

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire

Ministère de l'Enseignement Supérieur
et de la Recherche Scientifique

Université Akli Mohand Oulhadj - Bouira -

Tasdawit Akli Muḥend Ulḥağ - Tubirett -

Faculté des Sciences Sociales et Humaines



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة أكلي محمد أولحاج
- البويرة -

كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية

قسم: التاريخ

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل العمل التطوعي لدى الشباب
الجزائري

-دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية البويرة-

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تحت إشراف الأستاذة:

د/ زينب سعدي

إعداد الطالبتين

-أمينة دواجي

-الويزة سيريج

السنة الجامعية 2018/2019

الإهداء

إلى من غرس ولم يرى الثرى إلى روح والدي العزيز رحمه الله.

إلى والدي متعها الله بالصحة والعافية بارك الله في عمرها إلى أمي الثانية التي لم تبخل عليا بدعائها

إلى أختي الزهرة رحمها الله

إلى إخواني وأخواتي بارك الله لي فيهم

إلى البراعم الصغار: هنادي، إيناس، أميمة، شيماء، مصطفى، محمد، أنيس، زهرة.

إلى من صادقهم ورافقتهم ووجدتهم في جل أوقاتي وردة، سامية، أسامة، مليكة

"أمينة"

الشكر

نشكر الله عز وجل كما ينبغي لجلال وجهه وعظيم سلطانه ونحمده حمداً كثيراً مباركاً فيه على توفيقه

لنا في إنجاز هذا العمل المتواضع

ونتقدم بجزيل الشكر والعرفان والامتنان إلى الأستاذة المشرفة الدكتورة سعيدي زينب على دعمها

العلمي وتوجيهاتها القيمة، ومساعدتها لنا بنصائحها الهادفة طيلة إنجاز هذا العمل.

الإهداء

إلى الوالدين الكريمين أطال الله في عمرهما، اللذين أدين لهما بكل الامتنان والشكر والعرفان

إلى كل أفراد عائلتي كل باسمه، والأصدقاء دون استثناء

إلى كل من ساعدني من قريب أو بعيد لإتمام هذا العمل

وأرجو من الله العلي القدير أن يوفقنا لما فيه خيرنا وصلاح أمرنا واستقامة نهجنا إن شاء الله.

الويذة

خطة الدراسة:

مقدمة

الإطار المنهجي والمفاهيمي.

- 1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها.
- 2- أسباب اختيار موضوع الدراسة
- 3- أهداف الدراسة
- 4- أهمية الدراسة
- 5- تحديد المفاهيم والمصطلحات
- 6- الدراسات السابقة
- 7- المقاربة النظرية
- 8- مجتمع البحث وعينة الدراسة
- 9- نوع الدراسة والمنهج المستخدم
- 10- أدوات جمع البيانات
- 11- حدود الدراسة

الإطار النظري:

الفصل الأول: مدخل عام حول مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية

- 1- نشأة مواقع التواصل الاجتماعية
 - 2- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
 - 3- أصناف وأنواع التواصل الاجتماعي
 - 4- أهمية مواقع التواصل الاجتماعي
 - 5- أسباب انتشار شبكات التواصل الاجتماعي في الوطن العربي
 - 6- التأثيرات الاجتماعية والثقافية لوسائل التواصل الاجتماعي
- ### الفصل الثاني: مدخل عام حول العمل التطوعي والشباب.

- 1- تطور مفهوم العمل التطوعي
- 2- أهمية العمل التطوعي

- 3- أليات وأساليب العمل التطوعي
- 4- دوافع وعوامل العمل التطوعي
- 5- حوافز العمل التطوعي
- 6- عوائق العمل التطوعي
- 7- أهداف الأعمال التطوعية عند الشباب
- 8- مجالات العمل التطوعي
- 9- ثقافة العمل التطوعي عند الشباب
- 10- مواقع التواصل الاجتماعي مجال جديد للعمل التطوعي.

