ساعتين	6	12%
من ساعتين إلى ثلاث ساعات	19	38%
أكثر من ثلاث ساعات	16	32%
المجموع	50	100%

يبين الجدول رقم (09) الذي يوضح عدد الساعات التي تقضيها في تصفح موقع الفيسبوك يوضح لنا أن أغلبهم يقضون في تصفحهم من ساعتين إلى ثلاث ساعات بلغت نسبهم 38% تليها 32% من يقضون أكثر من ثلاث ساعات، ثم تليها نسبة 18% من يقضون أقل من ساعة وفي الأخير بلغت نسبة الذين يقضون من ساعة إلى ساعتين 12%.

ويمكن إرجاء ذلك إلى المبحوثين الذين يتصفحون موقع الفيسبوك من ساعتين إلى ثلاث ساعات لا يقضون وقتا طويلا لأنهم منشغلين بأعمال أخرى حيث أن هذه المواقع لا يكون لها أهمية لذلك ليس لها أهمية بالغة في حياتهم اليومية ولعلها تكون الدراسة، والذين يقضون أوقاتهم من ساعة إلى ساعتين

هو عدم تخصيص وقت كافي لتصفح الموقع، إذ أنه ليس بالضرورة الولوج إليها في كل الأوقات أي أن هذه المدة لا تكفي للاطلاع عليها، حيث أنهم يفضلون قضاء الوقت مع الأهل والأصدقاء.

أما المتصفحون الذين يقضون أقل من ساعة فهم لا يهتمون كثيرا للاطلاع على المستجدات إذ يدخلون إلى الموقع للاطلاع على شيء معين فقط أما الذين يتصفحونه أكثر من ثلاث ساعات دون شعورهم بالساعات التي يقضونها لأنهم يشعرون بالمتعة أثناء تصفحهم لها.

فهم يرغبون في التعرف على المستجدات والأخبار دون انقطاع في مختلف المواضيع والمعلومات المتوفرة في الموقع كمواضيع تخص العمل التطوعي.

الجدول رقم (10): يوضح توزيع المبحوثين حسب متابعة كل ما ينشر على حساب موقع الفيسبوك

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	29	58%
لا	21	42%
المجموع	50	100%

يوضح لنا الجدول (10) أن أكثر من نصف أفراد العينة يتابعون كل ما ينشر على حساب موقع الفيسبوك إذ بلغت نسبتهم 58% في حين الذين لا يتابعون كل ما ينشر على موقع فيسبوك وبلغت نسبتهم 42%.

من خلال ما تم تحليله نستنتج أن أغلبية المبحوثين يتابعون كل ما ينشر على موقع الفيسبوك نسبة ما تفوق 50% وهذا يدل على إقبال الطلبة على موقع الفيسبوك وحوله إلى أمر أساسي لمتابعة أهم الأخبار وآخر المستجدات على الساحة وكذلك متابعة ما ينشر في صفحات ومجموعات ومشاركاتها مع أصدقائهم وتبادل المعلومات والأفكار إذ يعتبر موقع الفيسبوك محرك ومحفز في بعض المواضيع التي تفيد المجتمع.

وهذا ما جاء في دراسة أحمد محمد يونس محمد حمودة المعنونة بشبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية أن الدراسة تبين أن الباحثون يتابعون قضايا

المجتمع على شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة كبيرة بلغت 99.3% إذ جاءت بنسبة من أجابوا بنعم 87.2% وأحيانا بنسبة 17.1% في حين أن 0.7% أجابوا بعدم المتابعة.

الجدول رقم (11): يوضح توزيع المبحوثين حسب مساعدة موقع فيس بوك في التعرف على المشكلات التي يعاني منها المجتمع

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
بدرجة قليلة	4	8%
بدرجة متوسطة	31	62%
بدرجة كبيرة	15	30%
المجموع	50	100%

يوضح لنا الجدول رقم (11) أن 62% من المبحوثين يقرون بأن موقع فيس بوك يساعدهم في التعرف على المشكلات التي يعاني منها المجتمع في حين الذين يقرون بمساعدتهم بدرجة متوسطة بلغت نسبتها 30% وأخيرا بنسبة 8% للذين يقرون بأنها تساعدهم بدرجة قليلة.

ويفسر هذا أن هناك تقارب في النسب بين درجة كبيرة وبدرجة متوسطة وهذا يدل على أن موقع فيس بوك يساعد في التعرف على المشكلات التي يعاني منها المجتمع.

ومنه نستنتج أن درجة مساعدة موقع فيس بوك المبحوثين في التعرف على المشكلات التي يعاني منها المجتمع بدرجة متوسطة إذ أن موقع الفيس بوك كوسيلة إعلامية جديدة. أصبح الاعتماد عليها كوسيلة للتعرف على بعض مشكلات المجتمع.

وهذا ما أكدت عليه نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في ترتيب الأولويات إذ أن وسائل الإعلام والاتصال ودورها في ترتيب أولويات الجمهور الذي يعتمد على تلك الوسائل إذ تساعد في معرفة القضايا البارزة والمشكلات المحلة من بين العديد من القضايا والموضوعات المطروحة في المجتمع.



الجدول رقم (12): يوضح توزيع المبحوثين حسب المشاكل التي تعرض على موقع فيسبوك لأفراد العينة

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
مشاكل نفسية	5	10%
مشاكل اجتماعية	43	56%
مشاكل صحية	1	2%
مشاكل بيئية	1	2%
المجموع	50	100%

يتضح من خلال الجدول رقم (12) أن المشاكل التي تعرض على موقع الفيسبوك هي المشاكل الاجتماعية بدرجة أولى إذ بلغت نسبتها 86% في حين بلغت نسبة المشاكل التي جاءت في المرتبة ثانية حسب ما أقرها الباحثين 10%، بينما المشاكل الصحية والمشاكل البيئية جاءت نفس النسبة حيث بلغت كل منهما 2%.

نلاحظ من خلال المعطيات الموضحة في الجدول أعلاه أن المشاكل الاجتماعية احتلت الصدارة في عرضها على موقع الفيسبوك وهذا راجع إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك يستأثر عرض تجارب الكثير من الناس في جميع أنحاء العالم وطرحها على شكل قضايا اجتماعية بواسطة مقاطع فيديو أو صور وهذا ما جاءت في دراسة نريمان نومان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على العلاقات الاجتماعية أن الشبكات الاجتماعية تتأثر بقبول وتجارب الكثير من الناس وفي جميع أنحاء العالم تطرح العديد من القضايا وأنها تتيح للمستخدم فضاء آخر للتفاعل ضمن مجتمع افتراض يقوم ببناء علاقات افتراضية من أشخاص آخرين.

الجدول رقم (13): يوضح توزيع المبحوثين حسب ما إذا كانت هذه المشاكل المعروضة على الفيسبوك تحتاج إلى مبادرات تطوعية لحلها دون اللجوء إلى الجهات الرسمية

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	38	%76
لا	12	%24
المجموع	50	%100

يبين الجدول رقم (13) أن معظم المبحوثين أقروا بأن المشكلات تحتاج إلى مبادرات تطوعية دون اللجوء إلى الجهات الرسمية بنسبة %76 بينما الذين أقروا أن المشكلات الاجتماعية لا تحتاج المشاكل المعروضة على الفيسبوك إلى مبادرات تطوعية باللجوء إلى الجهات الرسمية إذ بلغت نسبة المبحوثين %24.

\*نستنتج أن المشاكل المعروضة تحل بواسطة مبادرات تطوعية دون اللجوء إلى الجهات الرسمية وهذا راجع إلى تعقد الحياة الاجتماعية والتغيرات التي طرأت على الظروف المعيشية والتغيرات الاقتصادية والاجتماعية تملئ علينا أوضاعا يصعب على الحكومة أحيانا علاجها أو الحد منها لحد ما، خاصة في الحالات المستعصية والتي تتطلب تدخل فوري من طرف المتطوعين والتواصل فيما بينهم ومتابعة تلك المشاكل المعروضة سواء اجتماعية أو ما شبه ذلك التي يعاني منها مستحيي التطوع مثلا: جمع مساعدات وتوزيعها على فئة محتاجة لا يستحق تدخل الجهات الرسمية.

الجدول رقم (14): يوضح توزيع المبحوثين حسب الرغبة في مشاركة العمل التطوعي من خلال ما تقدمه المنشورات لدى أفراد العينة

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
لا	6	%12
نعم	12	%24
	22	%44
	10	%20
المجموع	50	%100

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (14) أن 88% يؤكدون على أن الرغبة تتولد لديهم المشاركة في الأعمال التطوعية من خلال ما تقدمه من المنشورات إذ يرجع 44% منه سبب ذلك لطبيعة المشاكل في هذه المنشورات إما 24% منهم يرجعون السبب لقدرتها على عرض المشاكل المطروحة بينما 20% منهم فيرجعون ذلك إلى أن لأصحاب هذه المنشورات تجربة في العمل التطوعي في حين أن 12% يؤكدون على أن هذه المنشورات لا تولد لديهم الرغبة في المشاركة في الأعمال التطوعية وهذا راجع أنها لا تؤثر فيهم.

\*ونستنتج من النتائج السابقة أن أغلبية المبحوثين يتأثرون لما ينشر حول الأعمال التطوعية في الفيسبوك حيث تتولد لديهم الرغبة في المشاركة بمثل هذه الأعمال لأنها تطرح مشاكل تثير اهتمام الطلبة وهي جزء من حياتهم اليومية كذلك ترجع إلى مدى وعي الطالب بأهمية هذه الأعمال التطوعية للحد من هذه المشاكل إذ للطلاب الجامعي دور فعال في المجتمع بصفته من الطبقة المثقفة.

الجدول رقم (15): يوضح توزيع المبحوثين حسب طبيعة الصفحات أو المجموعات التي تضع منشورات حول العمل التطوعي

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
صفحات ومجموعات عامة	36	72%
صفحات ومجموعات خاصة بالعمل التطوعي	14	28%
المجموع	50	100%

يتضح من خلال الجدول (15) أن 72% من المبحوثين يقرون بأن الصفحات والمجموعات العامة تضع منشورات حول العمل التطوعي في حين أقر 28% من المبحوثين أن المنشورات توضح في صفحات ومجموعات خاصة بالعمل التطوعي.

