



جامعة عبد الحميد ابن باديس - مستغانم -



كلية العلوم الاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة علوم الإعلام والاتصال

تخصص اتصال وعلاقات عامة .

اتجاهات الطلبة نحو العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي

دراسة ميدانية بجامعة عبد الحميد ابن باديس - مستغانم-

مذكرة مقدمة لنيل درجة ماستر (ل.م.د) الطور الثاني في علوم الإعلام والاتصال .

تحت اشراف الدكتورة :

رقاد حليلة

من إعداد الطالبة :

بوقشيش شهرزاد

أعضاء لجنة المناقشة

رئيسا	جامعة مستغانم	صفاح أمال
مشرفة	جامعة مستغانم	رقاد حليلة
مناقشا	جامعة مستغانم	العربي بوعمامة

السنة الجامعية 2021-2022



جامعة عبد الحميد ابن باديس - مستغانم -



كلية العلوم الاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة علوم الإعلام والاتصال

تخصص اتصال وعلاقات عامة .

اتجاهات الطلبة نحو العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي

دراسة ميدانية بجامعة عبد الحميد ابن باديس - مستغانم-

مذكرة مقدمة لنيل درجة ماستر (ل.م.د) الطور الثاني في علوم الإعلام والاتصال .

تحت اشراف الدكتورة :

رقاد حليلة

من إعداد الطالبة :

بوقشيش شهرزاد

أعضاء لجنة المناقشة

رئيسا	جامعة مستغانم	صفاح أمال
مشرفة	جامعة مستغانم	رقاد حليلة
مناقشا	جامعة مستغانم	العربي بوعمامة

السنة الجامعية 2021-2022



إلى من علمني النجاح و الصبر... إلى من علمني العطاء بدون انتظار... أبي حفظه الله.

إلى من عانت الصعاب لأصل إلى ما أنا فيه... إلى من كان دعاؤها سر نجاحي و حنانها

بلسم جراحي... أمي اطل الله في عمرها .

إلى اخوتي و جميع أفراد أسرتي العزيزة كل باسمه أينما وجدوا.

إلى من حصد الأشواك عن دربي و كان لي عوناً وسنداً ليمهد لي طريق النجاح عمور

سنوسي

إلى رفيقة العمر بلعراي هاجر دون نسيان أصدقائي ورفقاء دربي من داخل الجامعة و

خارجها .

إلى الأستاذة المشرفة الدكتورة رقاد حليلة ، إلى أساتذتي الكرام الذين أناروا دروبنا

بالعلم و المعرفة.

إلى كل من يقتنع بفكرة فيدعو إليها و يعمل على تحقيقها، لا يبغى بها إلا وجه الله و

منفعة الناس.

إليكم أهدي ثمرة هذا العمل المتواضع.

شكر وتقدير

أرى لزاما على تسجيل الشكر وإعلامه ونسبة الفضل لأصحابه، استجابة لقول النبي ﷺ

: «من لم يشكر الناس لم يشكر الله».

وكما قيل:

علامة شكر المرء إعلان حمده فمن كتم المعروف منهم فما شكر

فالشكر أولا لله عز وجل على أن هداني لسلوك طريق البحث والتشبه بأهل العلم وإن

كان بيني وبينهم مفاوز.

كما أخص بالشكر أستاذتي الكريمة ومعلمتي الفاضلة المشرفة على هذا البحث

الدكتورة رقاد حليلة، فقد كانت حريصة على قراءة كل ما أكتب ثم توجهني إلى ما

يرى بأرق عبارة وألطف إشارة، فلها مني وافر الشناء وخالص الدعاء.

دون ان أنسى الشكر الخالص الى الدكتور وأستاذنا الكبير العربي بوعمامة فله مني فائق

الإحترام وجزيل الشكر الى مقدم الى كافة أعضاء لجنة المناقشة.

كما أشكر السادة الأساتذة والزملاء وكل من قدم لي فائدة أو أعانني بمرجع، أسأل

الله أن يجزيهم عني خيرا وأن يجعل عملهم في ميزان حسناتهم.

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
	الإهداء
	الشكر و التقدير
	فهرس المحتويات
	فهرس الأشكال
	فهرس الجداول
	الملخص
ا،ب،ت،ث	المقدمة العامة
27	الإطــــار المنهــــج جــــي
28	بناء الاشكالية
29	التساؤلات الفرعية
29	صياغة الفرضيات
30	اسباب اختيار الموضوع

31	اهمية الدراسة
31	اهداف الدراسة
32	تحديد مفاهيم الدراسة
35	الدراسات السابقة
40	منهج الدراسة
42	مجتمع البحث والعينة
43	مجالات الدراسة
44	الإطار النظري
46	الفصل الأول: مدخل إلى مواقع التواصل الاجتماعي
47	تمهيد
48	المبحث الأول: نبذة عن مواقع التواصل الاجتماعي
48	نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي
51	المبحث الثاني: مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي
52	تعريف مواقع التواصل الاجتماعي

53	المبحث الثالث: خصائص وأنواع شبكات التواصل الاجتماعي
53	المطلب الأول: خصائص عامة لمواقع الشبكات الاجتماعية
56	المطلب الثاني: أنواع مواقع الشبكات الاجتماعية
58	المبحث الرابع: الاستخدامات الايجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي
58	المطلب الأول: الاستخدامات الايجابية والسلبية
58	الاستخدامات الايجابية
59	الاستخدامات السلبية
60	المطلب الثاني: الاستخدامات الشائعة لمواقع التواصل الاجتماعي
60	استخدام الشباب لمواقع التواصل
61	استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الاحتجاجات
62	المبحث الخامس: أشهر مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك)
62	المطلب الأول: تعريف الفيسبوك
64	المطلب الثاني: النشأة والتطور.
66	المطلب الثالث: سمات موقع الفيسبوك

68	المطلب الرابع: أهمية موقع الفايسبوك
69	المطلب الخامس: ايجابيات وسلبيات موقع الفيسبوك
75	خلاصة الفصل الأول
78	الفصل الثاني: ممارسات العمل التطوعي عبر الشبكات الاجتماعية:
79	تمهيد.
80	المبحث الأول: ماهية العمل التطوعي
80	المطلب الأول: تعريف العمل التطوعي
80	التعريف بالعمل التطوعي
80	عوائق العمل التطوعي
82	المطلب الثاني: مجالات واثار العمل التطوعي
82	مجالات العمل التطوعي
83	آثار العمل التطوعي
84	المبحث الثاني: دور شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة العمل التطوعي
84	المطلب الأول: أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في نشر العمل التطوعي
84	أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في زرع فكرة التطوع

85	دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة العمل التطوعي
87	المطلب الثاني: نماذج دور شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة العمل التطوعي
87	صفحة جمعية كافل اليتيم بصالح باي.
92	جمعية الوسيلة الخيرية بعين ولمان
92	جمعية أصدقاء المريض الجزائرية
93	جمعية الارشاد والإصلاح لولاية تيبازة
93	المبحث الثالث: مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب والمجتمع الجزائري
93	المطلب الأول: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب
95	المطلب الثاني: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المجتمع الجزائري
96	المبحث الرابع: تفعيل مواقع التواصل الاجتماعي لخدمة العمل التطوعي
96	المطلب الأول: تعزيز قيم المواطنة عن طريق الاستفادة الإيجابية لمواقع التواصل الاجتماعي
98	المطلب الثاني: تطوير اداء العمل التطوعي عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي
98	نشر وعي العمل التطوعي وتطوير اداء الجمعيات في مواقع التواصل الاجتماعي
99	تحسين الصورة الذهنية للعمل التطوعي عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي
101	المبحث الخامس: عوامل تعزيز العمل التطوعي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي
103	خلاصة الفصل الثاني

	الاطار التطبيقي
107	تمهيد للدراسة الميدانية
108	التعريف بجامعة عبد الحميد ابن باديس بولاية مستغانم
108	نبذة تاريخية عن الجامعة
111	عرض وتحليل بيانات الدراسة
145	النتائج العامة للدراسة:
146	التوصيات مقترحات
ج، ح	الخاتمة العامة
	الملاحق
	المراجع

فهرس الاشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
	الاطار النظري	
50	تطور الشبكات الاجتماعية عبر الانترنت	01
55	خصائص مواقع الشبكات الاجتماعية	02
	الإطار التطبيقي	
112	تقسيم الطلبة على أقسام الكلية	01
114	توزيع افراد العينة حسب المستوى الدراسي	02
115	توزيع افراد العينة حسب النوع	03
116	توزيع افراد العينة حسب السن	04
117	يمثل توزيع افراد العينة حسب سنوات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	05
119	الشبكات الاجتماعية الأكثر استخداما	06

120	كيفية انشاء الحساب على مواقع التواصل الاجتماعي	07
121	توزيع المبحوثين حسب عدد الساعات التي يقضيها في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي	08
122	توزيع افراد العينة حسب متابعة كل ما ينشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي	09
123	توزيع افراد العينة حسب مساعدة مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على المشكلات التي يعاني منها المجتمع	10
124	طبيعة المشاكل التي تعرض على مواقع التواصل الاجتماعي	11
126	توزيع المبحوثين حسب اهتمامهم بمجال التطوع	12
127	توزيع المبحوثين حسب ما إذا سبق لهم العمل في اعمال تطوعية	13
128	توزيع افراد عينة الدراسة حسب تطلعهم على تجارب الآخرين في التطوع	14
129	طبيعة الأعمال التطوعية التي سبق لك العمل فيها	15
131	توزيع افراد العينة حسب المجالات التي يمكنهم العمل والتأثير فيها	16
132	توزيع افراد العينة حسب اهتمامهم بوجود اشخاص يعرفونهم ضمن الفريق التطوعي	17

133	اختيار الباحثين للفريق الذي يفضلون الانضمام اليه	18
134	توزيع الباحثين حسب اعتبارهم للتطوع فرصة لإعطائهم ما ينقصهم في حياتهم/دراساتهم/عملهم	19
135	توزيع الباحثين حول اعتقادهم بأن الفايسبوك وسيلة فعالة لترويج حملات العمل التطوعي	20
136	توزيع الباحثين حسب مساعدة موقع الفايسبوك في التعرف على المزيد من اوجه العمل التطوعي	21
137	توزيع الباحثين حسب ما إذا كانت منشورات الفايسبوك تطلعهم على تجارب مؤثرة عن العمل التطوعي في العالم؟	22
138	توزيع الباحثين حسب تشجيع منشورات الفايسبوك على قيامهم بالعمل التطوعي	23
139	امكانية مساهمة الفايسبوك في الحصول على المستجدات وتطوير العمل التطوعي	24
140	يمثل نسبة تناول منشورات الفايسبوك للعمل التطوعي	25
141	توزيع افراد العينة حسب طبيعة الصفحات او المجموعات التي تضع منشورات حول العمل التطوعي	26

142	توزيع المبحوثين حسب اعتقادهم بأن الفايسبوك يتيح من خلال منشوراته تحديث المعلومات ذات الصلة بالعمل التطوعي	27
144	توزيع المبحوثين حسب انواع المنشورات التي تصادفهم عبر الفايسبوك في مجال العمل التطوعي	28

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
	الإطار النظري	
88	يوضح نشاطات جمعية كافل اليتيم	01
	الإطار التطبيقي	
112	تقسيم الطلبة على أقسام الكلية	01
113	توزيع افراد العينة حسب المستوى الدراسي	02
114	توزيع افراد العينة حسب النوع	03
115	توزيع افراد العينة حسب السن	04
116	يمثل توزيع افراد العينة حسب سنوات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	05
118	الشبكات الاجتماعية الاكثر استخداما	06
119	كيفية انشاء الحساب على مواقع التواصل الاجتماعي	07
120	توزيع المبحوثين حسب عدد الساعات التي يقضيها في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي	08

122	توزيع افراد العينة حسب متابعة كل ما ينشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي	09
123	توزيع افراد العينة حسب مساعدة مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على المشكلات التي يعاني منها المجتمع	10
124	طبيعة المشاكل التي تعرض على مواقع التواصل الاجتماعي	11
125	توزيع المبحوثين حسب اهتمامهم بمجال التطوع	12
126	توزيع المبحوثين حسب ما إذا سبق لهم العمل في اعمال تطوعية	13
127	توزيع افراد عينة الدراسة حسب تطلعهم على تجارب الآخرين في التطوع	14
128	طبيعة الأعمال التطوعية التي سبق لك العمل فيها	15
130	توزيع افراد العينة حسب المجالات التي يمكنهم العمل والتأثير فيها	16
131	توزيع افراد العينة حسب اهتمامهم بوجود اشخاص يعرفونهم ضمن الفريق التطوعي	17
132	اختيار المبحوثين للفريق الذي يفضلون الانضمام اليه	18
133	توزيع المبحوثين حسب اعتبارهم للتطوع فرصة لإعطائهم ما ينقصهم في حياتهم/دراساتهم/عملهم	19
134	توزيع المبحوثين حول اعتقادهم بأن الفايسبوك وسيلة فعالة لترويج حملات	20

	العمل التطوعي	
135	توزيع المبحوثين حسب مساعدة موقع الفايسبوك في التعرف على المزيد من اوجه العمل التطوعي	21
136	توزيع المبحوثين حسب ما اذا كانت منشورات الفايسبوك تطلعهم على تجارب مؤثرة عن العمل التطوعي في العالم؟	22
137	توزيع المبحوثين حسب تشجيع منشورات الفايسبوك على قيامهم بالعمل التطوعي.	23
138	امكانية مساهمة الفايسبوك في الحصول على المستجدات وتطوير العمل التطوعي	24
140	يمثل نسبة تناول منشورات الفايسبوك للعمل التطوعي	25
141	توزيع افراد العينة حسب طبيعة الصفحات او المجموعات التي تضع منشورات حول العمل التطوعي	26
142	توزيع المبحوثين حسب اعتقادهم بأن الفايسبوك يتيح من خلال منشوراته تحديث المعلومات ذات الصلة بالعمل التطوعي	27
143	توزيع المبحوثين حسب انواع المنشورات التي تصادفهم عبر الفايسبوك في مجال	28

	العمل التطوعي	
--	---------------	--

ملخص الدراسة:

تتناول هذه الدراسة موضوع اتجاهات الطلبة نحو العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وقد تم اختيار جامعة عبد الحميد ابن باديس بولاية مستغانم نموذجا للدراسة، مؤسسة تعليمية ولها دور فعال في توعية و تثقيف افراد المجتمع المحلي، فكان لابد من التعرف على دور استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في توجيه الطلاب و تحفيزهم على المشاركة في الأعمال التطوعية محاولين في ذلك الإجابة عن الإشكال التالي :ماهي اتجاهات الطلبة نحو العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي ؟، كما سطرنا جملة من الأهداف اهمها التعرف على الفوائد المتوقعة من اتجاه الطلبة نحو الأعمال التطوعية و التركيز لفت انتباه الطلبة الجامعين و دفعهم نحو المشاركة فيها، وأيضا حاولنا الربط بين مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة اتصال و العمل التطوعي مستفيد منها، معتمدين في ذلك المنهج الوصفي المسحي الذي يقوم على وصف الدراسة كما هي في الواقع، باستخدام الاستبيان، معتمدين على عينة غير احتمالية قصدية بحجم 100 طالب و طابة من مختلف المستويات، وتوصلنا إلى مجموعة من النتائج ارزها:

- يتبين دور العمل التطوعي في تفعيل التوعية بأهميته ونشره في اوساط الطلبة الجامعين مما يساهم في نشر الوعي التعليمي والاجتماعي.
- تمنح مواقع التواصل الاجتماعي لمستخدميها خاصية متابعة نشاطات التطوعية قبل، أثناء وبعد الانتهاء من الأنشطة مما يدعم ثقة المتبعين ويحفز على المشاركة من قبل افراد المجتمع بمختلف الفئات.
- توجه نسبة معتبرة من الطلبة نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة إعلامية لتحقيق الأهداف التطوعية الخيرية للجمعية داخل الجامعة وخارجها.

- التعاون مع الوسائل الإعلامية يعزز نظم الاتصال داخل الحرم الجامعي بين الطلبة وذلك من خلال انشاء حسابات شخصية على المواقع الالكترونية واستخدامها لنقل وتوصيل ومشاركات مختلف صور الاعمال الانسانية بهدف إحداث التغيير الاجتماعي المطلوب.

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي، العمل التطوعي، العمل التطوعي الالكتروني، الطلبة

Abstract : This study deals with the issue of students' attitudes towards volunteering through social networking sites and The University of Abdelhamid Ibn Badis, in the state of Mostaganem, was chosen as a model for the study, as an educational institution that has an effective role in educating and educating members of the local community. It was necessary to identify the role of using social networking sites in guiding students and motivating them to participate in volunteer work, trying to answer the following for this problems:

- What are the students' attitudes towards volunteering through social networking sites?

We also set a number of goals, the most important of which is to identify the expected benefits from students' tendency towards volunteer work and focus on drawing the attention of university students and pushing them to participate in it. And We also tried to link social networking sites as a means of communication and volunteer work is a beneficiary of it, relying on the descriptive survey method, which is based on describing the study as it is in reality

Using the two questionnaires, relying on an intentional non-probability sample of 100 students of different levels, we reached a set of results, the most important of which are:

- The role of volunteer work and his importance spreading it among university students, which contributes to spreading educational and social awareness.
- Social networking sites give its users the ability to follow volunteer activities before, during and after the completion of the activities, which

supports the confidence of the followers and stimulates participation by members of the community in various groups.

- A significant percentage of students are directed towards using social networking sites as a means of media to achieve the charitable volunteer goals of the association inside and outside the university.
- Cooperation with the media enhances the communication systems within the university between students by creating personal accounts on websites and using them to transmit, communicate and share various images of humanitarian work in order to bring about the required social change.

المقدمة العامة

مقدمة

اكتسب العمل التطوعي الدعامة الأساسية في الأونة الاخيرة لبناء المجتمع ونشر المحبة والترابط الاجتماعي بين أفراد المجتمع، فهو عمل إنساني يرتبط ارتباطا قويا بدعم قيم التعاون على الخير والعمل الصالح ولكن هذا العمل يختلف من زمن إلى آخر ومن مجتمع إلى آخر.

كما ان العمل التطوعي يحمل في طياته معاني سامية ويحث على أداء أعمال ذات صبغة إنسانية يؤديها مجموعة من الأشخاص من المجتمع يجمعهم حب العمل والتعاون، ويعملون بوصفهم أسرة واحدة وروح الفريق ونظرا للتطورات المعاصرة فقد أصبح العمل التطوعي يتطلب قدرات ومهارات عالية لتحقيق اهدافه ولم يعد يعتمد على الطرق التقليدية في التسويق له بل شمل مختلف الوسائل الحديثة والمتطورة.

اذ تعتبر تطبيقات الأنترنت المتجسدة في مواقع التواصل الاجتماعي اساس اعتماد الجمعيات والتنظيمات الخيرية لنشر حملاتها التوعوية والتأثير في جمهورها، وعلى هذا الاساس استثمرت هذه التنظيمات الخصائص الإعلامية والاتصالية التي تمتاز بها هذه المواقع الاجتماعية الممتثلة في المرونة العالمية، السرعة الفائقة وتبادل الأفكار والمعلومات كما تتيح للأفراد التواصل بينهم والتعبير عن طموحاتهم ومتطلباتهم والمساهمة بشكل فعال في صناعة وإدارة المضامين الإعلامية.

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

كما عززت كثير من المؤسسات والجهات الرسمية اهتمامها بروح التطوع بين أبناء المجتمع وخاصة فئة الشباب باعتبارهم إثر فئة استخداما للمنصات الاجتماعية ولثقتها بهذه الفئة في تفعيل دور العمل التطوعي وبناء الوطن عن طريق بعث رسالة انسانية في المجتمع وباستخدام تقنيات متطورة.

فالعمل التطوعي أصبح ضرورة من ضروريات الحياة لما له من رسالة اجتماعية هدفها المشاركة في البناء والتنمية وتقوية دعائم المجتمع، لتصبحت ثقافة التطوع جزءا لا يتجزأ من ثقافة المجتمعات المتطورة، بما يمثل من منظومة القيم والمبادئ والمعايير والمارسات الأخلاقية التي تحث على المبادرة والعمل الذي يعود بالإيجابيات على الفرد والمجتمع.

كما تهدف ثقافة العمل التطوعي في المؤسسات التربوية إلى غرس القيم الإيجابية للتطوع من أجل الإسهام الفعال في برامج عمل تطوعية ضمن برنامج الفرد والمؤسسة والمجتمع ثم على المستوى المحلي والدولي مع التأكيد على أن العمل التطوعي ليس مجرد نوايا حسنة وإنما أصبح يتسم بأداء مهني متميز وتوظف فيه مهارات جديدة في الإدارة وتديبر التمويل وأسلوب تقديم الخدمة والتواصل، مع تحديد معايير الاداء اثم تقويم الأداء من أجل تطوير وتحديد وابتكار آليات جديدة ومتجددة للعمل التطوعي.

تتضمن الجامعات برامج تطوعية للطلبة في فترات محددة تحتسب على أنها أعمال تطوعية للمجتمع، وتدخل ضمن الساعات المعتمدة للبرامج الدراسية، وتعمل هذه البرامج على زيادة التفاعل والتعاون بين الجامعة والمجتمع المحلي بهدف ربط البرامج الدراسية الجامعية باحتياجات المجتمع، كما أنها تعمل على زيادة خبرة الطالب العملية، وتنمية مهاراته الاجتماعية والعملية والتطبيقية، وبذلك تتيح لهم فرصة مشاركة الآخرين في نشاطات الحياة المختلفة، وهذا يتيح للطلاب أن يتعرف على ذاته وقدراته وصفاته الشخصية.

نظرا لما يحققه العمل التطوعي من فوائد للمجتمع، لا بد المستوى من تحقيق الخدمات التي التطوعية على المستوى الاجتماعي لتكملة ما تعجز الدولة عن تقديمه، كما تمتاز الأنشطة المقدمة من العمل التطوعي وقطاعاته بالسلاسة

مما يساعد على تقديم الخدمات بأسرع الطرق وأيسرها، هذا ويتح التعرف على حاجات المجتمع ومشكلاته وتقديم الحلول المناسبة، كما يسهم أيضا في النهوض بالمجتمع بتحقيق اوجه التكافل تعبئة الموارد البشرية المحلية. من هنا تبرز أهمية العمل التطوعي وتزداد الحاجة إليه كلما تقدمت المجتمعات كما نجد أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في انتشار هذا النوع من الأعمال وذلك من خلال المجموعات و الصفحات العديدة المتخصصة بنشر أفكار ومعلومات حول الأعمال التطوعية قد تكون حافزا لمختلف فئات المجتمع للمشاركة فيها خاصة فئة الشباب، و ذلك من خلال كل ما ينشر في هذا الموقع حول هذا الموضوع، وايضا لتكملة العمل الحكومي وتدعيمه لصالح الفرد والمجتمع على حد سواء، عن طريق رفع مستوى الخدمات وتوسعة نطاقها بالإضافة إلى توفير خدمات قد يصعب على الحكومة تقديمها وتمكن منها المبادرات التطوعية عبر المواقع الاجتماعية لما تتسم به من مرونة وقدرة على الحركة السريعة ، حيث يلعب العمل التطوعي دورا مهما في جلب وتبادل خبرات أو أموال من خارج البلاد عبر منظمات مهتمة بالمجال نفسه بجانب المشاركة في ملتقيات أو مؤتمرات لتحقيق مزيد من الاستفادة والنجاح.

حيث تسهم الجامعات المحلية في إثراء وتعزيز مفاهيم العمل التطوعي من أجل إكساب المتطوع العديد من الخبرات الحياتية، وصقل شخصيته، وزيادة الترابط بين المجتمع وتماسكه.

للإمام بأهم جوانب هذا الموضوع و لرصد علاقة مواقع التواصل الاجتماعي بتحفيز الشباب و خاصة الطلبة على المشاركة في الأعمال التطوعية أنجزت هذه الدراسة على عينة من الطلبة الجامعيين، حيث ارتأينا الاعتماد على خطة معينة كان محتواها ما يلي: **الإطار المنهجي** وفيه تم استعراض مختلف العناصر المنهجية بداية من تحديد وبناء الإشكالية وصياغة التساؤلات و فرضيات الدراسة مرورا بالأهداف إلى غاية أدوات البحث المعتمدة في ذلك، بعدها يأتي **الإطار النظري** الذي شمل هو الآخر فصلين مختلفين **الفصل الأول** والمتمثل المتغير المستقل بعنوان مدخل الى مواقع التواصل الاجتماعي و التطرق لجميع عناصرها من مفهومها ونبذة عنها

،بالإضافة الى خصائصها واستخداماتها الإيجابية والسلبية وأشهر مواقعها (فايسبوك)، في حين خصصنا

الفصل الثاني الذي كان بعنوان ممارسات العمل التطوعي عبر الشبكات الاجتماعية تناول مجموعة من العناصر

كانت ابرزها مفهوم العمل التطوعي و دور شبكات التواصل الاجتماعي في خدمته وعوامل تعزيزه، أما **الإطار**

التطبيقي فتمثل في **الفصل الثالث** الذي خصص للدراسة الميدانية لجامعة عبد الحميد ابن باديس بولاية

مستغانم والتي سنسعى من خلالها لرصد مدى اهتمام الطلبة بالأعمال التطوعية و مشاركتها عبر مواقع

التواصل الاجتماعي، إلى جانب القيام بتحليل و معالجة البيانات والتأكد من صحتها ومن خلال ما توصلنا

إليه قمنا بإدراجه في خاتمة الدراسة كحوصلة عامة عن موضوعنا.

الإطار المنهجي

الإطار المنهجي:

1. بناء الاشكالية:

لم تشهد البشرية تغيرات في نمط الاتصال و التبادل ،العمق و الشمول و السرعة ،مثلما تشهده الآن منذ دخول التكنولوجيا الحديثة للاتصالات و المعلومات في كل قطاعات المجتمع ،و تعد شبكات التواصل الاجتماعي من ابرز تطبيقات الانترنت و اكثرها استخداما، و تعرف بانها مواقع الكترونية تفاعلية تسمح للمستخدم بأن ينشئ حسابا على الموقع و ان يشارك قائمة المشاركين في متابعة هذا الحساب و يتناول معهم التعليقات و المعلومات والمصالح الخاصة بالمنظمات ، ،فالمستخدمين لهذه الشبكات هم مجموعات تجمعهم الاهتمامات و الميول و الهوايات و الافكار المتقاربة و تستخدم تقنيات الويب لربط هؤلاء الأفراد معا و الاستفادة من قدرة الشبكة العنكبوتية على كسر حاجز الزمان و المكان ،وقد لفت الانتشار الواسع لهذه الشبكات مثل الفايسبوك و التويتر وغيرهما انظار القائمين على المؤسسات و المنظمات و غيرها في دول العالم المختلفة حيث فتحت هذه التكنولوجيا الحديثة في مجال الاتصال اتجاهات جديدة لجميع افراد المجتمع و غيرت نمط تبادل المعلومات و أسلوبه كما اتاحت للأفراد فرصة التفاعل و بناء علاقات فيما بينهم، اذ عرفت اقبالا عالميا و انتشارا واسعا عبر دول العالم منذ ظهورها خاصة في اوساط الشباب، مما فرض انشاء صفحات افتراضية للحوار في مختلف المجالات سواء كانت اقتصادية ،اجتماعية سياسية او ثقافية بغرض التعبير عن آرائهم وخلق اشكال من الحركات الاجتماعية في شكل جمعيات ،نوادي ،منظمات واعمال خيرية و غيرها. ومن بين المواضيع الاجتماعية ذات الطابع الانساني المهمة التي تتواجد على الصفحات موضوع العمل التطوعي باعتباره ممارسة انسانية ارتبطت ارتباطا وثيقا بكل معاني الخير والعمل الصالح لكونه يكتسب اهمية متزايدة يوما بعد يوم نظرا لما اصبحت تعانيه الافراد من اضطهاد و فقر وصراعات وكوارث طبيعة وغيرها من المشكلات، فهو يهدف الى مساعدة الأفراد ومعالجة مشاكلهم وتحقيق التنمية المستدامة.

وباعتبار ان الطالب الجامعي العنصر الرئيسي في بناء المستقبل وعليه يتوقف نجاح المجتمعات وتطورها لكونه في مرحلة النضج و يمتلك الادوات الذهنية و البدنية العالية لفهم ادوات الحاضر، فقد استغل مواقع التواصل الاجتماعي، وما توصلت اليه تكنولوجيا الحديثة للمشاركة في مجال العمل التطوعي الذي اكتسى اهمية بالغة في اوساط الطلاب و التحفيز عليه عن طريق المساهمة في الاعمال التطوعية ونقل الصورة الإيجابية التي تستهدف الجوانب العقلية و النفسية لتكوين الوعي دون وجود اي اتصال مباشر من اجل المطالبة بتحسين ايقاع الحياة السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية .

ومن ثم جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء عن هذه الظاهرة، وانطلاقا مما سبق ذكره تتمحور اشكالية الدراسة الرئيسية في التساؤل الجوهري الآتي:

ماهي اتجاهات الطلبة نحو العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

2. التساؤلات الفرعية:

وتفرعت عن هذه الاشكالية جملة من التساؤلات الفرعية منها:

- ماهي أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما لدى الطلبة في العمل التطوعي؟
- ماهي أساليب تبني العمل التطوعي لدى مجتمع الطلبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- هل تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز الطلبة على المشاركة في الاعمال التطوعية؟

3. صياغة الفرضيات:

بناء على الإشكالية والتساؤلات المطروحة سالفًا، نقترح الفرضيات التالية:

- يستخدم الطلبة مواقع التواصل الاجتماعي لنشر ثقافة العمل التطوعي من خلال نشر المبادرات التطوعية واعمالها وفعاليتها لاستقطاب الكثير من الراغبين في التطوع.

- تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز الطلبة على المشاركة في الاعمال التطوعية.

4. اسباب اختيار الموضوع:

ان اختياري للموضوع لم يكن محض الصدفة، وانما لكل باحث دوافع واسباب تثير رغبته وتجعله يتمسك بموضوع بحثه ومن بين الأسباب التي دعت إلى اختياري لهذا الموضوع، هنالك أسباب ذاتية وأخرى موضوعية.

الاسباب الذاتية وتتمثل في:

- _ الرغبة في التعرف على اهمية هذا الموضوع.
- _ الميولات الشخصية للعمل التطوعي حيث لفت الانتباه نظرا لانتشار الحملات التطوعية في الجامعة الجزائرية.
- _ الفضول هو أحد اسباب التي دفعت بنا للقيام بهذه الدراسة ومعرفة العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والتحفيز على المشاركة في العمل التطوعي.
- _ معرفة مدى اهتمام الطلبة بالمساهمة في العمل التطوعي ونشر الوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الأسباب الموضوعية تتمثل في:

- _ اعتبار الموضوع له علاقة بتخصصنا الأكاديمي.
- _ معرفة الابعاد الاخرى لاستخدام مواقع لتواصل الاجتماعي كوسيلة لتحسين الازواضع الاجتماعية.
- _ السعي لتقديم اجابات عن التساؤلات المتعلقة بموضوع العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- _ اختياري لهذا الموضوع نظر لنقص الدراسات في هذا المجال بحيث تناول الباحثين موضوع شبكات التواصل الاجتماعي في مجالات اخرى في حين أصبح مجال العمل التطوعي يحظى بالاهتمام الكافي من طرف الباحثين.
- _ فتح البوابة لطلبة الدفعات القادمة للتعمق أكثر في دراسة هذا الموضوع والاستفادة منه في الدراسات العلمية.

5. أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في:

- محاولة إبراز دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز الطلبة على المشاركة في نشاطات ذات أبعاد إنسانية.
- المساهمة في ترقية الفكر الإنساني من خلال الاستخدام الأمثل للشبكات الاجتماعية.
- مساعدتنا هذه الدراسة أيضاً تمهيد الطريق لانتشار العمل التطوعي بشكل كبير خاصة في أوساط الشباب
- تكمن كذلك في التعرف على أهمية العمل التطوعي وما يظهره من النتائج الإيجابية أو السلبية التي تؤثر على الطلبة حتى يمكن تعزيز الإيجابي منها ومواجهة السلبيات.
- تسليط الضوء على الجانب التطوعي للطلبة في مجال البحث العلمي ودعم المبادرات التطوعية الشبابية.

6. أهداف الدراسة:

- من الطبيعي أن وراء كل دراسة مجموعة من الأهداف المحدودة التي لها علاقة مباشرة بالموضوع، ومن خلال هذه الدراسة سنحاول حصر أهم هذه الأهداف والتي تتمثل في:
- التعرف على الفوائد المتوقعة من اتجاه الطلبة نحو العمل التطوعي.
 - محاولة الربط بين مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة اتصال والعمل التطوعي مستفيد من هذه الوسيلة.
 - لفت انتباه الطلبة الجامعيين ودفعهم نحو المشاركة في الأعمال التطوعية لتحقيق التواصل.
 - التطرق إلى مفهوم العمل التطوعي والتعرف على مجالات جديدة ومهمة لاستخدام مواقع تواصل الاجتماعي.
 - كما سنحاول من خلال هذه الأهداف تقديم تفسيرات جديدة من شأنها الإثراء بالمعلومات القيمة حول هذا الموضوع للاستفادة منها في البحوث الأكاديمية مستقبلاً.

7. تحديد مفاهيم الدراسة:

يعتبر تحديد المفاهيم ذو أهمية منهجية في أي بحث علمي، ذلك أن هذا التحديد يساعد الباحث على توضيح المعاني التي يتناولها في دراسته، بهدف إزالة الغموض والالتباس حول المعنى المتبنى في الدراسة لأن غموض المصطلحات يفقد الموضوع قيمته العلمية، وفيما يلي أهم المفاهيم التي تخص دراستنا:

أ. مواقع التواصل الاجتماعي:

تعرف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها: " منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح لمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمام والهويات نفسها".¹ يطلق مصطلح مواقع التواصل الاجتماعي على مجموعة من المواقع الإلكترونية التي ظهرت على شبكة الانترنت من الجيل الثاني للويب (web2) وتتيح التواصل بين الافراد عن طريق ارسال الرسائل والاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ويتم ذلك في بيئة مجتمع افتراضي تجمعهم اهتمامات او شبكات انتماء (بلد او جامعة او مدرسة او شركة).²

عرفها الدكتور سعد البطوطي في كتابه «التسويق السياحي " بأنها: مواقع ويب "web" انشئت بغرض جميع المستخدمين والأصدقاء (العمل، الدراسة) ومشاركة الأنشطة والاهتمامات والبحث عن تكوين صداقات

¹ ازاهي راضي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، عمان، العدد 15، 2003، ص23.

² ريهام علي نوير، العلاقات العامة و الانترنت، ط1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة - الجمهورية اللبنانية، 2018م، ص133.

واهتمامات وأنشطة جديدة، كما تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين كمشاركة الملفات والمحادثات الفورية، والبريد الإلكتروني، ومقاطع الفيديو، والصور، والتدوين.³

وعرفها حسين شفيق بوضوح أكبر وتضمن خصائصها بالقول بأنها: مواقع على الأنترنت يتواصل من خلالها ملايين البشر الذين تجمعهم اهتمامات أو تخصصات معينة، وسبب وصف هذه الشبكات بالاجتماعية، انها تتيح التواصل مع الأصدقاء، وزملاء الدراسة وتقوى الروابط بين أعضاء هذه الشبكات في فضاء الانترنت.⁴

- **تعريف إجرائي:** هي مواقع إلكترونية اجتماعية على شبكة الانترنت تمثل الركيزة الأساسية للإعلام الجديد أو البديل، تمكن الأفراد والجماعات من التواصل والاندماج في الاعمال التطوعية وتحفزهم على المشاركة في الحملات الاجتماعية ذات البعد الانساني بدون حواجز والتجمع بشكل فعال لربط الطلبة الجامعية بالعمل التطوعي.