الإطار التطبيقي

- 1 - عرض وتحليل الجداول المتعلقة بالبيانات الشخصية
- 2 - عرض وتحليل الجداول المتعلقة بعادات استخدام شباب ولاية البويرة لمواقع التواصل الاجتماعي
- 3 - عرض وتحليل الجداول المتعلقة بدوافع استخدام شباب ولاية البويرة لمواقع التواصل الاجتماعي في العمل التطوعي
- 4 - عرض وتحليل الجداول المتعلقة بدور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل العمل التطوعي لدى شباب ولاية البويرة

-خاتمة-

لا شك أن هذا العصر هو عصر المعلومات والاتصالات الذي جاء على خلفية عصر تكنولوجيا الإلكترونيات الناتجة عن الثورة الصناعية، التي سيطرت إلى حدٍ ما على عقول البشرية خاصة في نهاية القرن العشرين وبداية القرن الحادي والعشرين، شهد عالمنا المعاصر تطورا عالميا مذهلا يتغير باستمرار على وتيرة سريعة للغاية تحت تأثير تكنولوجيات الاتصال الرقمية الحديثة.

ومن هنا فقد مرّ الاتصال بعدة مراحل كوسيلة لبناء العلاقات الاجتماعية بدأ من الاتصال الشفهي إلى الكتابي.

ومكنت الأفراد من تنظيم وتنسيق الأعمال والنشاطات فيم بينهم من خلال تبادل المعلومات والأفكار بين أفراد المجتمع، سواء كانت أفكار علمية أو عملية أو اجتماعية أو ثقافية أنشأتها حاجات الفرد إلى الكلام والاستماع والتفاعل مع الآخرين.

وقد مكنت التكنولوجيا الحديثة من ظهور إعلام جديدة وهو إعلام حديث أصبح متاحا لجميع شرائح المجتمع وأفراده للدخول فيه واستخدامه والاستفادة منه، وهو يشمل كل ما يخص العالم الافتراضي بداية بشبكة الانترنت وكل ما تحمله من تطبيقات واستخدامات التي تلبي حاجات الأفراد ورغباتهم، وهذا الإعلام تمكن من دمج التكنولوجيات والوسائل المختلفة مع بعضها البعض، فهو إعلام متعدد الوسائط يعني أن المعلومات يتم عرضها في شكل مزيج من النص والصوت والصورة والفيديو، مما يجعل المعلومة أكثر قوة وتأثيرا وتجاوز العوائق المكانية والزمانية والحدودية، كما تجدر الإشارة إلى أهم خاصية يتميز بها الإعلام الجديد وهي التفاعلية، وهذه الميزة جعلته ينتقل إلى درجات متطورة من التواصل والاتصال بين كل مستخدمي هذا الإعلام.

والحديث عن الإعلام الجديد يأخذنا إلى كافة التطبيقات والخدمات التي يتيحها العالم الافتراضي، منها مواقع وخدمات الدردشة ومواقع التواصل الاجتماعي التي تعد من أهم مظاهر الإعلام الجديد، وهي مواقع تستخدم للتواصل وتتميز بسرعة نقل الخبر، وتدعيمه بالصورة الحية المعبرة وسرعة مواكبة الأحداث على مدار الساعة، ونقلها مباشرة من مكان حدوثها وسهولة الاستخدام، كما مكنت هذه المواقع الأفراد من التعبير عن طموحاتهم ومطالبهم في حياة حرة من خلال مشاركتهم في تغذية هذه الشبكات بالأخبار والمعلومات والمساهمة بشكل فعال في صناعة وإدارة المضامين الإعلامية وجعلتهم أكثر تفاعلا ومشاركة في مختلف القضايا. وهذه المواقع

كسرت حاجز احتكار المعلومة وشكلت عامل ضغط على الحكومات والمسؤولين، ومن هنا بدأ الأفراد يحملون أفكارا ورؤى مختلفة ومتقاربة ومتشابهة وموحدة أحيانا.