\*نستنتج من خلال الجدول أعلاه نرى أغلبية المبحوثين أشاروا أن الصفحات والمجموعات العامة الأكثر نشرا لمنشورات العمل التطوعي وهذا راجع إلى أن أغلبهم يتصفحون ويشاركون في مجموعات عامة إذ عند إنشاء صفحة أو مجموعة أن نشئ مجتمعاً إلكترونياً يجمع حو قضايا مختلفة سواء سياسة، إج، وغيرها.

والسبب من نشر منشورات خاصة بالأعمال التطوعية إذن أفراد العينة لا ينتمون إلى صفحات ومجموعات خاصة فوضعها في المجموعات والصفحات العامة يتفاعلون معها الكثير من أفراد المجتمع ومن بينهم الطبقة المثقفة الطلبة مما يزيد من رغبة المشاركة فيه.

ونستنتج أن المنشورات توضع في المجموعات والصفحات العامة لأنها تلقى تفاعلا ومشاركة أكثر من الأخرى إذ أن ليس كل الطلبة يطلبون الدخول إلى المجموعات والإعجاب بالصفحات لكن في المجموعات العامة تلقى عدد هائل من الأفراد.

الجدول رقم (16): يوضح توزيع المبحوثين حسب تشجيع المنشورات على القيام بالعمل التطوعي

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	43	86%
لا	7	14%
المجموع	50	100%

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (16) أن 86% من المبحوثين على أن المنشورات تشجعهم على القيام بالأعمال التطوعية في حين نجد أن 14% من المبحوثين يقرون على أن هذه المنشورات لا تدفعهم وتحفزهم على القيام بالأعمال التطوعية.

\*نستنتج من خلال المعطيات الإحصائية أن المنشورات تشجع على القيام بالأعمال التطوعية وذلك راجع إلى وضع منشورات محفزة وتقدم معلومات بمختلف بقولها (فيديوهات، صور، كتابات شعارات إلخ من الأشكال الفنية).

وإذ يعتبر موقع الفيسبوك من أكبر منصات الإعلامية التي تضم عدد كبير من مستخدميها وذلك يولد لديه الشعور بأهمية العمل التطوعي وعلى أنه عمل إيجابي.

وهذا ما جاء به في نظرية الاستخدامات والإشباع على أنه الوسيلة الإعلامية هي التي تؤثر فيه إذ أن المتلقي يكون إيجابي من خلال فرض خصائص على الوسيلة من أجل تحقيق إشباعه من خلال التعرض لها.

\* وجاء كذلك في نفس النظرية أن: ما يدفع الجمهور عن اختبارات تحضره لاستخدام وسائل الإعلام التي غالبا ما تكون قد مرت بخبرات سابقة منها وأشبع رغباته.

\* وجاءت كذلك في نفس النظرية على الإشباعات المتحققة من التعرض لوسائل الإعلام وقد صنف لورنس وينر الاشباعات التي يبحث الجمهور تحقيقها على نوعين والنوع الأول إشباعات المحتوى: وهي الإشباعات التي تنتج عن التعرض لمحتوى الرسالة الإعلامية وترتبط بها أكثر من ارتباطها بنوع الوسيلة المستخدمة.

الجدول رقم (17): يوضح توزيع المبحوثين حسب إذا ما كان مشترك أو سبق وإن اشترك في صفحات أو مجموعات خاصة بالعمل التطوعي

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	30	60%
لا	20	40%
المجموع	50	100%

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (17) أن نسبة 60% من المبحوثين أكدوا على أنهم مشتركين وسبق لهم وأن اشتركوا في صفحات أو مجموعات خاصة بالعمل التطوعي في حين بلغت 40% للذين أدوا على أنهم لم يشتركوا أبدا في صفحات أو مجموعات خاصة بالعمل التطوعي.

نستنتج من خلال المعطيات الإحصائية أن أغلب أفراد العينة أكدوا على اشتراكهم في صفحات ومجموعات خاصة بالعمل التطوعي وهذا راجع إلى أن ما تقوم به هذه الصفحات يعتبر مبادرات إنسانية تحمل قيم إيجابية ولصالح المجتمع تقوم على أساس تقديم المساعدة للآخرين وبالتالي هو يحظى بإعجاب متابعيه وإقبالهم على تصور كل ما ينشر هذه الصفحات أو المجموعات إذ أن المشتركين والذين سبق لهم إن اشتركوا الاطلاع على كل ما يخص العمل التطوعي قد تكون المشاركة معنوية بعليق أو مادية بنزول إلى الواقع والمساعدة.

الجدول رقم (18): يوضح توزيع المبحوثين حسب اعتقادهم أن المنشورات الخاصة بالعمل التطوعي تعزز مشاركة أفراد المجتمع في مثل هذه المبادرات

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	40	80%
لا	10	20%
المجموع	50	100%

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (18) أن أغلبية المبحوثين يعتقدون أن المنشورات الخاصة بالعمل التطوعي تعزز مشاركة أفراد المجتمع في مثل هذه المبادرات إذ بلغت نسبتهم 80% في حين الذين أجابوا بأن المنشورات الخاصة بالعمل التطوعي لا تعزز لهم روح المشاركة في المبادرات التطوعية بلغت نسبتهم 20%.

نستنتج من خلال البيانات الموضحة أعلاه أن المنشورات الخاصة بالعمل التطوعي تعزز في مشاركة أفراد المجتمع في مثل هذه المبادرات إذ لها دولا بدرجة كبيرة مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية وذلك يعود إلى أن المنشورات توضع بطريقة مجانية في مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) وهذا يسهل عملية التواصل عن طريق نشر مستجدات الأعمال التطوعية التي تشجع على المشاركة الميدانية.

وهذا ما يؤدي إلى تثقيف الطلبة الجامعيين بمجال العمل التطوعي والمشاركة في مبادرات تطوعية. الجدول رقم (19): يوضح توزيع المبحوثين حسب أنواع المنشورات التي تصادفهم عبر الفيسبوك في مجال العمل التطوعي ومشاركتها مع الأصدقاء

الاحتمالات	التكرار	النسب المئوية
المجال التعليمي (محو الأمية)	08	16%
المجال الصحي (التبرع بالدم، التوعية والإرشاد الصحي والنفسي)	20	40%
المجال الاجتماعي (كبار السن)	15	30%
المجال البيئي (التلوث، التصحر)	07	10%
المجموع	50	100%

يتضح من خلال الجدول رقم (19) أن أغلبية الباحثين أقرروا أن أنواع المنشورات التي تصادفهم في صفحات الفيسبوك في مجال العمل التطوعي هو المجال الصحي بنسبة 40% وتليها نسبة الذين أقرروا المجال الاجتماعي بلغت نسبهم 30%، وتلها نسبة 16% في المجال التعليمي وفي الأخير المجال الصحي بنسبة بلغت 10% من الباحثين.

نستنتج أن أغلب الطلبة الجامعيين أكثر تصادفاً لمنشورات العمل التطوعي في المجال الصحي بالدرجة الأولى كالتبرع بالدم، التوعية والإرشاد الصحي والنفسي وزيارة المرضى إذ تتسع آفاقه لتشمل تعاون وتضافر جهود من أجل ما هو أفضل عن طريق التحسين والتوعية الصحية ومشاركتها مع الأصدقاء.

\* وجاءت في دراسة بأعلى سعادة بعنوان دور الجمعيات الخيرية في تفعيل العمل التطوعي في نتيجة تساهم جمعية كافل اليتيم الخيرية بالتكفل الصحي للمرضى الأيام والمعوزين وذلك ن خلال تمكنهم من الاستفادة من خدماتها الصحية التطوعية.

إلى جانب خدماتها التطوعية الصحية تعمل جمعية كافل اليتيم الخيرية على دعم الثقافة الصحية التطوعية من خلال برامجها التوعية والتحسيسية الصحية.

الجدول رقم (20): يوضح توزيع الباحثين حسب إجاباتهم عن وجود مجموعة أو صفحة خاصة بالحي الذين يقطنون به إذا كانت الإجابة بنعم هل توضح منشورة هذه الصفحة أو المجموعة

النسبة المئوية		التكرارات		الاحتمالات	
54%	42%	27	21	وضع منشورات	نعم
				نعم	
	12%		6	لا	
46%		23		لا	
100%		50		المجموع	

يتضح من خلال الجدول رقم (20) تبين أن ما نسبته 54% من الباحثين أقرروا بأنهم توجد صفحة خاصة بالحي الذين يقطنون به فقد تراوحت هذه النسبة بين احتماليين حيث نجد 42% أجابوا أن الصفحة

أو المجموعة تضع منشورات وتنتشر بعض الإعلانات الخاصة بتنظيم حملات تنظيف، والذين أجابوا أن صفحة لا توضع منشورات تحث على القيام بالعمل التطوعي بنسبة 12%، في حين الذين أقرروا أنها توجد صفحات خاصة بالحي الذين يقطنون به بنسبة 46%.

\* ونستنتج أن من خلال المعطيات أن إنشاء صفحات خاصة بالأحياء السكنية في الفيسبوك أصبح منتشرا واسعا وذلك بنشر مختلف المبادرات التطوعية الخاصة بالحي وكذلك التأمينات الخاصة بسكان الحي.

الجدول رقم (21): يوضح توزيع المبحوثين حسب متابعتهم لمنشورات العمل التطوعي هل تكونت لديك فكرة عنه.

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	43	86%
لا	7	14%
المجموع	50	100%

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (21) أن أغلب المبحوثين تكونت لديهم فكرة عن العمل التطوعي بنسبة 86% في حين الذين لم تتكون لديهم فكرة عامة عن العمل التطوعي من خلال متابعتهم للمنشورات بلغت نسبتهم 14%.

\* ونستنتج أن المبحوثين تكونت لديهم فكرة عن العمل التطوعي من خلال المنشورات المتبعة من قبلهم وهذا راجع إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة والفيسبوك بصفة خاصة له دور فعال في تكوين وبث روح التطوع وغرس ثقافة العمل التطوعي بمفهومه العام وذلك للتعرف على مختلف مجالاته وجوانبه مما يكسبهم معاني ورموز وقيم تجعلهم ضمن مجال اجتماعي مستمر، وهذا ما أكدته نظرية التفاعلية الرمزية أن المستخدمين لشبكة الانترنت وتفاعلهم قد يكسبهم قيم ورموز ذات طابع اجتماعي وكذا تفاعلهم مع بعضهم البعض.