ب. التطوع:

لغة: كلمة مأخوذة من الفعل.

طوع، وهو ما تبرع به من ذات نفسه مالا يلزمه فرضها

وبالشيء التبرع به.⁵

اصطلاحاً: " طاعة غير واجبة، و يسمى تطوعاً، لأن فاعله يفعلته تبرعاً من غير أن يؤمر به حتماً"⁶

³ ريهام علي نوير، مرجع سبق ذكره، ص 133

⁴ ريهام علي نوير، مرجع نفسه، ص 134

⁵ ابن منظور أبو الفضل، لسان العرب، تاريخ بيروت للطباعة، بيروت، 1956، ص 343

⁶ الغامدي عبد العزيز محمد، العمل الاجتماعي التطوعي من منظور التربية الإسلامية، جامعة أم القرى، مكة المكرمة، 2009، م 10.

- إجرائيا: الجهد الذي يبذله الشباب الجزائري في أي من المجالات الاجتماعية أو الخيرية عبر الشبكات الاجتماعية دون توقع المردود مالي مقابل عمله، مثل: حملات نظافة، حملات التبرع بالدم، حملات التطوعية لدى الطلبة الجامعيين والتوعوية بالأمراض المزمنة والخطيرة

العمل التطوعي:

هو ذلك الجهد الذي يبذله الإنسان من أجل مجتمعه أو من أجل جماعات معينة وفيه يتحمل مسؤوليات العمل من خلال المؤسسات الاجتماعية القائمة إرضاء لمشاعر ودوافع إنسانية داخلية، ويلقى الرضا والقبول من جانب المجتمع.⁷

- التعريف الإجرائي:

هو التضحية بالنفس والوقت والعمل والمال والجهد، الذي يقوم به الأفراد أو الجمعيات أو المؤسسات في المجتمع لحل المشاكل الاجتماعية والاقتصادية، وذلك دون انتظار مقابل لما تم تقديمه من أعمال تطوعية من طرف الطلبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

ت.الاتجاه:

لغة: هو استعداد او ميل مكتسب يظهر في سلوك الفرد او جماعة عندما يريد تقييم شيئا موضوع بطريقة منسقة ومتميزة، وقد ينظر اليه على انه تعبير محدد عن قيمة او معتقد ولهذا يشمل على نوع من التقييم الايجابي او السلبي والاستعداد نحو الاستجابة الموضوعات او مواقف بطريقة محددة ومعروفة مسبقا، ومن ثم فالاتجاه هو ميل الى فعل بأسلوب يتفق مع موضوعات بعينها ومواقف مترابطة محددة.⁸

⁷ الخطيب عبد الله، العمل الجماعي التطوعي، الشركة العربية للتسويق، القاهرة، 2010، ص10
⁸ طارق سيد احمد الخليلي، معجم مصطلحات الإعلام، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2008، ص43-44.

تعريف اجرائي:

الاتجاهات هي نتيجة للعمليات الانفعالية لدى افراد المجتمع وتشمل على سبيل المثال: تفضيلات والتعصبات والخرافات ووجهات النظر العملية والعقائدية واتجاه الافراد بمختلف الفئات بما في ذلك الشباب وفتة الطلاب بصفتهم اشخاص يتمتعون بكفاءات علمية تمكنهم من تأييد او معارضة فكرة او نشاط يهدف لخدمة المجتمع

8. الدراسات السابقة:

الدراسة الاولى:

دراسة باعلي سعيدة، بعنوان: دور الجمعيات الخيرية في تفعيل العمل التطوعي، دراسة ميدانية بجمعية كافل اليتيم الخيرية، جامعة احمد دراية "ادرار"، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في علم الاجتماع، تخصص علم الاجتماع التنظيم والعمل تحت اشراف بوكميش لعلي.⁹

لقد هدفت الدراسة الى ابراز دور الجمعيات الخيرية في تفعيل العمل التطوعي ممثلة في جمعية كافل اليتيم الخيرية كنموذج على المستوى المحلي حيث انطلقت من التساؤل الرئيسي الآتي:

- ما دور الجمعيات الخيرية في تفعيل العمل التطوعي؟

ولمعالجة أكثر دقة للموضوع، انبثق عن هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية التالية:

__ هل للجمعيات الخيرية دور حداثي في تفعيل العمل التطوعي؟

__ هل للجمعيات الخيرية دور تثقيفي توعوي في تفعيل العمل التطوعي؟

كما اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على الفرضيات التالية:

__ للجمعيات الخيرية دور في تفعيل العمل التطوعي.

⁹ باعلي سعيدة ، دور الجمعيات الخيرية في تفعيل العمل التطوعي دراسة ميدانية بجمعية كافل اليتيم الخيرية ، مذكرة ماجستير ،علم الاجتماع ،جامعة احمد دراية،ادرار ،اشراف بوكميش لعلي .

وانبثق عن هذه الفرضية العامة فرضيتين جزئيتين هما:

— تعمل الجمعيات الخيرية من خلال دورها الخدماتي في تفعيل العمل التطوعي.

— تعمل الجمعيات الخيرية من خلال دورها التثقيفي التوعوي في تفعيل العمل التطوعي.

معتمدين في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي الملائم لطبيعة هذه الدراسة وذلك بعد العودة الى نوع

هذه الدراسة واهدافها وكذلك طبيعة تساؤلاتها.

وباعتبار دراستها تتمحور حول الجمعيات الخيرية ودورها في تفعيل العمل التطوعي "فقد قامت باختيار الأدوات

الأكثر فعالية ودقة في جمع المعلومات بكل موضوعية، حيث اعتمدت في جمع البيانات على الملاحظة والاستبيان

والمقابلة. وقد اجريت الدراسة على عينة قصدية قوامها 110 متطوعا بجمعية كافل اليتيم الخيرية الفرع الولائي لولاية

ادرار.

وفي الأخير توصلت الى مجموعة من النتائج أبرزها:

— تقدم جمعيات كافل اليتيم الخيرية نشاطات تطوعية مادية وصحية لفائدة الأرامل والأيتام والمعوزين قصد

مساعدتهم على سد احتياجاتهم من هذه الخدمات.

— تساهم جمعيات كافل اليتيم الخيرية بالتكفل الصحي للمرضى، الأيتام والمعوزين وذلك من خلال تمكينهم

من الاستفادة من خدماتها الصحية التطوعية.

— الى جانب خدماتها التطوعية الصحية تعمل جمعية كافل اليتيم الخيرية على دعم الثقافة الصحية التطوعية

من خلال برامجها التوعوية والتحسيسية والصحية.

- 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.

- على الرغم من جهود جمعية كافل اليتيم الخيرية في مجال العمل التطوعي الا انه لازلت تواجهها العديد من المعوقات التنظيمية منها المالية والثقافية والتي تسعى جاهدة الى تجاوزها.

التعقيب على الدراسة:

كانت الدراسة واضحة وساعدتنا كثيرا من ناحية الجانب الإنساني، التطوعي الخيري وعلاقته بأمن المجتمع واستقراره، من خلال الاستفادة من الجمعيات الخيرية بأفضل الطرق بتعزيز ونشر قيمة العطاء بين المجتمعات وافادتنا كذلك في الجانب النظري.

كما اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي التحليلي والملاحظة والاستبيان والمقبلة كأدوات للبحث، بينما اعتمدت دراستنا على منهج الوصفي المسحي وأداة الاستبيان بالإضافة الى انا في بحثنا قمنا بإبراز دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز العمل التطوعي بأجراء دراسة على عينة من طلبة كلية العلوم الاجتماعية والانسانية بينما الدراسة السابقة اعتمدت على عينة أفراد ناشطين في جمعية كافل اليتيم الخيرية.

الدراسة الثانية:

دراسة محمدي خيرة، بحري خولة، بعنوان: ممارسات العمل التطوعي الخيري عبر مواقع شبكات الاجتماعية، دراسة تحليلية لصفحة الفاييسبوك الجمعيات الخيرية في الجزائر، جامعة الجزائر 03، مجلة الرسالة للدراسات الاعلامية، المجلد 04، العدد 02.¹⁰

¹⁰ محمدي خيرة، بحري خولة، ممارسات العمل التطوعي الخيري عبر مواقع شبكات الاجتماعية، دراسة تحليلية لصفحة الفاييسبوك الجمعيات الخيرية في الجزائر ، جامعة الجزائر 03، مجلة الرسالة للدراسات الاعلامية، المجلد 04، العدد 02

هذه الدراسة سلطت الضوء على الأعمال التطوعية عبر الجمعيات الخيرية وكيف تساعد وسائل الاتصال

الجماهيري في نشر اعمالها وتزمننا مع انتشار مواقع التواصل الاجتماعي والعمل بها عبر المعمورة.

حيث تمحورت اشكالية الدراسة الرئيسية في التساؤل الجوهري الآتي:

— كيف تمارس الجمعيات الخيرية الجزائرية نشاطها التطوعي الخيري عبر مواقع الشبكات الاجتماعية؟

تطرقت الباحثان من في هذه الدراسة الى البحث في مدى خدمة مواقع الشبكات الاجتماعية للعمل

التطوعي من خلال دراسة منشورات صفحة الفايسبوك الجمعيات الخيرية في الجزائر باعتماد عينة قصدية وذلك

باختيار صفحة الجمعيات الخيرية في الجزائر من خلال دراسة و تتبع ما ينشر عبر هذه الصفحة خلال فترة شهر

فيفري-مارس 2020، تنتمي هذه الدراسة الى البحوث الوصفية لأنها تهتم بالأساس بوصف محتوى الصفحة

الاجتماعية على موقع فايسبوك "الجمعيات الخيرية في الجزائر"، اما فما يخص ادوات البحث اعتمادا على الملاحظة

المباشرة الى جانب اداة تحليل المحتوى كأداة بحثية اساسية لجمع بيانات الدراسة .

ومن خلال الدراسة الوصفية والتحليلية لصفحة الجمعيات الخيرية في الجزائر استخلصا النتائج التالية:

— وظفت الصفحة كل مزايا الموقع لصالح تنشيط العمل التطوعي هذا ما اكدته الدراسة من خلال الاعتماد

بنسبة كبيرة في استخدام الوسائط المتعددة في عرض منشوراتها.

— الاعتماد على اللغة العربية بنسبة كبيرة، مما إثر بشكل ايجابي على منشورات الصفحة، وهذا ما زاد من

رسمتها خاصة وان للغة العربية تكون مفهومة بالنسبة للجميع.

— اهتمت الصفحة باستخدام الروابط التشعبية التي تزيد من امكانية تقديم معلومات أكثر تفصيل.

— تنوعت المواضيع التي طرحتها الصفحة من اجل تفعيل العمل التطوعي في الجزائر، وما زاد م اهمية

الصفحة هو عملها علو مواكبة الاحداث الآنية ففي وقت انتشار فيروس كورونا اخدت الصفحة حملة

التوعية والتحذير على عاتقها.

التعقيب على الدراسة: اتفقت دراستنا مع الدراسة السابقة من حيث اهتمامها باستعمال مواقع التواصل الاجتماعي بالتطرق إلى الخدمات والخصائص التي تقدمها كوسيلة اتصال حديثة. كما اختلفت دراستنا عن الدراسة السابقة من حيث العينة المخصصة للبحث حيث ركزت الدراسة الحالية على الطالب الجامعي بينما موضوع الدراسة السابقة شمل صفحة الجمعيات الخيرية في الجزائر، استفدنا فيها في الجانب النظري وكذلك صياغة فرضيات الدراسة.

الدراسة الثالثة:

دراسة د. فاطمة حسن سالم خليفة، اتجاهات طلبة جامعة الزاوية نحو العمل التطوعي، دراسة ميدانية، محاضرة بكلية التربية، جامعة الزاوية، مجلة كليات التربية العدد العشرون.¹¹

تهدف الدراسة الى التعرف على نظرة الطلبة جامعيين حول المساهمة في الاعمال التطوعية وابرار بعض الفوائد المتوقعة منها وذلك بالبحث عن فروق ذات دلالة احصائية بين متغيري (النوع التخصص العلمي) واتجاهات طلبة جامعة الزاوية نحو العمل التطوعي، ولمعالجة هذ الموضوع اعتمدت الباحثة مجموعة من التساؤلات نذكر منها:

1_ ماهي نظرة طلبة جامعة الزاوية نحو العمل التطوعي؟

2_ ما مستوى اسهام طلبة جامعة الزاوية نحو العمل التطوعي؟

3_ ماهي الفوائد المتوقعة من طلبة جامعة الزاوية نحو العمل التطوعي؟

اتبعت الباحثة في دراستها المنهج الوصفي المسحي نظرا لملائمته لطبيعة البحث واهدافه وتكونت عينة البحث من (170) طالبا وطالبة بنسبة (10%) من المجتمع الكلي، تم اختيارهم بطريقة طبقية نسبية حسب

¹¹ د. فاطمة حسن سالم خليفة، اتجاهات طلبة جامعة الزاوية نحو العمل التطوعي، دراسة ميدانية، محاضرة بكلية التربية، جامعة الزاوية، مجلة كليات التربية العدد العشرون .

تخصصهم لعلمي، تم بناء الاستبيان كأداة للبحث من طريق تحديد الأبعاد الرئيسة للاستبيان وصياغة فقراته حسب انتمائه لكل بعد.

اهم النتائج التي توصلت اليها هذه الدراسة:

- اشارت نتائج البحث الى ان اتجاهات طلبة جامعة الزاوية نحو العمل التطوعي كانت ايجابية.
- اكدت نتائج البحث على وجود فروق ذات دلالة احصائية بين متغير النوع واتجاهات طلبة جامعة الزاوية نحو العمل التطوعي لصالح افراد عينة الذكور.
- بينت نتائج البحث وجود فروق ذات دلالة احصائية بين متغير التخصص العلمي واتجاهات طلبة جامعة الزاوية نحو العمل التطوعي، لصالح افراد العينة الذين تخصصهم العلمي علوم انسانية.

التعليق على الدراسة:

تتفق هذه الدراسة مع الدراسة الحالية حول زرع روح التعاون والعمل التطوعي في الطلبة الجامعيين الا ان دراستنا تعمقت أكثر واهتمت أكثر بوسائل التواصل الاجتماعي كونها أكثر ممارسة وتوسع في العينة المختارة والتي هيا الطلبة الجامعيين.

9. منهج الدراسة:

بعد طرح تساؤلات الدراسة والتعرف على الاهداف التي سعت الى تحقيقها يستلزم ذكر المنهج المتبع في هذه الدراسة، بحيث تعتبر هذه الخطوة من اهم الخطوات في البحث العلمي والتي تضمن للباحث الوصول الى الحقائق المقبولة ونتائج دقيقة وأكثر مصداقية عن طريق الالتزام بتطبيق قواعد معينة، وقبل التعريف بالمنهج لابد ان نشير الى ان دراستنا تندرج ضمن البحوث الوصفية التي تدرس الوضع الراهن للظاهرة، او الظاهر المبحوثة ذات صلة بموقف معين.

ويعرف المنهج بأنه: وسيلة يمكن عن طريقها الوصول الى الحقيقة¹²

وما نعنيه بمنهج علمي هو مسعى الباحثين والباحثات في كل ميادين العلم. وما نعنيه بذلك هو أنهم، وبغض النظر عن خلافاتهم حول المناهج الخاصة التي يستعملونها، يشتركون جميعا في يفضلونها هذه الطريقة لها نفس الهدف وهو: التعمق أكثر في المعارف حول العالم وللقيام بذلك فان كل عضو من المجموعة العلمية ملزم بإخضاع على محك الواقع كل استدلال نريد من خلاله معرفة هذا الواقع.¹³

كما يعتبر الاختيار السليم للمنهج من الأساليب الناجعة لتحقيق الاهداف المحددة حول موضوع الدراسة ، وعليه فقد استخدمنا في دراستنا **المنهج الوصفي المسحي** كونه المنهج الأنسب للتعامل مع الدراسة الحالية و ذلك للوصول الى استنتاجات تساعد في تطوير المحتوى ، و ذلك من خلال وصف كامل و دقيق للوقوف على اتجاهات الطلبة نحو العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، و التطرق ايضا لأجراء عملية مسحية لعينة من الطلبة مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي والتعرف على دورها في توعية الشباب الجامعي بالعمل التطوعي ، عن طريق **تطبيق اداة الاستبيان** لرصد و تحليل البيانات وصولا للنتائج و التوصيات.

ادوات جمع البيانات:

للباحث عدة ادوات يستعملها في سبيل الحصول على مادة بحثه وتساعد في جمع أكبر قدر من المعلومات، فقد اعتمدنا في دراستنا على الادوات المنهجية الآتية:

الاستبيان:

هو تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في إطار خطة الموضوع، لتقدم الى المبحوث، من أجل الحصول على اجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة لتوضيح

¹² السيد احمد مصطفى عمر، البحث العلمي إجراءاته و مناهجه مكتبة الفلاح، القاهرة، 2002، ص166 .

¹³ موريس انجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ط2، دار القصة للنشر، الجزائر، 2004، ص102.

الظاهرة المدروسة، وتعريفها من جوانبها المختلفة.¹⁴ واعتمدنا على الاستبيان كأداة رئيسية لجمع بيانات كثيرة عن موضوع الدراسة، والتي كانت موجهة لطلبة كلية العلوم الاجتماعية والانسانية بمختلف المستويات والتخصصات. وتم تقسيم الاستبيان الى ثلاث محاور :

- بيانات شخصية : تتضمن اسئلة حول المتغيرات الآتية : الجنس، السن، القسم، المستوى الدراسي.
 - المحور الأول: بعنوان عادات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة الجامعين تضمن أسئلة من 1 إلى 7.
 - المحور الثاني: بعنوان تبني العمل التطوعي لدى مجتمع الطلبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تضمن أسئلة من 1 إلى 8 .
 - المحور الثالث: بعنوان مساهمة موقع الفايسبوك في تحفيز الطلبة على المشاركة في العمل التطوعي تضمن هو الآخر أسئلة من 1 إلى 10 .
 - عنصر تحكيم الاستبيان:
- للتحقق من الصدق الظاهري للاستبيان بعد الإنتهاء من تصميمه قمنا بعرضه في صورته الاولى على مجموعة من الاساتذة و أهل الإختصاص بغرض تحكيمه¹⁵ ، بعد التقييم و التحكيم تم تعديله في شكله النهائي وفقا لملاحظات المحكمين ليتم فيما بعد توزيع الاستبيان النهائي على المبحوثين بدءا من 10ماي الى غاية 17ماي .

10. مجتمع البحث والعينة:

ويقصد بذلك تحديد الافراد والجمهور الذي سيكون موضوع البحث، ومصدر المعلومات، وهناك مصدران للبيانات هما:

¹⁴ احمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام و الاتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، ط203، 1، ص220.

¹⁵ 1_ العربي بوعمامة ، أستاذ محاضر أ بقسم الإعلام و الإتصال، جامعة عبد الحميد ابن باديس.
2- صفاح أمال ، أستاذ محاضر أ بقسم الإ علام و الإتصال ، جامعة عبد الحميد ابن باديس.

المجتمع الاصلي:

هو مجموعة من المفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث.¹⁶ وعليه مجتمع دراستنا يتمثل في جامعة عبد الحميد ابن باديس بولاية مستغانم وعلى مجموعة من الطلاب والطالبات من مختلف الاطوار.

المعاينة:

تتضمن المعاينة مجموعة من العمليات تهدف الى بناء عينة تمثيلية لمجتمع البحث المستهدف. وعليه فالمعاينة الانسب لموضوع دراستنا هي المعاينة غير احتمالية، فهي نوع من المعاينة يكون فيها احتمال انتقاء عنصر من عناصر مجتمع البحث ليصبح ضمن العينة غير معروف والذي لا يسمح بتقدير درجة تمثيلية العينة المعدة بهذه الطريقة.¹⁷

العينة:

وهي جزء من المجتمع، او هي عدد من الحالات التي تؤخذ من المجتمع الأصلي وتجمع منها البيانات بقصد دراسة خصائص المجتمع الاصلي. وبهذه الطريقة فانه يمكن دراسة الكل عن طريق دراسة الجزء بشرط ان تكون العينة ممثلة للمجتمع المأخوذة منه.¹⁸ و عليه اعتمدنا في معالجتنا لموضوع اتجاهات الطلبة نحو العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي على العينة القصدية و التي توضح خصائص مجموعات جزئية محددة، حيث يختار الباحث الأفراد الغنيين بالبيانات و المعلومات بشكل مقصود شملت 100 طالب و طالبة من مختلف المستويات بكلية العلوم الاجتماعية و الانسانية بجامعة مستغانم.

11. مجالات الدراسة:

لكل دراسة مجالها المكاني والزمني والبشري

¹⁶ المرجع نفسه، ص332.

¹⁷ موريس انجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، المرجع السابق، ص 301-302.

¹⁸ موريس انجرس، المرجع نفسه، ص301.

المجال المكاني: أجريت هذه الدراسة في جامعة عبد الحميد ابن باديس بولاية مستغانم، وقد جاء اختيارنا لها كونها تتكون من عدة كليات اما مجتمع دراستنا تمثل في كلية العلوم الانسانية والاجتماعية بأقسامها المختلفة مما سهل علينا التقرب من الطلبة وجمع معلومات حول اهتمامات الطلبة بالأعمال التطوعية عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي.

المجال الزمني:

بدأت الإرهاصات الأولى موضوع الدراسة في بداية شهر ديسمبر وامتدت من شهر جانفي الى غاية 31 ماي. وتم فيها تحديد الإشكالية مع تكملة باقي خطوات الجانب المنهجي، والمادة النظرية من مراجع ومصادر والتقرب من الطلبة وإجراء الدراسة الميدانية بجامعة عبد الحميد ابن باديس والتي انطلقت من 05 ماي إلى غاية 27 ماي، تم من خلالها توزيع الاستبيان على مفردات العينة وبعدها قمنا بتفريغ وتحليل النتائج من 15 ماي الى غاية 26 ماي.

المجال البشري:

يتمثل المجال البشري في طلبة جامعة عبد الحميد بن باديس باعتبارهم الجمهور الداخلي الذي وجهت له الاستمارة والمتمثلين في طلبة العلوم الاجتماعية والإنسانية وطلبة الأدب العربي، طلبة العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير وكذلك شملت طلاب علوم التكنولوجيا.

الإطار النظري

الفصل الأول

الفصل الأول: مدخل إلى مواقع التواصل الاجتماعي

تمهيد.

المبحث الأول: نبذة عن مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الثاني: مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي

المبحث الثالث: خصائص وأنواع شبكات التواصل الاجتماعي

المبحث الرابع: الاستخدامات الايجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الخامس: أشهر مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك)

خلاصة الفصل الأول.

تمهيد:

شكل ظهور مواقع التواصل الاجتماعي حدثاً في حياة المجتمعات العصرية، وأصبح جزءاً لا يتجزأ من حياة تلك المجتمعات مما أسهم في تغير أوجه الحياة المختلفة في زمن قياسي، وأحدث طوفاناً معلوماتياً إذ أتاح طرق وأساليب انتقال المعلومات بين شعوب العالم عبر وسائل اتصال حديثة والتي تتميز بالسرعة والتفاعلية، وقلة الجهد والتكلفة، فأصبحت المسافة بين المعلومة والإنسان تقاس بالمسافة الفاصلة بين الحاسوب ولوحة المفاتيح، وبات البعض من هذه المواقع الأكثر زيادة في العالم بما في ذلك الفيسبوك.

وفي ضوء ما تقدم سيتناول هذا الفصل التعرف أكثر على هذا الموضوع بالتطرق إلى ماهية هذه المواقع وخصائصها وأنواعها وسلبياتها وإيجابياتها بالإضافة إلى التعرف على أهم موقع في مواقع التواصل الاجتماعي وهو الفيسبوك إذ حاولنا التفصيل فيه أكثر من خلال تعريفه وكيف كانت نشأته وأهم تطبيقاته وكذلك نماذج لمستخدمي الموقع إضافة إلى سلبياته وإيجابيات.

المبحث الأول: نبذة عن مواقع التواصل الاجتماعي

هي مواقع الكترونية على الشبكة العنكبوتية تؤسسها و تبرمجها شركات كبرى لجمع المستخدمين و الأصدقاء و لمشاركة الأنشطة و الاهتمامات ،و للبحث عن تكوين صداقات و البحث عن اهتمامات و أنشطة لدى أشخاص آخرين، معظم الشبكات الاجتماعية الموجودة حاليا هي عبارة عن مواقع ويب تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين ثل المحادثة الفورية و الرسائل الخاصة و البريد الالكتروني و الفيديو و التدوين و مشاركة الملفات و غيرها من الخدمات، و بات من الواضح أن تلك الشبكات الاجتماعية قد أحدثت تغيرا كبيرا في كيفية الاتصال و المشاركة بين الأشخاص و المجتمعات و تبادل المعلومات، و تلك الشبكات الاجتماعية تجمع الملايين من المستخدمين في الوقت الحالي و تنقسم تلك الشبكات الاجتماعية حسب الأغراض فهناك شبكات تجمع أصدقاء الدراسة و أخرى تجمع أصدقاء العمل بالإضافة لشبكات التدوينات المصغرة ، و من أشهر الشبكات الاجتماعية الموجودة حاليا twitter-my space-facebook و أيضا بوون وهاي فايف و أوركت و

google+¹

نشأة و تطور مواقع التواصل الاجتماعي:

في عام (1954م) صاغ جون بارنز "John Barnes" والذي كان باحثا في العلوم الإنسانية في جامعة لندن مصطلح الشبكات الاجتماعية، للدلالة على أنماط من العلاقات، تشمل المفاهيم التي يستعملها الجمهور بشكل تقليدي، و تلك التي يستخدمها علماء الاجتماع لوصف المجموعات البشرية كالقبائل والأسر.²

لم تظهر الشبكات الاجتماعية في عصر الإنترنت، ولكنها بدأت منذ أزمنة بعيدة، ذلك لأن الإنسان كائن اجتماعي بطبعه يحتاج إلى العلاقات الاجتماعية مع الآخرين من اجل البقاء، وقد ساهمت شبكة الانترنت في دفع

¹ ريهام علي نوير، العلاقات العامة و الإنترنت، الطبعة الأولى، دار الكتاب الجامعي، دولة الإمارات العربية المتحدة - الجمهورية اللبنانية، 2018، ص130.

² مرجع نفسه، ص130.

العلاقات الاجتماعية من الواقع المعاش إلى العالم الافتراضي بفضل تقنيات الجيل الثاني لشبكة الانترنت الذي يعتمد على مساهمة المستخدمين بالمحتويات على مواقع الانترنت.¹

وظهر الإنترنت في بداية التسعينيات واعتبرها البعض ثورة ثالثة، إما الثورة الرابعة، وأخر الصيحات في عالم

الكمبيوتر فكان ظهور مواقع التواصل عبر الشبكات الاجتماعية Online Social Network.²

وبعد اختراع شبكة المعلومات الدولية (الانترنت) في منتصف التسعينيات من القرن العشرين، بدأت أول شبكات

التواصل الاجتماعي بالظهور بشكلها الحديث مثل (Classmatrees.com) عام (1995م)، وهو موقع

اجتماعي للربط بين زملاء الدراسة، وكانت الغاية منه مساعدة الأصدقاء والزملاء الذين جمعتهم الدراسة في مراحل

حياتية معينة، وفرقتهم ظروف الحياة العملية في أماكن متباعدة، وكان هذا الموقع يلبي رغبة هؤلاء الأصدقاء

والزملاء في التواصل فيما بينهم إلكترونياً، وعضوية هذا الموقع مجانية.³

ثم ظهرت شبكة أكثر تطوراً وتفاعلية في العام (1997م) هي شبكة (Sixdegrees.com)، وتضمنت الشبكة

أدوات تساعد المستخدمين في العثور على المصادر على شبكاتهم الخاصة، إضافة إلى أدوات ثانوية مثل إدارة

الاتصال والعمل على الربط مباشرة بين الأشخاص، وتوقفت هذه الشبكة عام (2001م).⁴

وخلال الفترة ما بين (2002م) و (2004م) بلغت شعبية شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية عبر العالم ذروتها

من خلال ظهور ثلاثة مواقع كان أولها MySpace، تلاه موقع Friendster، ثم موقع Facebook الذي

ظهر عام (2003م) والذي أصبح بسرعة من أهم هذه المواقع الاجتماعية وأكثرها شعبية، وظهرت أنواع أخرى من

¹ ميمي محمد عبد المنعم توفيق، شبكات التواصل الاجتماعي (النشأة و التأثير)، اشراف د. سامية خضر صالح \ د. اسماء محمد نبيل، مجلة كلية التربية، جامعة عين شمس 193، العدد الرابع والعشرون، الجزء الثاني، 2018، ص 21.

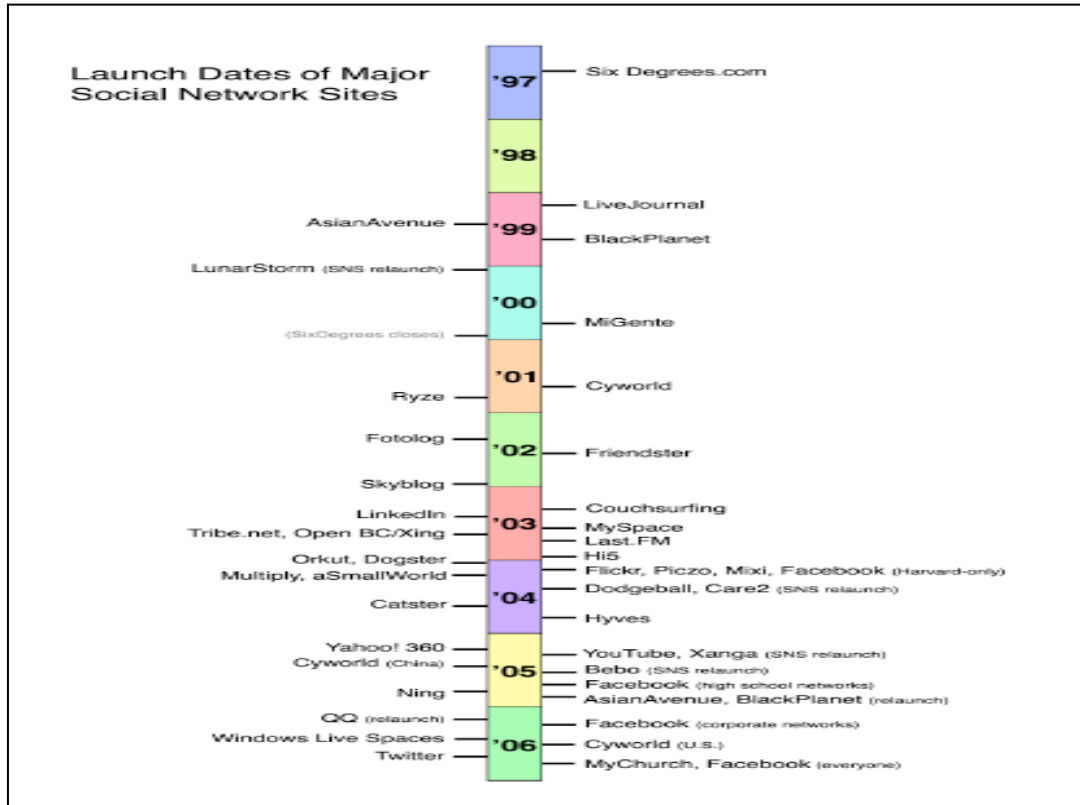
² عبد الحكيم بن عبد الله بن راشد الصوفي، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الحلقة الثانية من التعليم الأساسي في محافظة شمال الشرقية بسلطنة عمان و علاقته ببعض المتغيرات ، رسالة ماجستير ، ارشاد نفسي ، قسم التربية و الدراسات الإنسانية ، كلية العلوم و الآداب، اشراف د. محمد الشيخ حمود و آخرون، 2015، ص 10.

³ ربهام علي نوير، العلاقات العامة و الإنترنت، مرجع سبق ذكره، ص 131.

⁴ حاتم علي صالح، العلاقات العامة و الاتصال التفاعلي عبر المواقع الإلكترونية والاجتماعية، ط1، القاهرة، عالم الكتب، 2018م، ص 73.

الشبكات الاجتماعية التي تهتم بالصور مثل موقع "فلوكر" الذي ظهر عام (2004م) وموقع يوتيوب YouTube الذي ظهر عام (2005م) ويهتم بنشر مقاطع الفيديو.¹

تمكنت مواقع التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك، وتويتر، من جذب ملايين المستخدمين لإنشاء حسابات يستخدمونها بشكل يومي، ولأن الشبكات الاجتماعية تمتد في تسميتها من مفهوم بناء المجتمعات فهي تجذب الأجيال المعاصرة وخاصة جيل الشباب بحيث تقدم العديد من الخدمات مثل البحث عن الأصدقاء وتكوين صداقات، ورفع ملفات الفيديو، والصور، ومشاركتها مع الأصدقاء، وإنشاء مجموعات، مما يساهم في نشر واكتساب معلومات جديدة



شكل (1) يوضح تطور الشبكات الاجتماعية عبر الانترنت²

¹ميمي محمد عبد المنعم توفيق، شبكات التواصل الاجتماعي (النشأة والتأثير)، المرجع السابق، ص22.

² مريم نريمان نومان، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية و تأثيره في العلاقات الاجتماعية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، تخصص الاعلام و تكنولوجيا الاتصال الحديثة، اشراف د.جمال بن زروق، باتنة، 2012، ص51

المبحث الثاني: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي.

نظرا للانتشار الواسع الذي شهدته مواقع التواصل الاجتماعي خلال السنوات الأخيرة فقد تعددت هذه المواقع

وذلك لتلبية الرغبات وخدمة الأفراد، ويأتي في مقدمتها موقع **facebook**، **Myspace**، **LinkedIn**،

Twitter، وغيرها.

تعرف مواقع التواصل الاجتماعي على أنها شبكات الكترونية اجتماعية تتيح عملية التواصل بين مستخدميها وقد

وصفت هذه الشبكات الالكترونية بأنها اجتماعية نسبة للازدياد المتواصل في عدد مرتديها.¹

وتتعد تعريفات مواقع الشبكات الاجتماعية وتختلف من باحث إلى آخر حيث يعرفها بالاس **Balas**

2006 على "أنها برامج تستخدم لبناء مجتمعات على شبكة الانترنت أين يمكن للإفراد إن يتصلوا ببعضهم

البعض لعدد من الأسباب المتنوعة"، وبالمثل يعرف **preece** و**مالوني ك ريشمار-Maloney**

Krichmar(2005) مواقع الشبكات الاجتماعية على "أنها مكان يلتقي فيه الناس لأهداف محددة وهي

موجهة من طرف سياسات تتضمن عدد من القواعد والمعايير التي يقترحها البرنامج".²

وتعرف الشبكات الاجتماعية بأنها: شبكة مواقع فعالة جداً في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف

والأصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم البعض وبعد طول السنوات، وتمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي

وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطد العلاقة الاجتماعية بينهم.

أما مركز الدراسات الاستراتيجية في جامعة الملك عبد العزيز فعرفها بأنها وسيلة الكترونية حديثة للتواصل

الاجتماعي، إذ أنها تكون بنية اجتماعية افتراضية تجمع بين الأشخاص أو المنظمات تتمثل في نقاط التقاء متصلة

¹ عماد الدين تاج اسر، اللغة العربية ووسائل الاعلام المتعددة، بحث مؤتمر اللغة العربية الثاني، الامارات، ص3.