ومواقع التواصل الاجتماعي لم تعد تقتصر على تبادل المعلومات وتكوين صداقات والدردشة فقط، بل تعددت مجالاتها واتسعت نطاقاتها لتشمل قضايا ذات أبعاد مختلفة مثل الأعمال التطوعية، وهي من الأعمال البارزة اليوم في المجتمع وخاصة مع وجود الأزمات والمحن التي تصيب البشرية نتيجة الحروب والكوارث، فالعمل التطوعي هو صورة من صور مشاركة الفرد في تنمية وتطوير المجتمع والنهوض به، كما نجد التبرع عبر مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمع الجزائري أدى إلى انتشار الجمعيات ووصولها إلى قطاعات مختلفة ومتنوعة ونشر أفكار الأعمال التطوعية في مواقع التواصل الاجتماعي لتحفيز الشباب وبث روح التطوع وغرسه في نفوس الشباب والتعريف بحاجة المجتمع إليه وكل ما يخص العمل التطوعي والقيام بمبادرات خيرية ونشرها بسهولة حيث تعتبر هذه المواقع من بين أكثر الوسائل التي يمكن من خلالها نشر وتفعيل العمل التطوعي لدى فئة الشباب باعتبارهم من أكثر الفئات استخداما لها. ومن هنا جاءت إشكالية هذه الدراسة التي تدور حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل العمل التطوعي لدى الشباب الجزائري، ولمعالجة هذا الموضوع فقد تم الاعتماد على خطة بحث تمثلت في مقدمة وثلاث أقسام، الإطار الأول وهو الجانب المنهجي للدراسة وتم فيه تحديد إشكالية الدراسة والتساؤلات الفرعية لها إلى جانب تحديد مفاهيم وأهداف وأهمية الدراسة، والأسباب الذاتية والموضوعية، وكذا أغراض الدراسات السابقة والتعقيب عليها والمقاربة النظرية نوع ومنهج الدراسة، مجتمع البحث وعينة الدراسة فأدوات جمع البيانات.

أما بالنسبة للقسم الثاني والمتمثل في الإطار النظري فقد انطوى على فصلين الأول يعالج مواقع التواصل الاجتماعي وكل ما يتعلق بنشأته وخصائصه وأنواعه وأهميته وأسباب انتشاره في الوطن العربي وإيجابياته وسلبياته. أما الفصل الثاني تم التطرق فيه إلى تطور مفهوم العمل التطوعي ونشأته وأهميته وأماطه وأساليبه ودوافعه وعوائقه ومجالاته وحوافزه، وأهداف وثقافة العمل التطوعي عند الشباب ومواقع التواصل الاجتماعي مجال جديد للعمل التطوعي.

وأخيرا الإطار التطبيقي للدراسة تناولنا فيه النتائج التطبيقية للدراسة وقراءتها والتعليق عليها، واستخلاص النتائج العامة للدراسة.

الإطار المنهجي

والمفاهيمي

إشكالية الدراسة:

أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة في عقد التسعينات من القرن الماضي نقلة نوعية في الاتصال، وذلك بفضل انتشار شبكة الانترنت في كافة أنحاء العالم التي مهدت الطريق لكافة المجتمعات للتقارب والتعارف وتبادل الآراء، وإلهتمامات وهو الأمر الذي أحدث تغييرا جوهريا في وظائف وسائل الإعلام، كما قللت من صعوبات الوصول إلى المعلومة ومتابعة الأحداث فضلا عن تحقيق التواصل بين الأفراد والجماعات دون النظر إلى دياناتهم وجنسياتهم المختلفة، وبذلك فتحت المجال أمام الجميع دون استثناء وبدون قيود للتواصل عبر شبكة الانترنت.

وقد عرف استخدام شبكة الانترنت تزايداً مستمرا، حيث عرف عدد مستخدميها في العام سنة 2018 حوالي 4.021 مليار بزيادة تبلغ 7% سنويا⁽¹⁾.

وقد عرفت هذه الأخيرة عدة تطبيقات نجد منها المدونات الشخصية، والمواقع الالكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي التي تعتبر من بين أهم التطبيقات التي لاقت انتشارا وإقبالا واسعا لدى مختلف الأفراد ومن مختلف مناطق العالم على رأسهم فئة الشباب، حيث بلغ عدد مستخدميها في عام 2018 (3.196 مليار) أي بزيادة 13% سنويا⁽²⁾.

ولقد تجاوز عدد مستخدميها المئات من ملايين البشر لهذه المواقع ومن بينها نجد الفيس بوك الذي لا يزال هو المسيطر على مشهد مواقع التواصل الاجتماعي حيث حققت منصات الفيس بوك تقدما رائعا في عام 2017 ليصل إلى (2.17 مليار) في بداية عام 2018، ولقد ازداد عدد مستخدميها كل من الواتس آب والمسنجر مرتين⁽³⁾، أسرع من منصة الفيس بوك الأساسية مع زيادة عدد الأشخاص الذين يستخدمون كل تطبيق من التطبيقات المراسلة بنسبة 30% سنويا⁽⁴⁾.