الجدول رقم (22): يوضح توزيع المبحوثين حسب اطلاعهم على المنشورات التي تدعو للعمل التطوعي

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
الإطلاع على المحتوى	29	58%
مشاركة المحتوى	5	10%
المشاركة بالضغط على زر الإعجاب	11	22%
مشاركة الفيديو	3	6%
التعليق على المنشورات	2	4%
المجموع	50	100%

يتضح من خلال الجدول رقم (22) أن معظم أفراد عينة الدراسة يستخدمون موقع فيسبوك من أجل الإطلاع على المحتوى وهذا ما تبعته النسبة المذكورة أعلاه والتي بلغت 58%، إذ بلغت نسبة المشاركة بالضغط على زر الإعجاب بنسبة 22% وتليها نسبة المشاركة المحتوى ب10%، وتليها هي الأخرى المشاركة عن طريق فيديوهات بنسبة بلغت 6%، وفي الأخير بلغت نسبة التعليق على المنشورات التي تدعو للعمل التطوعي 4%، وهذا راجع إلى ارتفاع نسبة الإطلاع على المحتوى إلى أن مستخدمي الفيسبوك يستخدمونه من أجل إشباع حاجاتهم والإطلاع على المنشورات الخاصة بالعمل التطوعي وهذا راجع لاهتمامهم به في حين معظم أفراد العينة يستخدمون هذا الموقع من أجل المشاركة أي (النشر) والتعليق عليها والتي توضع في الفيسبوك أو في مواقع اجتماعية أخرى وهذا يدل على أن هؤلاء الأفراد متفاعلون ونشطون وهذا ما تقوم عليه نظرية الاستخدامات والإشباع.

2- عرض وتحليل بيانات المحور الثالث:

الجدول رقم (23): يوضح توزيع المبحوثين حسب مشاركتهم في الأعمال التطوعية وهل قمت بتنظيمها

النسبة المئوية		التكرار		الاحتمالات	
%44	%28	22	14	نعم	نعم
	%16		8	لا	
%56		28		لا	
%100		50		المجموع	

يتضح ن خلال الجدول رقم (23) أن أفراد العينة الذين شاركوا وإن سبق اشتركوا في الأعمال التطوعية بنسبة 44% وذلك لتعزيز العلاقات الاجتماعية بشكل كبير في مجالات عديدة (علمية، عملية) كما يقوي أوصل الإحسان بالانتماء ضمن المشاركة كشرط أساسي لنجاح التطوع وتحقيق التنمية الاقتصادية والتنمية الاجتماعية، في حين الذين قاموا بالمساهمة في تنظيم نشاطات في مجال العمل التطوعي 28% في حين الذين قاموا بالمساهمة في تنظيم نشاطات بلغت نسبتهم ب16%، إذ نرى هنا أن المتطوعين قد يشاركون في أعمال تطوعية دون العمل على تنظيمها أي أنه لا ينتمي إلى أي جماعة أو جمعية، في حين بلغت نسبة الأفراد الذين لم يشاركوا في الأعمال التطوعية 56%، وهذا راجع إلى أنهم منشغلين في الدراسة أو أعمال أخرى لأن العمل التطوعي وخاصة العضلي والمعنوي يتطلب الوقت والجهد والتفكير الجاد وشحن المهمة من أجل خدمة المجتمع وتقوية العمل الخيري.

الجدول رقم (24): يوضح توزيع المبحوثين حسب طبيعة الأعمال التطوعية لمشاركة فيها

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
%16	8	رعاية الأطفال
%12	6	رعاية المرضى
%4	2	رعاية المسنين
%8	4	تنظيف المساجد
%60	30	مساعدة الفقراء والمحتاجين
%100	50	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (24) الذي يمثل الأعمال التطوعية والمشاركة فيها إذ بلغت نسبة 60% في مساعدة الفقراء والمحتاجين، وهذا يدل على اهتمام بمساعدة الفئة الأكثر تضررا بالنسبة لهم أما رعاية الأطفال بلغت نسبتهم 16%، في حين بلغت نسبة رعاية المرضى 12%، وتليها نسبة 8% تنظيف المساجد وفي الأخير تأتي نسبة رعاية المسنين بنسبة 4%.

قد يعود ذلك إلى مشاركة المبحوثين في أعمال تطوعية في مختلف المجالات وبالتالي فالأعمال التطوعية التي يتم المشاركة فيها راجع إلى تفضيلهم للقيام بمساعدة الفقراء والمحتاجين لأنها الفئة الأكثر انتشارا إذ تكون بتبرع بمبلغ مالي بتقديمهم لهم أو عن طريق توفير لهم فرص عمل والرفع من مستواهم المعيشي.

الجدول رقم (25): يوضح توزيع المبحوثين حسب مساهمة الإعلان عن العمل التطوعي في مساعدة الفئات الهشة في المجتمع

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	46	92%
لا	4	8%
المجموع	50	100%

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (25) أن 92% من أفراد العينة أكدوا على أن الإعلان عن العمل التطوعي يساهم في مساعدة الفئات الهشة في المجتمع، في حين بلغت نسبة 8% من أفراد العينة أكدوا على عدم مساهمة الإعلان في العمل التطوعي في مساعدة الفئات الهشة في المجتمع.

ونستنتج أن الإعلان يقوم بتزويد المتصفحين بالمستجدات في إيصال رسالة المحتاجين وذوي الاحتياجات الخاصة إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور في زمن قصير إضافة إلى أنه يعمل على وضع إعلانات لحملات تطوعية تحت فيها الطلبة الجامعيين على القيام بهاته الأعمال لتوضيح أي فئة تستحق الالتفاف حولها ومد يد العون لنا في الواقع.

وقد جاءت في دراسة أحمد يونس محمد حمودة المعنونة "شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية" أن الهدف العام من المنشورات عبر صفحة الفيسبوك

للجمعية هو الإعلام والإعلان الذي جاء بنسبة 31.82%، ثم رغبة الوصول إلى عدد كبير من جمع المساعدات للفقراء والمحتاجين وذوي الاحتياجات الخاصة بنسبة 27.27%.

الجدول رقم (26): يوضح ما إن وفرت صفحات الخاصة بالعمل التطوعي الكفاية الخاصة لمساعدة الآخرين

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	33	66%
لا	17	34%
المجموع	50	100%

يتضح من خلال الجدول رقم (26) أن الصفحات الخاصة بالعمل التطوعي وفرت الكيفية لمساعدة الآخرين بلغت نسبهم 66%، في حين أقرروا المبحوثين أن الصفحات الخاصة بالعمل التطوعي لم توفر لهم الكفاية الخاصة للمساعدة إذ بلغت نسبتهم 34%.

نستنتج من خلال الجدول أن تواصل المتطوعين فيما بينهم يؤدي إلى تحقيق الكفاية لمساعدة الفئات المتضررة في شتى الميادين وهذا بالنزول إلى الواقع والقيام بتصوير الحالات المحتاجة وتقديم مساعدات كالتبرع بالدم، حملات التوعية والتحسين وهذا الأخير نراه بارزا في الوسط الجامعي حملات تحسيسية حول الاختناق بالغاز وفي بعض الأحيان وجود ناقلة للتبرع بالدم وهذا راجع كذلك إلى الارتفاع الملحوظ لما يسمى بالوعي بالمعلوماتي بين أوساط الطلبة الجامعيين.

الجدول رقم (27): يوضح توزيع المبحوثين حسب اطلاعهم على منشور يدعو شخص ما هل قمت بمساعدته؟

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	34	68%
لا	16	32%
المجموع	50	100%

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (27) أن الإطلاع على منشورات تساعد فيها المبحوثين أشخاص إذ بلغت نسبهم 68%، في حين عند الاطلاع على نشر يحث على مساعدة لم يكثر له ومر عليه بلغت نسبهم 32% من المبحوثين.

نستنتج من خلال المعطيات أعلاه أن الإطلاع على المنشورات الخاصة بالعمل التطوعي التي تطلبه الإغاثة كطلب إعانة لمريض يجري عملية بمبلغ ضخم أو عائلة فقيرة ا تملك غداء أو ملابس قدمت له مساعدات بجمع تبرعات وذلك بوضع رقم هاتف الأفراد المنخرطين في العمل التطوعي وهذا راجع إلى وجود وعي واهتمام من طرف الطالب الجامعي والمشاركة فعليا في مجال الأعمال التطوعية العامة تأكيدا منه على إنسانيته.

الجدول رقم (28): يوضح توزيع مبحوثين حسب معرفة لشخص مريض أو معوزا قدم له مساعدة عن طريق منشور عبر الفايسبوك

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
تعم	31	62%
لا	19	38%
المجموع	50	100%

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (28) أن 62% من المبحوثين أقروا أنهم يعرفون عائلات معوزة وأشخاص مرضى قدمت لهم مساعدة، في حين 38% من المبحوثين أقروا أنهم لا يعرفون أشخاص مرضى أو عائلات معوزة قدمت لهم مساعدة عن طريق الفايسبوك.

نستنتج أن الفيسبوك ينشر طلب مساعدات للفئات المحتاجة إذ قدم لهم الدعم مادي ومعنوي كمرض السرطان المشاركة المعنوية وتقديم للعائلات معوزة مستعدات مالية وهذا راجع إلى مدى أهمية وإبراز أهم النقاط في التحفيز للمساعدة.

الجدول رقم (29): يوضح توزيع المبحوثين حسب تنظيم النشاطات في مجال العمل التطوعي عبر الفيسبوك

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
دائما	3	6%
أحيانا	20	40%
غالبا	12	24%
لا تهتم	15	30%
المجموع	50	100%

يوضح الجدول رقم (29) أن 40% من المبحوثين أكدوا على تنظيم نشاطات في مجال العمل التطوعي عبر الفيسبوك في حين تليها 30%، من الذين لا يهتمون بتنظيم نشاطات في مجال العمل التطوعي وتليها نسبة 24% من الذين أقروا بتنظيم النشاطات في مجال العمل التطوعي غالبا وفي الأخير 6% للذين أقروا بأنهم ينضمون نشاطات في هذا المجال.