² Wasinee Kittiwongvivat, Pimonpha Rakkannan., facebooking your dream, Master Thesis(2010);p20.

بنوع محدد من الروابط الاجتماعية، إذ يجمع المشاركين فيها صداقة أو قرابة أو مصالح مشتركة، أو توافق في الهوية أو الفكر أو رغبة في التبادل المادي أو المعرفي".¹

ويشار إليها أيضا على أنها: الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية، بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الانترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للإفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم للعالم اجمع.²

وحسب بويد واليسون 2007 مواقع الشبكات الاجتماعية هي خدمات عبر شبكة الانترنت تسمح للإفراد بـ:³

- بناء شخصية عامة او شبه عامة من خلال نظام محدد.
 - توضيح لائحة خاصة بالمستخدمين الذين يشاركون الاتصال.
 - عرض واجتياز قائمة الاتصالات الخاصة والقوائم الخاصة بأخرين خلال نفس النظام.
- وكذلك عرفت الشبكات الاجتماعية بأنها: " مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت، ظهرت مع الجيل الثاني للويب 2.0 تتيح التواصل بين الأفراد في بنية مجتمع افتراضي، يجمع أفرادها اهتمام مشترك أو شبه انتماء (بلد - مدرسة - جامعة - شركة... الخ). يتم التواصل بينهم من خلال الرسائل، أو الاطلاع على الملفات الشخصية ومعرفة إخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحوها للعرض. وهي وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعي بين الأفراد، سواء كانوا أصدقاء نعرفهم في الواقع، أو أصدقاء نعرفهم من خلال السياقات الافتراضية.⁴

من خلال التعريفات السابقة لمواقع التواصل الاجتماعي نستخلص أنها تختلف في تعريفها من باحث إلى آخر وتشارك في عدد من النقاط وتختلف في أخرى، بحيث نجد إن مواقع الشبكات الاجتماعية هي مجموعة من المواقع

¹ ريهام علي نوير، العلاقات العامة و الانترنت، مرجع سبق ذكره، ص 133-134.

² بشرى جميل الراوي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير، جامعة بغداد، العراق د ط، ص 3.

³ Jamel alrshad. (2010):Towards a Taxonomy of Privacy Concerns of Online Social Network Sites Users, Master of Science Thesis, Stockholm, Sweden, p11. [online] kth.diva-

⁴ مريم نزيهان نومار المرجع السابق، ص 44.

التي تتيح للمستخدمين مشاركة النصوص والصور ومقاطع لصوت والفيديو فيما بينهم، فهي عبارة عن خدمات مفتوحة لردود الفعل وتبادل المعلومات والتعليقات وتسهل الوصول إلى المحتوى والاستفادة منه، بالإضافة إلى إمكانية التجمع والتواصل بالمحادثات الفورية بين جمهور المستخدمين.

المبحث الثالث: خصائص وأنواع شبكات التواصل الاجتماعي.

المطلب الأول: خصائص عامة لمواقع الشبكات الاجتماعية:

تتميز شبكات التواصل الاجتماعي بخصائص كانت سببا في انتشارها على مستوى العالم منها:¹

1. التفاعلية و التشاركية: يتسم التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي بالتفاعلية إذ يقوم كل عضو

بإثراء صفحته الشخصية سواء ما يتعلق بشخصيته (رياضة، أو أزياء، أو موسيقى)، أو ما يتعلق

بموطنه (أحداث سياسية ، خرائط أو صور لمدينته ، و بعض المعالم الأثرية) التي يرغب بتقديمها إلى

الآخرين، و تسمح شبكات التواصل الاجتماعي للأعضاء بمشاركة تلك المنشورات أو التعليق عليها

أو إبداء الإعجاب بها، و يكون بمقدور العضو الذي قام بالنشر مشاهدة ردود الآخرين، و مدى

تفاعلهم ، والرد عليهم مباشرة وقد يحدد ذلك التفاعل استمرار العضو بالتواصل، و مشاركة

المضامين مع الآخرين.

2. التلقائية: يتسم التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي بأنه تلقائي وغير رسمي أو متوقع، فليس

هناك تخطيط أو تنسيق للتواصل بين الأعضاء وكذلك عدم وجود لوائح وقيود تنظيمية تحكم ذلك

التواصل فهو يتسم بالتلقائية بين طرفي الاتصال.

3. قلة التكلفة: أن التسجيل في شبكات التواصل الاجتماعي مجاني فعلى صفحة الرئيسية لشبكة

الفيسبوك مكتوب "مجانى ويبقى مجانى".

¹ ربهام علي نوير ، مرجع سبق ذكره، ص 135-136.

4. سهولة الاستخدام: لا يحتاج العضو إلى مهارات خاصة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ومعظم شبكات التواصل الاجتماعي توفر صفحات خاصة باللغة الرسمية لكل مجتمع.
5. الحضور الدائم غير المادي: إذ لا تتطلب عملية الاتصال الحضور الدائم، إذ يمكن للعضو الاتصال بالعضو الآخر عن طريق ترك رسالة نصية، أو صور أو معلومات عن أفلام أو موسيقى وأغنيها من مجالات اهتمام الشخص الآخر الذي يكمن إن يرد عليه بالطريقة نفسها من دون أن يلتقيا في وقت متزامن، كما يمكن لهما الاتصال مباشرة، وهذا لا يتوافر في وسائل الاتصال التقليدية التي تشترط التزام للقيام بعملية التواصل بين طرفي الاتصال.
6. الانتفاخ: يمثل المحتوى المرسل من المستخدمين أغلبية المحتوى المنشور على مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك يزيد الرغبة لدى الأعضاء بالمزيد من التواصل والتفاعل والمشاركة لأنهم هم من يقوم بعملية إنتاج المحتوى، عكس وسائل الإعلام التقليدية التي يمثل بها الشخص دور الملتقى أو المستهلك للمحتوى.
7. دعم التجمعات: أي تتوافر في شبكات التواصل الاجتماعي خدمة تتيح للأشخاص بإنشاء مجموعات تشترك بالاختصاص أو الانتهاء الديني أو الاجتماعي مثل الفيسبوك.
8. المرونة: إمكانية فتح تلك الشبكات عن طريق الهواتف المتنقلة فلا يشترط وجود جهاز حاسوب للولوج لتلك الشبكات بل إن الشركات المنتجة للأجهزة المحمولة أصبحت تضمن تشغيل تطبيقات خاصة تسمى برامج التواصل الاجتماعي.
9. عالم افتراضي للتواصل: إن شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت تراحم الجلسات والمجالس العائلية والاجتماعية، ولم يعد السفر مشروطاً لرؤية الأصدقاء، أو سماع أصواتهم أو للبيع والشراء أو الدراسة.

10. إذابة الفواصل الطبقيّة: إذ توفر شبكات التواصل الاجتماعي فرصة للاتصال بالدعاة، وطلبة

العلم، والأدباء، والعلماء بصورة مباشرة دون وسائط.

ومن بين خصائص مواقع الشبكات الاجتماعية أيضا:¹

- تشتمل هذه الشبكات على مجموعة غير متوقعة من المشاركين.

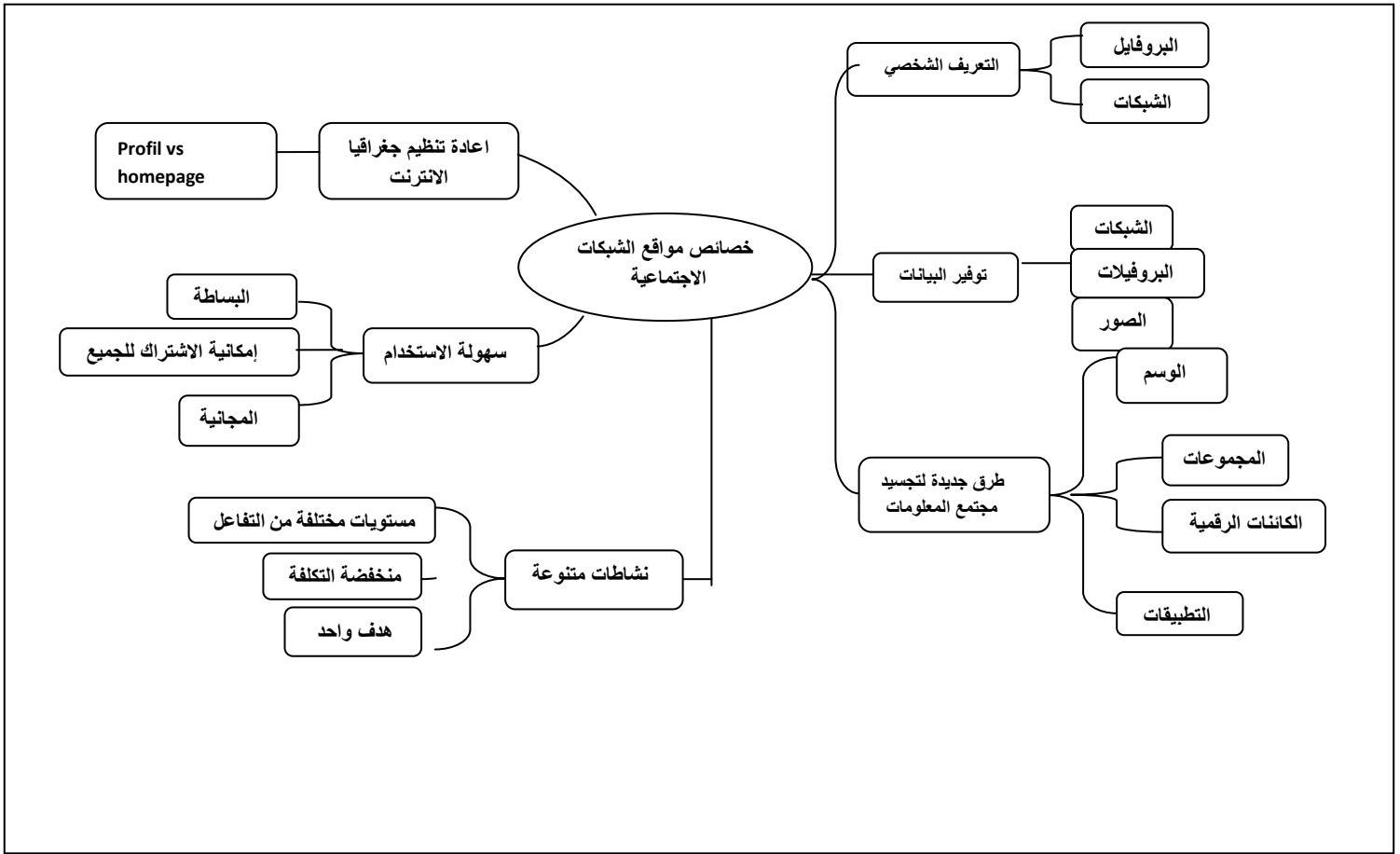
- يتبادل الأعضاء عدد غير منظم من المعلومات.

- كل الأعضاء يعملون على تطوير الحاجة إلى المعلومات.

وبسبب الطبيعة الديناميكية للشبكات الاجتماعية على الانترنت استطاعت هذه المواقع أن تحافظ على تطور

المشاركين وكذا محتوى المعلومات.

¹Amy Y. Chou, David C. Chou :op cit, p336.



الشكل (2) يمثل خصائص مواقع الشبكات الاجتماعية.¹

¹ مريم نيمان نومار، المرجع السابق، ص 54.

المطلب الثاني: أنواع مواقع الشبكات الاجتماعية :

1- حسب غرض استخدامها:¹

أ- **مواقع عامة General**: وهي وسيلة للالتقاء والتعارف بالأصدقاء ومشاركة المحتوى والاهتمامات الخاصة والعامة والاستخدام الشخصي والعام " التجاري - المهني - الإعلامي " ومنها: (Orkut،Facebook ،Myspace).

ب- **مواقع مهنية Practice**: وهي شبكات اجتماعية خاصة بالمهنيين والمبدعين وممارسي وظائف معينة: مثل (Plasco-Linkedin).

ت- **مواقع خاصة باهتمامات محددة**: وهي مواقع يتم إنشاؤها لأغراض واهتمامات مشتركة مثل: مواقع الألعاب - الرياضة - السياسة - التجارة، وهذه المواقع: Social

Pick& Stock Market Sites

ث- **مواقع التقارب**: وهي شبكة مكونة من مجموعة من الأشخاص الذين يعرفون على أنفسهم ن وينشرون خصائصهم الديمغرافية، ومنها مواقع التعارف والزواج.

ج- **الرعاية**: وهي مجتمعات الكترونية يتم إنشاؤها لأغراض تجارية أو حكومية، أو اغراض غير ربحية

2- حسب طبيعتها وتشمل:²

أ- مواقع التواصل الاجتماعي المتعارف عليها.

¹ حاتم علي الصالحي ، العلاقات العامة و الاتصال التفاعلي ، المرجع السابق ، ص74.

² ريهام على نوير ، المرجع السابق ، ص 138.

ب- المدونات. (صفحة ويب على الإنترنت تظهر عليها التدوينات - مدخلات مؤرخة ومرتبطة ترتيباً

زمنياً تصاعدياً) تستخدم لنشر وتلقي الأخبار والتفاعل معها سواء كانت أخبار شخصية أو عامة.

ت- الويكي. (بشكل منطقي عن طريق روابط الكترونية، من أفضل الأمثلة موقع ويكيبيديا

الموسوعة العلمية والتي بنيت من قبل مستخدمين عن طريق مشاركة المعلومات).

المبحث الرابع: الاستخدامات الايجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي.

المطلب الأول: الاستخدامات الايجابية والسلبية.

1- الاستخدامات الايجابية:¹

أ- توسيع دائرة العلاقات العامة: من فوائد مواقع التواصل الاجتماعي أنها أداة مفيدة وفعالة في

تشكيل أصدقاء جدد، وتسهيل التواصل مع الأصدقاء الذين انقطع الاتصال بهم، أو مع الأشخاص

الذين لا يمكن مقابلتهم شخصياً، مما يوفر عناء الوصول إليهم.

ب- تقليل الحواجز التي تعيق الاتصال: يُمكن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لنقل الأفكار

والآراء المتعلقة بموضوع معين لعدد كبير من الأشخاص وبطريقة سهلة، وذلك من أي مكان، وفي أي

وقت، كما تساعد خاصية مشاركة الرأي المتاحة على وسائل التواصل الاجتماعي على فتح الأبواب

لتبادل الآراء وتوسيع فرص المشاركة في التعبير عن الرأي.

ت- وسيلة لتشكيل رأي عام فعال: تُعد مواقع التواصل الاجتماعي بما تؤمنه من تفاعل واسع بين

المجموعات وسيلة لتشكيل رأي عام مساند لبعض القضايا، وهو الأمر الذي ينتج عنه تغيير إيجابي في

بعض مناحي الحياة.

¹موقع الكتروني، <https://mawdoo3.com> ، سلبيات و ايجابيات مواقع التواصل الاجتماعي ، يوم 2022/03/02، سا 16:23.

ث- وسيلة فعالة للترويج: تستخدم الشركات التجارية الشبكات الاجتماعية كأداة جيّدة من أجل

الترويج لسلعها، حيث يوجد العديد من التطبيقات المختصة بالترويج للخدمة أو سلعة معينة وبتكلفة أقل، ممّا يؤدي إلى زيادة الأرباح وبأقل التكاليف.

ث- متابعة أخبار العالم: أدّى تطور شبكات التواصل الاجتماعي إلى عدم انتظار الشخص

أخبار السّاعة السادسة على شاشة التلفاز، أو انتظار وصول الجريدة، بحيث يمكن معرفة آخر الأخبار والمعلومات من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.

ج- مساعدة رجال الأعمال والشركات: تُمكن شبكات التواصل الاجتماعي رجال الأعمال

والمنظّمات المختلفة من التواصل مع العملاء، وبيع منتجاتهم، وتوسيع نطاق خدماتهم؛ فهناك الكثير من رجال الأعمال والشركات التي تزدهر بشكل كامل على الشبكات الاجتماعية، ولا تكون قادرة على العمل بدونها.

بالرغم من كل الايجابيات التي تتمتع بها شبكات التواصل الاجتماعي في الكثير من المجالات وذلك

إن أحسن الفرد لاستخدامها، والتي تتمثل أبرزها في توسيع دائرة العلاقات الاجتماعية وتقليل الحواجز

التي تعيق الاتصال كما أنها تعد ويسله لتشكيل الرأي العام وتمكن المستخدمين من الاطلاع على

أخبار العالم وتساعد رجال الأعمال والشركات في متابعة إعمالهم والترويج لها، إلا أن ذلك لا يعني أنها تخلو من السلبيات.

2- الاستخدامات السلبية:¹

أ- الخصوصية: هناك دواعي عديدة للقلق فيما يتعلق بخصوصية الأفراد المشاركين في خدمات

الشبكات الاجتماعية، إذ يقوم العديد من المشتركين بالبوح بالكثير من المعلومات الشخصية، التي

¹ ريهام علي نوير، المرجع السابق، ص 136-137.

قد تتعرض للسرقة من جهات وأشخاص وكذا الاعتداء على صفحات المشتركين بالفيروسات الالكترونية، وتعريض المشتركين إلى الأذى.

ب- **إضاعة الوقت:** إن الطبيعة الاجتماعية للبشر تدفعهم إلى الاندفاع إلى شبكات التواصل الاجتماعي والتجول بين الصفحات والتعليق على المنشورات والإعجاب بها من دون إن يشعروا بالوقت.

ت- **ضعف الثقة:** لا يستطيع المشترك أن يشعر بالانتماء إلى جماعة أو مجتمع لا يثق بأحد من أفرادها ولا يشعر بالأمان فيه، من هنا تبقى العلاقات في شبكات التواصل الاجتماعي هشّة ما لم تتأسس على علاقات سابقة في العالم الواقعي.

ث- **العزلة الاجتماعية عن العالم الواقعي:** لهيمنة القيم المادية وانشغال الجميع بتأمين متطلبات الحياة.

المطلب الثاني: الاستخدامات الشائعة لمواقع التواصل الاجتماعي.

1- استخدام الشباب لمواقع التواصل:

أعطت مواقع التواصل الاجتماعي قرصا هامة للانتقال بالأفكار فيما بين الشباب ومشاركتهم لبعضهم البعض عبر الحدود بلا رقابة، وأستخدم الشباب المواقع لتقريب الشحنة الانفعالية والعاطفية، خاصة وقت المحن أو الأزمات، وبدأت تظهر لديهم موجة من النضح وأصبح الشباب يتبادلون وجهات النظر.¹

وبهذا المعنى فإن مواقع التواصل الاجتماعي تمثل العامل الأساسي للتغيير عبر المواقع و لتصبح عاملا هاما في تهيئة الاتصال و طريقا لتكوين الوعي ، ونقل المعلومات و الأخبار بين أفراد المجتمع فالمضمون الذي يتوجه به المستخدمون عبر رسائل إخبارية أو ثقافية أو ترفيهية أو غيرها، لا يؤدي بالضرورة إلى إدراك الحقيقة فقط، بل أنه

¹ فؤادة عبد المنعم البكري، العلاقات العامة الإلكترونية، ط1، القاهرة، عالم الكتب، 2018م، ص164

يسهم في تكوين الحقيقة و حل اشكالياتها، لذلك يتزايد الاهتمام بمواقع التواصل الاجتماعي ، حيث تستخدم من جميع الفئات مواقع Facebook،Twitter، وهي الأكثر استخداما و هناك العديد من الشباب تستخدم مواقع أخرى للنشر من خلالها مثل Flickr،LinKed in، وغيرها.¹

إن مواقع التواصل الاجتماعي، ممكن أن تُسهم في إعلاء قيم المعرفة والنقد والمراجعة وحوار الذات، وهي القيم التي ينطلق منها أي مشروع تنموي ثقافي وتعد مواقع التواصل الاجتماعي إعلاماً بديلاً كون الموقع يتيح للشباب تحديداً أن يمارسوا فيه النقد ويولدوا أفكاراً وأساليب لها أهميتها، وأيضاً طرقاً جديدة للتنظيم والتعاون والتدريب بين أفراد المجتمع. وربما الأكثر أهمية، لأنه البديل يتناول الموضوعات الحساسة في الآليات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والتوترات بين السيطرة والحرية، وبين العمل والبطالة، وبين المعارضة والحكومة، ومن ثم يتضاءل البديل إلى أن يصبح نمطاً، للاتصال الجماهيري.²

وعليه تعتبر هذه الفضاءات التواصلية الأكثر إقبالا واستخداما بين الجمهور وخاصة الشباب الذين ينخرطون فيها لتوصيل آراءهم وأفكارهم بشكل مكتوب أو مسموع أو مرئي، وذلك من اجل المطالبة بتحسين إيقاع الحياة من مختلف جوانبها.

2- استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الاحتجاجات:

أحدثت مواقع التواصل الاجتماعي تطوراً كبيراً ليس فقط في تاريخ الإعلام ، وإنما في حياة الأفراد على المستوى الشخصي والاجتماعي والسياسي، وجاءت لتشكيل عالماً افتراضياً يفتح المجال على مصراعيه للأفراد والتجمعات والتنظيمات بمختلف أنواعها، لإبداء آرائهم ومواقفهم في القضايا والموضوعات التي تهمهم بحرية غير مسبقة، واستطاعت هذه المواقع أن تمد المواطنين بقنوات جديدة للمشاركة في الأنشطة السياسية، الأمر الذي يجعل من السياسة شأنًا عاماً يمارسه معظم أفراد الشعب دون أن يكون مقتصرًا على فئات دون أخرى، وذلك لأن هذه

¹ المرجع نفسه، ص164.

² موقع الكتروني ، <http://www.addustour.com>، استخدامات الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي ، يوم 2022/03/04، سا 18:54.

المواقع تشجع الأفراد غير الناشطين أو الفاعلين سياسياً على المشاركة في الفعاليات السياسية، بحيث يمكن القول أنها يمكن أن تكون صوتاً سياسياً للمواطن العادي وغير العادي¹

أتاحت شبكة الانترنت التواصل مع العالم بغير قيود، و مكنت الجميع من الاطلاع على أوضاع البلاد الأخرى ، وإتقان عملية التشبيك بين مجموعات متعددة على مستوى العالم وعلى صعيد البلاد العربية أيضاً، و أتاحت الفرص في التخطيط للقيام بالمظاهرات الاحتجاجات بين الشباب مستخدمين في ذلك الفيسبوك التي بدأت كشبكة علاقات اجتماعية ، وسرعان ما تحولت لتصبح شبكة ثورية يجتمع الشباب الثائرون على أوضاعهم في رحابها يخططون و ينفذون و يخرجون من الفضاء المعلوماتي إلى المجتمع الواقعي من أجل التعبير عن أنفسهم، هذا الانفجار الذي حدث في تونس ثم ليبيا لم يكن انفجاراً فضائياً أثمرته شبكة المعلوماتية و لكن كان انفجاراً سياسياً أساسه العدالة الاجتماعية و الكرامة الإنسانية، وساعدت عليه الشبكات الاجتماعية التي أستخدمها الشباب للتعبير عن أنفسهم و عن مطالباتهم²

المبحث الخامس: أشهر مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك).

المطلب الأول: تعريف الفيسبوك.

فيسبوك (Facebook) عبارة عن شبكة اجتماعية يمكن الدخول اليه مجاناً وتديره شركة " فيسبوك " محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها.

1 ابن شافي سمير الشرفات، اثر مواقع لتواصل الاجتماعي على الاحتجاجات العربية، مجلة المنارة للبحوث و الدراسات، المجلد(23) العدد(1)، 2017، ص 18

² فؤادة عبد المنعم البكري، المرجع السابق، ص165

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 الرسائل إليهم، وأيضاً تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم.¹

ويعرف قاموس الإعلام والاتصال **dictionary of media and communication** "فيسبوك"

facebook على أنه " موقع خاص بالتواصل الاجتماعي أسس عام 2004 ويتيح نشر الصفحات الخاصة profiles وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين لكنه اتسع ليشمل كل الأشخاص.

كما يعتبر موقع فيسبوك أحد مواقع التواصل الاجتماعي و الذي أسسه مارك زوكربيرج سنة 2004م عندما كان طالبا في جامعة هارفارد ، و يزيد عدد مستخدمي الفيسبوك عن 800 مليون مستخدم في كافة أنحاء العالم و بأكثر من 70 لغة، و يشترط الموقع أن يكون المستخدم قد تجاوز سن الثالثة عشر، ويضم الموقع بين مستخدميه شريحة الكبار و الصغار على حد سواء ، ولا يقتصر استخدامه على الأفراد، بل هناك الكثير من الشركات و المنظمات و الحكومات في مختلف أنحاء العالم التي تستخدم الموقع في إرسال الرسالة التسويقية وجمع التبرعات الخيرية و التواصل مع العملاء و الأعضاء.²

ويعد موقع الفيسبوك facebook أكثر الشبكات الاجتماعية شعبية على الانترنت و يقدم خدمات تفاعلية لمستخدميه مثل : المحادثات الفورية ، الرسائل الخاصة ، البريد الإلكتروني و تبادل الصور و الفيديو و الصور و مشاركة الملفات ، وهو موقع فتوح لكل من يرغب بالتسجيل من جميع أنحاء العالم بشكل مجاني ، فالموقع بشكله و مضمونه قد احدث هزة في الكثير من الأوساط خاصة السياسية والاجتماعية والأمنية بالنظر لكونه واحة لتبادل

¹ ريهام علي نوير، المرجع السابق، ص138.

² أن كولير، دليل اولياء الأمور باستخدام الفيس بوك ، مصر 2012، ص04.

الأفكار والمعلومات والآراء والتنبؤات ، بشكل خلاصة غنية بالمعلومات عما يدور في المجتمعات من أحداث، هذا فضلا عن النشاط الإعلاني الواسع المتواصل لهذا الموقع عبر مختلف المواقع الالكترونية و محركات البحث .¹

بلغ عدد مستخدمي الناشطين في العالم إلى غاية جويلية 2011 حوالي 800 مليون مستخدم، تشير

الإحصائيات إلى أن 11% من سكان العالم يملكون حساب في الفايسبوك يدخل 50% الى الفايسبوك يوميا،

ومتوسط عدد الاصدقاء للمستخدم الواحد 138 و 80 صفحة ومجموعة مشترك بها وتثير الإحصائيات انه 20

مليون تطبيق يسجل يوميا في الفايسبوك وخلال 60 ثانية فقط:

- 510 ألف مستخدم يضع التعليقات.
- يتم تحديث 293 ألف حالة.
- يتم تحميل 163 ألف صورة.
- 30 بليون قطعة محتوى يتم مشاركتها في الشهر.
- 50 % من المشاركين الذين تتراوح اعمارهم بين 18 و 34 سنة يفتحون صفحة " الفايسبوك " بمجرد استيقاظهم من النوم.²

مما سبق يتضح أن الفيسبوك من أشهر وأكبر مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة في الآونة الأخيرة، فهذه

المواقع تمكن المستخدمين من التواصل مع أعضاء آخرين والاتصال بأصدقائهم في الشبكة نفسها والسماح لهم

بالوصول إلى ملفاتهم الشخصية التي تتضمن الصور والبيانات التفصيلية وغيرها، كما ساعد على ربط العديد من

الناس مهما اختلفت مواقعهم وأماكنهم وأوقاتهم للتفاعل اتجاه أغراض تعليمية أو اجتماعية أو لقيادة حملات

توعوية مجتمعية وهذا ما سنتطرق إليه من خلال دراستنا.

طاهر حسن أبو زيد، دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية ، رسالة ماجستير ، جامعة الأزهر ، غزة ، فلسطين ، 2012 ، ص25.

² مريم نريمان نومار، المرجع السابق، ص59.

المطلب الثاني: النشأة والتطور.

ترجع فكرة إنشاء موقع الفيسبوك إلى الأمريكي مارك جزكريج؛ وقد كان طالباً بجامعة هارفارد الأمريكية، وقد استعان باثنين من زملائه بالجامعة وهما: (داستين موسكوفيتز، وكريس هيوز)، حيث قاموا بتصميم موقعاً للتواصل بين طلاب الجامعة ليتمكنهم من تبادل أخبارهم وصورهم وآرائهم.

وقد انطلق موقع الفيسبوك في البداية من موقع فيس ماش Face Match التابع لجامعة هارفارد، وهو موقع يعتمد على نشر صور لمجموعة من الأشخاص ثم يتم اختيار رواد الموقع للشخص الأكثر جاذبية من بين تلك الصور، وقد قام مارك جزكريج بابتكار الفيس ماش Face Match في 28 أكتوبر عام (2003)، وقد كانت العضوية قاصرة في البداية على طلاب جامعة هارفارد .

وقد انطلق موقع الفيسبوك بمسماه الحقيقي (feedback): في فبراير عام (2004)، وهو موقع يتبع شركة فيسبوك الخاصة، ويسمح هذا الموقع بالانضمام إلى عدة شبكات فرعية من نفس الموقع تصب في فئة معينة مثل منطقة جغرافية محددة أو مدرسة معينة، وغيرها من الأماكن التي تساعد على اكتشاف المزيد من الأشخاص الذين يتواجدون في نفس فئة الشبكة، كما أنه يعمل على تكوين مجموعات من الأصدقاء، ويساعدهم على تبادل المعلومات والصور ومقاطع الفيديو، ويسهل إمكانية تكوين علاقات في فترة قصيرة، ويساعد على الاشتراك في شبكة أو أكثر على الموقع نفسه؛ مثل المدارس أو أماكن العمل أو مناطق جغرافية أو مجموعات اجتماعية.

وبدأ الفيسبوك التحول إلى الانفتاح تدريجياً؛ ليمتد ليشمل الكليات في مدينة بوسطن، وجامعة آيفي ليغ، وجامعة ستانفورد، ثم اتسعت دائرة الموقع لتشمل أي طالب جامعي، ثم شملت طلاب المدارس الثانوية بداية من سبتمبر عام (2005).

واستمر موقع الفيسبوك في اقتصره على طلاب الجامعات والمدارس الثانوية لمدة سنتين، ثم قرر جزكريج أن يخطو خطوة أخرى للأمام؛ وهي أن يفتح أبواب موقعه أمام كل من يرغب في استخدامه، وكانت النتيجة طفرة في

عدد مستخدمي الموقع؛ إذ ارتفع العدد من (12) مليون مستخدماً في شهر ديسمبر عام (2006) إلى أكثر من (40) مليون مستخدماً في بداية عام (2007).

ثم أخذ موقع الفيسبوك في الانتشار والتطوير في تقنياته، وتعددت اللغات التي يدعمها حتى أصبح الفيسبوك أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً، وأخذ في الانتشار حتى فاق عدد مستخدميهِ المليار ومائة مليون مستخدماً بنهاية ديسمبر عام (2012)، وتربع الفيسبوك على عرش مواقع التواصل الاجتماعي من عام (2009) وحتى (2013) ويعد الأكثر زيارة لدى المصريين عام 2012 وفقاً لتقرير وكالة أليكسا لإحصائيات الإنترنت عبر موقعها الرسمي (www.alexa.com):

نستنتج من العرض السابق الانتشار الكبير لشبكة الفيسبوك واحتلالها قمة شبكات التواصل الاجتماعي من حيث عدد زائري مواقع الإنترنت عامة، كما أنها اكتسبت ثقة المصريين فأصبحت أكثر مواقع الإنترنت زيارة بمصر عام (2012)، ويمكن إرجاع ذلك لما توفره الشبكة من تقنيات وخدمات تلي من خلالها تطلعات مختلف فئات المجتمع العالمي، وتحقق أهداف معظم مستخدميها، كما أنها نوعت في خدمات بناء وعرض المحتوى المنشور من خلالها وطرق التواصل حوله.

وتوصلت نتائج دراسة دونمس (Donmus2010) أن المحتوى المنشور على شبكة الفيسبوك يفوق جميع مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى مجتمعة؛ فتقدر الدراسة أن ما ينشر كل شهر من صور ومقاطع فيديو على الشبكة يتعدى (850) مليون صورة ومقطعاً للفيديو، وما يتم تحميله شهرياً من تلك الصور يتعدى سبعة ملايين صورة ومقطعاً للفيديو أيضاً، بالإضافة لملايين النصوص المكتوبة والملفات المرسلة عبر الشبكة.

ويرجع هذا التطور الكبير الذي طرأ على شبكة الفيسبوك إلى قدرة الشبكة على التوظيف الأمثل لتقنيات الويب (2.0)؛ وما تتيحه من تمكين المستخدمين من التفاعل والتأثير والبناء والتعديل؛ فكانت نقلة نوعية في

شبكة الفيسبوك، كما أنها أكبر مواقع التواصل الاجتماعي تديماً للغات العالمية حتى أصبحت تدعم أكثر من مائة لغة حول العالم ومن بينها اللغة العربية مما ساعد كثيراً في زيادة شعبيتها.¹

المطلب الثالث: سمات موقع الفيسبوك.

يتضمن الفيسبوك عدد من السمات التي تتيح للمستخدمين إمكانية التواصل مع بعضهم البعض، ومن بين

هذه السمات:²

- **سمة wall أو لوحة الحائط:**

وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء

إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم.

- **سمة Pokes أو النكزة:**

تتيح للمستخدمين إرسال "نكزة" افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض (وهي عبارة عن إشعار

يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به).

- **سمة Photo أو الصور:**

الصور التي تمكن المستخدمين من تحميل البومات والصور وأجهزته إلى الموقع.

- **سمة Status:**

الحالة التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت

الحالي.

- **سمة التعليقات الفيسبوك Facebook:**

¹ موقع الكتروني ، kenanaonline.com ، يوم 2022/03/12 ، سا 20:38.

² ربهام علي نوير، المرجع السابق، ص147، 146.

هي خاصية متعلقة بالتدوين تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها.¹

● الإشارة Tage:

خاصية الإشارة المتاحة في الصور والفيديو، بحيث يمكن أن تلفت أتباه أصدقائك عبر الإشارة لهم في

صورتك أو مقطع الفيديو المحمل عبر الفايسبوك بالتالي سترسل إن لم يكن إي تحديث.

● سمة الإعجاب Like:

خاصية معجب أيضا متاحة بنفس آليات التعليقات المتاحة بين الأصدقاء والمجموعات والصفحات

المنضمين إليها، ذلك يعتمد أيضا على الصلاحيات الممنوحة يمكن للمستخدم ان يقوم بعمل معجب

على إي نص أو صورة أو فيديو لأصدقائه وتتميز خاصية معجب بسهولة استخدامها.²

المطلب الرابع: أهمية موقع الفايسبوك.

يكتسب موقع الفايسبوك أهمية كبيرة وعظيمة جدا للعالم، وذلك بسبب التطور الهائل للعالم الافتراضي على مواقع

التواصل الاجتماعي الذي جعل العالم كدفتر يمسكه الفرد بيده من هنا يمكن حصر أهمية الفايسبوك فيما يلي:³

1-1 لبقاء على اتصال مع الأهل والأصدقاء:

يساعد الفيسبوك في إبقاء الفرد على اتصال مع أهله وأصدقائه الذين ليسوا قريبين منه، حيث يعتبر الفيسبوك

موقعا إخباريا شخصيا يتضمن قصصا وأحداث تدور حول الأشخاص المعروفين للشخص، ويتم ذلك من خلال

قيام مستخدمي الفيسبوك بنشر الصور والتحديثات المتعلقة بأمو حياتهم المختلفة على صفحاتهم الخاصة على

الفيسبوك، ثم تظهر هذه التحديثات على موقع الفيسبوك، وتكون مرئية من قبل جميع الأشخاص الذين يتشاركون

¹ علي خليل شفرة ، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي) ، دار أسامة لنشر و التوزيع، الأردن ، عمان ،1، 2014، ص67.