(1) 31: 27-23-2018, 20 : <https://eloph.com>

(2) <https://eloph.com>، مرجع نفسه

(3) 06: 10 /04/2018, 10 : <https://www.expandcart.com>

(4) <https://www.expandcart.com>، مرجع نفسه

بالإضافة إلى اليوتيوب، والتويتير والمدونات، والتي عملت هذه الأخيرة على ربط العلاقات الإنسانية والاجتماعية بين الأفراد التي من شأنها أن تساهم في توطيد العلاقات وقيم التعاون والتفاعل والمساندة بالنسبة لمستخدمي هذه المواقع.

وقد أتاحت مواقع التواصل الاجتماعي استخدامها في عدة ميادين عديدة منها الاجتماعية، والاقتصادية، والرياضية، والتعليمية والثقافية، والمهنية والسياسية وغيرها من المجالات.

ويعتبر العمل التطوعي من بين المجالات التي ينشط من خلاله مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، حيث يعد من بين الركنين الأساسيين لبناء المجتمع، والذي يحظى باهتمام ومساهمة مختلف أفراد المجتمع ومنهم فئة الشباب الفعالة كونهم في مرحلة العطاء ويمتلكون القدرة الذهنية والبدنية العالية، وهو ما فرض واقعا اجتماعيا جديدا، وظهر ما يعرف برأس المال الاجتماعي (social capita) حيث أتاحت شبكة الانترنت المجال للأفراد للدخول إلى المواقع الاجتماعية والتعرف بأنفسهم والتواصل مع الآخرين الذين تجمعهم اهتمامات مشتركة والإسهام في أعمال خيرية وإنسانية على نطاق أوسع وأكثر في المجتمع.

ويشير الأسلم الاجتماعي إلى المشاركة التطوعية وذلك بهدف بناء شبكات اجتماعية إيجابية تحث على التعاون مع الآخرين، معتمدة في ذلك على مجموعة القيم والمهارات الشخصية التي تقوي هذا التعاون.

ويعطي فرصة كبيرة لمستخدمي هذه المواقع للتأثير والتفاعل ولعبت دورا في توسيع ودعم العملية التطوعية المجتمعية، وأتاحت مجالات أوسع للعمل التطوعي عند الشباب.

ومن خلال ما سبق تأسست إشكالية الدراسة التي تتمحور حول السؤال الآتي:

- ما هو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل العمل التطوعي لدى شباب ولاية البويرة؟

ويتفرع هذا السؤال إلى التساؤلات الفرعية التالية:

- 1- ما هي عادات استخدام شباب ولاية البويرة لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- 2- ما هي دوافع استخدام شباب ولاية البويرة لمواقع التواصل الاجتماعي في العمل التطوعي؟
- 3- كيف تفعل مواقع التواصل الاجتماعي دورها في العمل التطوعي لدى شباب ولاية البويرة؟

2- أسباب اختيار موضوع الدراسة:

1 الأسباب الذاتية:

- الميولات الشخصية للعمل التطوعي حيث لفت انتباهنا نظرا لما تحمله من أخلاق وأبعاد إنسانية.

2 الأسباب الموضوعية:

- حداثة الموضوع حيث أن هناك قلة الدراسات التي تربط بين مواقع التواصل الاجتماعي والعمل التطوعي لدى فئة الشباب.

- أهمية الموضوع كونه يتناول إحدى أكبر أهم الفئات المؤثرة في المجتمع وهي الشباب، حيث تعتبر مشاركتهم في العمل التطوعي إحدى أهم أدوات دمج الشباب في المجتمع.

- الرغبة في معرفة الأبعاد الأخرى لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة لا تختص فقط بالأبعاد السياسية والاقتصادية والترفيهية بل تتعداها إلى أبعاد إنسانية.

3 أهداف الدراسة:

- التعرف على عادات وأنماط استخدام الشباب الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي.

- التعرف على دوافع استخدام شباب ولاية البويرة لمواقع التواصل الاجتماعي في العمل التطوعي.

- محاولة معرفة كيف تفعل مواقع التواصل الاجتماعي دورها في العمل التطوعي لدى شباب ولاية البويرة.

4 أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في أنها تمكننا من تسليط الضوء على الأبعاد الإنسانية لاستخدام شريحة الشباب الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي ، من خلال الوقوف على فعاليتها في مجال العمل التطوعي نظرا لأهميته في مساعدة المحتاجين والفقراء وتنمية المجتمع.