نستنتج أن أغلب أفراد العينة يقومون بتنظيم نشاطات في مجال العمل التطوعي عبر الفيسبوك داخل وخارج الحرم الجامعي، فأغلبية الطلبة المنظمين لنشاطات العمل التطوعي هم طلبة المنظمة الطلابية في حين يشارك الطلبة الآخرين في تنظيم مهم مثلا: حملة التبرع بالدم، تكريم عمال النظافة وكل من يسهم على نظافة الحرم الجامعي جامعة جيغل- تاسوست، حملة تنظيف الحرم الجامعي وكذلك تنظيم حملات التشجير وهذا راجع إلى إبراز هذه الأعمال التطوعية والتعبير عنها كرسالة لترسيخ حب التضامن والتعاون بين أفراد المجتمع.

الجدول رقم (30): يوضح توزيع المبحوثين حسب المشاركة في العمل التطوعي

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
التبرع بمبلغ فردي	16	32%
القيام بجهد عضلي	21	42%
التبرع بتقديم معلومات	4	8%
التبرع بجزء من الوقت	2	4%
المشاركة المعنوية	07	14%
المجموع	50	100%

يتضح من خلال الجدول رقم (30) أن أغلبية المبحوثين يشاركون في العمل التطوعي القيام بجهد عضلي إذ بلغت نسبتهم 42%، تليها نسبة التبرع بمبلغ فردي بـ32%، وتليها نسبة المشاركة المعنوية بلغت نسبتها 14%، أما القيام بتقديم معلومات بلغت نسبتهم 8% وفي الأخير التبرع بجزء من الوقت بلغت نسبتهم 4%.

ونستنتج من خلال المعطيات الموضحة في الجدول أن ممارسة العمل التطوعي عند أغلبية أفراد العينة القيام بجهد عضلي وهي أكثر راجعة لظروف الطالب كونه لا زال يدرس أي أن قدرته على المساعدة المالية تكون أقل فهو بهذا لا يتردد في تقديم الجهود العضلية سواء كانت في أعمال التنظيف أو جمع تبرعات من ملابس وأغطية وتوزيع بطاقات دعوة من أجل المشاركة في تنظيم حفل إنجاز أعمال خيرية أو توزيع مجموعة من الوجبات خاصة منها في شهر رمضان إضافة إلى تقديم النصح وتقديم المحاضرات للغير، وهذا ما يعكس التضامن من أجل الحفاظ على استقرار الضمان الاجتماعي والمحافظة على استمراره حتى لا تكون هناك اختلالات وفوارق طبقية داخل المجتمع، كما حدث في فترة الحراك.

الجدول رقم (31): يوضح توزيع المبحوثين حسب التعرض للعوائق التي تحد من المشاركة في العمل التطوعي

النسبة المئوية		التكرار		الاحتمالات	
%66	%42	33	21	- عوائق اجتماعية	نعم
	%6		3	-عوائق تنظيمية	
	%6		3	- عوائق نفسية	
	%12		6	- عوائق مادية	
%34		17		لا	
%100		50		المجموع	

يتضح من خلال الجدول رقم (31) أن نسبة 66% من المبحوثين الذين أقروا أنهم يواجهون عوائق في ممارسة العمل التطوعي في حين نسبة

34% من المبحوثين الذين أقروا أنهم لا يواجهون عوائق في ممارسة العمل التطوعي وفي حال الإجابة بنعم أقروا أن العوائق الاجتماعية الأكثر تأثيراً بنسبة 42% وتليها العوائق المادية بنسبة 12%، وفي الأخير العوائق النفسية والتنظيمية بنفس النسبة 6% لكل منها.

\* نستنتج أن العوائق التي يواجهها المبحوثين في ممارسة العمل التطوعي على أرض الواقع وهذا راجع إلى وجود لوائح وتنظيمات واضحة لكن العمل التطوعي غير منظم، كذلك تعارض وقت المتطوع مع وقت العمل أو الدراسة مما يفوق عليه ممارسة العمل التطوعي، عدم بث روح التطوع وعدم معرفة أهمية العمل التطوعي.



## ثانياً: تحليل ومناقشة النتائج

## 1- مناقشة النتائج في ضوء الفرضيات

انطلاقاً من أهداف الدراسة التي تبحث عن علاقة الفيسبوك بتحفيز العمل التطوعي لدى الطلبة الجامعيين قد تم صياغة فرضيتين جزئيتين لهذه الدراسة إذ حاولنا من خلالها معرفة ما إذا كان الفيسبوك يزيد من رغبة مشاركته وممارسته للعمل التطوعي، وتمكنا من الوصول إلى بعض النتائج المتصلة بالفرضيات:

**الفرضية 1: يزيد التفاعل عبر صفحات الفيسبوك في مشاركة الطالب الجامعي في العمل التطوعي.**

من خلال ما تطرقنا إلى المعطيات الإحصائية المدرجة في الجداول الإحصائية توصلنا إلى أن أغلبية المبحوثين أكدوا أنهم يملكون حساب موقع الفيسبوك 98 وهذا راجع إلى الانفجار المعلوماتي الرهيب وكذلك توفر شبكات الأنترنت عموماً وأن نسبة كبيرة منهم 32 أكدوا استخدامهم لموقع الفيسبوك وذلك راجع إلى توفر خدمة وفي وتوسيع شبكة الجيل الثالث والرابع وتطور خدماته كتوفير الصوت والصورة، أما 38 أكدوا على قضائهم ما بين ساعتين وثلاث ساعات في تصفح الفيسبوك، وهذا راجع إلى اهتمامهم بمستجدات معينة وتفاعلهم معها بسبب عدم توفر الوقت أما نسبة المبحوثين الذين أكدوا على متابعة كل ما يشر على موقع الفيس بوك 58 وهذا راجع إلى الإقبال على صفحات ومجموعات لمعرفة مستجدات وتبادل المعلومات والأفكار مع الأصدقاء في مواضيع معينة.

كما أن معظم المبحوثين بنسبة 62 أكدوا لنا أن موقع الفيسبوك يساعدهم للتعرف على المشكلات التي يعاني منها المجتمع وذلك بدرجة متوسطة وإن الفيسبوك يعتبر وسيلة إعلامية للتفاعل والتعرف على بعض المشكلات في المجتمع أما نسبة 86 من المبحوثين أكدوا على المشاكل الأكثر عرضة على الفيسبوك مشاكل اجتماعية.

كما أن معظم المبحوثين بنسبة 76 أقرروا أن موقع الفيسبوك يعرض مساعدات تحتاج مبادرات تطوعية دون اللجوء إلى الجهات الرسمية وهذا راجع إلى تعقد الحياة الاجتماعية والتي تتطلب تدخل فئات من المتطوعين والتواصل فيما بينهم لجمع مساعدات وتوزيعها.

كما أن معظم المبحوثين بنسبة 88 أكدوا رغبتهم في المشاركة في العمل التطوعي من خلال ما تقدمه وخاصة لطبيعة المشاكل التي تقدمها في المنشورات وهذا راجع إلى نوع المشاكل المطروحة التي

تثير اهتمام الطلبة ومدى وعيهم بأهمية هذه الأعمال التطوعية للحد من هذه المشاكل بصفة الطبقة المثقفة كما أن 72 من المبحوثين أكدوا أن منشورات العمل التطوعي تنتشر في صفحات ومنشورات عامة وهذا راجع إلى إقبال الطلبة على مثل هذه الصفحات والمجموعات وتفاعلهم مما يزيد من رغبتهم في هذا المجال مجال العمل التطوعي كما أن أغلبهم 86 تشجعهم المنشورات للقيام بالعمل التطوعي وهذا راجع إلى وضع منشورات محفزة وتقديم معلومات بمختلف ..(فيديوهات، صور، كتابات، وشعارات) ليعتبر أكبر منصة إعلامية تضم عدد كبير من المستخدمين وهذا يولد لديه شعور بأهمية العمل التطوعي وعلى أنه عمل إيجابي.

ومن خلال هذه النتائج نجد أن 60 يقرون بأنهم مشتركون أو سبق وأن اشتركوا في صفحات أو مجموعات خاصة بالعمل التطوعي ونستنتج أن ما تقوم بت هذه الصفحات فتعتبره مبادرات إنسانية تحمل قيم إيجابية تقوم على أسس تقديم المساعدات للآخرين.

كما نجد أن أغلبية المبحوثين 80 أكدوا لنا أن المنشورات الخاصة بالعمل التطوعي تعزز في مشاركة أفراد المجتمع ساهمت في تسهيل عملية التفاعل عبر نشر مستجدات الأعمال التطوعية ما يؤدي إلى تثقيف الشباب الجامعي بمجال العمل التطوعي والمشاركة في مبادرات تطوعية كما نجد أن أنواع المنشورات التي تصادفهم في صفحات الفيسبوك في مجال العمل التطوعي هو المجال الصحي كما نستنتج توسع أفاقه لتشمل تعاون وتضافر جهود ومشاركتها مع الآخرين.

كما نجد أن غالبية المبحوثين 54 يقرون أن لهم مجموعة خاصة بالحي السكني الخاص بهم إذ أنها توضح منشورات خاصة بالأعمال التطوعية وهذا راجع إلى الشعور بروح التعاون والتضامن مع أصحاب الحي مما أدى إلى إنشاء مثل هذه الصفحات كما أن أغلبية المبحوثين 86 من خلال متابعتهم لمنشورات العمل التطوعي تكونت لديهم فكرة وهذا راجع إلى غرس ثقافة العمل التطوعي بمفهومه العام مما يكسبهم قيم ورموز ذات طابع اجتماعي.

كما أن أغلبية المبحوثين 58 منهم يملكون موقع الفيسبوك من أجل الاطلاع على المحتوى من أجل إشباع حاجاتهم بالاطلاع عليها.

ومن خلال النتائج السابقة الذكر نستنتج أن موقع الفيسبوك أكثر امتلاك من قبل المبحوثين بنسبة 98 نتيجة الانفجار المعلوماتي وتطور خدمات توفر الصوت والصورة أدى إلى إقبال على مجموعات

وصفحات لمعرفة مستجدات على الأعمال التطوعية وتبادل المعلومات والأفكار مع الأصدقاء تساعدهم على حل المشكلات التي يعاني منها المجتمع من خلال وضع منشورات محفزة تقدم معلومات بمختلف خدماته تخص الأعمال التطوعية مما يشجعهم ويزيد من رغبتهم في المشاركة من خلال وضع مناشير ومدى تأثيرها في زيادة الرغبة في الإقبال على العمل التطوعي في عدة صفحات ومجموعات المنخرط فيها المبحوث أو سبق وأن انخرط فيها وتكوين لديه فكرة المشاركة في الأعمال التطوعية.