² عباس محمد السادس ، الإعلام الجديد، دراسة مداخله و نظرياته ، دار الشروق للنشر و التوزيع ، دط،الأردن ، 2004، ص112.

³ موقع الكتروني، <https://mawdoo3.com/> ، يوم 2022/03/12، سا 22:02.

الصدقة على الموقع، وبمجرد فتح الشخص لحسابه على الفيسبوك أو تحديث صفحته؛ ستظهر له جميع منشورات الأصدقاء ومشاركاتهم، ويمكن للأصدقاء كتابة ملاحظة صغيرة أسفل هذه المشاركات.

يمكن للأصدقاء التواصل عبر صفحات الفيسبوك من خلال إرسال الرسائل الخاصة الشبيهة برسائل البريد الإلكتروني، ولكن يتم إرسالها عبر حساب الفيسبوك بدلاً من البريد الإلكتروني، وبذلك يعتبر الفيسبوك من أفضل الوسائل التي تمكن الفرد من البقاء على اطلاع ومعرفة بجميع أمور حياة أهله وأصدقائه حتى لو لم يكن قريباً منهم.

2- الصحافة:

يعتبر موقع الفيسبوك أحد أهم المواقع الإخبارية على الإنترنت، حيث إنه وفقاً لدراسة قام بها مركز بيو للأبحاث (Pew Research Center)؛ فإن موقع الفيسبوك يعتبر من أفضل المواقع الإخبارية على الإنترنت، حيث تلجأ العديد من المؤسسات والشركات الراسخة إلى استخدامه في مجال أعمالها، وتتلقى أعداد كبيرة من الزيارات على صفحاتها، مما يدل على قدرة وسائل الإعلام الاجتماعية على التطور، وتزويد القراء بالمعلومات التي يهتمون بها.

3- التسويق والإعلان:

تلجأ العديد من المؤسسات والشركات إلى استخدام الفيسبوك كوسيلة للإعلان والتسويق، حيث يعتبر الموقع أحد الطرق الأكثر أهمية في الترويج والتسويق، كما يلجأ الكثيرون إلى استثمار من خلال استخدامه في نشر الإعلانات للعديد من العملاء المختلفين، كما يعتبر أحد الطرق التي تمكن أصحاب الأعمال من البقاء على تواصل مع العملاء الذين يتعاملون معهم في الوقت الحاضر.

المطلب الخامس: إيجابيات وسلبيات موقع الفيسبوك.

أ- إيجابيات موقع الفيسبوك:

1- إتاحة الفرصة للصدقة والتواصل بين الأعضاء المشتركين في هذا الموقع:

وذلك عن طريق:

- أ- إتاحة الفرصة للإضافة من يشاء العضو إضافتهم من الأصدقاء للتواصل معهم بعد اخذ موافقتهم فالخيار والحرية متاحة لمن يريد أن يضيف صديق له أو على موقع، و متاح لهذا الصديق أن يقبل أو يرفض هذه الصداقة عن طريق الإجابة السلبية أو الايجابية على طريق الذي يتلقاه وعكس لمن يتلقى طلب الصداقة أن يتحرى عن الشخص طالب الصداقة عن طريق نبذته الشخصية أو الاستفسار عنه من أصدقاء آخرين وفي حال تمت الموافقة على الصداقة يستطيع كل منهم التواصل مع الآخر.
- ب- أشاد صديقين إلى بعضهما على هذا الموقع، حتى وان كان لا يعرفان بعضهما في الموقع الحقيقي.
- ج- اقتراح أصدقاء جدد لمن يريد من أصدقاء القدامى الذين يعرفهم سابقا وبالتالي توسيع شبكة الصداقة والتواصل التي يمتلكها.¹
- ح- إتاحة الفرصة لمشاهدة كل أصدقاء مرة واحدة مرتبة أسمائهم أبجديا مع أرقام هواتفهم كل نبذ حياتهم إذا كانت هذه المواقف متاحة للأصدقاء.
- خ- إمكانية فرز الأصدقاء وتصنيفهم حسب أي معلومة مضافة عن كل منهم كزملاء الدراسة أو زملاء العمل حسب المهنة
- د- إتاحة المجال لحذف اسم أي صديق من لائحة الأصدقاء إذا كنت لا ترغب باستمرار صداقته.

2- حرمة الشركات وأصحاب العمل:

في إعلان عن الوظائف واختيار الموظفين، كأخذ ما ينشره من نبذ شخصية عن أنفسهم وخبراتهم على الفيسبوك بعين الاعتبار عند البدء للمنتجات وكذلك يمكن من إسداء خدمات كثيرة في التسويق والترويج للمنتجات.

¹ علي خليل شقرة، المرجع السابق ، ص67.

3- يتيح الفيسبوك كذلك فرصة تحميل البومات الصور:

يشكل أكبر وأسهل مما تنتجه المواقع الأخرى، حيث يتم تحميل أكثر من مليار صورة شهريا على فيسبوك وكذلك تسجيل مقاطع الفيديو عبر عدة مصادر كالهاتف النقال والبريد الالكتروني حيث يتم تحميل أكثر من عشرة ملايين مقطع شهريا على هذا الموقع.

4- التواصل مع مجتمعات افتراضية:

مختصة في مواقع شتى تفيد العضو في التدريب والتعليم من هذه المجتمعات وزيارة خبراته.

5- متابعة أخبار الشخصيات المشهورة في كافة المجالات:

كالشخصيات السياسية والاقتصادية والفنية والعاملين في المجالات الاجتماعية والدينية حيث أصبح المعظم هؤلاء حساب على الفيسبوك يمكن لمن يتواصل معهم أن يطلع على إخبارهم وأفكارهم وخواطرهم ووجهات نظرهم حول مختلف الأحداث والقضايا.

6- إمكانية تثبيت أي موقع أو خبر أو صور ومقاطع فيديو:

مقاطع فيديو يرغب العضو في الاحتفاظ بها من المواقع وأخبار وصور للرجوع إليها في أي وقت يشاء حيث يمكن للفيسبوك دور المفصلة في تخزين المعلومات المرغوبة.¹

ت- سليات موقع الفيسبوك:

إن استخدام الفيسبوك بصورة خاطئة وبدون وعي يسبب الكثير من الأخطار تتمثل في:²

1. هدر الوقت:

¹ خليل علي شقرة، المرجع السابق، ص68.

² موقع الكتروني، <https://e3arabi.com/>، يوم 2022/03/13، سا18:23.

يُدمن بعض الناس على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وبالذات الفيسبوك، حيث يمضون في تصفّح أخباره الكثير من الوقت عبثًا وبدون استغلال هذا التصفّح بأشياء مُفيدة؛ حيث ينتابهم الشعور بالفضول وضرورة متابعة أخبار الآخرين. ويعتبر هذا أحد أسباب تبذير وإهدار الوقت؛ بسبب قدرة الناس على القيام بالكثير من الأعمال التي يُمكن أن ينفعون بها أنفسهم أو غيرهم، مثل: القيام بتعلّم شيء جديد، أو عبادة الله والتقرب منه وغيرها الكثير.

2. المقارنات:

عند قيام الأشخاص بمشاركة نشاطات يومهم على صفحاتهم الشخصية، أو في مجموعات (Groups) فيسبوك؛ هذا يُساهم بشكل كبير في زيادة مقارنة حياة الأشخاص مع غيرهم. وتُعدّ المقارنات من أسوأ العادات المجتمعية، التي قد تُؤثر على نفسية الأشخاص وتقلل من تقديرهم لذواتهم أو لإنجازاتهم، ناهيك عن أن مُعظم ما نراه على مواقع التواصل الاجتماعي غير حقيقي، فالناس يُكثرون من التفاخر والادّعاء بأنهم يعيشون حياة مثالية هادئة، كذلك الادّعاء بما هو بعيد عن الواقع، مثل العيش الرغيد. فهم لا ينشرون إلا ما يريدون أن نراه وما يتباهون به، فلا تُصدّق كل ما تراه خلف الشاشات. ومع أنّ أغلب الأشخاص على علم بكل ذلك، لكنهم يستمرّون باستخدام وسائل التواصل وتصفّحها؛ لمراقبة ما إذا كان الناس قد وصلوا إلى الأهداف التي يرغبون هم بتحقيقها لأنفسهم.

3. الانعزال عن الحياة الواقعية:

أحياناً كثيرة استخدام الفيسبوك والاعتماد عليه في كلّ أمور الحياة، تتسبّب في انعزال بعض الأفراد بشكل مُفرط؛ حيث يتعدون عن الحياة الواقعية ويُفضّلون عليها الحياة الوهمية في مواقع التواصل الاجتماعي، حتى أنهم يتعدون عن أسرهم وأصدقائهم؛ ممّا يؤدي إلى التفكك الأسري ويضعف الروابط والعلاقات مع الأصدقاء. وأكّدت دراسة ميشيل فانسون ذلك، التي سعى من خلالها إلى معرفة أثر استخدام الإنترنت على العلاقات الاجتماعية؛ حيث

أجرى هذه الدراسة على 1600 شخص يستخدمون الموقع. وظهر أنّ أكثر من نصفهم يقضون وقت على الموقع أطول من الوقت الذي يمضونه مع أصدقائهم على الواقع أو مع أسرهم. وأكدت الدراسة أيضاً أنّهم يتحدثون عبر الهاتف بصورة أقل ويشاهدون التلفاز بنسبة أقل من غيرهم.

4. المحتوى المحيظ:

يقوم بعض الناس المخزيين باستخدام الفيسبوك لأهداف سيئة؛ مثل نشر محتوى سلبي يجبطون فئة معينة من خلاله أو نشر محتوى مُسيء، أو غير أخلاقي، أو نشر التعليقات السيئة على المنشورات الخاصة بغيرهم، أو قد يقوم آخرون بنشر أمور مُحزنة لتسبب الإحباط والحزن.

5. التسويق للسلع والمنتجات بشكل سلبي:

مع أي استراتيجية تسويق هناك دائماً عيوب ولا تعني السلبيات أن النهج غير فعّال، لكنه يمثّل عقبات محتملة قد تضطر إلى تجاوزها أثناء حملتك؛ مثل تشويه اسم العلامة التجارية، التعرّض للمنافسين وعوائد بطيئة على الاستثمارات.

6. الفساد الأخلاقي:

يسعى بعض الأشخاص المخزيين إلى تشويه ثقافة الناس من حولهم وتفسد أخلاقهم، كما يستهدفون بالذات الأطفال والمراهقين؛ لأنهم أكثر تأثراً من غيرهم، فيقومون باستخدام الموقع لأهداف سيئة، حيث يتخذون منه وسيلة للفساد الأخلاقي، فيقومون بنشر محتوى إباحي وغير أخلاقي. وهذا يؤثر بشكل كبير على الأطفال خصوصاً؛ لذلك يجب أن تتواجد رقابة من الأهل باستمرار.

7. انتهاك الخصوصية:

قد يستخدم البعض هذا الموقع في نشر أسرار البيوت والخصوصيات التي ينبغي الاحتفاظ بها. ويُعاني أيضًا من هذه المشكلة المشاهير، الذين يتعرّضون لنشر خصوصياتهم من قبل عدد أكبر من الناس، حيثُ يوجد العديد من الأمور التي لا يُنصح بنشرها على الملأ.

8. التأثير على الصحة:

إمضاء وقت كبير على الفيسبوك يتسبب في العديد من المخاطر الصحية؛ مثل: إرهاق الجسد بشكل عام، الشعور بالإرهاق والخمول. كما أن تدقيق النظر في الأجهزة الإلكترونية لفترات طويلة يؤدي إلى تعب العين، كما يؤثر على النظر وقد يُضعف النظر مع مرور الوقت. وقد يؤدي أيضًا إلى الشعور بالاكنتاب والقلق وتسيطر عليه المشاعر السلبية.

9. تدني التحصيل الدراسي:

عدم رقابة الأهل لأطفالهم وإتاحة مواقع التواصل الاجتماعي لهم بالكامل، قد يؤثر على ثقافتهم ويغيّر من اهتماماتهم، حيثُ أُجريت دراسة من قبل أرين كاربنسكي، هدفت إلى معرفة أثر استخدام موقع الفيسبوك على الطلاب وعلى تحصيلهم الدراسي. وأُجريت هذه الدراسة على 219 طالب وطالبة. وأكّدت أنّ الطلاب المدمنون على تصفح الفيسبوك واستخدامه درجاتهم، أدنى بكثير من الدرجات التي يحصل عليها الطلاب الذين لا يستخدمون الفيسبوك. فكلّما زاد استخدام الطالب للهواتف والمواقع الإلكترونية، أدّى إلى تدنيّ درجاته وتحصيله في الاختبارات. ومن المؤكّد أن الأشخاص الذين يُمضون وقت أطول على الهاتف يُخصّصون وقت أقلّ للدراسة.

10. الخلافات ونشر الفتن:

كثيرًا ما يؤثر استخدام الفيسبوك على العلاقات الاجتماعية والعاطفية بشكل سلبي، حيث أنّ المستخدمين الذين يقضون وقت كبير في استخدام الفيسبوك، يكونون أكثر عرضة لخوض تجارب سيئة مع شركائهم، فبالأكيد خوض النقاشات الطويلة أغلب المرات تؤدّي إلى الخلافات؛ لأنّ التعبير عن طريق الكتابة لا يوصل الفكرة واضحة كما

هو الحال في الحديث وجهاً لوجه. وقد أُجريت دراسة بهذا الشأن من قبل الباحث راسل كلايتون، على مجموعة من مستخدمي الفيسبوك الذين تتراوح فئات أعمارهم بين 18 و82 عام. وعرف منهم فترات استخدامهم للفيسبوك، كذلك عدد مرّات المشاكل التي خاضوها عليه. وأكّدت هذه الدراسة أن الأشخاص الذين يستخدمون الفيسبوك بشكل أكبر، يتعرّضون للنزاعات مع الآخرين بشكل أكبر بالمقابل.

11. نشر الإشاعات:

يقوم البعض بنشر الإشاعات والأخبار الكاذبة غير الموثوقة حول نشاط تجاري معين، أو أي موضوع آخر؛ لغايات تخريبية أو لإشاعة الفوضى بين الناس.

12. التعرض للمضايقات:

يقوم بعض الناس المخزّبين باستخدام الفيسبوك بغرض إزعاج غيرهم ومضايقتهم؛ حيث أُجريت دراسة من قبل شركة إيفرسيف التي تم إجراؤها على النساء اللواتي يستخدمن الفيسبوك. وأكّدت أنّ 85% منهن يتعرّضن إلى المضايقات و80% تأثرن بكثير من الأمور والتجارب المنشورة على الفيسبوك. و85% أكدن أنّهن يشعرن بالضيق من بعض التصرفات من الأصدقاء على الفيسبوك.

13. التجارة الإلكترونية المزيّفة:

استغلال بعض الأشخاص لهذا المواقع في عمليات التجارة الإلكترونية المزيّفة، حيث يقومون من خلاله بعقد بعض الصفقات الوهمية والاحتيال على الناس لكسب الأموال.

خلاصة الفصل:

حاولنا خلال هذا الفصل توضيح ماهية شبكة التواصل الاجتماعي وما أحدثته من تطور في العالم الافتراضي من خلال ابراز مدى تأثير هذه المواقع على الحياة اليومية للأفراد وذلك بسبب ما وفرته من مساحات للتواصل فيما بينهم وايصال اصواتهم للعالم بإمكانيات متطورة وبسيطة، بحيث مكنتهم من التجمع من اجل مصالح مشتركة أو لتعارف ولبناء جسر للتفاعل والتشارك، كما ركزنا على موقع الفايسبوك باعتباره أكثر المواقع استخداما وانتشارا في العالم.

الفصل الثاني

الفصل الثاني: ممارسات العمل التطوعي عبر الشبكات الاجتماعية:

تمهيد.

المبحث الأول: ماهية العمل التطوعي

المبحث الثاني: دور شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة العمل التطوعي.

نماذج دور شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة العمل التطوعي

المبحث الثالث: مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب والمجتمع الجزائري

المبحث الرابع: تفعيل مواقع التواصل الاجتماعي لخدمة العمل التطوعي

المبحث الخامس: عوامل تعزيز العمل التطوعي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي

خلاصة الفصل الثاني.

تمهيد:

يعتبر العمل الاجتماعي التطوعي من اهم الظواهر الاجتماعية الحديثة التي تساهم في النهوض بمكانة المجتمعات في عصرنا الحالي، ويكتسب العمل التطوعي أهمية متزايدة يوماً بعد يوم، نظر الى أن الحكومات سواء في البلدان المتقدمة أو النامية لم تعد قادرة على سد احتياجات أفرادها ومجتمعاتها فمع تعقد الظروف الحياتية ازدادت الاحتياجات الاجتماعية وأصبحت في تغير مستمر، ولذلك اتجه المواطن الى هذه الاعمال باعتبارها جهة أخرى موازية للجهات الحكومية تلبي الاحتياجات الاجتماعية و تمكن من الحصول على الاجر و الثواب...ويأتي هذا الجانب من الدراسة يتوضح مفهوم العمل التطوعي، دور و تفعيل مواقع التواصل الاجتماعي لخدمته، و في الأخير عوامل تعزيز العمل التطوعي.

المبحث الأول: ماهية العمل التطوعي.

المطلوب الأول: تعريف العمل التطوعي

1-التعريف بالعمل التطوعي

هناك تعريفات مختلفة ومتعددة للعمل التطوعي، كما تختلف من باحث الى آخر.

يعد العمل التطوعي الفعال من السمات المميزة للمجتمعات الحديثة، وهو الدور البارز الذي تلعبه مؤسسات

المجتمع المدني بعامة والجمعيات الخيرية بخاصة، حيث يعد وسيطا اجتماعيا للتنمية والأداة أنسب للمساهمة في

تحقيق التماسك والتكافل بين أفراد المجتمع. وقد تعددت وجهات النظر حول مفهوم العمل التطوعي من ناحية

الشكل لكن اتفقت من ناحية المضمون والهدف، فتعرفه باتريسيا Patricia بأنه: "تلك الجهود التي يقوم بها

الإنسان بشكل اختياري دون مقابل، من خلال المشاركة في برنامج أو تقديم خدمة لإحدى الجمعيات التطوعية

أو المؤسسات الحكومية

ويتضمن التطوع جهودا إنسانية، تبذل من أفراد المجتمع، بصورة فردية أو جماعية، ويقوم بصفة أساسية

على الرغبة والدافع الذاتي سواء كان هذا الدافع شعوريا أو لا شعوريا، ولا يهدف المتطوع تحقيق مقابل مادي أو

ربح خاص بل اكتساب شعور الانتماء إلى المجتمع وتحمل بعض المسؤوليات التي تسهم في تلبية احتياجات

اجتماعية ملحة أو خدمة قضية من القضايا التي يعاني منها المجتمع.⁵⁷

ويعرف أيضا: هو الجهود القائم على مهارة وخبرة معينة، والذي يبذل عن رغبة واختيار بفرض

أداء واجب اجتماعي وبدون توقيع جزاء مالي بالضرورة.⁵⁸

⁵⁷ اسماعيل محمد الأفندي، دور المدرسة في تعزيز العمل التطوعي، جامعة القدس المفتوحة، ص7

⁵⁸ حسنين، سيد ابو بكر، طريقة الخدمة الاجتماعية في تنظيم المجتمع، مكتبة الانجلو، القاهرة 1985م، ص495

- يعرف العمري العمل التطوعي بأنه: "البذل والتضحية من أجل الآخرين
- يعرفه النعيم هو ذلك النشاط الاجتماعي والاقتصادي الذي يقوم به الأفراد أو الممثلون في الهيئات والمؤسسات والتجمعات الأهلية ذات النفع العام، دون عائد مادي مباشر للقائمين عليه وذلك بهدف التقليل من حجم المشكلات والإسهام في حلها، سواء كان ذلك بالمال أو الجهد أم كليهما".⁵⁹
- كما يعرف صلاح الدين جوهر العمل التطوعي: على انه ذلك الجهد الذي يبذله أي إنسان من اجل مجتمعه بلا مقابل وفيه يتحمل مسؤوليات العمل من خلال المؤسسات الاجتماعية القائمة على إرضاء المشاعر ودوافع إنسانية داخلية خاصة تلقي المرضى أو القبول من قبل المجتمع.⁶⁰
- والعمل التطوعي في مجمله غير ربحي وغير وظيفي أو مهني، يقوم به فرد أو مجموعة من الأفراد في سبيل تقديم أية مساعدة لأية شريحة من شرائح البشر وتنمية مستواها المعيشي بغض النظر عن مكان تواجدها، وهو في نفس الاتجاه معين زاخر للمنظمات الخيرية حيث إن التطوع يوفر لتلك المنظمات قدرا من المال كان سيتم صرفه لغير المتطوعين مما جعل البعض يطلق على التطوع في مثل هذه الحالة الاستثمار في رأس المال الاجتماعي.⁶¹
- التعريف العام:** يمكن ان نستخلص من التعريفات السابقة ان العمل التطوعي هو الجهد الانساني الذي يبذل من أفراد المجتمع المتطوعون الممثلون في الجمعيات الخيرية والهيئات والمؤسسات الأهلية، ويقوم بصفة أساسية على الرغبة والدافع الذاتي ولا يهدف المتطوع الى تحقيق مقابل مادي او ربح خاص بل اكتساب شعور الانتماء الى المجتمع وتحمل بعض المسؤوليات التي تسهم في تلبية الحاجيات الاجتماعية بهدف مساعدة المجتمع والتقليل من حجم المشكلات والاسهام في حلها

⁵⁹ النعيم عبد الله العلي ، العمل الاجتماعي مع التركيز على العمل التطوعي ، مكتبة الملك فهد الوطنية ، المملكة العربية السعودية ، 2005، ص19.

⁶⁰ احمد ابراهيم حمزة ، العمل التطوعي (العمل و المأمول) ، دار الميسرة للنشر و التوزيع ، عمان ، ط2015، 1م ، ص26.

⁶¹ حسين براهم ، العمل التطوعي في المنظور العالمي ، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر الثاني للتطوع ، الشارقة ، الإمارات العربية المتحدة ، 2001م

2- عوائق العمل التطوعي : تتلخص عوائق العمل التطوعي في مجموعة النقاط التالية :

- الجهل بتعريف العمل التطوعي: ويقصد بذلك عدم إدراك كثير من الناس لأهمية العمل التطوعي وآثاره الإيجابية على الفرد والجماعة
- نية بعض المتطوعين في الحصول على مكاسب شخصية ومادية: قد ينظر بعض السالكين في مجالات العمل التطوعي إلى العمل التطوعي على أنه فرصة تفتح لهم أبوابًا للوصول إلى وظائف في تخصصاتهم المختلفة، الأمر الذي يتنافى مع جوهر العمل التطوعي.
- الخلل في إدارة الأعمال التطوعية: فقد اتضح من تعريف العمل التطوعي أهمية وضع المتطوع في المكان الذي يُناسبه، وعدم اختيار المكان او العمل التطوعي الملائم لكل متطوع يعرقل هدف العمل التطوعي.
- العراقيل الاجتماعية: ومنها عدم وعي المجتمع بقيمة العمل التطوعي وأهميته ودوره في بناء المجتمعات.
- عدم توفر الميزانية المناسبة للعمل التطوعي: وتُصنّف هذه النقطة ضمن المعوقات الاقتصادية للعمل التطوعي.

المطلب الثاني: مجالات واثار العمل التطوعي:

1- مجالات العمل التطوعي:

- بعد بيان تعريف العمل التطوعي وأهميته وأثره على الفرد المجتمع، تجدر الإشارة إلى بعض المجالات التي يمكن أن يمارس من خلالها الفرد العمل التطوعي، بحيث يختار منها الإنسان ما يناسبه ويناسب إمكانياته وظروفه ومنها:⁶²
- التطوع في العبادات: يمكن للإنسان التطوع في العبادة كصيام التطوع، وصلاة السنن والصدقات وغيرها من أبواب العبادة غير المفروضة.

⁶² موقع سطور ، تعريف العمل التطوعي بتاريخ 28 فبراير 2021

- التطوع المالي: ويقصد به إنفاق الإنسان المال لمساعدة المحتاجين والفقراء وطلاب العلم وأي شخص يحتاج إلى المال لسبب من الأسباب.
- التطوع الفكري: كتأليف الكتب، وكتابة المقالات والبحوث التي تنفع الناس دون انتظار مقابل مادي
- لتطوع الاجتماعي: ويقصد به المشاركة في الأعمال الاجتماعية التي تخدم بعض الفئات مثل العمل في دار المسنين لخدمة كبار السن، أو مساعدة الأطفال ذوي الهمم والتحديات.
- التطوع في المجالات الاقتصادية: ويقصد بذلك إقامة المشاريع الاقتصادية لدعم الفقراء والمحتاجين ومحاربة البطالة.
- لتطوع في المجالات الدعوية: ويقصد بذلك التطوع من أجل إقامة المساجد، أو تحفيظ القرآن، وتجهيز طلاب العلم وغير ذلك من الأعمال التي تخدم المجال الدعوي.

2- آثار العمل التطوعي:⁶³

- اتضح من تعريف العمل التطوعي أن هذا النوع من العمل يختاره الإنسان بحرية دون إجبار أو ضغط، ودون مقابل مادي، وهذا يعني اختيار الإنسان لسلوك طريق العطاء طوعاً لا قمعاً [3]، ولهذا الاختيار آثار إيجابية على الفرد والمجتمع منها:
- تنمية الشعور الايماني لدى الشباب.
 - تدريب الإنسان على تحمّل المسؤولية تجاه غيره والشعور بالآخرين.
 - تثبيت مفهوم التكافل بين أفراد المجتمع.
 - خلق مشاعر الألفة والمحبة بين الناس.
 - التخلص من المشاعر السلبية تجاه الذات وتجاه الآخرين.

⁶³ رندا عبد الحميد ، بحث حول الاعمال التطوعية واثارها على الفرد والمجتمع ، 23 سبتمبر 2020

■ إثراء الجانب المعرفي لدى الإنسان، وزيادة معلوماته عن أمور متعددة.

كما يُوصى بأن يكون العمل التطوعي من ضمن روتين الحياة وليس رفاهية أو فكرة ثانوية يلجأ إليها الإنسان في أوقات فراغه فقط، لأن الإنسان خلال رحلة العمل التطوعي يلامس الحياة الحقيقية، ويتعلم من الآخرين، ويفهم ذاته أكثر وكل هذه الأمور مهمة في حياة المجتمعات، ولها تأثير إيجابي كبير على صحة الإنسان النفسية والعقلية.

المبحث الثاني: دور شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة العمل التطوعي.

المطلب الأول: أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في نشر العمل التطوعي

1- أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في زرع فكرة التطوع:

لكي ينجح العمل التطوعي ونستفيد منه بصورة كبيرة نحتاج الى وسائل لكي تنشر ثقافة بين افراد المجتمع لنضمن استمراره بانضمام التطوعين له، ولا شك بأن الاعلام البديل او الجديد له اهمية كبيرة مقارنة بالاعلام القديم، والدور المتميز الذي تلعبه المواقع الاجتماعية كوسيلة اعلامية متطورة، قياسا بما تقوم به الإلكترونية من دور إعلامي بارز على حساب الصحف الورقية.

إذ تقوم شبكات التواصل الاجتماعي بإذكاء الوعي الاجتماعي لدى أفراد المجتمع وتعبئتهم ودعوتهم للتطوع في المؤسسات الخيرية والفرق التطوعي بتوضيح ماهية العمل التطوعي ومدى حاجة المجتمع اليه وبيان اهميته ودوره في بناء وتطوير المجتمعات، حيث توجد علاقة بين الاعلام والتطوع علاقة واضحة، فالعمل التطوعي بدون اعلام يصبح في دائرة مغلقة لا تؤثر أو تتأثر بغيرها من أنشطة في المجتمع.⁶⁴

تلعب شبكات التواصل الاجتماعي دورا كبيرا على الصعيدين السياسي والتجاري، فإن هذه

⁶⁴ موقع الكتروني ، asdaaoman.com، الدور الايجابي لشبكات التواصل الاجتماعي في خدمة التطوع، يوم 2022/04/03، سا07:02.

الشبكات أظهرت قدرات كبيرة في مجالات أخرى مختلفة على الصعيد الاجتماعي مثل: التعليم والرعاية الصحية وتنسيق عمليات التطوع الاجتماعي ومحاربة الغلاء والعش، كما استفادت منها ووظفتها المنظمات الخيرية غير الربحية في أداء أعمالها للوصول إلى المانحين والمستفيدين في نفس الوقت والتعريف بأنشطتها وغير ذلك.

من استخدامات الشبكات الاجتماعية الإيجابية ما يحصل فيها من التواصل الاجتماعي بين أفراد الدولة أو المدينة، أو على مستوى الأسرة والقبيلة، في تواصل اجتماعي إيجابي يعزز قوة المجتمع في ظل زحمة الإعلام والاتجاه العام لاستخدام الشبكات الاجتماعية من غير تحزب ولا عصبية، ومن غير ازدراء وتحقير الآخرين.⁶⁵

2- دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة العمل التطوعي

يمكن استخلاص الأدوار التي تقوم بها شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة العمل التطوعي وفق الآتي:⁶⁶

أ- دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة العمل التطوعي الخاصة بالمتطوع:

تسهل التواصل بين الناشطين في العمل التطوعي والاستفادة من بعضهم البعض والتكامل في الخدمة التي يقدمونها، وتعمل على تنمية قيم المواطنة الصالحة بين المتطوعين وتغرس فيهم حب المكان والحفاظ على المساهمة في تنميته، وتقوي الإحساس بتقدير الذات والثقة بالنفس عند المتطوع مما يجعله يستمر في هذا الطريق، وتساعد على اكتشاف المواهب لدى المتطوعين وتوظيفها بصورة مثلى من قبل الفرق التطوعية، وتوفر فرص التعليم والتدريب على مهارات العمل التطوعي من خلال ما ينشر من برامج على هذه الشبكات.

ب- دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة العمل التطوعي الخاصة بالمؤسسات والفرق

التطوعية:

وطعة علي اسعد ، التحديات الاجتماعية و السياسية في الكويت و الوطن العربي ، بحث من مضامين الوعي السياسي عند الطلاب ، مجلة عالم الفكر ، جامعة الكويت ، العدد3، المجلد 31، 2003م، ص70.

⁶⁶ نفس المرجع السابق

تروج للأعمال التطوعية بأقل جهد وكلفة وهذه من أعظم الفوائد لهذه الفرق التطوعية ، كما تساعد على تطوير العمل التطوعي في المؤسسات والفرق التطوعية من خلال التغذية الراجعة التي تتلقاها من قبل الجمهور ومتلقي الخدمة ، وتعمل على المساهمة في تحفيز المتطوعين لتحقيق أهداف الجهات المشرفة على التطوع ، وكذلك تعمل على التواصل بين المؤسسات والفرق التطوعية لتحقيق التكامل بينها وعدم تكرار القيام بهذه الأعمال في مكان واحد، وتحفز أصحاب القرار للاهتمام بالعمل التطوعي ودعمه من خلال ما ينشر على هذه الصفحات من إنجازات لهذه الأعمال التطوعية.

ت- دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة العمل التطوعي الخاصة بالمجتمع:

تعمل على تعمق قيم التكافل والمسؤولية الاجتماعية بين أفراد المجتمع فالكامل مسؤول عن الكل ، وتبرز الجوانب الإيجابية من العمل التطوعي ودور المؤسسات والفرق التطوعية لدى أفراد المجتمع، وتسهل من تنظيم حملات الإغاثة في الكوارث والأزمات والمواسم الخيرية وربما هذا ما عايشناه واقعا في الأزمات التي مرت على السلطنة في الأنواء المناخية المتكررة ، وتساعد على إيجاد شراكة مجتمعية لدعم العمل التطوعي ، وأيضا تساعد على التخفيف من الظواهر السلبية في المجتمع من خلال التشجيع على الانخراط في العمل التطوعي، وتساهم في حصر احتياجات المجتمع من الأعمال التطوعي.

من هنا نستخلص انه من الضروري استخدام الشبكات الاجتماعية لزيادة نشر الثقافة التطوعية والتشجيع على العمل التطوعي وزيادة المشاركة، وتكتسب دور اساسي في النهوض بالأمم وخدمة الشعوب وتحقيق اهدافها.

المطلب الثاني: نماذج دور شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة العمل التطوعي

اخترنا في هذه الدراسة بعض النماذج لصفحات الفاسبوك الخاصة ببعض الجمعيات الخيرية في الجزائر وهي

كالآتي:⁶⁷

1- صفحة جمعية كافل اليتيم بصالح باي.