كما أن أهميتها تكمن في كونها ظاهرة حيوية في أوساط المجتمع ، وتسعى من خلال ذلك إلى الكشف عن وظائف هذه المواقع التي تتميز بميزة وهي سهولة الوصول لأكثر عدد ممكن من الناس ، ودورها في المشاركة في المبادرات التطوعي، كما يساهم في تنمية المجتمع.

5 تحديد المفاهيم:

- **الدور: لغة:** قال ابن جني: هي دار يدور لكثرة حركات الناس فيها والجمع أداوُر في أدنى العدد، والاهتمام للفرق بينه وبين أفعل من الفعل، والهمزة لكراهة الضمة على الواو⁽¹⁾.
- **اصطلاحاً:** هو السلوك المتوقع من الشخص الذي يحتل مكانة معينة وأن عمليات التفاعل بين الفرد والآخرين تتم من واقع معرفة الفرد بالحقوق والالتزامات المرتبطة بهذه المكانة⁽²⁾.
- وعرفها "أحمد زكي بدوي" الدور في معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية بأنه "السلوك المتوقع من الفرد في الجماعة والجانب الدينامي لمركز الفرد، فبينما يشير المركز ويتحدد سلوك الفرد في ضوء توقعاته وتوقعات الآخرين منه، وهذه التوقعات تتأثر بفهم الفرد والآخرين للحقوق والواجبات المرتبطة بمركزه الاجتماعي، وحدود الدور تتضمن تلك الأفعال التي تتقبلها الجماعة في ضوء مستويات السلوك في الثقافة السائدة"⁽³⁾.
- **تعريف إجرائي:** هي الأفعال والتصرفات والسلوك الم توقعة من طرف شباب ولاية البويرة جراء استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي في مجال العمل التطوعي.
- **مواقع التواصل الاجتماعي:** يعرف زاهر راضي مواقع التواصل الاجتماعي بأنها منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشاركة فيها بإنشاء موقع خاص بها، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهويات النفسية". وهذا الترابط نتج عنه نوع من الإعلام يختلف عن الإعلام التقليدي القديم، وهو ما يعرف بالإعلام الجديد أو البديل، وهو ما يطلق عادة على كل ما يمكن استخدامه وتبادله من معلومات من قبل الأفراد والجماعات على الشبكة العنكبوتية⁽⁴⁾.
- ويمكن تعريف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها: "مواقع إلكترونية تقدم خدمات اجتماعية لمشاركتها لأغراض التواصل الإنساني والاجتماعي، تؤسسها شركات كبرى لجميع المستخدمين والأصدقاء وتبرمجها لخدمة تكوين

(1) ابن منظور أبو الفضل جمال الدين بن مكرم : معجم لسان العرب، دار صادر، بيروت.

(2) حسني محمد النايلسي ضياء: دور الشباب الجامعي في العمل التطوعي والمشاركة السياسية، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص 62.

(3) نوي عمار، دور القيادة في إدارة العمل التطوعي الجهوي، (دراسة حالة لجمعيات بولاية برج بوعرييج)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في تنمية الموارد البشرية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2009-2010، ص ص 24، 25.

(4) مركز المختص للإشارات، دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب تويتز انموزجا، دار المختص للنشر والتوزيع، رياض 1437هـ، ط 1،

صداقات، أو البحث عن هوايات واهتمامات مشتركة، وصور وأفلام وأنشطة لدى أشخاص آخرين يتبادلونها فيما بينهم⁽¹⁾.

- **التعريف الإجرائي:** مواقع التواصل الاجتماعي هي مواقع الكترونية تتيح التواصل والتفاعل الافتراضي بين شباب ولاية البويرة، وذلك من خلال التواصل المباشر أو إرسال الرسائل أو الملفات أو الاتصال صوتاً أو صورة، في إطار الاهتمامات المشتركة بينهم.

العمل التطوعي:

التطوع: لغة: عرفه ابن منظور بأنه: "ما تبرع به الشخص من ذات نفسه مما يلزمه فرضه"⁽²⁾.

التطوع من الطاعة، وتطوع كذا يعني تحمله طوعاً وتطوع له يعني تكلف استطاعته حتى يستطيعه، وفي القرآن: "فمن تطوع خيراً فهو خير له". البقرة 184.