ومنه فالفرضية الأولى القائلة يزيد التفاعل عبر صفحات الفيسبوك من رغبة المشاركة في العمل التطوعي فرضية محققة.

**مناقشة الفرضية الثانية: يساهم الاتصال عبر الفيسبوك في ممارسة الطلبة الجامعيين للعمل التطوعي.**

من خلال تحليل البيانات نجد أن 44 من المبحوثين أكدوا لنا مشاركتهم في الأعمال التطوعية كما نجد معظم المبحوثين 60 أكدوا لنا أن طبيعة العمل التطوعي الممارس مساعدة الفقراء والمحتاجين ويعود ذلك إلى تفضيلهم لها لأنها الفئة الأكثر تضررا إن توفر المال كما أن 92 من المبحوثين أكدوا لنا أن الإعلان عن العمل التطوعي في مساعدة الفئات الهشة في المجتمع يقوم بتزويد المتصفحين أخبار المحتاجين وذوي الاحتياجات الخاصة والفقراء والتواصل بين الأفراد الذين طلبوا يد العون واقعيا.

كما أكدوا 66 من المبحوثين أن الصفحات الخاصة بالعمل التطوعي وفرت لهم الكفاية لمساعدة الآخرين ونستنتج أن التواصل بين المتصفحين في هذه الصفحات يؤدي إلى تحقيق الكفاية لمساعدة الفئة في شتى الميادين لمدى الوعي المعلوماتي.

كما أن 68 من المبحوثين عند الاطلاع على المنشورات يدعوا من خلالها لمساعدة شخص وقيامه بمساعدته عن طريق طلب الإغاثة وتقديم مساعدات راجع إلى وجود وعي للممارسة الفعلية للعمل التطوعي، كما أن 62 من المبحوثين أكدوا لنا معرفة شخص مريض أو معوز قدم له المساعدة عن طريق منشور عبر الفيسبوك راجع إلى تقديم دعم لهم سواء كان معنويا أو ماديا.

نجد 40 من المبحوثين أكدوا أنهم يساهمون في تنظيم نشاطات في مجال العمل التطوعي عبر الفيسبوك وهذا راجع إلى ترسيخ التضامن والتعاون بين أفراد المجتمع كما أن 42 يشاركون في العمل

التطوعي بالقيام بجهد عضلي وهذا راجع إلى أن الطالب الجامعي مازال يزاوّل دراسته أي أن مساعدته المالية ناقصة لكل في الجدول رقم 23 يفضلون مساعدة الفقراء والمحتاجين.

كما أن المبحوثين أكدوا تعرضهم لعوائق تمنعهم من ممارسة العمل التطوعي ومنه عوائق اجتماعية 42 راجع إلى وجود اللوائح وعدم الانتظام في لعمل التطوعي وعدم معرفة فئة منهم بأهمية العمل التطوعي.

من خلال النتائج السابقة نستنتج أن الفيسبوك يساهم بشكل كبير في ممارسة العمل التطوعي في شتى المجالات في أقل وقت وأقل جهد وتكلفة للنشر فيه مجاناً وإن الطالب الجامعي أكثر استخداماً مما سهل عليهم التواصل وذلك عن طريق وضع إعلانات لطلب مساعدات وإعانات مما سهل للمبحوثين الاطلاع على تلك الإعلانات والمستجدات الموجودة في صفحات معينة والتواصل فيما بينهم يحقق لهم الكفاية لمساعدة الفئات المحتاجة سواء كانت إعانة مادية أو معنوية وذلك لمدى الوعي المعلوماتي لدى الشباب الجامعي ومساهماتهم في تنظيم نشاطات واقعية لمساعدة الفقراء والمحتاجين أن توفر المال وجمع المبلغ بوضع رقم هاتف كما قد تكون تنظيم حملات توعوية وتحسيسية وحملات التنظيف وطلبات الانضمام إليهم فيتواصلون فيما بينهم ويكونون فريق تطوعي.

ومنه فالفرضية الجزئية الثانية القائلة يساهم التواصل عبر الفيسبوك في ممارسة العمل التطوعي فرضية محققة نوعاً ما لوجود عوائق تصعب على المتطوع الولوج في هذا المجال.

## 2- مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضية العامة:

في ضوء ما سبق ذكره اتضح جلياً أن الفيسبوك وعلاقته بتحفيز العمل التطوعي فقد تناولنا الفيسبوك من حيث علاقته بتحفيز العمل التطوعي من خلال نشر الأخبار وسهولة تفاعل وتواصل الطلبة الجامعيين واختصار الوقت والجهد على إثر ذلك فقد اتفقت درستنا مع فرضيات الدراسة إذ تحققت الفرضية الجزئية الأولى التي مفادها أن التفاعل عبر صفحات الفيسبوك يزيد من رغبة الطلبة الجامعيين في مشاركة العمل التطوعي، كما تحققت الفرضية الجزئية الثانية التي مفادها يساهم التواصل عبر الفيسبوك في ممارسة العمل التطوعي وتحقق هاتين الفرضيتين الجزئيتين يعني تحقق الفرضية العامة لدراستنا مفادها الفيسبوك وعلاقته بتحفيز العمل التطوعي لدى الطالب الجامعي.

## 3- مناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة

بعدما تطرقنا في دراستنا إلى الشق النظري والذي تناول الفيسبوك والعمل التطوعي وبعد إجراء الدراسة الميدانية توصلنا إلى مجموعة من النتائج سنحاول مناقشتها في إطار الدراسات السابقة. لقد توصلت دراسة مريم نريمان نومان المعنونة "استخدام شبكات التواصل الاجتماعية وتأثيرها في العلاقات الاجتماعية" دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر إلى أن مواقع الشبكات الاجتماعية ستأثر بقبول وتواجب الكثير من الناس وجميع أنحاء العالم تطرح العديد من القضايا تتيح للمستخدم فضاء آخر لتفاعل ضمن مجتمع افتراضي بين الأشخاص الآخرين وهذا ما يتطابق مع نتائج دراستنا. أن الفيسبوك يساعد على نشر المنشورات الخاصة بالعمل ويسهل عملية التفاعل من خلال نشر مستجدات الأعمال التطوعية باعتبار العمل التطوعي من أهم القضايا التي تثير اهتمام الطلبة الجامعيين في صفحات الفيسبوك.

كما نجد أن دراسة نوال بركات والتي جاءت بعنوان "انعكاسات مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية" إلى أن مستوى العلاقات الواقعية لدى أغلب المستفيدين الجزائريين بقي على حاله كما كان قبل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وهذا ما يختلف مع دراستنا الذي يتمثل في وتقديم المساعدات بشكل فعلي ويتم تحديد هذه الفئة من خلال صفحات ومنشورات في الفيسبوك.

كما توصلت دراسة باعلي سعيدة بعنوان " دور الجمعيات الخيرية في تفعيل العمل التطوعي" دراسة ميدانية بجمعية كافل اليتيم الخيرية إن الجمعية الخيرية تسعى لدى العمل التطوعي والتكفل بالفقراء واليتامى ومساعدتهم على سد احتياجاتهم وهذا ما يتطابق مع نتائج دراستنا فالطلبة الجامعيين يقومون بالعمل التطوعي من خلال المشاركة في أعمال تطوعية لمساندة الفقراء والمحتاجين

كما نجد دراسة حمادية قاسم المعنونة " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية العمل التطوعي" قد توصلت إلى أن الاعتماد على الخصائص التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي كالنص والصورة من أجل الوصول إلى الأهداف الموجودة من المنشور كما توصلت أن ارتفاع المتوسط استخدام المبحوثين لشبكة التواصل الاجتماعي على شبكة الأنترنت جاءت بنسبة 58.8 من المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي من ساعتين فأكثر وهذا ما تشابه مع نتائج دراستنا التي تؤكد أن استخدام الفيسبوك

راجع الى توفر شبكة وفيها فاعلبية المبحوثين يقضون ما بين ساعتين الى ثلاث ساعات في تصفح الفاييبوك.

كما توصلت دراسة أحمد يونس محمد حمودة المعنونة "شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية" أن شبكات التواصل الاجتماعي تنمي مشاركتهم نحو القضايا المجتمعية وهذا ما تطابقت مع نتائج دراستنا فاستخدام الفاييبوك ساعد الطلبة على التعرف على المشكلات التي يعاني منها المجتمع.

كما نجد دراسة فهد بن سلطان "اتجاهات الشباب الجامعي الذكور نحو العمل التطوعي" دراسة تطبيقية على جامعة الملك سعد بالسعودية والتي توصلت نتائجها إلى أن متوسط دراسة الشباب الجامعي للعمل التطوعي بلغ 1.63 يدل على مستوى ممارسة ضعيفة جدا مما يدل على ضعف مشاركة وانخراط الشباب الجامعي في الوقت الحالي في مجالات العمل التطوعي وهذا ما اختلف مع دراستنا، إلا أنها أكدت من خلال نتائجها على أن الطالب الجامعي يشارك بدرجة متوسطة في مجالات العمل التطوعي.

### ثالثا: النتائج العامة للدراسة

من خلال ما توصلت إليه دراستنا بجامعة جيجل تاسوست كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية وأن الفرضيتين الجزئيتين للدراسة الفرضية الأولى التي مفادها يزيد التفاعل عبر صفحات الفاييبوك من رغبة الطلبة الجامعيين المشاركة في العمل التطوعي والفرضية الثانية التي مفادها يساهم التواصل عبر الفاييبوك في ممارسة العمل التطوعي وتوصلنا إلى مجموعة من النتائج وهي كالآتي:

- امتلاك أن أغلب المبحوثين حساب على موقع فييبوك
- يستخدمون أغلب المبحوثين موقع فييبوك أكثر من 5سنوات
- يقضون أغلب المبحوثين من ساعتين إلى 3 ساعات
- يتابع أغلب المبحوثين كل ما ينشر على موقع فييبوك
- الفاييبوك يساعد الطلبة على التفاعل والتعرف على بعض المشكلات في المجتمع
- موقع فييبوك يعرض مساعدات تحتاج مبادرات تطوعية دون اللجوء إلى جهات رسمية
- أغلبية المبحوثين تشجعهم المنشورات على القيام بالعمل التطوعي
- المنشورات التي تصادف المبحوثين على موقع الفاييبوك ومشاركتها مع الأصدقاء في المجال الصحي

- قيام أغلبية الباحثين عند مصادفتهم لمنشورات تدعو إلى العمل التطوعي بالاطلاع على محتوى المنشور
- طبيعة الأعمال التطوعية الممارسة من قبل الباحثين واطلاعهم الدائم على المنشورات التي تدعو بمساعدة المحتاجين والفقراء عم طريق طلب الإعانة
- المنشورات الخاصة بالعمل التطوعي تعزز في مشاركة أفراد المجتمع ومساهمة في تسهيل عملية التفاعل.
- توجد علاقة بين الفيسبوك والتحفيز على العمل التطوعي لدى الطلبة الجامعيين.
- يزيد التفاعل عبر صفحات الفيسبوك من رغبة الطالب الجامعي في مشاركة الطالب الجامعي في العمل التطوعي
- يساهم التواصل عبر الفيسبوك من ممارسة الطلبة الجامعيين في العمل التطوعي.