أ- صفحة جمعية كافل اليتيم بصالح باي :

تعد صفحة كافل اليتيم صالح باي من بين الصفحات الاجتماعية التي تسوق للعمل التطوعي الخيري في الجزائر، حيث سعت ولا تزال تسعى إلى تعريف أفراد المجتمع بدور جمعية كافل اليتيم بصالح باي وذلك عن طريق التكفل بشريحة الأطفال اليتامى وعائلاتهم بالمنطقة وضواحيها، وكذا نشر مختلف المجالات التي تتدخل فيها. وتدعو هذه الجمعية من خلال صفحتها على موقع الفاسبوك إلى مد يد المساعدة للأيتام، ودعم الجمعية بمختلف الإمكانيات المادية والمعنوية لرعايتهم وتحسين ظروف حياتهم المعيشية، والعمل بقوله ﷺ: أنا وكافل اليتيم في الجنة هكذا وأشار بالسبابة والوسطى وفرج بينهما شيئا. وفيما يخص مجالات عمل هذه الجمعية فإنها ذات طابع اجتماعي يشمل الخدمات الصحية والتربوية والنفسية والاقتصادية وحتى الترفيهية، إذ تقوم بنشر أعمالها التطوعية على صفحتها الاجتماعية لتقديم صورة ذهنية إيجابية لدى المتطوعون وأعضاء الجمعية وعامة الناس

أ. مجالات عمل جمعية كافل اليتيم:

تم تلخيص مجالات واعمال الجمعية في الجدول الآتي:⁶⁸

الصورة كنموذج للأعمال التطوعية	مجالات ونشاطات الجمعية

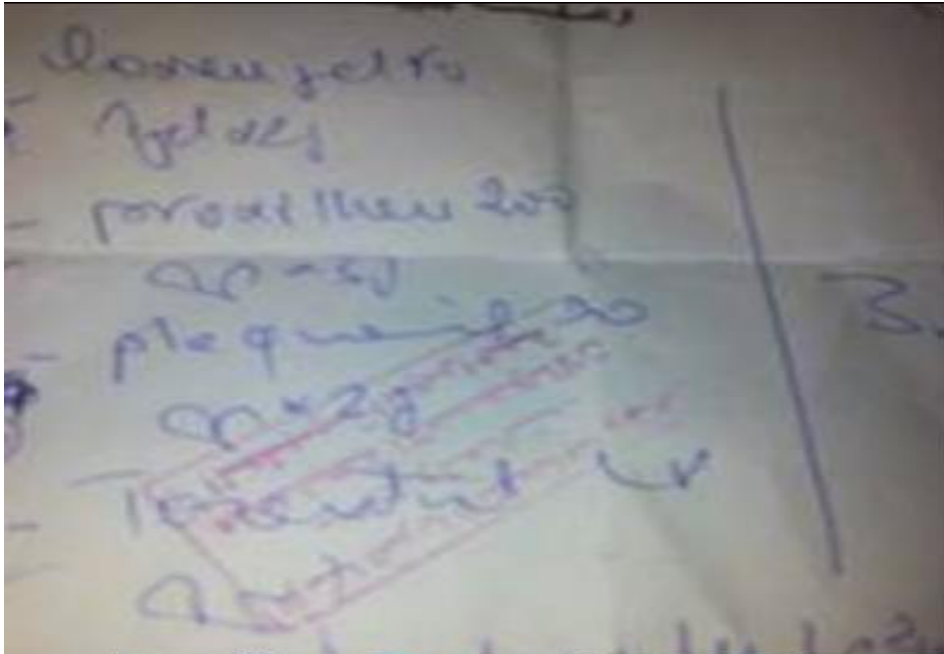
⁶⁷ مجلة العلوم الانسانية لجامعة ام البواقي ، العدد 09 / 2008 ، ص 403

⁶⁸ مجلة العلوم الانسانية لجامعة ام البواقي ، العدد 09 / 2008 ، ص 406/404



المجال الصحي:

يتمثل عادة في نشر بعض الادوية التي يتصدق بها بعض المتطوعين أو الأدوية النادرة التي يحتاجها بعض المرضى، أو التي تبرع بها الصيادلة، كما يتم دعوة المتطوعين إلى مساعدة بعض المرضى لإجراء العمليات الجراحية... وغيرها



المجال الاجتماعي:

يتجسد في عدة مشاريع
خيرية منها: قفة رمضان
وكسوة العيد وجمع لحوم
الأضاحي وتزويج الأيتام ،
وترميم بيوت الأرامل
... وغيرها، وتنشر الجمعية
على صفحتها مطويات
وصور تدعو فيها الأعضاء
الى المساهمة في ذلك

مشروع قفة رمضان



الماتف: 0777.01.42.52/ 0774.20.28.91
العنوان: بجوار مسجد حمزة بن عبدالمطلب
-حي 19 مارس 1962
رمز الحساب البنكي: 003 00712 001761200093
بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة صالح باي

مكتب صالح باي

ساهموا معنا في نشر الفرح في بيوت الأرامل و الأيتام و المعوزين
قال الله تعالى: **يَسْتَوُونَ مِمَّا نَفَقْتُمْ مِنْ خَيْرٍ**
فَلِلَّذِينَ وَاللَّذِينَ وَالْأَقْرَبِينَ وَالْيَتَامَى وَالْمَسْكِينِ وَابْنِ السَّبِيلِ وَمَا
نَفَقْتُمْ مِنْ خَيْرٍ فَلَنْ نَكْتُمَ بِهِ عَنَّا 215 البقرة

إعلان

بمناسبة عيد الأضحى نحن جمعية كافل اليتيم الوطنية مكتب صالح باي
عن فتح ابوابها لاستقبال هدية العيد (لحوم) وهذا لإعانة عائلات
الارامل والايتم وبارك الله فيكم وفي امواتكم

المجال التربوي:

يشمل المساهمة في إعداد
الحقائب المدرسية، وجمع ما
يحتاجه الايتام للدراسة، كما
يضم أيضا دروس الدعم على
اختلاف تخصصاتها
ومستوياتها لرفع مستوى
التحصيل الدراسي للايتام



المجال الاقتصادي:

يحتوي على جمع الصدقات والإعانات المالية والدعوة إلى دعم الجمعية ماديا من خلال رقم حسابها البنكي، بالإضافة إلى جمع تبرعات الزكاة في المواسم الخاصة بها كعاشوراء وهذه كلها تسهم في تنمية احتياجات الايتام الضرورية



المجال الترفيهي :

تقوم الجمعية باعداد رحلات ترفيهية ومخيمات صيفية ومسابقات رياضية وفكرية وثقافية تهدف من خلالها الى الترفيه عن الايتام



الجدول رقم (1) يوضح نشاطات جمعية كافل اليتيم من اعداد الطالب بناء على المعطيات من صفحة الجمعية

2- جمعية الوسيلة الخيرية بعين ولمان⁶⁹

تعتبر صفحة جمعية الوسيلة الخيرية بعين ولمان كموقع اجتماعي يهتم بنشر أعمالها التطوعية، حيث يتيح لرواد هذه الصفحة ومتابعيها معرفة كل جديد عن الجمعية، وكذا متابعة خرجاتها الميدانية إلى الفئات المستهدفة مثل: دار الأشخاص المسنين ودار الصبر لمرضى السرطان، والفقراء والمعوزين في المناطق النائية، بحيث يتفاعل المتطوعون وأعضاء الجمعية من أجل التضامن معا والتعاون لمساعدة هؤلاء الضعفاء المحتاجين.

وتقوم الجمعية عبر صفحتها بندايات للمحسنين من أجل تقديم إعانات مالية لبعض المرضى الذين تكون تكاليف علاجهم باهظة الثمن، أو المساهمة في شراء أدوية غالية الثمن، وتعمل أيضا على نشر بعض الأفكار التسويقية عن أهمية العمل التطوعي في المجتمع، وتدعو المتطوعون إلى جمع الصدقات والتبرع بقدر المستطاع من خلال أن صدقة السر تطفئ غضب الرب، وغيرها من السلوكيات والمواقف التي تندرج ضمن التسويق الاجتماعي لمعمل التطوعي في هذه الصفحة الاجتماعية

3- جمعية أصدقاء المريض الجزائرية: ⁷⁰

تعتبر هذه الصفحة من بين الصفحات التي تهتم بالجانب الصحي للإنسان أو للفئات المستهدفة وقد اختارت اسم "جمعية أصدقاء المريض الجزائرية" كشعار لها لأن أهدافها بالضرورة هي تقديم يد المساعدة للأشخاص المرضى من خلال نداءات التبرع بالدم، وجمع التبرعات لإجراء عمليات جراحية للمرضى المحتاجين، والمساهمة في الحصول على بعض الأدوية غير المتوفرة بالصيدليات، كما تعمل على التعريف بحقوق المرضى وواجباتهم، والتنسيق مع مختلف الفعاليات المدنية والصحية.

وتعمل هذه الجمعية من خلال صفحة الفاسبوك بالدعوة إلى ترقية الخدمات الصحية تأسيس مكاتب التوجيه والإعلام الصحية، كما تسعى إلى تقريب المريض من الطبيب ونشر الوعي والتثقيف الصحي الذي من شأنه أن

⁶⁹ نفس المرجع السابق، ص 408

⁷⁰ نفس المرجع السابق

يحافظ على صحة المريض ويسهل عملية علاجه، ويتم ذلك بواسطة الندوات واللقاءات الجوارية والمشاركة في التظاهرات والمناسبات المحلية والوطنية.

4- جمعية الارشاد والإصلاح لولاية تيبازة:

تسوق هذه الصفحة الاجتماعية لجمعية الإرشاد والإصلاح لولاية تيبازة، ذات الطابع التربوي الثقافي، حيث تقوم الجمعية بتعليم القرآن الكريم والأحاديث النبوية، وتهتم أيضا ببرامج محو الأمية وتعليم الكبار، وتقديم دروس الدعم أو الدروس الخصوصية للتلاميذ المتدربين على اختلاف مستوياتهم. وبالإضافة إلى ذلك فالجمعية تهدف إلى كفالة الأيتام والأرامل والأسر المحتاجة، والعناية بصحة الفقراء، كما تفتح أبوابها لرعاية الأطفال وتعليم المهن والحرف اليدوية بهدف إدماج الشباب في المجال العام وتحقيق التنمية المجتمعية هذا على المستوى المحلي والوطني، أما على المستوى الخارجي فتعمل الجمعية على دعم القضية الفلسطينية وإغاثة المنكوبين مثل: مسلمي الروهينغا المضطهدين بدولة ماينمار وغيرها.

ويتم عبر صفحة الفاسبوك نشر نداءات المساعدة، ودعوة المتطوعين عبر كافة التراب الوطني إلى التكافل والتضامن لتحقيق هذه الأهداف المسطرة.

وكنتيجة عامة لما تقدم في دراستنا فإن الفاسبوك كنموذج لمواقع التواصل الاجتماعي يعد بوابة الجمع التبرعات والمساعدات التي تحتاجها الجمعيات الخيرية لتقدميها لمستحقيها، بالإضافة إلى جذب المتطوعين للانخراط بها، ونشر الأعمال التطوعية التي تقوم بها حتى يتأكد أفراد المجتمع أن العمل الخيري التطوعي مؤسسة قائمة بذاتها تسهم في تحقيق التنمية الاجتماعية.

المبحث الثالث: مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب والمجتمع الجزائري

المطلب الأول: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب:

تلعب مواقع التواصل الاجتماعي دوراً مهماً في تنمية الوعي الاجتماعي التطوعي، وذلك من خلال التركيز على مرحلة الشباب باعتبارها المرحلة الحاسمة في تقدم المجتمع أو تأخره إذ تعد الأنشطة المختلفة التي يمارسها مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي سواء أكانت أنشطة ثقافية أو اجتماعية أو فنية من الأمور المهمة من خلال غرسها وتنميتها للقيم والمعايير الاجتماعية في نفوس الشباب.

يمكن لشبكات التواصل الاجتماعي أن تحقق الوعي الاجتماعي التطوعي من خلال الأهداف التالية:

- أن يدرك الشباب أهمية دوره في المجتمع من خلال الحقوق والواجبات".
- أن تنمي الشبكات الاجتماعية الإحساس لديه بأهمية المشاركة الاجتماعية.
- أن ينمي الشاب الإحساس بالمسؤولية نحو الذات من خلال الاشتراك في إنشاء صفحة على "الفاسبوك" تتناول قضية اجتماعية.⁷¹
- تتمثل رعاية الشباب في توفير النشاط أو الخدمات أو إقامة مؤسسات اجتماعية وتطوعية خيرية لشغل وقت الفراغ.
- ممارسة الشباب نشاطات مختلفة تؤثر في سلوكهم وأنماط شخصياتهم. _ السلوك الإنساني أساس التفاعل بين الأفراد والجماعات والمجتمعات.⁷²
- _ اكتساب خبرات ومهارات إيجابية من خلال التفاعل والأنشطة
- - النشاطات الاجتماعية ضرورة ملحة تتطلبها مرحلة الشباب بصورة خاصة باعتبارها مصدراً من مصادر الكشف عن مواهب الشباب وإمكانياتهم وميولهم في شتى مجالات الأنشطة الاجتماعية.⁷³

⁷¹ نادية بن ورقلة، دور شبكات التواصل الاجتماعي و تنمية الوعي السياسي و الاجتماعي لدى الشباب العربي، مرجع سبق ذكره، ص 11

⁷² احسين التلقائي أحمد، على الحمل، معجم المصطلحات التربوية، المعرفة في المناهج وطرق التدريس، عالم الكتب القاهرة، 1996، ص204

⁷³ لصادي وفاء هامم، إسهامات طريقة تنظيم المجتمع في تنمية الخدمة الاجتماعية، بحث مقدم في المؤتمر العلمي الرابع، كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة القاهرة،

- محاولة تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى الشباب وإيجاد المواطن الصالح من خلال غرس وتنمية القيم والمعايير الاجتماعية في نفسه.

المطلب الثاني: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المجتمع الجزائري:

اصبحت مواقع التواصل الاجتماعية ممارسة إنسانية وركيزة أساسية في بناء وتنمية المجتمع ونشر التماسك الاجتماعي بين المواطنين داخل أي مجتمع،⁷⁴

كما أيضا أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي المؤثر الاول وبدون منازع على اي فرد داخل المجتمع كما نجد منشورات فد ساهمت في تكاتف جهود افراد المجتمع وعززت الترابط بين جميع شرائح المجتمع ومن هنا يأتي دور المواقع في مساهمة الافراد في اعمال الرعاية والتنمية والتطوع.⁷⁵

لذلك اتجه اصحاب الجمعيات الى نشر مواضيعهم على المواقع لأنها أصبحت الاداة الفعالة والمؤثر الرسمي على المجتمعات والافراد من اجل خدمة العمل التطوعي.

من هنا نجد أن هناك العديد من الفوائد والآثار الإيجابية التي حققتها مواقع التواصل الاجتماعي على الفرد والمجتمع، حيث ساهمت في العمل التطوعي على مستويين وهما كالاتي:

على المستوى الفردي تركز على:⁷⁶

- اكتساب خبرات جديدة وتنمية مهارات التطوع من خلال المشاركة في صفحات مواقع التواصل.
- تكوين علاقات وصدقات ومجموعات من المواطنين وخاصة الذين لهم نفس الاهتمامات.
- الإحساس يتقدر الذات والثقة بالنفس.

⁷⁴ حميد بن خليل، العمل التطوعي - أهميته - معوقاته و عوامل نجاحه، [http // www. Asbar .com](http://www.Asbar.com) ، 2017/12/23

⁷⁵ عدنان باشا، العمل التطوعي و أثره على الفرد و المجتمع، بحث مقدم لندوة العمل التطوعي و آفاق المستقبل، مكة المكرمة 29 أكتوبر 2012، ص 215

⁷⁶ عدنان باشا، العمل التطوعي و أثره على الفرد و المجتمع، مرجع سبق ذكره، ص 202

- الولاء للمجتمع وإدراك أهمية عملية التنمية.
- الاطلاع على ما يدور في المجتمع من فعاليات.
- يساعد الشباب على اكتساب مكانة اجتماعية في المجتمع.
- يساعد على استثمار وقت الفراغ في النواحي الإيجابية

على المستوى المجتمع تركز على التالي:⁷⁷

- توفير الطاقات البشرية المتنوعة والمتخصصة لتنمية المجتمع وتأهيله.
 - توفير الكثير من الأموال لصرافها في مشاريع تنمية تخدم المجتمع.
 - تحقيق روح المحبة والتكافل بين أفراد المجتمع
 - تنمية روح التنافس بين الجماعات التطوعية بما يعكس جودة الخدمات.
 - تحقيق الأمن الشامل وحماية المجتمع من الظواهر والأمراض الاجتماعية كالجرمة والمخدرات.
- إن المشاركة الاجتماعية عبر مواقع التواصل تساهم في تنمية العلاقات الأخوية التي تعمل على تقوية دعائم المجتمع وتماسكه، مما يجعله وحدة إنسانية واحدة يشد بعضه بعضاً كالبنين المرصوص.

المبحث الرابع: تفعيل مواقع التواصل الاجتماعي لخدمة العمل التطوعي

المطلب الأول: تعزيز قيم المواطنة عن طريق الاستفادة الإيجابية لمواقع التواصل الاجتماعي:

استطاع العمل التطوعي الإلكتروني أن يحقق انتشاراً واسعاً في مختلف مجالات العمل الجماعي، كوسيلة فعالة لتعزيزه، وجعله أكثر انسجاماً مع مختلف شرائح المجتمع، خاصة مع تزايد الإقبال على استخدام شبكة

⁷⁷ اسم بنت محمد بن غرم الله المالكي، مدى إدراك طالبات الدراسات العليا بجامعة أم القرى المجالات العمل التطوعي للمرأة في المجتمع السعودي، رسالة ماجستير، كلية التربية، جامعة أم القرى، مكة المكرمة، 2010، ص 56.57

الأنترنت، وارتفاع معدلات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير جداً، والسيما في أوساط الشباب، التي تعد من الأدوات الرئيسية لهذا النوع من التطوع.⁷⁸

حيث قامت العديد من المؤسسات الجموعية بالاستعانة بتقنيات العالم الاجتماعي التفاعلية مثل الفاسبوك والتويتر واليوتيوب في العمل التطوعي في عصرنا الحالي، وتوظيفها كإحدى الركائز الأساسية لتحقيق التقدم الاجتماعي والتنمية بمختلف جوانبها، اتسامها ب:⁷⁹

- توفير آليات وسبل عديدة وسهلة، تمكن المؤسسات العاملة في مجال العمل التطوعي من تنسيق أعمالها ونشاطاتها بآليات تشبيك وتنسيق سريعة وسهلة، توفر الوقت والجهد والتكلفة التي يقتديها مثل هذه النشاطات التطوعية.
- إعطاء فرصة كبيرة لكبار السن والنساء والمعوقين وذوي الاحتياجات الخاصة وغيرهم من شرائح المجتمع التي يصعب عليها الحركة أو التنقل من مكان إلى آخر، التي ال تستطيع بذل الجهود الكبيرة في مجال العمل التطوعي الميداني، للمساهمة في النشاطات التطوعية، وتمكينهم من استغلال قدراتهم ومواهبهم وخبراتهم في سبيل خدمة قضايا المجتمع وشؤونهم.
- التعريف بالجمعية وبأهمية العمل التطوعي الذي تمارسه على نطاق واسع، يشمل كل المناطق بالعالم، واستقطاب المتطوعين من مختلف مناطق العالم، واستثمار طاقاتهم، والاستفادة من كل ما لديهم من خبرات ومؤهلات.
- تمكين الأفراد من تنظيم المجموعات التطوعية وقيادتها بطرق سهلة وسريعة.
- يساعد التطوع الإلكتروني على سرعة عمليات التنسيق وتسهيلها والتعاون بين المؤسسات الحكومية وبين مؤسسات العمل التطوعي ومنظمات المجتمع المدني الأخرى - .قدرة التطوع الإلكتروني على توفير قواعد

⁷⁸ أبو النصر مدحت مُجد. رؤية مستقبلية لتطوير العمل التطوعي في الوط العربي". الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث 2016

⁷⁹ إدارة وخدمة المجتمع الجمعيات الخيرية واستثمار وسائل الاعلام الاجتماعي"، الرياض: الغرفة التجارية الصناعية. 2014

بيانات دقيقة ومنظمة من أعداد المتطوعين وخبراتهم، وأيضاً قدرته على متابعة المتطوعين من حيث تبرعاتهم وعناوينهم، ومتابعة كل المراسلات المتعلقة بهم.

المطلب الثاني: تطوير اداء العمل التطوعي عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي:

1- نشر وعي العمل التطوعي وتطوير اداء الجمعيات في مواقع التواصل الاجتماعي:

- ولأن التواصل مع أفراد المجتمع يعتبر من أهم مقومات نجاح العمل التطوعي عموماً، فإن مواقع التواصل الاجتماعي بفضل خاصيتها التفاعلية والتواصلية، تمكن المؤسسات الجمعوية من متابعة آراء ومقترحات المتواصلين معها، مما يساعد على تطوير أداء المؤسسات الجمعوية وتحسين برامجها الاتصالية، خاصة إذا تمت دراستها ضمن استراتيجيات واضحة وهادفة. وذلك من خلال جملة من الآليات والوسائل التي يتيحها إنشاء صفحات أو حسابات شخصية وغيرها من التطبيقات على مواقع التواصل الاجتماعي لهذه المؤسسات، أهمها:⁸⁰
- -المشاركة بخبر أو بصورة للفعاليات أو النشاطات أو الخدمات التي تقدمها الجمعيات لجذب اهتمام المستخدمين، وتعزيز نشاطات الجمعية
 - وضع الأخبار والإشارة إلى أي محتوى تتم كتابته تتعلق بنشاط الجمعية.
 - -الرد على جميع التعليقات والاستفسارات والغريدات التي تتحدث عن نشاطات الجمعية.
 - وضع الصورة مع الخبر، أو تضمين وسائط أخرى في المحتوى فيديو، انفوجرافيك فالوسائط تزيد من تفاعل المتابعين سواء بالرد أو الإعجاب أو إعادة المشاركة.

⁸⁰ إلياس سعيد هديل التسويق الاجتماعي ودوره في زيادة فاعلية الأداء في القطاع المصري السوداني". رسالة ماجستير في الدراسات المصرفية، كمية الدراسات العليا، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا. إشراف: هبة الزبير عبد المجيد 2014

- القيام باستفتاءات واستطلاعات لمعرفة اتجاهات وآراء المستخدمين نحو أداء الجمعية ونشاطها، وإجراء بحوث تقويمية لصورة الجمعية لدى الجمهور وتحديد مدى الرضا عن أداء الجمعية في مختلف قطاعاتها، من أجل تحسين الخدمات المقدمة ومعرفة الأولويات في هذه الخدمات.
 - الانضمام إلى المواضيع والمجموعات التي لها علاقة بالنشاط التطوعي للجمعية.
- 2- تحسين الصورة الذهنية للعمل التطوعي عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي:** تتطلب عملية تحسين صورة العمل التطوعي على مواقع التواصل الاجتماعي على ما يلي:
- متابعة كل ما يكتب ضد الجمعية والرد فوراً-وهو ما يتطلب معاينة الجمعية لصفحتها أو حسابها باستمرار- مع إبراز الإنجازات التي تتحقق بصورة مستمرة ونشرها في وسائل العالم المختلفة، خاصة وسائل العالم الاجتماعي.
 - إقامة الندوات والمؤتمرات الصحفية وعرضها على مواقع التواصل الاجتماعي.
 - نشر الوعي فيما يخص خدمات الجمعية أو المشاركة في التوعية العامة للمجتمع.
 - رصد الانطباعات عن خدمة جديدة تنوى الجمعية إدراجها أو خدمة مستمرة لقياس الرأي حولها، حتى ال تكون مواقع التواصل الاجتماعي أداة إرسال فقط وإنما أداة للتفاعل مع الجمهور.⁸¹
 - ويتم استثمار مواقع التواصل الاجتماعي بما يخدم أهداف العمل التطوعي من خلال:⁸²
 - المشاركة بخبر أو الخدمات التي تقدمها الجمعيات لجذب اهتمام الناس.
 - وضع الأخبار والصور مع الإشارة إلى محتوى يتعلق بنشاط الجمعية

⁸¹ ط.د سنوسي سمية ، أ.د خالد حامد، العمل التطوعي الجمعي و التنمية المحلية في الجزائر 'دراسة ميدانية بالجمعيات الناشطة على شبكة التواصل الاجتماعي (فايسبوك) ببلدية تبسة نموذجا ، مجلة الرسالة للدراسات و البحوث الانسانية ، المجلد 06، العدد03، جويلية 2021، ص264.

⁸² المرجع نفسه، ص264.

- تحسين جودة العمليات والتطوعية وتوفير نظم فاعلة للمعلومات تساعد في كفاءة عملية التخطيط والتنظيم عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- الاستفادة من هاته المواقع في عملية الانتشار والوصول إلى العديد من شرائح المجتمع المدني، كما يمكن استقبال الشكاوى والحالات المحتاجة إلكترونياً، ودراستها وتحليلها للتحقق من مصداقية الحالة.
- الاستفادة من التقنية كنشاط يساهم في تطوير وتنمية المجتمع.
- 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 تتعدّد لهذا الغرض بخصوصه ويدعى إليها الشخصيات البارزة في العمل التطوعي.⁸³

ويتم أيضاً استثمار شبكات التواصل الاجتماعي لتحسين صورة الجمعيات التطوعية من خلال:

- متابعة كل ما يكتب ضد الجمعية والرد فوراً مع إبراز الإنجازات التي تحقق بصورة مستمرة ونشرها في وسائل الإعلام.
- تحليل ما ينشر عن الجمعية وتصحيح ما يرد خطأ عنها في وسائل الإعلام.
- تجميع وتحليل المعلومات المتصلة بالجمعية وتزويد مختلف الإدارات التابعة لها.
- تطوير التعاون مع الجامعات ومراكز البحث في الداخل في مجال البحوث والدراسات العلمية.
- التحسين صورة المؤسسة وإجراء بحوث تقويمية لصورة الجمعية لدى الجمهور وتحديد مدى الرضا عن أداء الجمعية في مختلف قطاعاتها.
- المسؤولية المجتمعية من خلال المشاركة في رعاية أي مشروع اجتماعي وإبراز شعار الجمعية من خلاله.

⁸³ عصمان رشدي، الريادة و العمل التطوعي، دار الراجحة للنشر والوزيع، ط1، عمان، 2013، ص149، 148.

- _ تحسين الخدمات المقدمة ومعرفة الأولويات في هذه الخدمات من خلال الانقضاء عبر وسائل التواصل.
- نشر الوعي فيما يخص خدمات الجمعية أو المشاركة في التوعية العامة للمجتمع.
- تعزيز نشاطات العلاقات العامة. - استماع للشكاوى والملاحظات وتحقيقها وهذه أبرز ما يساهم في تحسين الصورة (وزارة التجارة...).
- رصد الانطباعات عن خدمة جديدة تنوي الجمعية إدراجها أو خدمة مستمرة لقياس الرأي حولها.
- ومن هنا نستنتج ان موقع التواصل الاجتماعي لها اهمية كبيرة في خدمة العمل التطوعي إذا ما تم استثمارها بالشكل الصحيح بحيث تمكن من استقطاب الفئات المهتمة بهذا المجال وتسخيرها لصالحها بما يخدم المجتمع وأهداف الجمعيات التطوعية.

المبحث الخامس: عوامل تعزيز العمل التطوعي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي:

- متابعة كل المستجدات التي تم العمل التطوعي.
- الاستمرارية وعدم الانقطاع ولو برسائل مكررة ومناسبة.
- تنوع الرسالة (خبر + توجيه + تقرير تجربة + صورة)، وتستعمل في التسويق من خلال:
- اكتشاف الداعمين والمتعاطفين مع الجمعية.
- تحديد الجمهور المستهدف مع تحديد الفترة الزمنية وقياس مدى نجاح الخطة التسويقية لأنشطة الجمعية على مواقع التواصل الاجتماعي.⁸⁴

استخدام الكمبيوتر في المنظمات الخيرية للاستفادة منها في تفعيل مجال العمل التطوعي الالكتروني فيما

يلي:⁸⁵

⁸⁴ ط.د سنوسي سمية ، أ.د خالد حامد، المرجع السابق ،ص265.

- 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 مثلاً.
- يضاف الى هذا بعض العوامل التي تساعد على تفاعل المتابعين لنشاطات الجمعيات الخيرية:
- الانضمام الى المواضيع والموضوعات التي لها علاقة مع نشاط الجمعية.
- إضافة رابط تغذية خلفي للمواقع الاجتماعية الأخرى.
- البقاء على تواصل دائم مع الأفراد الداعمين النشاط الجمعية.
- تتبع المحادثات التي تتعلق بنشاط الجمعية الخيري.
- عمل استفتاءات ونشاطات تخص نشاط الجمعية.
- إعداد رسائل شكر لجميع المتابعين لأنشطة الجمعية على مواقع التواصل الاجتماعي.

خلاصة الفصل:

كخلاصة للفصل يكمن القول أن العمل التطوعي يعتبر هو ثروة عامة وليس حكرا على أحد فهو عبارة عن تلك الروابط التي تقوم على القيم الاجتماعية الحميدة لا يختلف اثنان في الحاجة الماسة لتفعيل حركة العمل التطوعي في المجتمع، وزيادة إعداد الناشطين في هذا المجال الحيوي، وتنويع الرواق الداعمة للعمل التطوعي وأنشطته وميادينه لما يلي الحاجات الجديدة للمجتمع. وتعتبر المشاركة الفعالة في العمل التطوعي في أي مجتمع عن مدى الوعي والنضج الذي وصل إليه المجتمع. فنمو حركة العمل التطوعي تساهم بصورة حيوية في النهوض بالمجتمع.

حيث تكمن أهميته في تنمية الإحساس لدى المتطوع وتقوية الروابط الاجتماعية، حيث يسعى الأفراد من خلاله لتحقيق دوائهم 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.

الإطار التطبيقي

- تمهيد للدراسة الميدانية.
- 1- التعريف بجامعة عبد الحميد ابن باديس.
- 2- نبذة تاريخية عن جامعة عبد الحميد ابن باديس.
- 3- الكليات والمعاهد.
- 4- عرض وتحليل بيانات الدراسة.
- 5- النتائج العامة للدراسة.
- 6- التوصيات والاقتراحات.
- خاتمة

الإطار التطبيقي:

تمهيد للدراسة الميدانية:

تعتبر الدراسة الميدانية من أهم مراحل البحث العلمي، فهي تعد الجزء الأكثر أهمية فيه ومن خلالها يتم طرح مشكلة البحث، وبما أننا تناولنا في الجانب النظري استخدامات الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي للتوجه نحو العمل التطوعي، سنحاول في هذا الفصل إسقاط الدراسة النظرية ميدانيا من خلال معالجة موضوع اتجاهات الطلبة نحو العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي والمتمثلة في جامعة عبد الحميد ابن باديس بولاية مستغانم، لذلك خصصنا هذا الفصل للتطرق الى تعريف الجامعة ونبذة تاريخية عنها، ثم تحديد مجالات الدراسة و كذا العينة التي اجرينا عليها هذا البحث دون اغفال عرض ادوات جمع البيانات واساليب تحليلها، يليه اخيرا نتائج الدراسة و التأكيد من صحتها في ضوء الفرضيات لنقوم بجمع ما توصلنا اليه في خاتمة الدراسة .

1- التعريف بجامعة عبد الحميد ابن باديس بولاية مستغانم:

تقع جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم (UMAB) في مدينة مستغانم، شمال غرب الجزائر. إن تاريخ جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم مرتبط بشكل وثيق مع منطقة الظهرة. تأسست الجامعة كمركز جامعي عام 1978، مؤسسة التعليم العالي هذه، كونت ولمدة زمنية طويلة النخبة الفكرية للجهة الغربية، والتي لا يزال تأثيرها كبيرا.

منذ أربعين سنة من وجودها، لم تتوقف الجامعة عن مواجهة التحديات العلمية والاجتماعية. فللجامعة موقع استراتيجي جد مهم، فهي تتمركز بين ولايات وهران، غليزان، الشلف ومعسكر. ترقى من مركز جامعي الى مصف الجامعات الجزائرية في عام 1998 وذلك بموجب المرسوم التنفيذي رقم 98-220 المؤرخ 7 يوليو 1998. أما سابقا، فان التعليم العالي تأسس في مستغانم عام 1969، مع إنشاء معهد التكنولوجيا للزراعية (ITA في مستغانم) والذي كان يقوم بتدريب المهندسين في مجال الهندسة الزراعية التطبيقية، وبعده تم إنشاء المركز الجامعي لمستغانم عام 1978، الذي فتح أبوابه مع اجل تدريس التعليم العالي في علوم البيولوجيا، ولجذع المشترك لعلوم التمريض والكيمياء. ومنذ عام 1998، شهدت جامعة مستغانم نمواً سريعاً في بنيتها التحتية وقدراتها، موظفيها وطلابها. ولقد جعلت الجهود المبذولة من طرف مسؤوليها وإدارتها وأساتذتها لجامعة مستغانم بان تجعلها قطب امتياز عن جدارة واستحقاق لتكون مركزاً أكاديمياً حقيقياً يشع في جميع أنحاء المنطقة الغربية. تحمل جامعة مستغانم اسم العلامة عبد الحميد بن باديس وهو شخصية رمزية لجمعية العلماء المسلمين في الجزائر. حيث كان مدرساً وفيلسوفاً ومنظراً ذو رؤية إسلامية، بالإضافة إلى انه كان صحفياً، وقلماً ثورياً. وهناك مناسبة تحتفي بها الجزائر كل يوم 16 أفريل بمناسبة وفاته تسمى بيوم العلم.

2- نبذة تاريخية عن الجامعة:

تم إنشاء جامعة مستغانم عبد الحميد ابن باديس في عام 1998 بموجب المرسوم التنفيذي رقم 98-220 المؤرخ في 7 جويلية 1998. في السابق، وبالضبط في عام 1969، تم تأسيس المعهد التكنولوجي للزراعة ITA كمؤسسة من مؤسسات التعليم العالي في مستغانم، وهو معهد معروف بتكوينه وتدريبه للمهندسين في مجال الزراعة التطبيقية. ثم، في عام 1978، تم تأسيس المركز الجامعي، والذي كان يقوم بالتكوين في الدراسات العليا في الجذع المشترك في علم الأحياء، والعلوم التمريض وكذلك في الكيمياء. في عام 1984 إعادة هيكلة جديدة ليتحول من جديد الى معاهد كما يلي معهد العلوم الأساسية، معهد التربية البدنية، ومعهد البيولوجيا ومعهد الكيمياء الصناعية. وفي عام 1992 يعود من جديد إلى مركز جامعي. منذ عام 1998، شهدت جامعة مستغانم توسعا سريعا في بنيتها التحتية وقدرتها الاستيعابية، فضلا عن نمو في عدد موظفيها وطلابها. ولقد سمحت الجهود التي يبذلها قادتها ومدبروها ومعلموها للجامعة بنجاح اجتياز سلسلة من الخطوات النوعية التي جعلت من مستغانم مركزا أكاديميا حقيقيا يشع في جميع أنحاء المنطقة الغربية من البلاد. يمكن تلخيص تاريخها على النحو التالي:

▪ 1978 إنشاء المركز الجامعي بمستغانم المرسوم رقم 78-131 الصادر في 8 يونيو 1978 بإنشاء المركز الجامعي لمستغانم.

▪ 1984 تنظيم المركز الجامعي ليتحول إلى :

أ. المدرسة العليا في العلوم الأساسية.

ب. المعهد الوطني للتعليم العالي للبيولوجيا.

ت. المعهد الوطني للتعليم العالي للكيمياء.

ث. المعهد الوطني للتربية البدنية والرياضية.

- التنظيم الجديد للمؤسسة:
 - أ - المركز الجامعي . المدرسة العليا في العلوم الأساسية .
 - ب - المعهد الوطني للتربية البدنية والرياضية .
- 1997 نقل المعهد الوطني للتعليم العالي في الزراعة (INFSA ex: ITA) من وزارة الزراعة إلى المركز الجامعي في مستغانم.
- 1998 الارتقاء من المركز الجامعي إلى الجامعة: المرسوم التنفيذي رقم 12-77 الصادر في 19 ربيع الأول 1433 الموافق 12 فبراير 2012 بشأن تعديل واستكمال المرسوم التنفيذي رقم 98-220 المؤرخ 7 يوليو 1998 بإنشاء جامعة مستغانم.
- 2000 نقل المعهد الوطني للأشغال العمومية إلى جامعة مستغانم. (وزارة الأشغال العامة).
- 2003 إنشاء معهد العلوم والتقنيات للأنشطة البدنية والرياضية (STAPS)
- 2009 إعادة تنظيم جامعة مستغانم (سبع كليات و معهد واحد).
- 2011 إعادة تنظيم جامعة مستغانم (افتتاح كلية الطب). المرسوم التنفيذي رقم 12-360 المؤرخ في 22 ذي آل 1433 القعدة الموافق ل 8 أكتوبر 2012 المكمل المرسوم التنفيذي رقم 98-220 المؤرخ 13 ربيع الاول 1419 الموافق 7 يوليو 1998 إنشاء جامعة مستغانم.
- 2013 إعادة هيكلة كليات جامعة مستغانم في 8 كليات و 01 معهد واحد إنشاء المدرسة العليا و المدرسة التحضيرية في علوم الطبيعة والحياة.
- 2014 إنشاء المدرسة العليا.
- : 2016 إعادة تنظيم جامعة مستغانم (09 كليات ومعهد واحد). المرسوم التنفيذي رقم 14-239 المؤرخ 29 شوال 1435 الموافق ل 25 أغسطس 2014 المعدل والمكمل للمرسوم التنفيذي رقم 98-

220 المؤرخ في 13 ربيع الأول 1419 الموافق ل 7 يوليو 1998 إنشاء جامعة مستغانم. تحمل جامعة

مستغانم اسم عبد الحميد بن باديس، وهو شخصية رمزية لحركة الإصلاح الإسلامي في الجزائر. كان

مدرسًا وفيلسوفًا وصاحب رؤية إسلامية وصحفي وكاتب ورجل ثوري. يتم الاحتفال على شرفه بيوم

وطني في الجزائر وهو "يوم العلم" في 16 أبريل من كل عام، وهو يوم للاحتفال بتاريخ وفاته.

3- الكليات والمعاهد:

تتكون حاليا جامعة عبد الحميد بن باديس من مستغانم من 9 كليات ومعهد واحد وهي كما يلي:

- كلية الطب (FMED).
- كلية العلوم الدقيقة والإعلام الآلي (FSEI).
- كلية علوم الطبيعة والحياة (FSNU).
- كلية العلوم التكنولوجية (FST).
- كلية الأدب العربي والفنون (FLA).
- كلية اللغات الأجنبية (FLE).
- كلية الحقوق والعلوم السياسية (FDSP).
- كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير (FSECSG).
- كلية العلوم الاجتماعية (FSS).
- معهد التربية البدنية والرياضية (IEPS⁸⁶).