والتطوع هو ما تبرع به الإنسان من ذات نفسه مما يلزمه وغير مفروض عليه، والتطوع في اللغة العربية يعني الزيادة في العمل ويعني التبرع بالشيء⁽³⁾.

اصطلاحاً: وعرفته هناء بدوي بأنه: "ذلك الجهد الذي يبذله أي إنسان بدون مقابل لمجتمعه وبدافع منه للإسهام في تحمل مسؤوليات المؤسسات الاجتماعية التي تعمل على تقديم الرفاهية الإنسانية على أساس الفرص التي تنهياً لمشاركة المواطن، تمثل نوعاً من الالتزام بالنسبة لهم قبلها.

ويعرف العمل التطوعي بأنه العمل الذي يتم اختياره بحرية، دون مقابل بهدف إفادة المجتمع ويعد نشاطاً غير ربحي يقضي فيه الفرد جزءاً من وقته دون تقاضي أي أجر، وبرغبة واختيار منه، وبصورة رسمية وداخل تنظيم ما ويعمل من أجل منفعة الآخرين والمجتمع المحلي كله⁽⁴⁾.

(1) حلمي خضر شاري: التواصل الاجتماعي الأبعاد والمبادئ والمهارات، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر، الأردن، 2013، ص 103، 104.

(2) هناء حسني محمد النابلسي: مرجع سبق ذكره، ص 86.

(3) فهد السلطان السلطان: اتجاهات الشباب الجامعي الذكور نحو العمل التطوعي، (دراسة تطبيقية على جامعة الملك سعود)، بحث منشور برسالة الخليج العربي، مكتب التربية لدول الخليج العربي، 2009، ص 13.

(4) مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، العدد (173)، الجزء 2، 2017، ص 301.

ومصطلح العمل التطوعي هو شبيهه بمصطلح العمل الخيري غير أن الأول أهم حيث أن التطوع قد يكون في الأمور النافعة والضارة ولا يكون العمل الخيري إلا في الأمور التي تجر نفعا⁽¹⁾.

ويعرف "التطوع" بأنه: "المواطن الذي يعطي وقتا وجهدا بناءً على اختياره الحر ومحض إرادته لإحدى منظمات الرعاية الاجتماعية وبدون أن يحصل، أو يتوقع أن يحصل على عائد مادي نظير جهده التطوعي"⁽²⁾.

التعريف الإجرائي: العمل التطوعي هو عمل إنساني يقوم به شباب ولاية البويرة، وهو عمل اجتماعي إرادي يتم القيام به طوعية منهم دون إجبار من الآخرين على فعله، وهو عمل غير ربحي أي دون مقابل مادي، من أجل تحقيق الخير في المجتمع.

الشباب: لغة: بمعنى الفتاة والحداثة يقال: شب الغلام بشيب شبابا، وشيوبا وشيبا، وأشب الله قرنه، بمعنى والاسم والشبيبة، هو خلاف الشب والشباب جمع شباب وكذلك شبان وشبيبة وشباب الشيء أوله يقال لقيت فلانا في شباب النهار أي في أوله.

وكلمة (شباب) تعني في أصلها اللغوي النماء والقوة يقول أن فارس: "الشين والباء أصل واحد يدل على ضماء الشيء وقوته في حرارة تعتربه"⁽³⁾.

اصطلاحا: إن كلمة شباب ظاهرة اجتماعية تشير إلى مرحلة من العمر تعقب مرحلة المراهقة وتبدأ خلالها علامات النضج الاجتماعي والنفسي والبيولوجي واضحة ويعد الشباب من أكثر الشرائح الاجتماعية تفاعلا مع التغيير الحادث في المجتمع وخاصة التغيير التكنولوجي⁽⁴⁾.

ويعرف الشباب مرحلة تقع بين 18-35 سنة وهي فترة يكون فيها الشباب قادرا على القيام بأدوار اجتماعية ويستطيع المشاركة الفعالة في شتى مناحي الحياة المختلفة، ويكون قادرا على ممارسة واجباته⁽⁵⁾.

(1) صالح بن مطر الماطلي: العمل التطوعي خطوات عمليات النهوض بالأمة، الإصدار الأول، 2010، ص23.

(2) فهد سلطان السلطان، مرجع سبق ذكره، ص ص13-14.