#### رابعاً: التوصيات والاقتراحات

- استناداً إلى النتائج التي توصلت إليها الدراسة ارتأينا أن نقدم بعض الاقتراحات فيما يلي:
- محاولة استفادة من فئة الطلبة الجامعيين باعتبارهم مستخدمين المواقع التواصل الاجتماعي وأكثرهم وعياً ونظراً لمستواهم العلمي والاعتماد عليهم كعنصر فعال لنشر الوعي في مجال العمل التطوعي.
- تشجيع البحث العلمي في مجال العمل التطوعي من طرف الجامعات
- توعية الشباب الجامعي بأهمية مواقع التواصل الاجتماعي في العمل التطوعي
- استثمار وسائل التواصل الأخرى في الترويج لمدى أهمية حملات العمل التطوعي

### خلاصة الفصل:

من خلال هذا الفصل تم عرض وتحليل البيانات الخاصة بالمعلومات التي جمعها بالاستبيان كأداة أساسية في جمع المعلومات، بالإضافة إلى استخدام تقنية الملاحظة، وقد تم تحليل البيانات باستخدام أساليب إحصائية، ثم تم مناقشة وتفسير نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات الجزئية وفي ضوء الفرضية العامة، كما تم مناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة.



خاتمة

تناولت الدراسة موضوعا من المواضيع الحديثة الذي يجمع بين مواقع التواصل الاجتماعي والعمل التطوعي، وقد اخترنا موقع الفايسبوك كنموذج لمواقع التواصل الاجتماعي باعتباره الأكثر انتشارا واستخداما في أوساط الشباب عموما وعند الطلبة الاجتماعيين بصفة خاصة.

وتعد صفحات الفايسبوك فضاء افتراضيا للتعريف بالأعمال التطوعية ونشرها بشكل سريع بين أفراد المجتمع وذلك من خلال نشر الصور والفيديوهات التي لها علاقة بالعمل التطوعي، بل وحتى نشر الدعوات للقيام بهذه الأعمال التطوعية.

وبانت ممارسة الأعمال التطوعية من خلال وضع منشورات خاصة بها على صفحات الفايسبوك أكثر سهولة للجمع بين ما هو افتراضي وما هو واقعي، وذلك من خلال تسهيل عملية التواصل بين أفراد المجتمع وتقديم مجموعة من الخدمات والأعمال دون مقابل وتعزيز روح التعاون بينهم وفتح الأبواب أمام فعل الخير بمشاركة كل فئات المجتمع خاصة فئة الشباب.

وقد توصلنا بعد إجراء هذه الدراسة الموسومة بـ: "الفايسبوك وعلاقته بتحفيز العمل التطوعي لدى الطالب الجامعي -دراسة ميدانية بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة محمد الصديق بن يحي جيجل- إلا أن تفاعل الطلبة الجامعيين عبر صفحات الفايسبوك يزيد في رغبتهم في المشاركة في العمل التطوعي، وأن تواصلهم عبر هذه الصفحات يساهم في قيامهم بأعمال تطوعية، وبالتالي يمكن القول أن الشباب الجامعي يتحفز للقيام بالعمل التطوعي بواسطة صفحات ومنشورات على موقع الفايسبوك.

وتبقى هذه الدراسة حلقة من حلقات البحث المتواصلة للكشف عن العلاقة بلبين مواقع التواصل الاجتماعي والعمل التطوعي.

لا ندعي بأننا درسنا كل جوانب الموضوع أي كل ما يتعلق بالفايسبوك ومدى مساهمته في نشر الأعمال التطوعية وتجسيدها على أرض الواقع، لكن ومن خلال هذه الدراسة مهدنا السبيل لباحثين آخرين لاكتشاف ما لم نتعرض له في دراستنا.

قائمة المصادر

والمراجع

أولاً: القرآن الكريم

1- سورة البقرة الآية 177.

2- سورة البقرة الآية 184.

ثانياً: قواميس ومعاجم:

3- المنجد في اللغة والإعلام، 1991، بيروت، دار الشروق.

4- ابن منظور أبو الفضل، لسان العرب، دار بيروت للطباعة، بيروت 1956.

5- المعجم الوسيط، القاهرة، مكتبة الشرق الدولية، ط1، 2005.

6- جرجس ميشال جرجس لكيان، مصطلحات التربية والتعليم، دار النهضة العربية، ط1، لبنان، 2005.

ثالثاً: الكتب العربية

7- إبراهيم عيسى عثمان، النظرية المعاصرة في علم الاجتماع، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2008.

8- إحسان محمد الحسن، مناهج البحث العلمي، دار وائل للنشر والتوزيع، ط2، 2009.

9- أحمد الكريدي، الأنترنت شبكة المعلومات، مكتبة الأسرة، مصر، 2009.

10- أحمد بن عبد الله اللوح مصطفى محمود أبو بكر، البحث العلمي، الدار الجامعية للنشر، 2000.

11- أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.

12- أحمد حسين الصغير، التعليم الجامعي في الوطن العربي، تحديات الواقع ورؤى المستقبل، عالم الكتب، القاهرة، 2005.

13- أحمد عظيمي، منهجية كتابة المذكرات وأطروحات الدكتوراه الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2009.

14- اسماعيل محمود علي، الإعلام الجديد، مكتبة الوفاء القانونية، ط1، الاسكندرية، 2015.

15- بسيوني ابراهيم حمادة، الدراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008.

- 16- حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2009.
- 17- حسين محمد جواد الجبوري، منهجية البحث، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2013.
- 18- حسين محمود هميمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة، عمان، 2015.
- 19- حمداوي وسيلة، إدارة الموارد البشرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2004.
- 20- خالد عنان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية وماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها النفسية- الاجتماعية- الاقتصادية- الدينية- السياسية على الوطن العربي والعالم، دار النفائس، عمان، 2013.
- 21- خليدة صديق، مناهج البحث في الإعلام الجديد، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
- 22- راغب السرجاني رحماء بهم (قصة التكافل والإغاثة في الحضارة الإسلامية)، شركة نهضة مصر للطباعة والنشر، ط1، مصر، 2010.
- 23- ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي، دار الصفاء، ط1، عمان، 2000.
- 24- رضا أمين، الإعلام الجديد، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، عمان.
- 25- رضا عبد الواحد أمين، النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني، قسم الصحافة والإعلام، جامعة الأزهر، مصر، 2008.
- 26- رضوان بلخيري، مدخل إلى الإعلام الجديد المفاهيم-الوسائل والتطبيقات، دار الجسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2014.
- 27- زياد محمد الجرجاوي، القواعد المنهجية التربوية لبناء الاستبيان، ط2، فلسطين.
- 28- سلطانية بلقاسم حسان الجيلاني، محاضرات في المنهج والبحث العلمي، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، 2009.
- 29- سلمان بن بكر کران، الاتصال الجماهيري والخدمات الاجتماعية، دار الراية للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2015.

- 30- سماح سالم سالم، البحث الاجتماعي الأساليب المناهج الإحصاء، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.
- 31- سمير محمد حسين، بحوث الإعلام والأسس والمبادئ، عالم الكتب، القاهرة.
- 32- السيد عبد العاطي السيد، النظرية في علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 2009.
- 33- صالح العلي، مهارات التواصل الاجتماعي (أسس مفاهيم وقيم)، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2015.
- 34- صالح من مطر الهاطلاي، العمل التطوعي خطوات عملية للنهوض بالأمة، ط1، 2010.
- 35- صلاح محمد عبد الحميد، الإعلام الجديد، طبعة للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2012.
- 36- طاهر محمود الكلادة، تنمية وإدارة الموارد البشرية، دار عالم الثقافة، الأردن، 2008.
- 37- طلعت ابراهيم لطفي كمال عبد الحميد الزيات، النظرية المعاصرة في علم الاجتماع، دار العربي، القاهرة.
- 38- عامر ابراهيم القنديلجي، الإعلام والمعلومات والأنترنيت، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2013.
- 39- عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم ووسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، الأردن.
- 40- عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد والمفاهيم والوسائل والتطبيقات، الجزء الثاني، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2008.
- 41- عبد الحميد الخطيب، العمل الجماعي التطوعي، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات للنشر والتوزيع، القاهرة، 2010.
- 42- عبد الرحمان بن ابراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار صفاء، عمان، 2015.
- 43- عبد الله العلي النعيم، العمل الاجتماعي التطوعي مع التركيز على العمل التطوعي في المملكة العربية السعودية، مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر والتوزيع، الرياض، 2005.
- 44- عبيد شفيق الرحباني، الاستعمار الإلكتروني والإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2015.
- 45- عثمان رشيد، الريادة والعمل التطوعي، دار الرابحة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2013.