4- عرض وتحليل بيانات الدراسة:

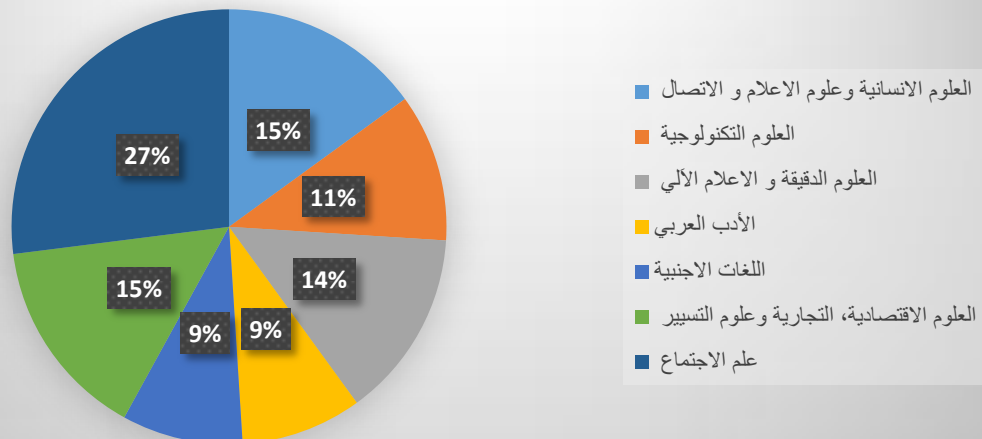
1_ عرض وتحليل البيانات الشخصية:

⁸⁶ تم اخذ المعلومات من الموقع الرسمي للجامعة .

الجدول رقم(1): يمثل تقسيم الطلبة على أقسام الكلية:

القسم	التكرار	النسبة المئوية
العلوم الانسانية وعلوم الاعلام والاتصال	15	%15
العلوم التكنولوجية	11	%11
العلوم الدقيقة والاعلام الآلي	14	%14
الأدب العربي	9	% 9
اللغات الاجنبية	9	% 9
العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير	15	%15
علم الاجتماع	27	%27

الشكل رقم(1): يمثل تقسيم الطلبة على أقسام الكلية



المجموع	100	%100
---------	-----	------

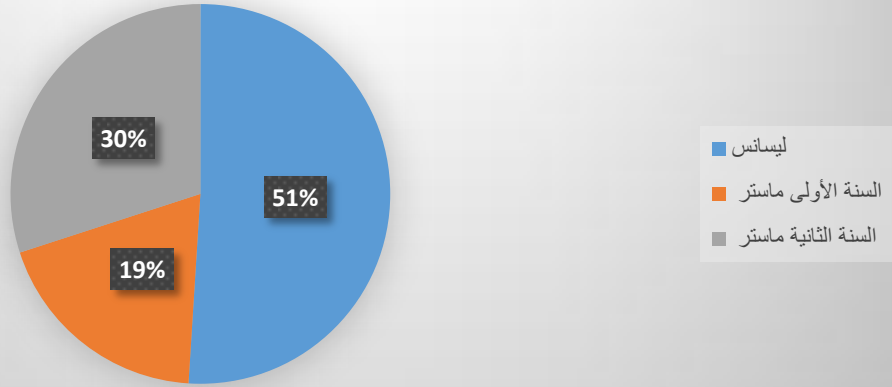
يوضح الجدول مجتمع البحث والذي يشمل طلبة جامعة عبد الحميد ابن باديس الموزعين على سبعة اقسام بحيث بلغ عدد طلبة قسم العلوم الانسانية وعلوم الاعلام والاتصال 15 طالب و طالبة بنسبة 15%، في حين بلغ عدد طلبة العلوم التكنولوجية 11 اي بنسبة 11%، بالإضافة الى طلبة العلوم الدقيقة و الاعلام الألي البالغ عددهم 14 بنسبة 14%، فيما بلغت نسبة طلبة الادب العربية واللغات الاجنبية نسبة 9% لكل قسم وتكرار قدره 9 لكل منهما وقدر تكرار طلبة العلوم الاقتصادية، التجارية، وعلوم التسيير 15 بنسبة 15% وعلم الاجتماع بتكرار قدره 27 بنسبة 27%.

نستنتج من هذه البيانات ان اغلب المبحوثين هم طلبة علم الاجتماع بحيث اهتموا بالإجابة على هذه الاستمارة وذلك راجع الى اهتمامهم الزائد بهذه المواضيع.

الجدول رقم (2): يمثل توزيع افراد العينة حسب المستوى الدراسي:

المستوى الدراسي	التكرار	النسبة المئوية
ليسانس	51	%51
السنة الأولى ماستر	19	%19
السنة الثانية ماستر	30	%30
المجموع	100	%100

الشكل رقم (2): يمثل توزيع افراد العينة حسب المستوى الدراسي :



يبين الجدول رقم (2) والشكل رقم (2) توزيع الطلبة حسب المستوى الدراسي حيث بلغت نسبة الطلبة اللذين يدرسون في الليسانس 52%، في حين قدرت نسبة الطلبة اللذين يدرسون في السنة الأولى ماستر 19%، اما فيما يخص نسبة طلبة السنة الثانية ماستر بلغت 30%.

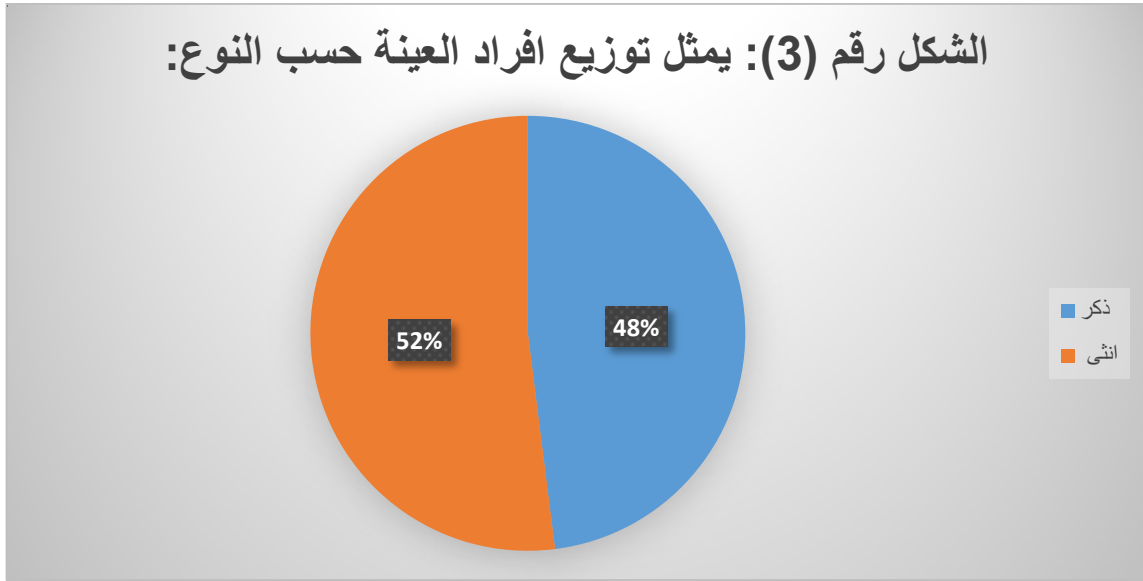
يعد المستوى الدراسي من اهم البيانات التي تساعدنا في الوصول الى الحقائق، وهذا ما يعلن ان الطلبة ذات

المستوى الثقافي الجيد هم من يسعوا الى تقديم المعلومات والخدمات والمبادرات التي تخدم المجتمع.

الجدول رقم (3): يمثل توزيع افراد العينة حسب النوع:

النوع	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	48	48%
انثى	52	52%
المجموع	100	100%

الشكل رقم (3): يمثل توزيع افراد العينة حسب النوع:



من خلال الجدول اعلاه يتضح لنا افراد العينة المدروسة تضم الإناث والذكور بنسبة متقاربة حيث بلغ عدد

الإناث 52 بنسبة 52%، وبلغ عدد الذكور 48 اي بنسبة 48%.

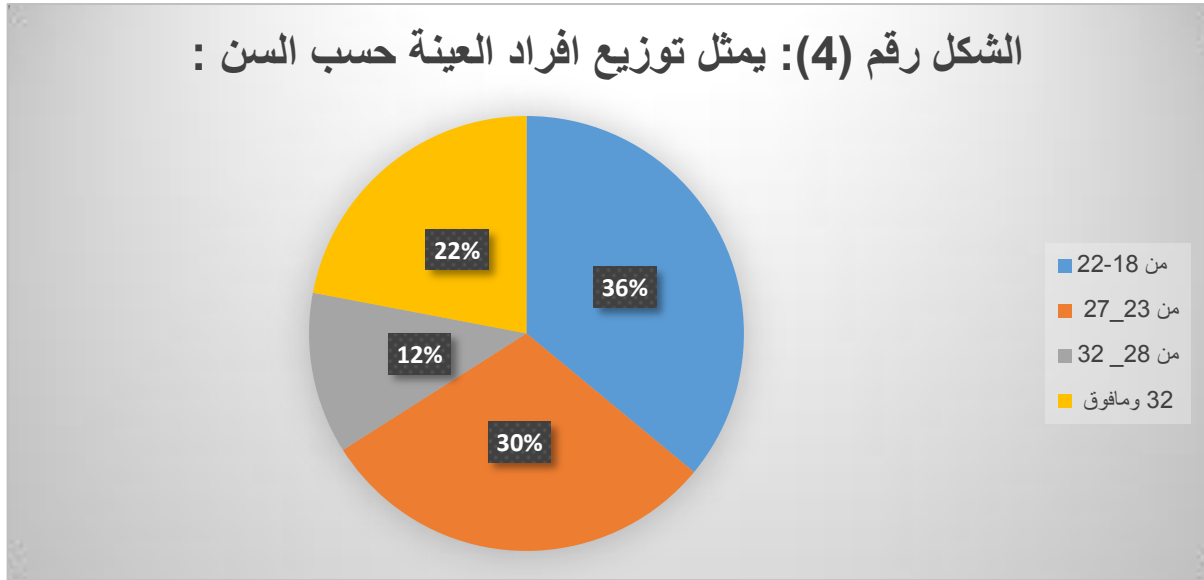
مما يوضح اتفاق الاهتمامات بين الذكور والإناث بما في ذلك اهتمامهم بالأعمال التطوعية وذلك راجع الى طبيعة

التركيبية الفيزيولوجية للإنسان وخاصة تركيبة الانسان الجزائري سواء ذكر او انثى، والتي قد تختلف احيانا.

الجدول رقم (4): يمثل توزيع افراد العينة حسب السن:

السن	التكرار	النسبة المئوية
من 18-22	36	36%
من 23_27	30	30%
من 28_32	12	12%
32 وما فوق	22	22%

المجموع	100	%100
---------	-----	------



يتبين لنا حسب الجدول اعلاه ان اغلبية افراد العينة وبنسبة 36% وتكرر قدره 36 مرة تنتمي الى الفئة العمرية من 18 إلى 22 ثم تليها فئة من 23 إلى 27 بنسبة 30% وتكرر قدره 30 مرة، في حين فئة من 28 إلى 32 بلغت نسبة 12% بتكرار 12 مرة، وفي الاخير تحصلت فئة 32 وما فوق على نسبة 22%.

نستنتج مما سبق ان فئة المتدرسين في الجامعة ذات طابع شبابي يتمتع بالحياة والنشاط وهذا ما يبرز كثرة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي لتلبية حاجاتهم والتطلع على النشاطات المختلفة.

عرض وتحليل بيانات المحور الأول:

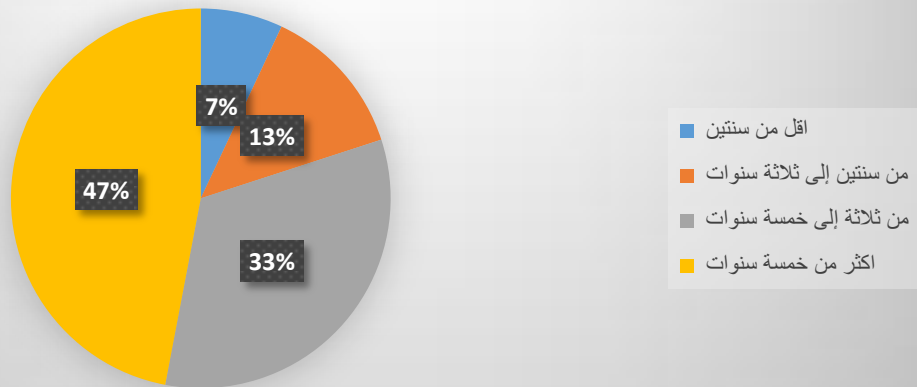
المحور الأول: عادات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة الجامعيين.

الجدول رقم(5): يمثل توزيع افراد العينة حسب سنوات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

السنة	التكرار	النسبة المئوية

7	7%	اقل من سنتين
13	13%	من سنتين إلى ثلاثة سنوات
33	33%	من ثلاثة إلى خمسة سنوات
47	47%	اكثر من خمسة سنوات
100	100%	المجموع

الشكل رقم (5): يمثل توزيع افراد العينة حسب سنوات استخدام شبكات التواصل الإجتماعي.



يتضح لنا من خلال الجدول ان العدد الأكبر من الطلبة يستخدمون الشبكات الاجتماعية لأكثر من خمسة

سنوات بنسبة 47%، بينما تقدر نسبة الطلبة الذين يستخدمونها من ثلاثة الى خمسة سنوات بـ 33%، ونسبة

13% من الطلبة يستعملونها من سنتين الى ثلاثة سنوات وجاءت في الاخير اقل نسبة من الطلبة الذين

يستخدمونها لأقل من سنتين بنسبة 7%.

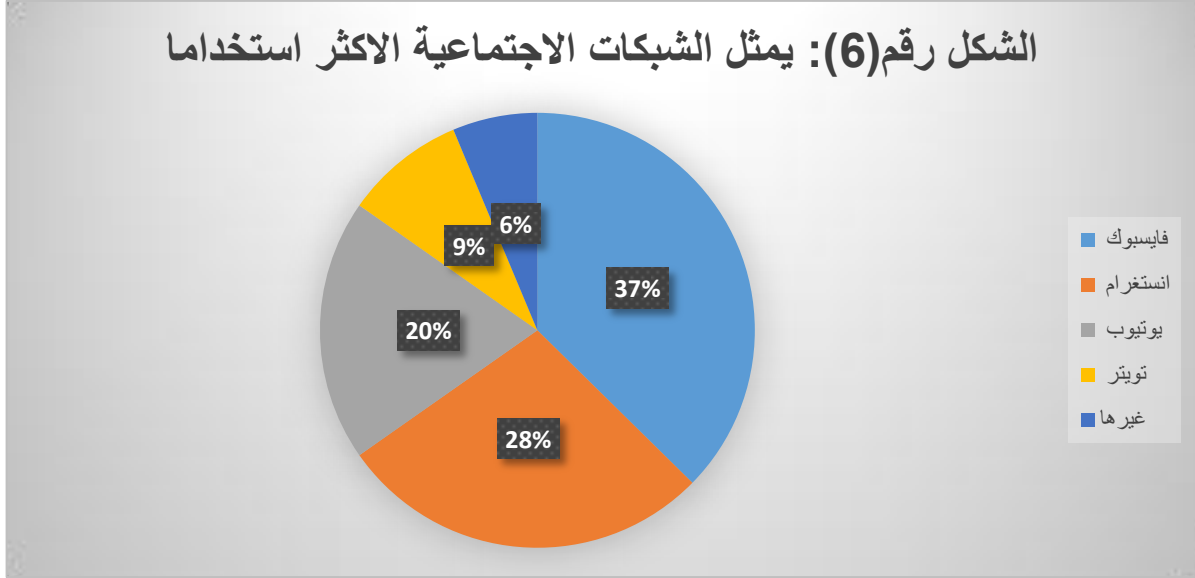
يكشف لنا ان مواقع التواصل الاجتماعي زاد انتشارها واستخدامها في السنوات الخمسة، مما يفسر التطور الرهيب والانتشار السريع لها بسبب سهولة استخدامها وخصائصها المتنوعة بالإضافة الى توفر الاجهزة الذكية المزودة بشبكات وفي الجيل الثالث والجيل الرابع.

الجدول رقم(6): يمثل الشبكات الاجتماعية الاكثر استخداما

الموقع	التكرار	النسبة المئوية
فايسبوك	71	37%
انستغرام	53	28%
يوتيوب	38	20%
تويتر	17	9%
غيرها	11	6%
المجموع	190	100%

ملاحظة: المجموع يمثل تكرار الاختيارات وليس مجموع افراد العينة.

الشكل رقم(6): يمثل الشبكات الاجتماعية الأكثر استخداما

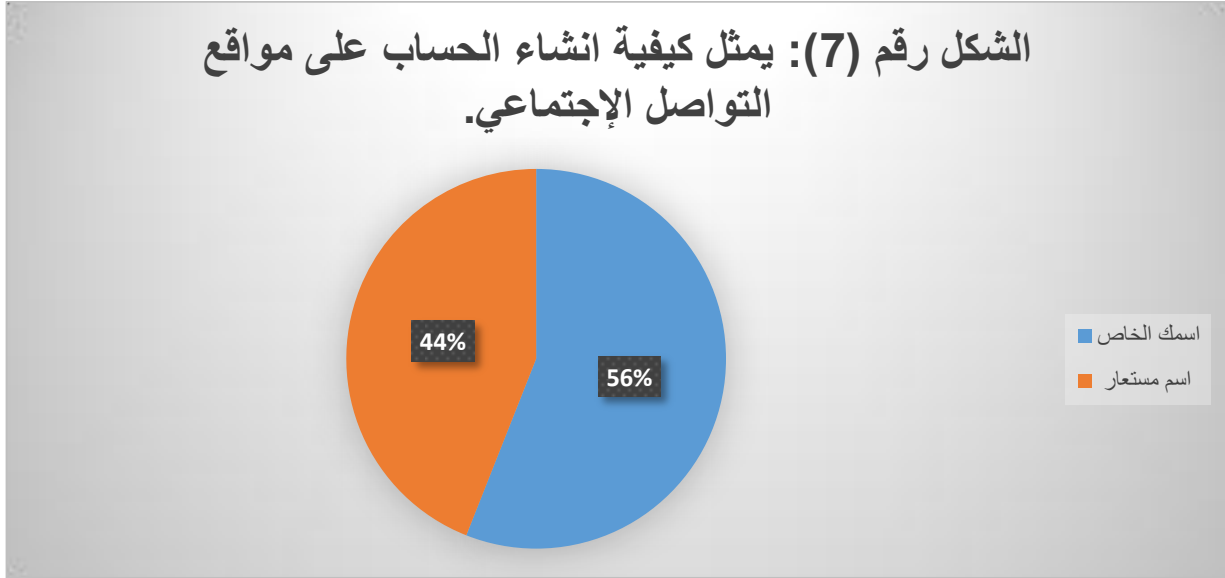


نلاحظ من خلال الجدول ان اكثر المواقع استخدمها من طرف الطلبة تشير إلى الفيسبوك بتكرار 71 مرة و بنسبة 37.36% من المجموع الكلي للاختيارات، ويأتي بعدها انستغرام بنسبة 27.89% بتكرار 53 مرة ، ثم يليه يوتيوب بتكرار 37 و بنسبة 19.47%، في حين توصل تويتر بتكرار 17 مرة بنسبة 8.94%، و بلغ تكرار المواقع غير المذكورة 12 مرة بنسبة 6.31%، وفي الاخير تبين ان 100 طالب كان له عدة اختيارات بحيث اصبح المجموع الكلي 190.

نستنتج مما سبق ان الطلبة بصفة عامة يستخدمون أكثر من موقع على شبكات التواصل الاجتماعي ويعتبر الفيسبوك الوسيلة الأكثر شيوعا عند الطلبة نظرا لتعدد خصائصه وسهولته وذلك ما شجع الجمعيات الخيرية على انشاء صفحات لنشر كل ما يتعلق بنشاطاتها ومبادراتها التطوعية لاستقطاب المشاركين وبما في ذلك فئة الشباب. الجدول رقم (7): يمثل كيفية انشاء الحساب على مواقع التواصل الاجتماعي.

الحساب	التكرار	النسبة المئوية
اسمك الخاص	56	56%

اسم مستعار	44	%44
المجموع	100	%100



يوضح الجدول رقم (7) ان 56% من افراد عينة الدراسة يفضلون انشاء حساب باسمهم الخاص اي بتكرار

56مرة، في حين ان نسبة 44% يفضلون اسم مستعار.

مما سبق يتضح ان بعض مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يستخدمون حساباتهم بمعلوماتهم الشخصية

دون تزيف مما يساعدهم في تسهيل التواصل بينهم ونشر نشاطاتهم اليومية والتي قد تكون بمثابة تحفيز للمتابعين في

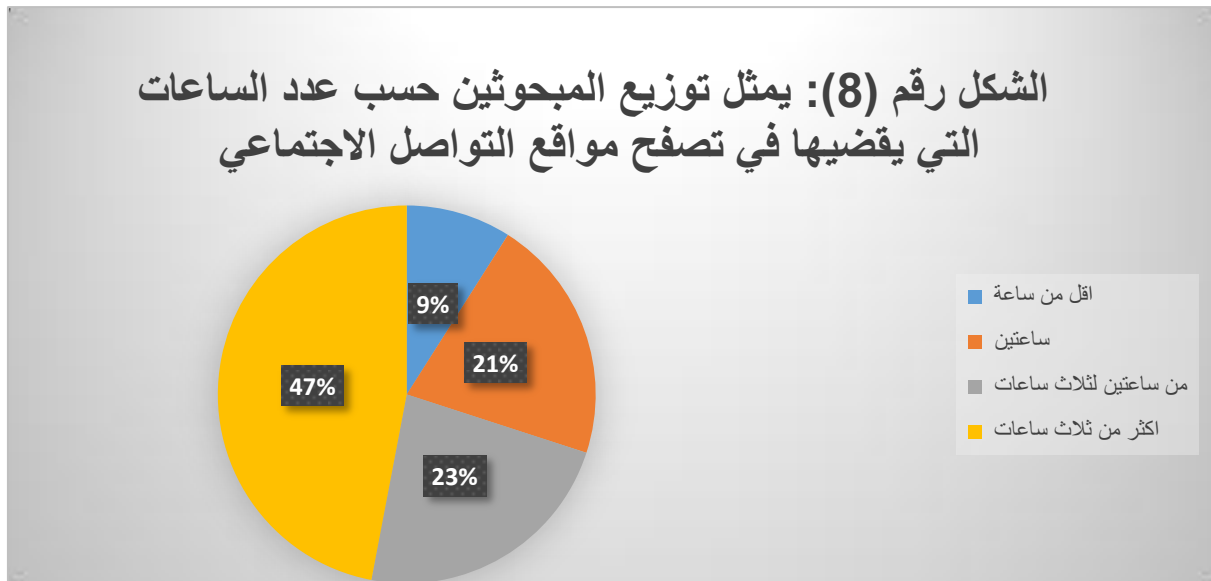
مجالات مختلفة، غير ان فئة اخرى تفضل السرية وعدم التعريف بأنفسهم عبر الفضاء الإلكتروني.

الجدول رقم (8): يمثل توزيع المبحوثين حسب عدد الساعات التي يقضيها في تصفح مواقع التواصل

الاجتماعي.

عدد الساعات	التكرار	النسبة المئوية
اقل من ساعة	9	%9

ساعتين	21	%21
من ساعتين لثلاث ساعات	23	%23
أكثر من ثلاث ساعات	47	%47
المجموع	100	%100



أشارت نتائج الجدول المبين اعلاه الى ان اغلب المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي للأكثر من ثلاث ساعات اي بنسبة %47، فيما بلغت نسبة عدد المستخدمين من ساعتين لثلاث ساعات %23، اما نسبة مستخدمي المواقع الالكترونية لساعتين بلغت %21، ثم جاءت اقل نسبة للمستخدمين لمدة اقل من ساعة و التي بلغت %9 وهي نسبة ضعيفة .

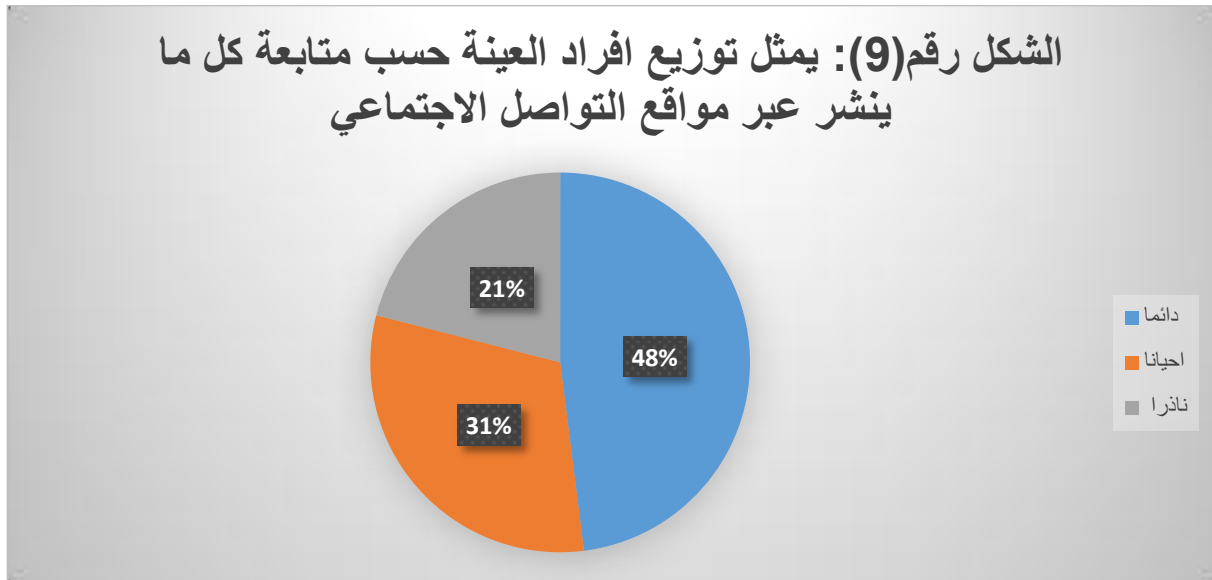
وهذا يوضح ان بالرغم من ان مواقع التواصل الاجتماعي اصبحت من ضروريات الحياة اليومية ولها استعمالات كثيرة إلا أن بعض المبحوثين لا يتصفحونها أكثر من ساعتين وذلك لانشغالهم بأولويات اخرى كالعمل و الدراسة، اما الذين يخصصون لهذه المواقع اقل من ساعة فقد اثبتوا انهم يفضلون قضاء الوقت مع الاهل والاصدقاء ولا يهتمون بالاطلاع على المستجدات، في حين ان الذين يستعملونها لأكثر من ثلاث ساعات دون

شعورهم بالوقت فهم يرغبون في الاطلاع على كل الاخبار و المنشورات التي تعالج مواضيع متعددة بما في ذلك النشاطات و المبادرات التطوعية .

الجدول رقم(9): يمثل توزيع افراد العينة حسب متابعة كل ما ينشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
دائما	48	%48
احيانا	31	%31
ناذرا	21	%21
المجموع	100	%100

الشكل رقم(9): يمثل توزيع افراد العينة حسب متابعة كل ما ينشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي



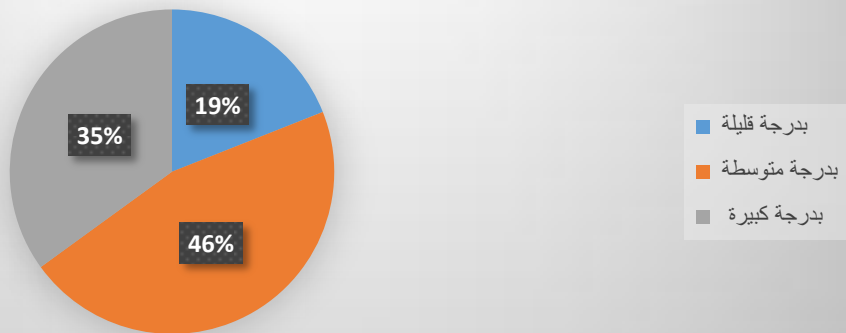
من خلال الجدول اعلاه يتضح ان نسبة 48% من افراد عينة الدراسة يتابعون بشكل دائم كل ما ينشر على مواقع التواصل الاجتماعي، في حين ان نسبة 31% احيانا ما يهتمون بهذه المواقع، اما الذين ناذراكل ما ينشر على مواقع التواصل الاجتماعي بلغت نسبتهم 21%

ومنه نستنتج ان اغلبية المبحوثين يهتمون بكل ما ينشر على مواقع التواصل الاجتماعي و هذا يدل على اقبال الطلبة على هذه المواقع بحيث ابدوا تعلقهم استعمالها لمتابعة المستجدات و التطورات عبر الصفحات مما يسهل عليهم مشاركة الاصدقاء بمواضع مختلفة منها المواضيع التي تخدم التي تخدم المجتمع.

الجدول رقم (10): يمثل توزيع افراد العينة حسب مساعدة مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على المشكلات التي يعاني منها المجتمع.

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
بدرجة قليلة	19	%19
بدرجة متوسطة	46	%46
بدرجة كبيرة	35	%35
المجموع	100	%100

الشكل رقم (10): يمثل توزيع افراد العينة حسب مساعدة مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على المشكلات التي يعاني منها المجتمع.



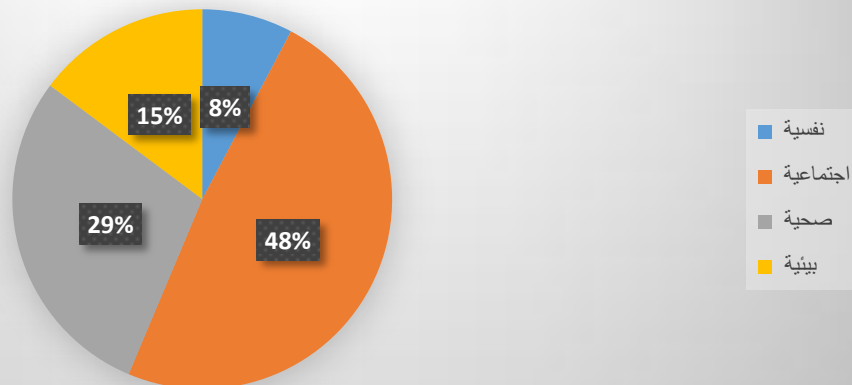
يبين الجدول اعلاه نسبة 46% من افراد العينة اقدوا ان مواقع التواصل الاجتماعي تساعدهم بدرجة متوسطة في التعرف على مشكلات المجتمع في حين ان نسبة الذي يقرون بمساعدتها بدرجة كبيرة بلغت 35% واخيرا نسبة 19% الذين اعتبروا انها تساعدهم بدرجة قليلة.

من خلال ذلك نلاحظ ان مواقع التواصل الاجتماعي تساعد في التعرف على المشكلات التي يعاني منها المجتمع و ذلك بتقارب النسب بين درجة متوسطة و درجة كبيرة، اي اصبحت وسيلة يعتمد عليها لإيصال ما يحدث من مشاكل في المجتمع و السعي لحلها .

الجدول رقم (11): يمثل طبيعة المشاكل التي تعرض على مواقع التواصل الاجتماعي .

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نفسية	11	8%
اجتماعية	69	48%
صحية	41	29%
بيئية	21	15%
المجموع	142	100

الشكل رقم (11) : يمثل طبيعة المشاكل التي تعرض على مواقع التواصل الاجتماعي .



يتضح من خلال الجدول رقم (11) ان المشاكل الاجتماعية هي التي تعرض بالدرجة الأولى على مواقع التواصل الاجتماعي وبنسبة 48% وبتكرار قدره 69 مرة، ثم تليها المشاكل الصحية في الدرجة الثانية بنسبة 29% وبتكرار قدر ب 41 مرة، بينما المشاكل البيئية بلغت نسبتها 15% بتكرار 21 مرة وتحصلت المشاكل النفسية على المرتبة الأخيرة بأقل نسبة والتي بلغت 8% بتكرار قدره 11 مرة

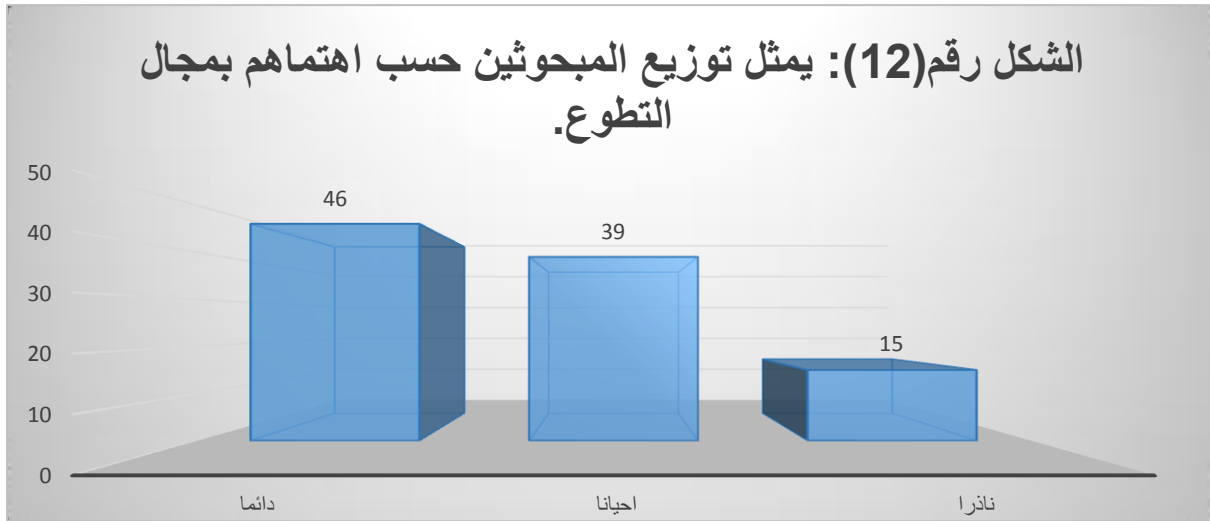
نستنتج من خلال بيانات الجدول أن المشاكل الاجتماعية هي من تحتل الصدارة في نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي وهذا يرجع الى طرح قضايا المجتمع بواسطة التقنيات المتطورة للمواقع الإلكترونية مما يؤثر على المستخدمين ويجفز على التفاعل معها.

عرض وتحليل بيانات المحور الثاني:

المحور الثاني: تبني العمل التطوعي لدى مجتمع الطلبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الجدول رقم(12): يمثل توزيع المبحوثين حسب اهتمامهم بمجال التطوع.