(3) جمال الدين أبي الفضل محمد بن مكرم ابن منظور: مرجع سبق ذكره، ص439.

(4) سليمان بورحلة: أثر استخدام الانترنت على اتجاهات الطلبة الجامعيين وسلوكياتهم، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال،

2008، جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة، كلية العلوم الساسية والاعلام، ص29.

(5) أحمد بلول: بركة حميدة: أثر شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة اتصالية إعلامية على الشباب الجامعي، (دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي)، بجامعة أبو القاسم سعد الله، الجزائر، مجلة آفاق العلوم، جامعة الخلفة، العدد 03، ص31.

التعريف الإجرائي: الشباب هي مرحلة عمرية يمر بها الفرد من 18-35 وهم محل اهتمام من غالبية المجتمع، ولهم دور ومكانة خاصة ومهمة والباب في هذه المرحلة يشاركون في مختلف الوظائف العامة وفي صنع القرار ويستكشفون كل ما هو جديد، فالشباب هم أكثر ارتباطاً من غيرهم بالتكنولوجيا الحديثة والجديدة.

6- الدراسات السابقة:

- الدراسة الأولى:

نوع الدراسة: شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية ل: أحمد يونس محمد حمودة⁽¹⁾.

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في النشاطات المجتمعية، والتي تعد ضرورة ملحة تتطلبها مرحلة الشباب بصورة خاصة. هذه الشبكات تساعد على الكشف عن مواهب وإمكانيات الشباب وميولهم ومشاركتهم في نشر مجالات الأنشطة الثقافية والمجتمعية، فالتنمية لا يمكن أن تتم بدون إعداد الشباب، الذي هو أداة للتنمية وإن مشكلة هذه الدراسة تتمثل في السؤال الرئيسي التالي: ما هو دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية؟ ويتفرع هذا السؤال إلى الأسئلة الفرعية التالية:

1- ما مدى استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي، وما هي شبكات التواصل الاجتماعي الأبرز التي يستخدمها الشباب الفلسطيني؟

2- ما القضايا المجتمعية المثارة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في فلسطين؟

3- ما مدى الاستفادة التي يحققها الشباب الفلسطيني من شبكات التواصل الاجتماعي؟

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

(1) أحمد يونس محمد حمودة : شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، (دراسة مقدمة لنيل درجة الماجستير)، قسم البحوث والدراسات الإعلامية، جامعة الدول العربية، القاهرة، 2013.

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

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

وقد توصلت إلى نتائج الدراسة الحالية:

- كشفت الدراسة أن جميع المبحوثين يستخدمون الشبكات الاجتماعية إذا جاءت نسبة من يستخدمونها بشكل دائم بنسبة 96.1% والذين يستخدمونها أحيانا بنسبة 3.9% كما أن المبحوثين يتابعون لقضايا المجتمع على شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة كبيرة بلغت 99.3%، إذ جاءت نسبة من أجابوا بنعم 82.2% وأحيانا بنسبة 17.1% في حين أن 0.7% أجابوا بعدم المتابعة.

- أشارت الدراسة إلى أن نسبة 96.6% من المبحوثين أجابوا بأن شبكات التواصل الاجتماعي استطاعت أن تنمي مشاركتهم نحو القضايا المجتمعية موزعين بنسبة 62.7% أجابوا بنعم و 33.9% أجابوا أحيانا، في حين أن 3.4% أجابوا بالنفي.

أوجه المقارنة:

- تشابه الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية في التغير المتمثل في شبكات التواصل الاجتماعية وأداة استمارة الاستبيان لجمع المعلومات واختلفت هاتين الدراستين في المنهج ونوع العينة، حيث اعتمدت

الدراسة السابقة على المنهج المسحي على عينة من جمهور الشباب الفلسطيني، والعينة الحصصية غير احتمالية، أما في الدراسة الحالية اعتمدنا على المنهج الوصفي والعينة القصدية.

أوجه الاستفادة:

- استفدنا في هذه الدراسة في معرفة مواقع التواصل الاجتماعي وأهميته، وفي استنتاج بعض تساؤلات التي تم طرحها في الاستمارة.

- الدراسة الثانية:

عنوان الدراسة: دور القيادة في إدارة العمل التطوعي الجماعي، دراسة حالة لجمعيات بولاية برج بوعرييج ل: نوي صبار⁽¹⁾.