- 46- علاء الدين محمد العقيفي المايحي، شبكات التواصل الاجتماعي العالمية، دار التعليم الجامعي، ط1، الاسكندرية، 2015.
- 47- علي عبد الفتاح علي، نظرية الإعلام الحديثة، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- 48- علي عبد الفتاح كنعان، الإعلام والمجتمع، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2014.
- 49- علي ناصر حسين القريشي، مداخل النظرية لعلم الاجتماع، دار الوفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2011.
- 50- فتحي حسين عامر، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيسوك، العربي للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2011.
- 51- فؤاد شعبان عبيدة صبطي، تاريخ وسائل الاتصال وتكنولوجياته الحديثة، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، ط1، الجزائر، 2012.
- 52- ماهر عودة الشمايلة وآخرون، تكنولوجيا الإعلام والاتصال، دار الإعصار العلمي، ط1، عمان، 2015.
- 53- محمد زكرياء عناني سعيدة، محمد رمضان، في مناهج البحث وتحقيق النصوص، دار النهضة العربية، ط1، 1999.
- 54- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، ط3، القاهرة، 2000.
- 55- محمد عبد الفتاح الصرفي، البحث العلمي (الدليل التطبيقي للباحث)، دار وائل، ط1، عمان، 2002.
- 56- محمد عبد الله عنتر، العمل التطوعي في المؤسسات الرياضية، دار الصفاء لدنيا الطباعة والنشر، ط1، الاسكندرية.
- 57- محمد منير حجاب، نظريات الاتصال، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2010.
- 58- مروى عصام صالح، الإعلام الإلكتروني الأسس وآفاق المستقبل، دار الإعصار للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2015.
- 59- مصطفى خلف عبد الجواد، نظرية علم الاجتماع المعاصر، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2008.
- 60- منال عباس، العمل التطوعي بين الواقع والمأمول، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2013.

- 61- موريس أنجريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصة للنشر، ط2، الجزائر، 2006.
- 62- موريس أنجريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية-تدريبات علمية، ترجمة دار القصة للنشر، الجزائر، 2006.
- 63- النعيم عبد الله العلي، العمل الاجتماعي مع التركيز على العمل التطوعي، مكتبة الملك فهد الوطنية، المملكة السعودية، 2005.
- 64- هاشم فوزي، دباس العبادي، إدارة التعليم الجامعي مفهوم حديث في الفكر الإداري المعاصر، مكتبة الرواق للنشر والتوزيع، الأردن، 2009.
- 65- وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفيسبوك على المجتمع، مدونة شمس النهضة، ط1، السودان.
- 66- يانس خضير البياتي، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، دار البداية ناشرون وموزعون، ط1، عمان، 2014.

### رابعاً: الرسائل والدراسات الجامعية:

- 67- أحمد علي حداد، اعتماد الشباب البحريني على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر ...، الجامعة الأهلية، رسالة ماجستير، البحرين، 2012.
- 68- أحمد يونس محمد حمودة، شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعة، دراسة مقدمة لنيل درجة الماجستير من قسم البحوث والدراسات الإعلامية، كلية الإعلام بجامعة القاهرة، 2013.
- 69- أسماء حميدة، مايا قرصي، استخدام طالبات الجامعة لمواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك، جامعة ورقلة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2013.
- 70- إيمان عبد الرزاق الخاجة، دور الانستغرام في تحفيز شباب البحرين في العمل التطوعي-دراسة ميدانية-رسالة مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام والعلاقات العامة، كلية الأدب والعلوم والتربية الجامعة الأهلية، المنامة، مملكة البحرين، ماي 2015.
- 71- باعلي سعيدة، دور الجمعيات الخيرية في تفعيل العمل التطوعي في الدراسة الميدانية بجمعية كافل اليتيم الخيرية أدرار، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في علم الاجتماع التنظيم والعمل.



- 72- حسن علوان، موضوعة الإرهاب في الفضاءات العربية، أطروحة الدكتوراه في فلسفة الإعلام والاتصال (غير منشورة)، الأكاديمية العربية، المفتوحة في الدنمارك، 2008.
- 73- حسني فخري ابراهيم أقطم، معوقات مشاركة المرأة في العمل التطوعي من وجهة نظر المتطوعين والعاملين في مؤسسات المجتمع المدني في محافظة نابلس، أطروحة استكمالاً لمتطلبات درجة الماجستير في دراسات المرأة، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية في نابلس، فلسطين.
- 74- حمادية قاسم، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية العمل التطوعي إدارته وصفية تحليلية لصفحة الفيسبوك لجمعية ناس الخير ورقلة، تخصص تكنولوجيا الاتصال الحديثة، سنة 2014-2015.
- 75- حميد سامية، ماكي حنان، 9-10 ديسمبر 2013، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي والتغيير الاجتماعي، جامعة محمد خيضر، بسكرة.
- 76- سعيدة زباني، دار الطالب الجامعي في العمل التطوعي داخل المجتمع بجامعة ورقلة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.
- 77- سلطان خلف المطيري، شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها، بتحقيق الأمن المجتمعي، رسالة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل درجة الماجستير في العلوم الاستراتيجية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية كلية العلوم الاستراتيجية، قسم الدراسات الإقليمية والدولية، الرياض، 2015.
- 78- سلطان مسفر، مبارك الصاعدي، الشبكات خطر أم فرصة، بحث مقدم لشبكة الألوكة، المدينة المنورة، 2011.
- 79- شروق بن عبد العزيز الخليف، المواطنة وتعزيز العمل التطوعي، مراكز الأبحاث الواعدة في البحوث الاجتماعية ودراسات المرأة، 2013.
- 80- شرياف وحيدة، التحفيز وطبيعة الملكية في المؤسسات الاقتصادية، مذكرة ضمن متطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال، جامعة أمحمد بوقرة، بومرداس، الجزائر، 2010.
- 81- علي حموش محمد بوزريرة، استخدامات طلبة الإعلام والاتصال بجامعة تاسوست لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المحققة، رسالة منشورة، جامعة محمد الصديق بن يحيى-كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2016-2017.

- 82- فهد بن سلطان، اتجاهات الشباب الجامعية الذكوري نحو العمل التطوعي، دراسة تطبيقية على جامعة الملك سعد بالسعودية، 2009.
- 83- قيوم فلة، أثر استخدام الأنترنت لدى الشباب الجامعي على وسائل الإعلام التقليدية، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 29.
- 84- كحيله فتيحة، الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي-دراسة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2012.
- 85- مريم نريمان نومار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيرها في العلاقات الاجتماعية، دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة باتنة، 2011-2012.
- 86- معلوي بن عبد الله الشهراني، العمل التطوعي وعلاقته بأمن المجتمع، مذكرة ماجستير، جامعة نايف العربية للعلوم الإسلامية، 2006.
- 87- نوال براكات، انعكاسات مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية أطروحة دكتوراه، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2016.
- 88- هناء حسني محمد النابلسي، دور الشباب الجامعي في العمل التطوعي والمشاركة السياسية دراسة مقارنة على عينة من طلبة الجامعة الأردنية، (رسالة دكتوراه)، الجامعة الأردنية، سنة 2007.

### خامسا: المجلات والجراند:

- 89- منى العنيف، الطلب الجامعي ومشروع المستقبل نظرة واقعية وتحليلية، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية الاتصالية ومؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع.
- 90- أسامة غادي المدني، استخدامات الشباب السعودي الجامعي للمضمون السياسي للمدونات الإلكترونية والإشباع المحققة منه، دراسة ميدانية، منشورة بمجلة كلية الآداب بجامعة صلوان، العدد 26، مصر، 2009.
- 91- عرام العنانزة وآخرون، أنماط ودوافع تعرض طلبه كلية الإعلام بجامعة اليرموك للصحف اليومية الأردنية، المطبوعة الصادرة باللغة العربية مقارنة بمواقعها على الأنترنت، دراسة منشورة بمجلة سلسلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 25، العدد 4، جامعة اليرموك، الأردن، 2009.

- 92- بارعة حمزة شفيق، استخدام أساتذة جامعة دمشق الأترنت والإشباع المحققة منها، دراسة منشورة بمجلة دمشق، المجلد 25، العدد الأول والثاني، سوريا، 2009.
- 93- السيد بهيمي، الاتجاهات البحثية الحديثة لدور وسائل الاتصال في التكوين المعرفي للطفل، مجلة كلية التربية النوعية، المجلد الأول، العدد 1، مصر، مايو، 1998.
- 94- مرسي مشري، شبكات التواصل الاجتماعي الرقمي (نظرة في الوظائف) مجلة المستقبل العربي 2012.
- 95- فاطمة محمد رفيده، العمل التطوعي ودوره في تنمية المجتمع، رؤية واقعية لدور الجمعيات الأهلية في مدينة مصراته، مجلة كلية الأدب، العدد السادس، جامعة مصراته.

سادسا: المؤتمرات والملتقيات

- 96- سمية بوحادة: الإعلام الجديد وتنمية العمل التطوعي، بحث مقدم إلى كلية الحقوق، جامعة طمطاء، المؤتمر العلمي الرابع حول القانون والإعلام، 2007.

سابعا: الكتب الأجنبية

- 97- Sherry knophen nter : teach. You self. Facebook, sans united states aerica 2010.

ثامنا: المواقع الإلكترونية

- 98- محمد جابر خلف الله، نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي مقال منشور على الرابط:

Postsazhar.gaper/emanonline.com .

- 99- برقادي خالد يوسف 2008 اتجاهات الشباب السعودي نحو العمل التطوعي-دراسة مطبقة على عينة من طلاب وطالبات المرحلة الثانوية بمدينة مكة المكرمة - مجلة جامعة الملك عبد العزيز-الأدب والعلوم الإنسانية (السعودية) مجلة 16، العدد2:

<https://seanch.mandamali.com> .

الملاحق

الفيسبوك وعلاقته بتحفيز العمل التطوعي لدى الطالب الجامعي

دراسة ميدانية بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

زملائي المحترمين زميلاتي المحترمات أضع بين أيديكم هذه الاستمارة المتعلقة بالبحث العلمي وهي تحتوي على مجموعة من الأسئلة فالرجاء منكم قراءتها بتمعن وتأتي بالإجابة عليها حسب الخيارات الموجودة بدقة وموضوعية  
ضع علامة (x) في الخانة المناسبة وأحيطكم علما أن هذه الاستمارة تستخدم لأغراض علمية وشكرا لتعاونكم معنا.

## البيانات الشخصية:

### 1- الجنس:

ذكر

أنثى

2- السن: 19 إلى 23

3- من 24 إلى 27

4- من 28 فما فوق

### 3- المستوى:

ليسانس

ماستر

دكتوراه

4- القسم: .....

### 5- مكان السكن:

حضر

شبه حضري

ريف

المحور الثاني: التفاعل عبر صفحات الفيسبوك يزيد من المشاركة في العمل التطوعي

لدى الطالب الجامعي.