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
دائما	46	46%
احيانا	39	39%
ناذرا	15	15%
المجموع	100	100%



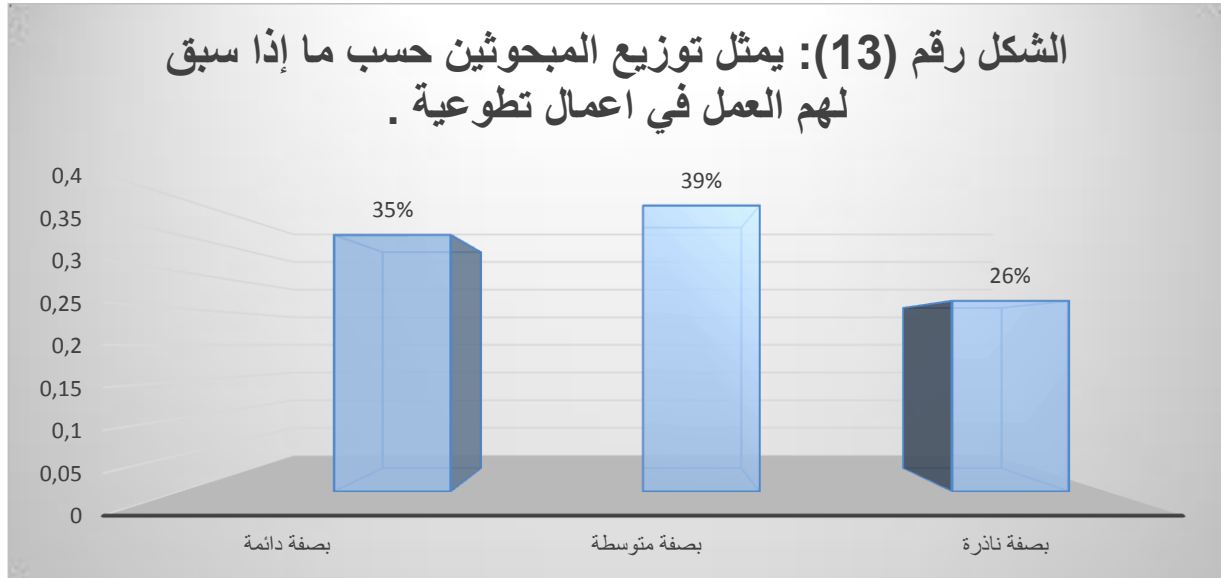
يبين الجدول اعلاه اهتمام الطلبة بالأعمال التطوعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أن نسبة 46% من الطلبة يهتمون بالعمل التطوعي بشكل دائم ونسبة 39% منهم احيانا ما يهتمون بالعمل التطوعي، اما الذين نادرا ما يبدوا اهتمامهم بالأعمال التطوعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بلغت نسبتهم 15%.

توضح النتائج أن مواقع التواصل الاجتماعي تركز اهتمامها بنشر الآراء ونشر المعلومات بسهولة وسرعة فائقة بين افراد المجتمع لتحقيق التكافل ويتمثل ذلك في مشاركة بعض الانشطة التي تخص الاعمال التطوعية الخيرية.

الجدول رقم (13): يمثل توزيع المبحوثين حسب ما إذا سبق لهم العمل في اعمال تطوعية.

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
35%	35	بصفة دائمة
39%	39	بصفة متوسطة
26%	26	بصفة نادرة

المجموع	100	%100
---------	-----	------



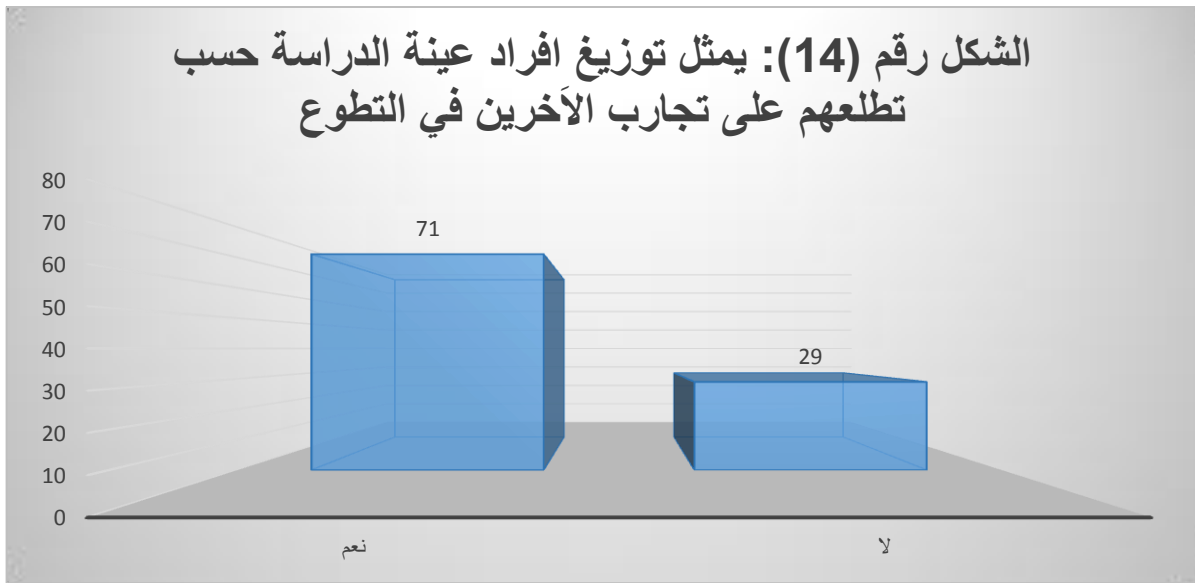
يوضح الجدول رقم (13) نسبة مشاركة المبحوثين في الاعمال التطوعية و التي بلغت بصفة دائمة 35% ، في حين ان نسبة مشاركتهم بأعلى بصفة متوسطة والتي مثلت اعلى نسبة بلغت 39%، بينما كانت المشاركات في العمل التطوعي بصفة نادره بنسبة 26%.

من خلال الجدول نستنتج المساهمين بالعمل بالأعمال التطوعية كانت بصفة دائمة و متوسطة في غالبية الأحيان مما يوضح انخراط الطلبة في الجمعيات والمشاركة في نشاطاتها وذلك من خلال وضع المنشورات التحفيزية بمختلف الاشكال (فديوهات، صور، اعلانات الخ) مما يشجعهم على التنافس لرفع التعقيد عن المشاكل التي تواجه المجتمع مما يزيد التضامن و الرقي .

الجدول رقم (14): يمثل توزيع افراد عينة الدراسة حسب تطلعهم على تجارب الآخرين في التطوع.

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	71	%71

لا	29	%29
المجموع	100	%100



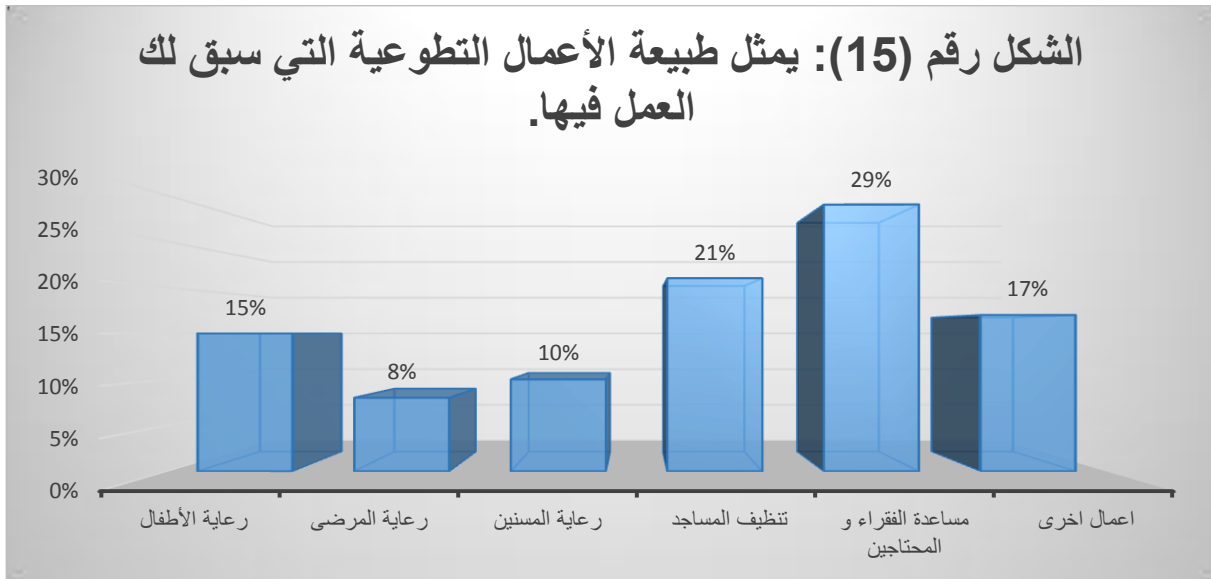
نلاحظ من خلال الجدول ان اجابات حول التطلع على تجارب الآخرين في التطوع كانت مقبولة بنسبة 71%، في حين أن نسبة الرفض بلغت 29% وذلك راجع الى عدم اهتمام بعض المبحوثين بمثل هذه الاعمال مما يجعلهم يركزون الاهتمام بمواضيع اخرى.

يتضح من ذلك ان معظم الطلبة يخصصون فترات للتطلع على التجارب المفيدة التي تبني ثقافة المجتمع وتحفزهم على العطاء المتواصل مما يساعدهم على إثبات أنفسهم في مجالات متعددة ومن بينها المبادرات الانسانية التي تحمل قيم انسانية. أما الذين كانت اجابات (لا) تدل على انهم غير مهتمين بالأعمال الخيرية ويفضلون التفرغ لأعمال الخيرية.

الجدول رقم (15): يمثل طبيعة الأعمال التطوعية التي سبق لك العمل فيها.

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
رعاية الأطفال	27	%15

رعاية المرضى	14	8%
رعاية المسنين	19	10%
تنظيف المساجد	40	21%
مساعدة الفقراء والمحتاجين	54	29%
اعمال اخرى	31	17%
المجموع	185	100%



من خلال الجدول رقم (15) يبين الأعمال التطوعية والمشاركة فيها اذا بلغت نسبة مساعدة الفقراء و المحتاجين 29% وبتكرار قدره 54 مرة وذلك راجع الى اهم الفئة الأكثر تضررا ثم تليها نسبة تنظيف المساجد و التي بلغت 21% بتكرار 40 مرة مما يبرز التسابق بين افراد المجتمع لكسب الأجر والثواب في حين بلغت نسبة رعاية الأطفال 15% بتكرار 27 مرة و نسبة رعاية المسنين 10% بتكرار 19 مرة، أما رعاية المرضى فقدرت بتكرار

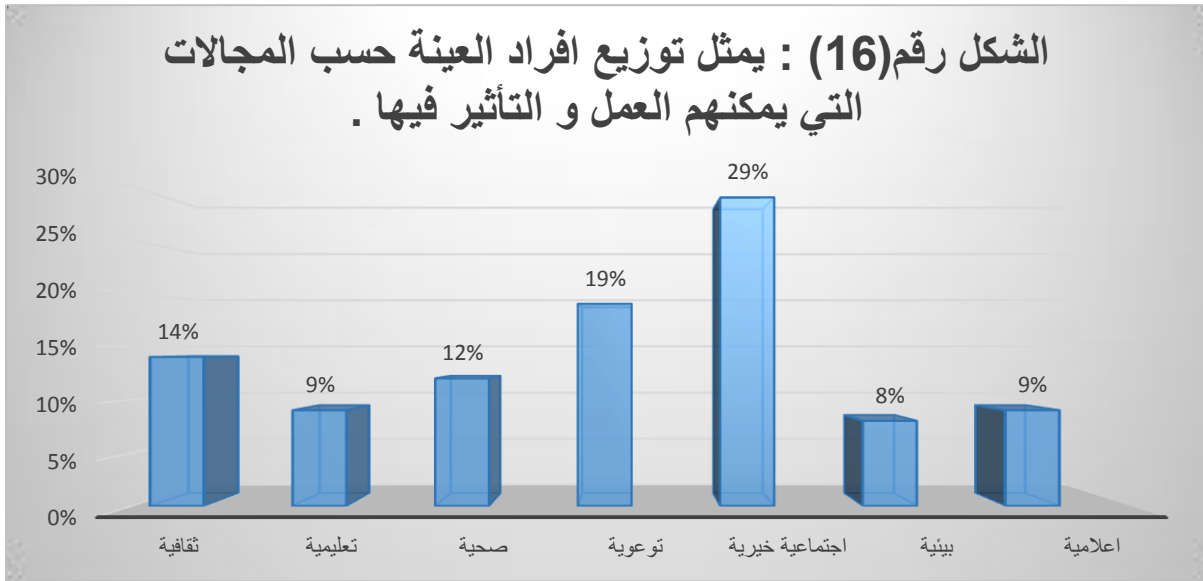
14 مرة اي بنسبة 8% باعتبار انها مسؤولة قطاع الصحي و تأتي مرتبة الاعمال الأخرى بنسبة 17% وبتكرار 31 مرة .

وهذا ما يفسر تعدد انواع الاعمال التطوعية المختلفة التي سبق للطلاب المشاركة فيها بحيث تبين ميولهم لمساعدة الفقراء والمحتاجين بكثرة نظرا لانتشار هذه الفئة بكثرة ويتمثل ذلك في التبرع بالمبالغ المالية وتوزيع الملابس وتوفير فرص العمل لتحسين المستوى المعيشي.

جدول رقم(16): يمثل توزيع افراد العينة حسب المجالات التي يمكنهم العمل و التأثير فيها .

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
ثقافية	29	14%
تعليمية	18	9%
صحية	24	12%
توعوية	40	19%
اجتماعية خيرية	60	29%
بيئية	17	8%
اعلامية	20	9%
المجموع	208	100%

الشكل رقم(16) : يمثل توزيع افراد العينة حسب المجالات التي يمكنهم العمل و التأثير فيها .



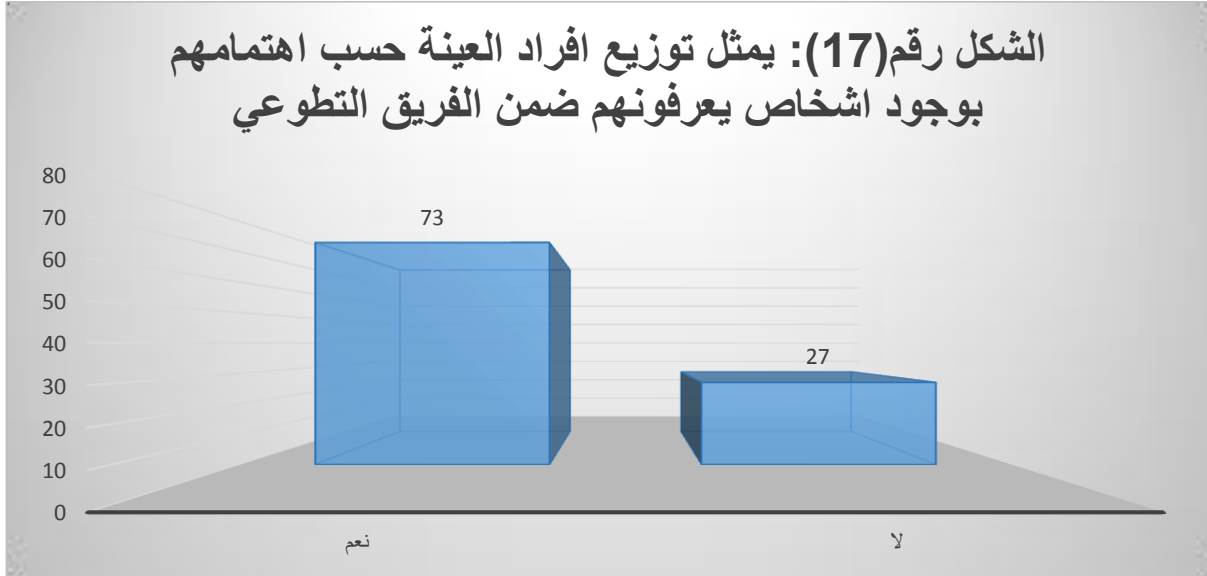
من خلال الجدول اعلاه نجد ان نسبة 29% بتكرار بلغ 60 مرة يفضلون العمل في مجال الاعمال الاجتماعية الخيرية في حين بعض مفردات الدراسة فضلوا المجال التوعوي بنسبة 19% وتكرار 40 مرة ، تليها المجالات الثقافية بتكرار قدره 29 مرة بنسبة 14% باعتبار الطلبة الفئة المثقفة التي يمكنها التأثير في بشكل منتظم في هذا المجال ، ثم يلي المجال الإعلامي بنسبة 9% وتكرار 20 مرة وفي الأخير توصل المجال التعليمي و البيئي نفس النسبة و التي بلغت 8% ونفس التكرار الذي قدر بـ17 مرة .

نستنتج مما سبق ان اغلبية الطلبة يصرحون بانهم يمكنه التأثير في المجال الاجتماعي بنسبة كبيرة للاحتكاك بالواقع المعاش بالإضافة إلى التطرق نشر الثقافة الفكرية لتطور المستوى الأخلاقي لدى باقي فئات المجتمع.

الجدول رقم(17): يمثل توزيع افراد العينة حسب اهتمامهم بوجود اشخاص يعرفونهم ضمن الفريق التطوعي.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	73	73%
لا	27	27%

المجموع	100	%100
---------	-----	------

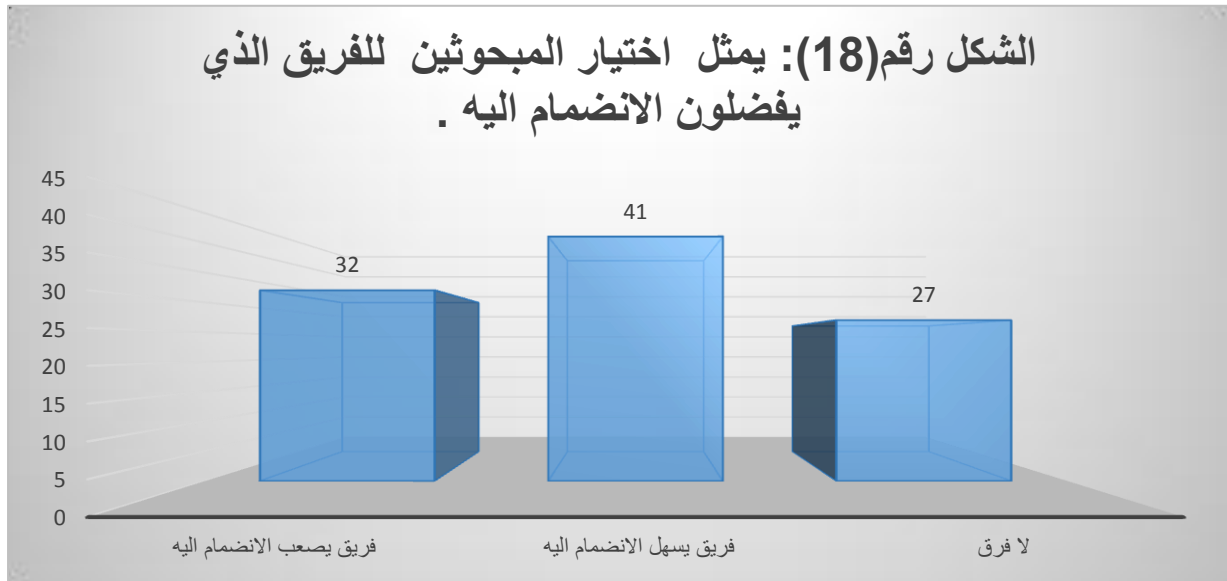


من خلال الجدول رقم (17) ان نسبة اهتمام الباحثين بوجود اشخاص يعرفونهم ضمن الفريق التطوعي بلغت 73% في حين ان نسبة 27% لا يهتمهم التعامل مع اشخاص مقربين.

ومنه يتضح من خلال تقريبا من الطلبة ان معظمهم يفضلون العمل ضمن فريق يضم الاقارب أو الأصدقاء لسهولة التواصل بينهم و توافق الأفكار و تعامل مع بعضهم البعض بدون رسميات.

الجدول رقم(18): يمثل اختيار الباحثين للفريق الذي يفضلون الانضمام اليه.

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
فريق يصعب الانضمام اليه	32	%32
فريق يسهل الانضمام اليه	41	%41
لا فرق	27	%27
المجموع	100	%100



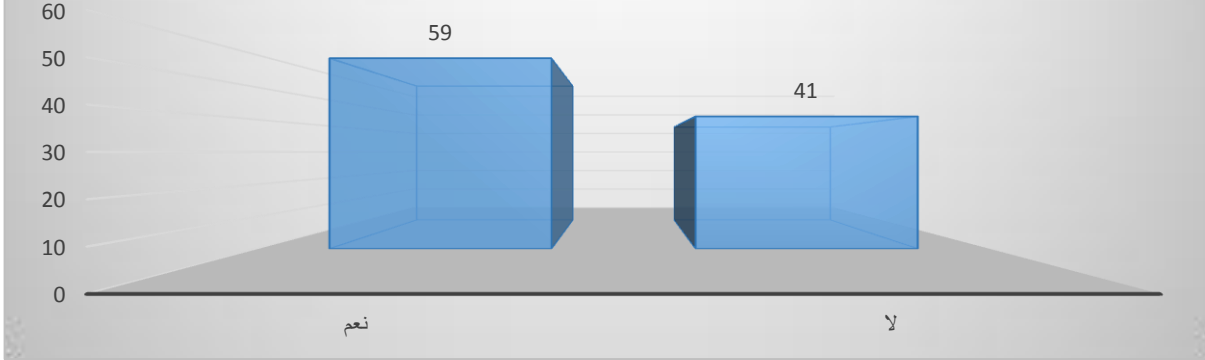
— يوضح الجدول رقم(18) ان مفردات الدراسة يفضلون الانضمام لفريق سهل بنسبة 41 % في حين ان 32% يسعون وراء فريق صعب ويتبين اننا 27% لا يشكل هذا الأمر قارق بالنسبة لهم.

وهذا يدل ان اغلبية الطلبة يتقربون من الفريق الذي يختار اعضاءه بدون شروط ويسهل الانضمام اليه لعدم وجود حواجز تقف امام ممارستهم للأعمال التطوعية بشكل متواصل، أما الذين يخترون الفريق الاصعب فغالبا ما يميلون الى العمل بصرامة وفق قواعد وشروط مضبوطة

الجدول رقم (19): يمثل توزيع المبحوثين حسب اعتبارهم للتطوع فرصة لإعطائهم ما ينقصهم في حياتهم/دراساتهم/عملهم.

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	59	59%
لا	41	41%
المجموع	100	100%

الشكل رقم (19): يمثل توزيع المبحوثين حسب اعتبارهم للتطوع فرصة لإعطائهم ما ينقصهم في حياتهم/دراساتهم/عملهم



من خلال الجدول نجد ان الاجابة بنعم بلغت 59% وهذا دليل على ان الطلبة يعتبرون التطوع فرصة لإعطائهم ما ينقصهم في حياتهم الدراسية و العملية، في حين بلغت الإجابة بـ لا نسبة 41% .

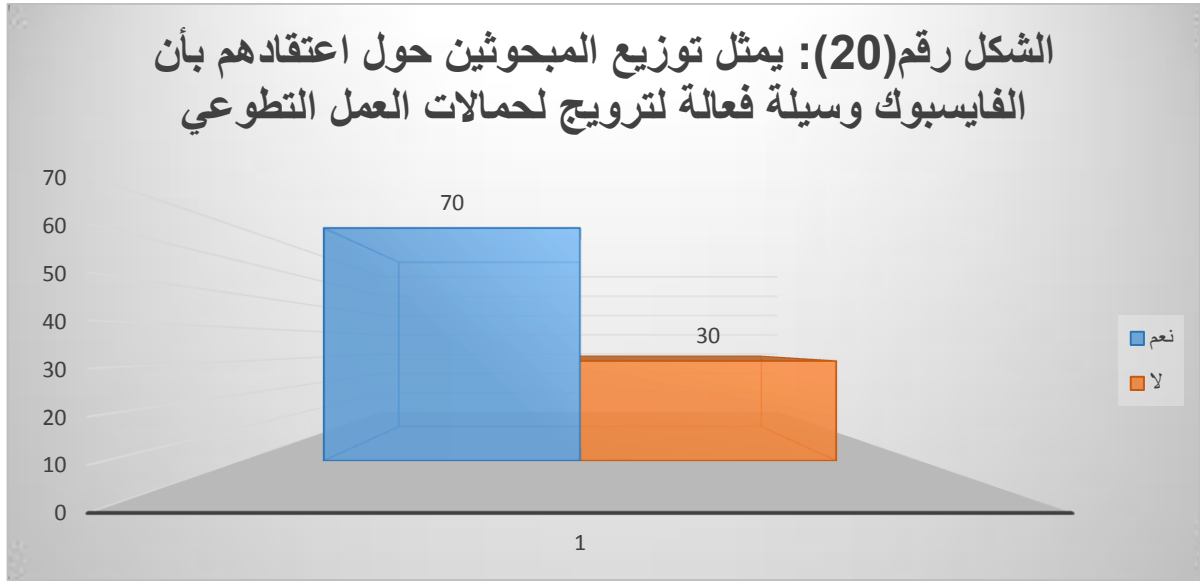
يتضح انه من خلال اسهام الطلبة في القيام بالمبادرات الخيرية تتاح لهم الفرص وتفتح لهم الابواب لإنشاء علاقات مع مختلف الطبقات الاجتماعية مما يعزز ثقتهم بأنفسهم ويكسبهم خبرة في مختلف المجالات.

عرض وتحليل بيانات المحور الثالث:

المحور الثالث: مساهمة موقع فايسبوك في تحفيز الطلبة على المشاركة في العمل التطوعي

الجدول رقم(20): يمثل توزيع المبحوثين حول اعتقادهم بأن الفايسبوك وسيلة فعالة لترويج حملات العمل التطوعي.

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	70	70%
لا	30	30%
المجموع	100	100%



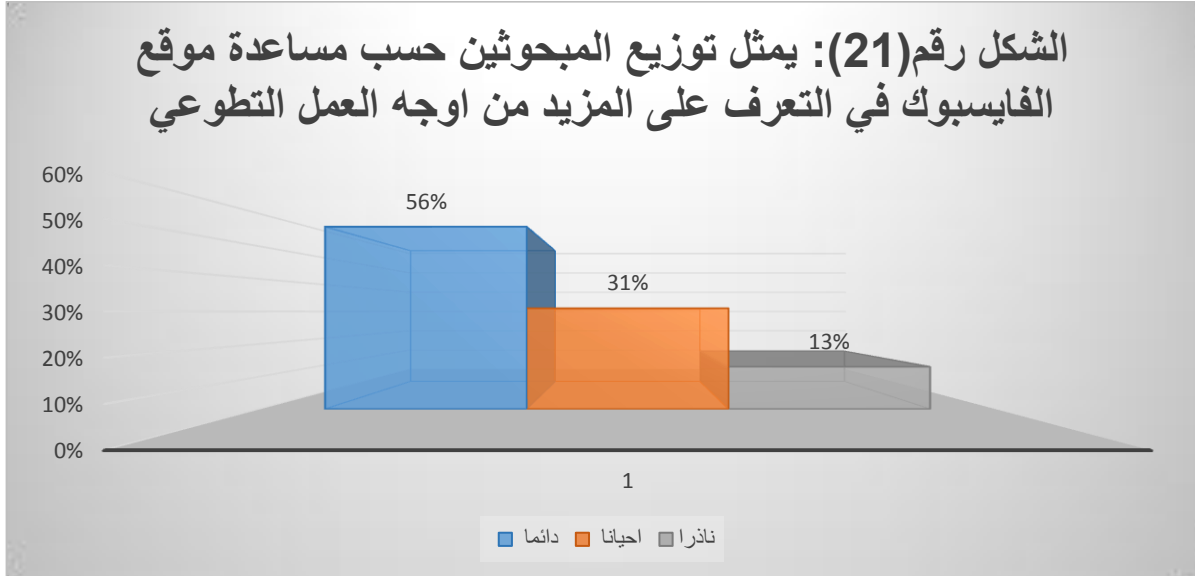
من خلال الجدول اعلاه ان الاجابات القبول بأن موقع الفايسبوك يدعم العمل التطوعي بلغت السنة الكبر والتي قدرت بـ 70% حين ان 30% من الاجابات جاءت بالرفض.

ومنه نستنتج أن الاقبال الكبير للطلبة على موقع فايسبوك حوله الى امر اساسي لمتابعة كل الأخبار والتطورات التي تحدث في الساحة فهو يعتبر منصة هامة للترويج للأعمال التطوعية والترويج لها نظرا لميزاته المختلفة ونشر المحتوى الاعلامي المتنوع لإقناع لزيادة استقطاب المتابعين وتفاعلهم مع ما ينشر حول الاعمال الخيرية.

الجدول رقم(21): يمثل توزيع المبحوثين حسب مساعدة موقع الفايسبوك في التعرف على المزيد من اوجه العمل التطوعي.

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
دائما	56	56%
احيانا	31	31%
ناذرا	13	13%

المجموع	100	%100
---------	-----	------



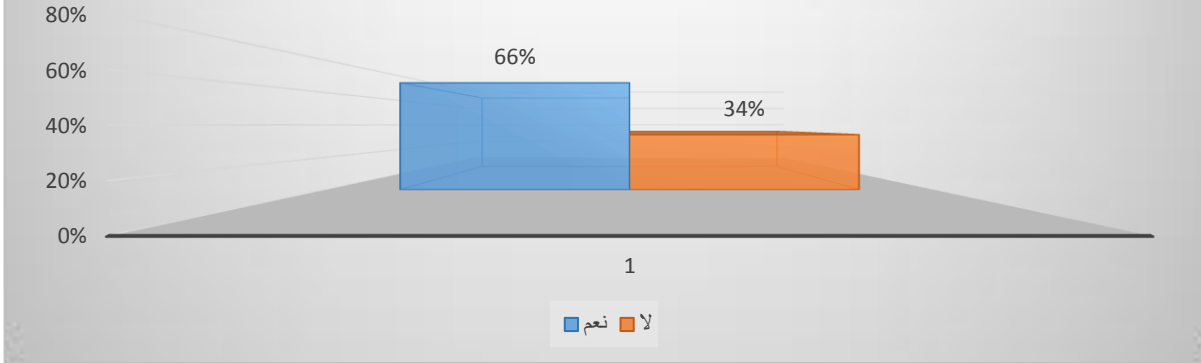
من خلال الجدول اعلاه الذي يوضح عمل الفايسبوك على التعرف على اوجه العمل التطوعي نرى ان الاجابات الآتية تشير على "دائما" بنسبة 56%، يليه "احيانا" بنسبة 31% وفي الأخير بلغت نسبة 13% من أفراد العينة الذين أجابوا بـ "ناذرا".

من خلال إجابات المبحوثين تضح لنا بأن الفايسبوك وسلة فعالة للتعرف على الحملات التطوعية ويساهم في نشر صور التضامن والمشاكل المتداولة ونقلها عبر الفضاء الافتراضي مما يقرب صورة الواقع في المواقع الاجتماعية.

الجدول رقم (22): يمثل توزيع المبحوثين حسب ما إذا كانت منشورات الفايسبوك تطلعهم على تجارب مؤثرة عن العمل التطوعي في العالم؟

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	66	%66
لا	34	%34
المجموع	100	%100

الشكل رقم(22): يمثل توزيع المبحوثين حسب ما اذا كانت منشورات الفايسبوك تطلعهم على تجارب مؤثرة عن العمل التطوعي في العالم؟



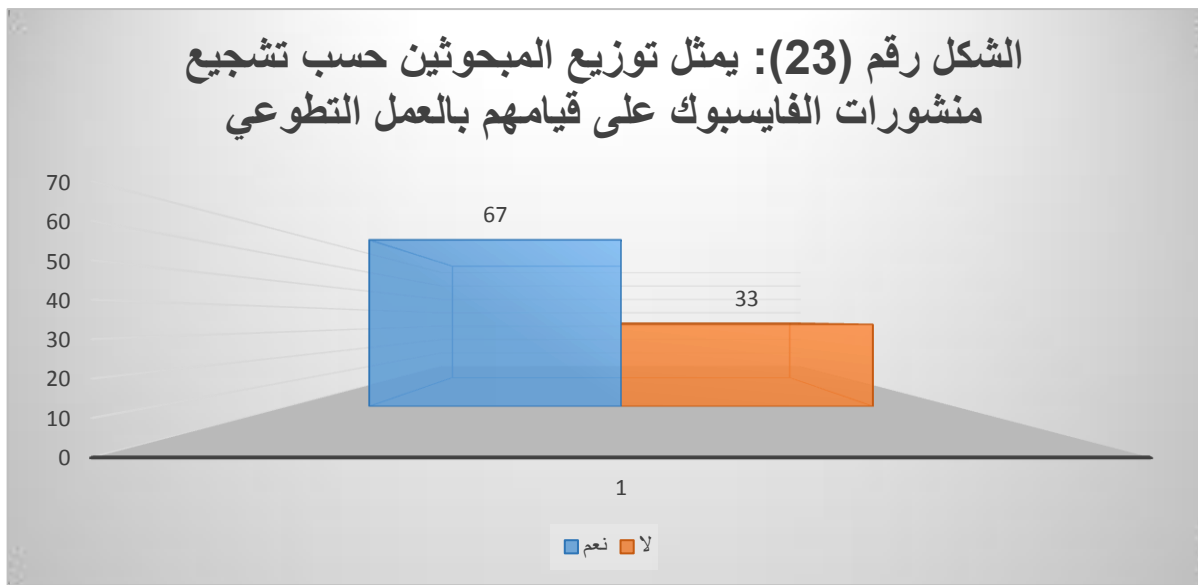
— من خلال الجدول يتضح اننا 66% من أفراد عينة الدراسة تطلعهم على تجارب المؤثرة للعمل التطوعية، في حين ان 34% من افراد العينة يقرون بأن هذه المنشورات لا تطلعهم اشكال العمل التطوعي في العالم.

نستنتج من خلال المعطيات الإحصائية ان المنشورات على الفايسبوك تطلعهم على تجارب الناس عبر انحاء العمل من خلال نقل الحملات السابقة في المجال وذلك يزيد الرغبة في البحث عبر المنصات الإعلامية التي تضم عدد كبير من المواضيع الهادفة والابحاث.

الجدول رقم (23): يمثل توزيع المبحوثين حسب تشجيع منشورات الفايسبوك على قيامهم بالعمل التطوعي.

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
33%	33	لا
7%	7	القدرة على عرض المشكل
18%	18	اكتساب خبرة

%67	%25	67	25	الرغبة في مساعدة الآخرين	نعم
	%17		17	نشر افكار مفيدة	
%100		100		المجموع	

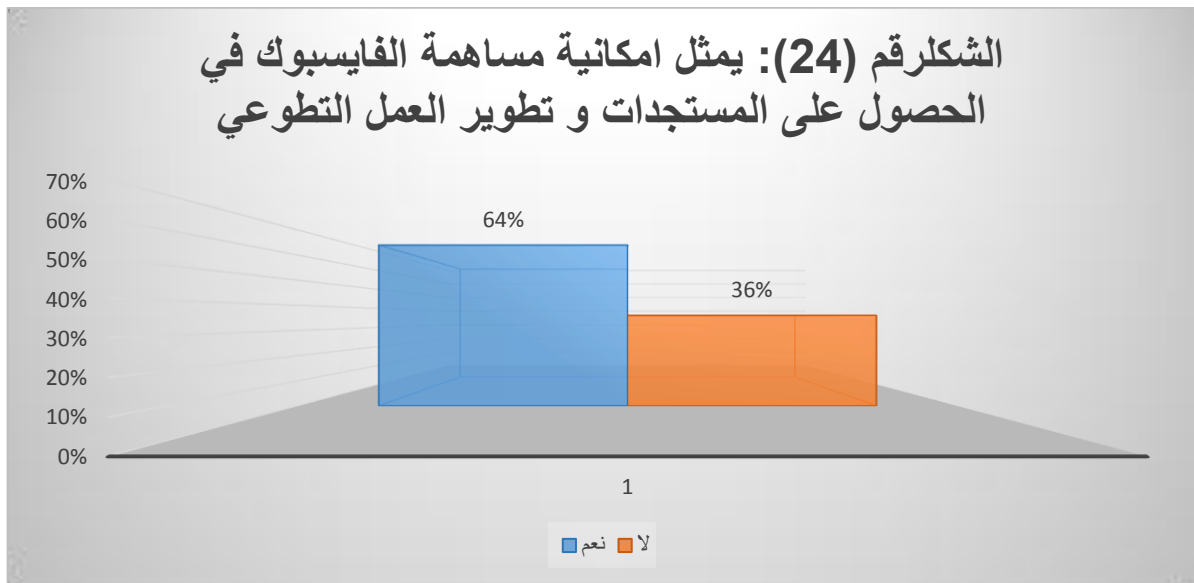


يوضح الجدول رقم (23) ان 67% من المبحوثين أكدوا على رغبتهم في المشاركة في الاعمال التطوعية من خلال المنشورات التي تصادفهم على الفايسبوك لأسباب متعددة منها الرغبة في مساعدة الآخرين بنسبة 25% واكتساب الخبرة بنسبة 18% ومنهم من ينسبون السبب لقدرتها على نشر الأفكار المفيدة بنسبة 17% والقدرة على عرض المشكل بنسبة 7% في حين 33% من نسبة المبحوثين لا تأثر عليهم هذه المنشورات.