6- هل تملك حساب فيسبوك

نعم

لا

7- منذ متى وأنت تستخدم موقع فيسبوك؟

أقل من سنتين   
من سنتين لثلاث سنوات

من ثلاث سنوات إلى خمس سنوات   
أكثر من خمس سنوات

8- ما هو عدد الساعات التي تقضيها في تصفح الفيسبوك يوميا؟

- أقل من ساعة

- لساعتين

- من ساعتين لثلاث ساعات

- أكثر من ثلاث ساعات

9- هل تتابع كل ما يفسر على حسابك على الفيسبوك

نعم

لا

10- هل يساعدك موقع فيسبوك في التعرف على المشكلات التي يعاني منها المجتمع؟

بدرجة قليلة  متوسطة  كبيرة

11- فما هي طبيعة المشاكل التي تعرض على فيسبوك

نفسية  اجتماعية  صحية  بيئية

12- هل تحتاج هذه المشاكل إلى مبادرات تطوعية لحلها دون اللجوء إلى الجهات الرسمية

13- هل تبعث هذه المنشورات لديك الرغبة في المشاركة في العمل التطوعي في حال

الإجابة نعم لماذا؟

- لقدرتها على عرض المشكل

- الطبيعية المشكل

- لتجربة أصحابها في العمل التطوعي

14- ما نوع الصفحات أو المجموعات التي تضع منشورات حول العمل التطوعي؟

- صفحات ومجموعات عامة

- صفحات ومجموعات خاص بالعمل التطوعي

15- هل تشجعك تلك المنشورات على القيام بالعمل التطوعي؟

نعم  لا

16- هل أنت مشترك أو سبق أن شاركت في صفحات أو مجموعات خاصة بالعمل

التطوعي؟

نعم  لا

17- هل تعتقد أن المنشورات الخاصة بالعمل التطوعي تعزز من مشاركة أفراد المجتمع في

مثل هذه المبادرات؟

نعم  لا

18- ما أنواع المنشورات التي تصادفها عبر الفيسبوك في مجال العمل التطوعي؟

1- المجال التعليمي محو الأمية

2- المجال الصحي التبرع بالدم، التوعية والإرشاد الصحي والنفسي

3- المجال الاجتماعي لكبار السن، الأيتام

4- المجال البيئي (التلوث التصحر)

19- هل توجد مجموعة أو صفحة خاصة بالحي السكني الذي تقطن فيه؟

نعم  لا

إذا كانت الإجابة بنعم هل تقوم هذه الصفحة أو المجموعة بوضع منشورات

نعم  لا

20- من خلال متابعتك لمنشورات العمل التطوعي هل تكونت لديك فكرة عنه؟

نعم  لا



21- الإطلاع على المنشورات التي تدعو للعمل التطوعي؟

- الإطلاع على المحتوى

- مشاركة المحتوى

- المشاركة بالضغط على زر الإعجاب

- مشاركة الفيديو

- التعليق على المنشورات

المحور الثالث: مساهمة التواصل عبر الفيسبوك في ممارسة الطالب الجامعي للعمل

التطوعي

22- هل سبق لك أن شاركت في أعمال تطوعية

نعم  لا

إذا كانت الإجابة نعم هل ساهمت بتنظيم نشاطات في مجال؟

نعم  لا

23- ما هي طبيعة الأعمال التطوعية التي مارستها؟

- رعاية أطفال

- رعاية المرضى

- رعاية المسنين

- تنظيف المساجد

- مساعدة الفقراء والمحتاجين

24- في اعتقادك هل يساهم الإعلان عن العمل التطوعي على الفيسبوك في مساعدة

الفئات الهشة في المجتمع

نعم  لا

25- هل وفرت لك الصفحات الخاصة بالعمل التطوعي الكفاية الخاصة لمساعدة الآخرين؟

نعم  لا

26- هل سبق وان قدمت مساعدة لشخص ما من خلال إطلاعك على منشور يدعو لمساعدته؟

نعم  لا

27- هل تعرف شخصا أو عائلة معوزة قدمت لها مساعدة في طريق منشور عبر الفيسبوك؟

نعم  لا

28- هل قمت بتنظيم النشاطات في مجال العمل التطوعي عبر الفيسبوك؟

دائما  أحيانا  غالبا  لا تهتم

29- هل ممارستك في العمل التطوعي يكون

- التبرع بمبلغ فردي

- حصد عضلي

- التبرع بتقديم معلومات

- التبرع بجزء من الوقت

- المشاركة المعنوية

30- هل واجهت عوائق تحد من ممارستك في العمل التطوعي؟

نعم  لا

إذا كانت الإجابة نعم فما هي العوائق

- اجتماعية

- ثقافية

- تنظيمية

- نفسية

- مادية

## عدد الطلبة بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية - السنة الجامعية 2020/2019



تعداد الطلبة	الجنس		الدرجة	القسم
	إناث	ذكور		
652	568	84	الأولى	قسم التعليم الأساسي للعلوم الاجتماعية
244	215	29	الثانية	الليسانس
294	243	51	الثالثة	
61	43	18	الأولى	الليسانس
42	34	08	الثانية	
62	59	03	الأولى	الليسانس
40	37	03	الثانية	
87	73	14	الأولى	الليسانس
59	49	10	الثانية	
160	157	03	الثانية	الليسانس
220	214	06	الثالثة	
46	44	02	الأولى	الليسانس
36	35	01	الثانية	
43	42	01	الأولى	الليسانس
36	35	01	الثانية	
442	346	96	الأولى	قسم التعليم الأساسي للعلوم الإنسانية والاجتماعية
313	259	54	الثانية	الليسانس
291	243	48	الثالثة	
68	52	16	الأولى	الليسانس
72	64	08	الثانية	
69	58	11	الأولى	الليسانس
69	61	08	الثانية	
41	04	37	الأولى	الليسانس
38	01	37	الثانية	
67	04	63	الثالثة	الليسانس
52	05	47	الأولى	
59	08	51	الثانية	الليسانس
3664	2953	711	المجموع	

### قائمة الأساتذة المحكمين:

الرقم	اللقب والاسم	التخصص	الرتبة	المؤسسة
01	بودريوة فوزية	علم الاجتماع	أستاذ محاضر ب-	جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -
02	بولعشب حكيمه	علم الاجتماع	أستاذ محاضر ب-	جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -
03	بن يحيى سهام	علم الاجتماع	أستاذ محاضر ب-	جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -
04	شحات سعاد	علم الاجتماع	أستاذ مساعد أ-	جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -

# ملخص الدراسة

## ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة الموسومة بعنوان "الفيديو وعلاقته بتحفيز العمل التطوعي لدى الطالب الجامعي -دراسة ميدانية بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة جيجل تاسوست-"، إلى معرفة العلاقة بين استخدام الفيديو ومدى تحفيزه على العمل التطوعي، حيث تمثلت مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي هل توجد علاقة بين تحفيز الفيديو والعمل التطوعي؟، والإجابة عن هذا التساؤل تم الاعتماد على الفرضية الرئيسية التالية: توجد علاقة بين الفيديو والتحفيز على العمل التطوعي، والتي انبثقت عنها فرضيتين هما:

- يزيد التفاعل عبر صفحات الفيديو من رغبة الطالب الجامعي في مشاركة الطالب الجامعي في العمل التطوعي

- يساهم التواصل عبر الفيديو من ممارسة الطلبة الجامعيين في العمل التطوعي.

حيث تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي لهذه الدراسة، كما تم الاعتماد على الاستمارة باعتبارها أداة رئيسية لجمع البيانات إذ وزعت على 50 طالب يدرسون بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، اعتماداً على العينة العشوائية البسيطة. وقد توصلت دراستنا إلى النتائج التالية:

- امتلاك أغلب المبحوثين حساب على موقع فيديو.

- الفيديو يساعد الطلبة على التفاعل والتعرف على بعض المشكلات في المجتمع.

- موقع فيديو يعرض مساعدات تحتاج مبادرات تطوعية دون اللجوء إلى جهات رسمية.

- أغلبية المبحوثين تشجعهم المنشورات على القيام بالعمل التطوعي.

- المنشورات التي تصادف المبحوثين على موقع الفيديو ومشاركتها مع الأصدقاء في المجال الصحي.

- قيام أغلبية المبحوثين عند مصادفتهم لمنشورات تدعو إلى العمل التطوعي بالاطلاع على محتوى المنشور.

- طبيعة الأعمال التطوعية الممارسة من قبل المبحوثين واطلاعهم الدائم على المنشورات التي تدعو بمساعدة المحتاجين والفقراء عم طريق طلب الإعانة.

- توجد علاقة بين الفيديو والتحفيز على العمل التطوعي لدى الطلبة الجامعيين.

- يزيد التفاعل عبر صفحات الفيديو من رغبة الطالب الجامعي في مشاركة الطالب الجامعي في العمل التطوعي

- يساهم التواصل عبر الفيديو من ممارسة الطلبة الجامعيين في العمل التطوعي.

## Study summary:

This study, titled "Facebook and its relationship to motivating volunteer work among university students - a field study at the Faculty of Humanities and Social Sciences, Jijel Tassust University -" aims to find out the relationship between the use of Facebook and the extent of its motivation to volunteer work, as the study problem is the main question: Is there a relationship between Motivating Facebook and volunteering? and the answer to this question has been relying on the following main hypothesis: There is a relationship between Facebook and motivation to volunteer work, from which two hypotheses emerged, namely:

- Interaction on Facebook pages increases the university student's desire for the university student's participation in volunteer work.
- Facebook communication contributes to university students' volunteer work.

The descriptive and analytical approach was used for this study, and the questionnaire was used as a main tool for data collection as it was distributed to 50 students studying at the College of Humanities and Social Sciences, based on a simple random sample. Our study reached the following results:

- Most of the respondents own an account on Facebook.
- Facebook helps students to interact and identify some problems in society.
- Facebook offers aid that needs voluntary initiatives without resorting to official bodies.
- The majority of respondents are encouraged by the publications to do volunteer work.
- Publications that the respondents encounter on Facebook and share them with friends in the health field.
- The majority of respondents, when they encounter publications calling for volunteer work, review the content of the publication.
- The nature of the volunteer work practiced by the respondents and their constant access to publications calling for assistance to the needy and the poor through the application for aid.
- There is a relationship between Facebook and the motivation for volunteer work among university students.
- Interaction on Facebook pages increases the university student's desire for the university student's participation in volunteer work
- Facebook communication contributes to university students' volunteer work.