ومنه نستنتج ان اغلبية المبحوثين تشجعهم على الانخراط في الاعمال التطوعية وتحفزهم على تقديم الأفضل وذلك من خلال طرح المشاكل التي تثير اهتمام الطلبة عبر صفحات الفايسبوك.

الجدول رقم (24): يمثل امكانية مساهمة الفايسبوك في الحصول على المستجدات وتطوير العمل التطوعي.

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
64%	64	نعم
36%	36	لا
100%	100	المجموع

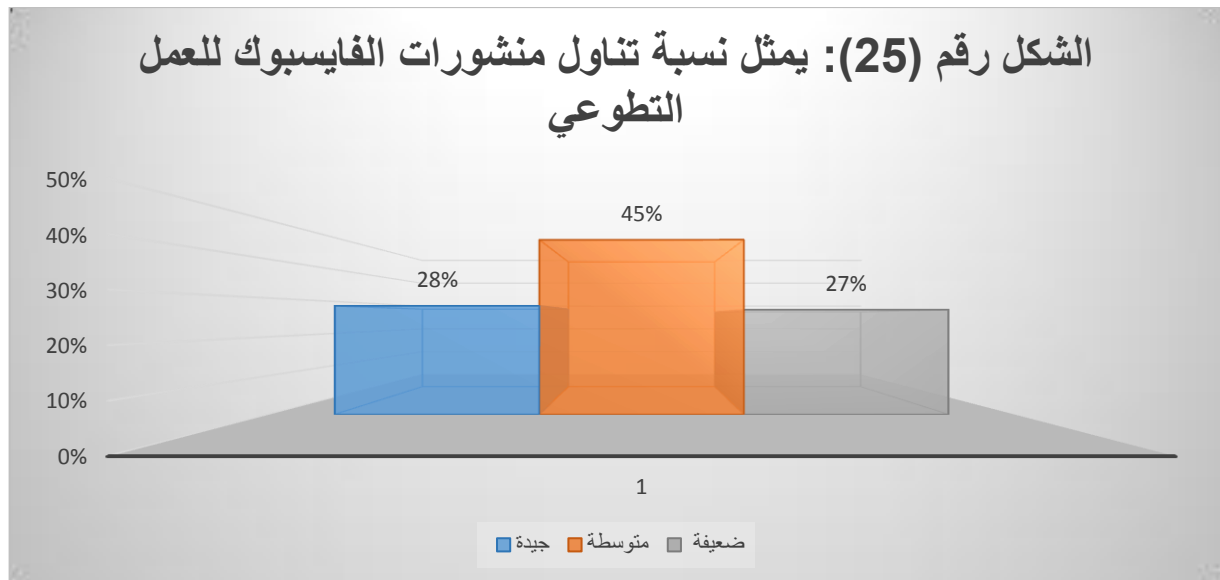


يوضح الجدول رقم (24) ان نسبة الاجابات بنعم حول مساهمة الفيسبوك في الحصول على مستجدات العمل التطوعي بلغت 64% في حين أن نسبة الاجابات ب لا بلغت 36%.

ومن خلال المعطيات والاطلاع على اراء الطلبة الذين يشغلون معظم اوقاتهم على مواقع التواصل الاجتماعي نستنتج انهم يعتبرون موقع الفايسبوك من اهم آليات تعزيز العمل التطوعي وبشكل مستمر من خلال المستجدات التي يقدمها بمرونة وبدون انقطاع لكي يبرز الجانب للحالات الغير مألوفة في المجتمع.

الجدول رقم (25): يمثل نسبة تناول منشورات الفايسبوك للعمل التطوعي.

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
28%	28	جيدة
45%	45	متوسطة
27%	27	ضعيفة
100%	100	المجموع

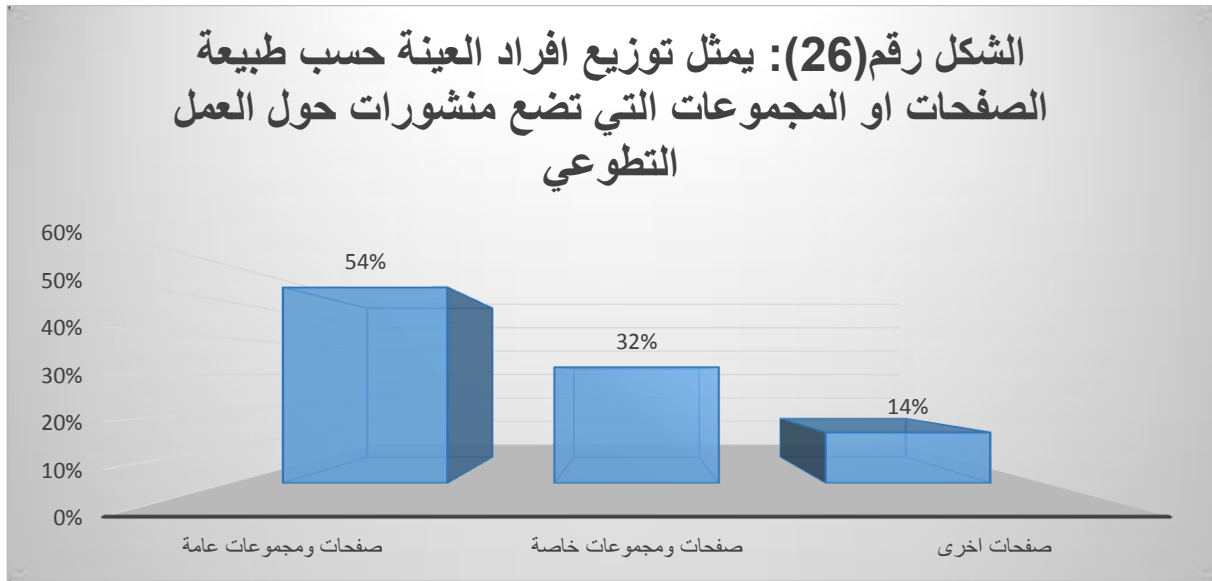


يوضح الجدول اعلاه نسبة تناول الفايسبوك لمنشورات العمل التطوعي والتي بلغت متوسطة بنسبة 45% وذلك لكثرة نشر المواضيع الأخرى في حين تتطرق لها هذه المنشورات بنسبة جيدة بلغت 28% وفي الأخير النسبة الضعيفة.

وما يتضح من وجه نظر الطلبة هو الوسائل الاعلامية الحديثة تتناول قضايا المجتمع بصفة دائمة ولكن بنسبة متوسطة وهذا ما يدل على ضرورة الاستفادة من الفايسبوك لخدمة هذه الأعمال الخيرية باعتبار لا تحتاج الى مصاريف مكلفة وسهلة الاستعمال.

الجدول رقم(26): يمثل توزيع افراد العينة حسب طبيعة الصفحات او المجموعات التي تضع منشورات حول العمل التطوعي.

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
صفحات ومجموعات عامة	65	54%
صفحات ومجموعات خاصة	38	32%
صفحات اخرى	17	14%
المجموع	120	100%

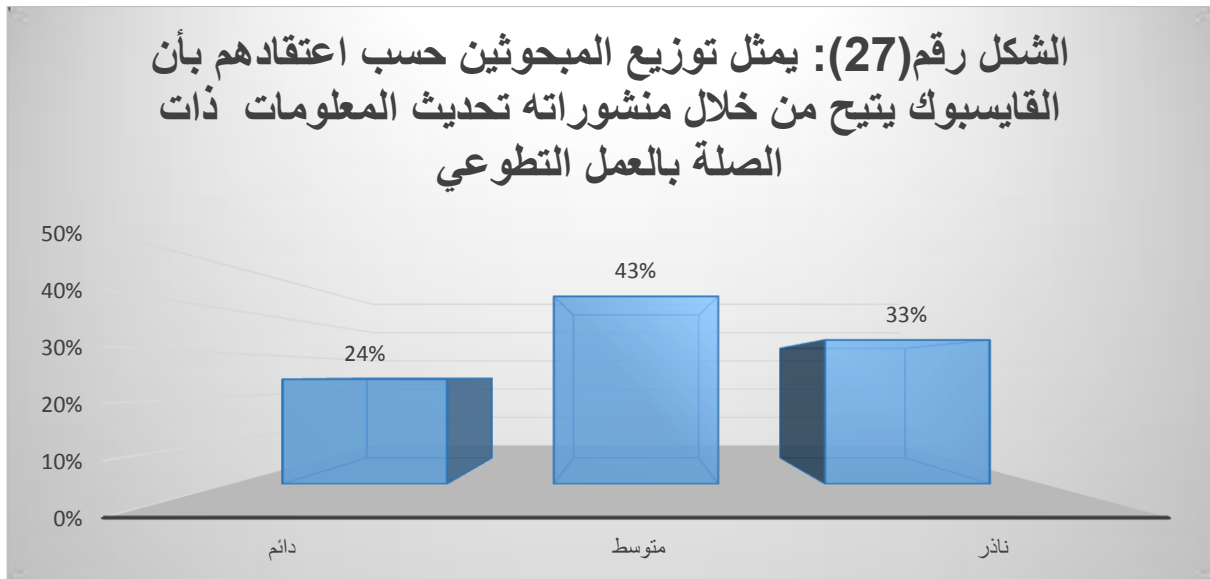


يتبين من خلال الجدول ان 54% من المبحوثين وبتكرار قدره 65 مرة يكادون بأن الصفحات و المجموعات العامة تنشر مواضيع العمل التطوعي بشكل مستمر في حين أكد 32% بتكرار 38 مرة ان الصفحات الخاصة هي التي تهتم بهذا الجانب، بينما بلغت نسبة الصفحات الأخرى 14% بتكرار قدره 17 مرة.

من خلال ذلك يتضح أن مجتمع الطلبة يعتبرون ان الصفحات والمجموعات العامة هي التي تسلط الضوء على هذه المبادرات نسبة كبيرة وهذا راجع الى توفيرها للأخبار في وقتها المناسب ولأن اغلب المتابعين يتصفحون المجموعات العامة لاحتوائها على شعبية ومصداقية مما يعزز ثقة المتفاعلين ويزيل الشكوك حول النصب والاحتيال.

الجدول رقم(27): يمثل توزيع المبحوثين حسب اعتقادهم بأن القاييسوك يتيح من خلال منشوراته تحديث المعلومات ذات الصلة بالعمل التطوعي.

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
دائم	24	%24
متوسط	43	%43
ناذر	33	%33
المجموع	100	%100



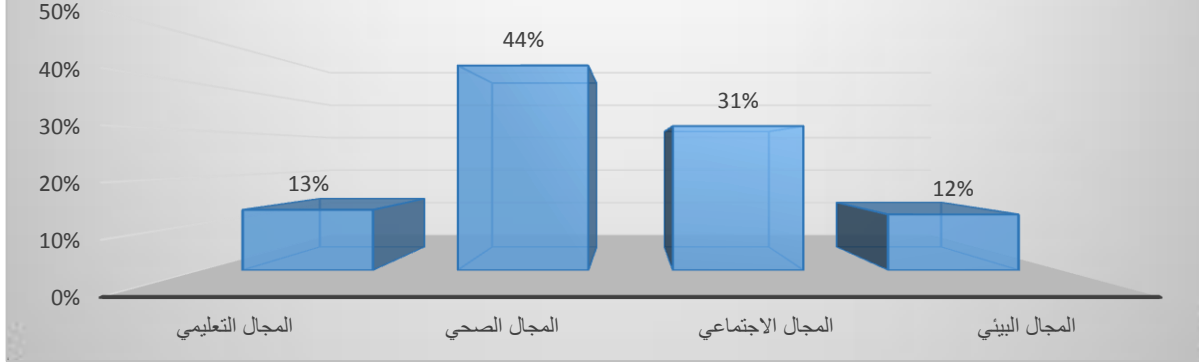
يوضح الجدول رقم (27) ان تحديث المعلومات التي تخص العمل التطوعي عبر الفايسبوك بشكل دائم بلغت نسبتها 24% في حين انا التحديث غالبا ما يكون بشكل متوسط بنسبة 43% الا انه يصبح ضعيف وبشكل نادر بنسبة 33%.

ومنه نستنتج ان الفايسبوك يتيح نقل وتحديث المنشورات ذات الصلة بالعمل التطوعي بشكل متوسط ولكن يساهم ذلك في دفع وارشاد المواطنين وتوضيح الجانب الانساني عن طريق المداومة والاستمرارية في ارسال التقارير المتعلقة المجال الاجتماعي.

الجدول رقم(28): يمثل توزيع المبحوثين حسب انواع المنشورات التي تصادفهم عبر الفايسبوك في مجال العمل التطوعي.

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
المجال التعليمي	22	13%
المجال الصحي	71	44%
المجال الاجتماعي	52	31%
المجال البيئي	20	12%
المجموع	165	100%

الشكل رقم (28): يمثل توزيع المبحوثين حسب انواع المنشورات التي تصادفهم عبر الفايسبوك في مجال العمل التطوعي



من خلال الجدول اعلاه ان اغلبية افراد العينة اقرو ان انواع المنشورات التي تطرح في صفحات الفايسبوك تكون بنسبة كبيرة في المجال الصحي بنسبة 44% وبتكرار قدره 71 مرة يليه المجال الاجتماعي بنسبة 31% وبتكرار 52 مرة في حين ان المجال التعليمي بلغ تكراره 22 مرة اي بنسبة 13% وفي الأخير تحصل المجال البيئي على نسبة 12% بتكرار قدره 20 مرة.

نستنتج ان من خلال تحليل معطيات الجدول ان أكثر المنشورات التي تصادف الطلبة تتعلق بالمجال الصحي المتمثل في حملات التبرع بالدم والتوعية والإرشاد الصحي والنفسي وهذا يتوافق مع طبيعة الحالة الصحية التي شهدها العالم خلال الأونة الاخيرة وخاصة في ظل وباء كورونا (COVID-19) والتي استدعت الكثير من حملات الاعلامية عبر المواقع الاجتماعية لتوعية بخطورة الحالة الوبائية التي تمر بها البلاد وشكلت المزيد من اوجه التضامن التي مثلت وحدة الشعب في التصدي لمشاكل ومواجهة الازمات.

تحليل السؤال المفتوح حول تقييم الطالب الجامعي للأعمال التطوعية:

اغلبية افراد العينة لم يجيبوا على السؤال المطروح في حين أن بعض الإجابات كانت عشوائية كما ان البعض الآخر لم يبدي اي اهتمام للموضوع الدراسة. مما نلاحظ أن المبحوثين يفضلون الاختيارات الجاهزة نظرا لانشغالهم بمتابعة المحاضرات ومراجعة نظرا لأن فترة توزيع الاستبيان تزامنت مع فترة الامتحانات.

5- النتائج العامة للدراسة:

- ✓ من خلال دراستنا تبين لنا ان تفعيل التوعية بأهمية العمل التطوعي له مردود ايجابي على الطلبة فهو يساهم في زيادة الوعي التعليمي والاجتماعي للطلبة.
- ✓ اثبتت الدراسة ان استخدام الطلبة لوسائل التكنولوجيا الحديثة يوجههم مباشرة لاستعمال مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة لنشر ثقافتهم وطاقاتهم الشبابية فيما يخدم المجتمع باعتبار ان الشبكات الاجتماعية تعتبر فضاء مجاني وغير مكلف يتطابق مع الإمكانيات المادية لهذه الفئة.
- ✓ حاولنا من خلال هذه الدراسة الوصول الى نتائج ومعلومات حقيقية مبنية على المصادقية والموضوعية من خلال مختلف الملاحظات التي استخلصناها اثناء توزيع الاستبيان على طلبة جامعة عبد الحميد ابن باديس لولاية مستغانم حول معرفة مدى مساهمة الطلبة في الاعمال التطوعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- ✓ بعد تطرقنا الى المعطيات الاحصائية المدرجة في الجداول الاحصائية تبين لنا ان اغلبية المبحوثين أكدوا انهم يملكون أكثر حساب على مواقع التواصل الاجتماعي. وهذا راجع الى الانفجار المعلوماتي وتوفر شبكات الانترنت كما ان نسبة كبيرة منهم ركزوا على استخدام موقع الفايسبوك نظر لتوفر خدمة وبفي وتوسيع شبكة الجيل الثالث والرابع وخدماته المتطورة كتوفير محادثات الصوت والفيديو.
- ✓ أكدت نتائج البيانات على ان اغلب المبحوثين يقضون معظم الوقت في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي بشكل يومي لمدة تفوق ثلاث ساعات وينسب ذلك الى الرغبة في تتبع احداث الساحة والتطلع على المستجدات حول مواضيع وقضايا مختلفة.
- ✓ أفرزت نتائج الجدول عن مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل اليات العمل التطوعي في شتى الميادين من قبل الطالب الجامعي مما يسهل التواصل في أقل وقت وبأقل جهد وذلك بتنظيم حملات تحسسية ونشر

الإعلانات المتعلقة بما عبر صفحات الفايسبوك لطلب المساعدات والإعانات مما يمكن المتابعين من الاطلاع

على تلك الإعلانات ويفجزهم على تقديم الإعانات المادية والمعنوية الى الفئات المحتاجة.

✓ تعتبر المنشورات المعروضة بمختلف اشكالها سواء كانت اجتماعية أو صحية أو بيئية أو غيرها بمثابة محفز

للشباب الجامعي للمشاركة في المبادرات الانسانية عن طريق توفير خاصية متابعة النشاطات التطوعية قبل،

أثناء وبعد الانتهاء منها مما يعزز ثقة الأعضاء المشاركين.

✓ من خلال التقرب من مجتمع الطلبة تبين دور الفايسبوك في التعرف على الجوانب المتعددة لأوجه العمل

التطوعي بحيث يتيح لمستخدميه تحديث المستجدات والتطورات المتعلقة بالعمل التطوعي لضمان استمرارية

هذه المبادرات عبر الشبكات الإلكترونية لجذب اهتمام الفئات المتمكنة للمبادرة في تقديم المساعدة.

✓ في ضوء ما سبق ذكره اتضح ان قيمة تفاعل طلبة جامعة عبد الحميد ابن باديس لولاية مستغانم مع الاعمال

التطوعية عبر المواقع الاجتماعية تبقى نسبية هذا وقد كشفت الدراسة أن موقع الفايسبوك قد ساعد الطلاب

في خوض تجارب اجتماعية من توسيع العلاقات الانسانية.

6- الاقتراحات والتوصيات:

1- زيادة توعية الشباب الجامعي بالمرذود الإيجابي للعمل التطوعي.

2- تشجيع ادارة الجامعات للأنشطة والبرامج التطوعية

3- زيادة الوعي التعليمي والاجتماعي للطلبة بأهمية العمل التطوعي.

4- دمج الجانب العملي في العمل التطوعي مع البرامج الأكاديمية للجامعات.

5- إعداد ورشات وندوات هدفها تغير الاعتقاد السلبي عند الطلبة حول أن العمل التطوعي العمل

التطوعي مضيعة للوقت.

6- استثمار وسائل التواصل لتطوير مهارات القيادة للطلاب والتركيز على ابراز قدراته.

- 7- حث الطلبة على التطرق إلى المزيد من الأبحاث والدراسات الميدانية في مجال الأعمال التطوعية.
- 8- التحفيز على تمثيل الشباب لجميع الأدوار الاجتماعية مما يساهم في دعم المستوى الثقافي والتعليمي.
- 9- إعداد اعلانات ومطويات ورقية وإلكترونية للتعريف بالبرامج التطوعية التي تنظمها المؤسسات الجامعية.
- 10- اقتراح معالجة الدراسات القادمة لأسباب العزوف عن العمل التطوعي في ظل التطور التكنولوجي.
- 11- عرض المشكلات التي تواجه طلبة الجامعات في العمل التطوعي وسبل التغلب عليها.
- 12- طرح تصور مدروس لإكساب طلبة الجامعات المهارات المتجددة لنشر العمل التطوعي.

الخاتمة العامة

الخاتمة:

من خلال ما تم تقديمه في دراستنا التي تربط بين مواقع التواصل الاجتماعي والعمل التطوعي يتضح ان الأعمال التطوعية أصبحت عملية تواصل بين أفراد المجتمع لكونها سهلة وفي متناول الجميع في أي مكان، ويندرج العمل التطوعي ضمن إيجابيات استغلال مواقع التواصل الاجتماعي لخدمة حاجيات أفراد المجتمع وتعزيز أواصر التعاون وفتح الأبواب أمام فعل الخير والتوجه نحو العمل الخيري والتوعوي في المجتمع.

كإجابة على إشكالية الدراسة حول اتجاهات الطلبة نحو العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي

تبين لنا ان الأعمال التطوعية داخل الحرم الجامعي ترتقي الى المستوى المطلوب لتشكّل همزة وصل بين الطلبة ونشاطات الجمعيات الخيرية التي تسعى دائما لنشر مظاهر التكافل الاجتماعي لكسب المتبعين وتغيير نظرهم لمثل هذه المبادرات. وقد اخترنا موقع فايسبوك كنموذج لمواقع التواصل الاجتماعي باعتباره الأكثر انتشارا واستخداما في أوساط الشباب عموما وعند الطلبة بصفة خاصة، بحيث تعتبر صفحات الفايسبوك فضاء افتراضيا لنشر الأعمال التطوعية بشكل سريع والتعريف بها لأفراد المجتمع، ويتجلى ذلك من خلال نشر الصور والفيديوهات التي لها علاقة بالعمل التطوعي إلى جانب نشر الدعوات للقيام بهذه الأعمال التطوعية. وعليه اغلب المؤسسات وبما فيها المؤسسة التعليمية سلطت اهتمامها على ممارسة هذه المبادرات التطوعية ودمجتها بباقي برامجها لتزيد من نسبة التوعية والارشاد داخل المؤسسة ونشرها عبر الفضاء الافتراضي.

مما سبق التوصل اليه من خلال الدراسة الميدانية بجامعة عبد الحميد ابو باديس بولاية مستغانم نجد أن تفاعل الطلبة الجامعيين عبر مواقع التواصل الاجتماعي ويزيد من رغبتهم في المشاركة ومساهمة في العمل التطوعي بواسطة الصفحات والمنشورات على موقع القايسبوك.

كما ان اختيارنا لهذا الموضوع دعى إلى دراسته من عدة جوانب أخرى، وبهذا مهدنا السبيل لدراسات

وأبحاث مستقبلية لمعالج هذا الموضوع واكتشاف ما لم نتعرض له في دراستنا.

قائمة المراجع

اولا: المراجع باللغة العربية

أ. الكتب :

1. النعيم عبد الله العلي، العمل الاجتماعي مع التركيز على العمل التطوعي، مكتبة الملك فهد الوطنية، المملكة العربية السعودية، 2005،
2. احمد ابراهيم حمزة، العمل التطوعي (العمل و المأمول)، دار الميسرة للنشر و التوزيع ، عمان، الطبعة 1، 2015
3. احسين التلقائي أحمد، على الحمل، معجم المصطلحات التربوية، المعرفة في المناهج وطرق التدريب، عالم الكتب القاهرة، 1996
4. أبو النصر مدحت مُجَّد. رؤية مستقبلية لتطوير العمل التطوعي في الوظف العربي". الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث 2016
5. حاتم علي صالح، العلاقات العامة والاتصال التفاعلي عبر المواقع الإلكترونية والاجتماعية، ط1، القاهرة عالم الكتب، 2018م
6. حسنين ، سيد ابو بكر ، طريقة الخدمة الاجتماعية في تنظيم المجتمع ،مكتبة الانجلو ، القاهرة ، 1985م
7. فؤادة عبد المنعم البكرى، العلاقات العامة الإلكترونية، ط1، القاهرة، عالم الكتب ،2018م
8. ريهام علي نوير العلاقات العامة والإنترنت، الطبعة الأولى، دار الكتاب الجامعي دولة الإمارات العربية المتحدة – الجمهورية اللبنانية، 2018
9. عصمان رشدي، الريادة والعمل التطوعي، دار الياية للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2013

10. عباس مُجَّد السادس، الإعلام الجديد، دراسة مداخله ونظرياته، دار الشروق للنشر والتوزيع،

الأردن، 2004

11. علي خليل شفرة، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، دار أسامة لنشر والتوزيع،

الأردن، عمان، ط1، 2014

ب. المذكرات والاطروحات الجامعية

1. اسمر بنت مُجَّد بن غرم الله المالكي، مدى إدراك طالبات الدراسات العليا بجامعة أم القرى المجالات

العمل التطوعي للمرأة في المجتمع السعودي، رسالة ماجستير، مكة المكرمة، 2010

2. إلياس سعيد هديل التسويق الاجتماعي ودوره في زيادة فاعلية الأداء في القطاع المصرفي السوداني".

رسالة ماجستير، جامعة السودان 2014

3. طاهر حسن أبو زيد، دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها علة

المشاركة السياسية، رسالة ماجستير، الأزهر، فلسطين، 2012

4. مريم نريمان نومار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، رسالة

الماجستير، باتنة، 2012

5. عبد الحكيم بن عبد الله بن راشد الصوفي، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الحلقة

الثانية من التعليم الأساسي في محافظة شمال الشرقية بسلطنة عمان و علاقته ببعض المتغيرات،

رسالة ماجستير، 2015

ج. المنتقيات والندوات:

1. عدنان باشا، العمل التطوعي و أثره على الفرد و المجتمع، بحث مقدم لندوة العمل التطوعي و

آفاق المستقبل، مكة المكرمة 29 أكتوبر 2012

2. لصادي وفاء هانم، إسهامات طريقة تنظيم المجتمع في تنمية الخدمة الاجتماعية، بحث مقدم في المؤتمر العلمي الرابع، كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة القاهرة، 1991
3. رندا عبد الحميد ، بحث حول الاعمال التطوعية واثارها على الفرد والمجتمع ، 23 سبتمبر 2020
4. حسين براهيم ، العمل التطوعي في المنظور العالمي ، المؤتمر الثاني للتطوع ، الشارقة ، الإمارات العربية المتحدة ، 2001م
5. عماد الدين تاج اسر، اللغة العربية ووسائل الاعلام المتعددة، بحث لمؤتمر اللغة العربية الثاني، الامارات
6. أبو النصر مدحت مُجَّد. رؤية مستقبلية لتطوير العمل التطوعي في الوطن العربي". الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث 2016
7. إدارة وخدمة المجتمع الجمعيات الخيرية واستثمار وسائل الاعلام الاجتماعي"، الرياض: الغرفة التجارية الصناعية. 2014

د. المجالات:

1. وطغة علي اسعد ، التحديات الاجتماعية و السياسية في الكويت و الوطن العربي ،مجلة عالم الفكر ،جامعة الكويت ،العدد3، المجلد 31، 2003
2. ايمن شافي سمير الشرفات، اثر مواقع لتواصل الاجتماعي على الاحتجاجات العربية، مجلة المنارة للبحوث و الدراسات، المجلد(23) العدد(1)،2017
3. ميمي محمد عبد المنعم توفيق، شبكات التواصل الاجتماعي (النشأة و التأثير)، اشراف د. سامية

خضر صالح \د.اسماء محمد نبيل،مجلة كلية التربية ،جامعة عين شمس 193،العدد الرابع و

العشرون،الجزء الثاني،2018،

4. مجلة العلوم الانسانية لجامعة ام البواقي ، العدد 09 / 2008

5. ط.د سنوسي سمية ، أ.د خالد حامد، العمل التطوعي الجماعي و التنمية المحلية في الجزائر ' دراسة

ميدانية بالجمعيات الناشطة على شبكة التواصل الاجتماعي (فايسبوك) ببلدية تبسة نموذجاً ، مجلة

الرسالة للدراسات و البحوث الانسانية ، المجلد 06،العدد03، جويلية 2021

ثانيا: المراجع الاجنبية :

A. Les Thèses:

1. Jamel alrshad. (2010):Towards a Taxonomy of Privacy Concerns of Online Social Network Sites Users,Master of Science Thesis , Stockholm, Sweden
2. WasineeKittiwongvivat,
PimonphaRakkanngan.,facebooking your dream,Master Thesis(2010)

B. Les sites :

1. <https://mawdoo3.com>
2. <http://www.addustour.com>
3. <http://www.kenanaonline.com>
4. <https://www.e3arabi.com>
5. <http://www.asdaaoman.com>
6. <http://www.Asbar.com>

قائمة الملحق



وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم

كلية العلوم الاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة علوم الإعلام و الاتصال



كلية :العلوم الانسانية و الاجتماعية

قسم : علوم الاعلام و الاتصال

تخصص : علاقات عامة

اتجاهات الطلبة نحو العمل التطوعي عبر مواقع
التواصل الاجتماعي

جامعة عبد الحميد ابن باديس -مستغانم- انموذجا

في إطار إجراء دراسة ميدانية لأجل التحضير لنيل شهادة الماستر تخصص: اتصال و علاقات عامة بعنوان :
اتجاهات الطلبة نحو العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، يسرني أن أضع بين أيديكم هذه الاستمارة
وذلك من أجل الإجابة على الأسئلة الواردة فيها، ونحيطكم علما أن إجاباتكم ستحظى بالسرية التامة ويتم
استخدامها لغرض البحث العلمي , تقبلوا مني فائق التقدير والاحترام.

تحت إشراف الدكتورة

د. رقاد حليلة

من إعداد الطالبة :

بوقشيش شهرزاد

ملاحظة

- نرجو من سيادتكم وضع علامة (X) في الخانة المناسبة و نشكركم مسبقا على تعاونكم معنا.

بيانات شخصية :

المستوى الدراسي :

القسم:

قائمة الملاحق

النوع: ذكر انثى

السن: 22-18 32-28

27-23 32 وما فوق

المحور الاول: عادات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة الجامعيين

1. منذ متى و انت تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي؟

اقل من سنتين من سنتين لثلاث سنوات من من
ثلاث سنوات الى خمس سنوات اكثر من خمسة سنوات

2. ماهو اكثر موقع تستخدمه؟

فيسبوك انستغرام غيرها
يوتيوب تويتر

3. كيف تنشئ حسابك على مواقع التواصل الاجتماعي؟

اسمك الخاص اسم مستعار

4. كم عدد الساعات التي تقضيها في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي يوميا؟

اقل من ساعة ساعتين
من ساعتين لثلاث ساعات اكثر من ثلاث ساعات

قائمة الملاحق

5. هل تتابع كل ما يحدث عبر مواقع التواصل الاجتماعي ؟

دائماً أحياناً نادراً

6. هل تساعدك مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على المشكلات التي يعاني منها المجتمع ؟

بدرجة قليلة بدرجة متوسطة بدرجة كبيرة

7. ماهي طبيعة المشاكل التي تعرض على مواقع التواصل الاجتماعي.؟

نفسية اجتماعية صحية بيئية

المحور الثاني : تبني العمل التطوعي لدى مجتمع الطلبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

1. هل انت مهتم بمجال التطوع ؟

دائماً أحياناً نادراً

2. هل سبق لك العمل في اعمال تطوعية ؟

بصفة دائمة بصفة متوسطة بصفة نادرة

3. هل تتطلع على تجارب الآخرين في التطوع؟

نعم لا

4. ماهي طبيعة الاعمال التطوعية التي سبق لك العمل عليها ؟

رعاية الاطفال رعاية المسنين رعاية الفقراء و المحتاجين

رعاية المرضى تنظيف المساجد اخرى

قائمة الملاحق

5. ماهي المجالات التي برأيك يمكنك العمل و التأثير فيها؟

<input type="checkbox"/>	ثقافية	<input type="checkbox"/>	تعليمية	<input type="checkbox"/>	صحية
	توعوية	<input type="checkbox"/>	اجتماعية / خيرية	<input type="checkbox"/>	
	بيئية	<input type="checkbox"/>	اعلامية	<input type="checkbox"/>	

6. هل يهملك وجود اشخاص تعرفهم في الفريق التطوعي ؟

نعم لا

7. إذا كان لديك الخيار، هل تفضل الانتماء لفريق يختار أعضائه بعناية ويصعب الانضمام إليه؟ أم ترغب في الانضمام لفريق يسهل الانضمام إليه.

فريق يصعب الانضمام اليه يسهل الانضمام اليه لا فرق

8. هل تعتبر التطوع فرصة لإعطائك ما ينقصك في حياتك / دراستك / عملك؟

نعم لا

المحور الثالث: مساهمة موقع الفايسبوك في تحفيز الطلبة على المشاركة في العمل التطوعي .

1. هل يعد الفايسبوك وسيلة فعالة لترويج حملات العمل التطوعي ؟

نعم لا

2. هل يساعد الفايسبوك على التعرف الى المزيد من اوجه العمل التطوعي ؟

دائماً احياناً نادراً

3. هل تطلعك منشورات الفاييسبوك على تجارب مؤثرة عن العمل التطوعي في العالم؟.

لا

نعم

4. هل تشجعك تلك المنشورات على القيام بالعمل التطوعي؟

لا

نعم

في حالة اجابتك بنعم لماذا؟.

- الرغبة في مساعدة الاخرين

- القدرة على عرض المشكل

- نشر اقكار مفيدة

- اكتساب خبرة

5. هل يسهم الفاييسبوك في الحصول على المستجدات و تطوير العمل التطوعي؟

لا

نعم

6. تتناول منشورات الفاييسبوك العمل التطوعي بنسبة .

ضعيفة

متوسطة

جيدة

7. ما نوع الصفحات او المجموعات التي تضع منشورات حول العمل التطوعي؟ .

صفحات و مجموعات خاصة بالعمل التطوعي

صفحات و مجموعات عامة

صفحات اخرى

8. يتيح الفايسبوك من خلال منشوراته تحديث المعلومات ذات الصلة بالعمل التطوعي بشكل دائم .

دائم متوسط نادر

9. ما انواع المنشورات التي تصادفها عبر الفايسبوك في مجال العمل التطوعي ؟

1- المجال التعليمي (محو الامية)

2- مجال الصحي (التبرع بالدم، التوعية و الارشاد الصحي و النفسي)

3- المجال الاجتماعي (لكبار السن، الايتام)

4- المجال البيئي (الثلوث ، التصحر)

10. ماهو تقييمك للاعمال التطوعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ؟

.....

الملحق رقم 01 الاستبيان المقدم للطلبة



الملحق رقم 02 صفحة الرسمية لجمعية كافل اليتيم على موقع الفيسبوك



الملحق رقم 03 صفحة الرسمية جمعية الوسيلة الخيرية بعين ولمان على موقع الفيسبوك



الملحق رقم 04 صفحة الرسمية لجمعية أصدقاء المرضى الجزائرية على موقع الفيسبوك



الملحق رقم 05 صفحة الرسمية لجمعية الإرشاد والإصلاح لولاية تيبازة على موقع الفيسبوك