تطرت هذه الدراسة إلى دور القيادة في إدارة العمل التطوعي الجماعي في المجتمع الجزائري، حيث تناولت القيادة ومتطلباتها في العمل التطوعي، وذلك أن فعالية أنشطة وبرامج عمل الجمعيات وتنفيذ مشروعاتها وتحقيق أهدافها مرتبط في الأساس بما تمتلكه القيادة من متطلبات الأزمة لأداء هذا العمل، وما تتمتع به من مهارات في إدارته، حتى تستطيع التعامل مع المشكلات والمعوقات التي تواجهه، وذلك من خلال طرح التساؤل الرئيسي التالي:

- كيف يتم إدارة القيادة للعمل التطوعي الجماعي في المجتمع الجزائري؟

ويتفرع عن هذا السؤال الرئيسي عدة تساؤلات فرعية:

- 1 ما هي متطلبات القيادة في العمل التطوعي الجماعي؟
- 2 ما هي وظائف الإدارة في العمل التطوعي الجماعي؟
- 3 ما هي المعوقات التي تواجه القيادة في إدارة العمل التطوعي الجماعي؟

وقد اعتمد في هذه الدراسة على منهج دراسة الحالة وهو منهج في البحث الاجتماعي عن طريق ه يمكن جمع البيانات ودراستها واختار الباحث العمل بعينة عمدية (نموزجية).

(1) صبار نوي: دور القيادة في إدارة العمل التطوعي الجماعي، دراسة حالة لجمعيات بولاية برج بوعرييج، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في تنمية الموارد البرية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2009، 2010.

ولقد وظف أداة المقابلة والملاحظة والاستمارة، بحيث استعمل المقابلة غير المقننة وذلك من خلال ترتيب لقاءات مع رؤساء الجمعيات المختارة وهذا لكونهم الأكثر إحاطة بتاريخ الجمعية وحالة العمل بها، وذلك من خلال طرح عدة أسئلة.

وقد تم الاعتماد على استمارة الاستبيان موحدة طبقت على كافة الجمعيات محل الدراسة.

والملاحظة ولقد تطلبت هذه الدراسة استعمال الملاحظة بالمشاركة وهي التي تتطلب من الباحث معاينة مجتمع الدراسة ويكون جزء من الجماعة التي يتولى دراستها وقد تم هذا من خلال الاحتكاك بالقيادات القائمة على إدارة العمل التطوعي بالجمعيات محل الدراسة.

ومن بين النتائج التي توصل إليها الباحث:

- أن الجمعيات تعتبر إطارا للعمل التطوعي وأن القيادة فيها تقوم بالاهتمام بالأفراد وإدارة الأنشطة، وتعتمد في تأثيرها عليهم على قوة الشخصية القيادية بالدرجة الأولى، واتضح أن للقيادة متطلبات في إدارة العمل التطوعي الجهوي.
- أن القيادة تقوم بدور في إدارة العمل التطوعي الجمعي، غير أن هذا الدور لم يصل بعد إلى المستوى المطلوب بحيث تفتقد لمتطلبات أساسية، وأهمها وضوح الرؤية المستقبلية كما لا يوجد تكامل بين الوظائف الإدارية المتعلقة بالأفراد والأنشطة وبالمالية، وهو ما يجعل الأداء الإداري للقيادة يقوم على أسس علمية، وقد انعكس ذلك فيما تواجهه من مشكلات داخلية والتي تتعلق بالجانب البشري والمالي أساسا، وعلى ما تواجهه من معوقات خارجية تتعلق بالوضع الاقتصادي والسياسي والاجتماعي وهذا ما يقضي تأهيل القيادات التطوعية العاملة في الميدان مستقبلية، حتى تقوم بدورها على أحسن ما يرام.

أوجه المقارنة:

- اختلفت الدراسة السابقة مع دراستنا الحالية في المنهج وأدوات جمع البيانات، حيث اعتمدت هذه الدراسة على منهج دراسة حالة وعلى أداة المقابلة والملاحظة، أما في دراستنا اعتمدنا على المنهج الوصفي وتشابهت هذه الدراستين في أداة الاستبيان في جمع المعلومات.

-أيضا تشابحت في الاعتماد على العينة فقد اعتمدنا على العينة القصدية،

أوجه الاستفادة:

- ساعدتنا هذه الدراسة في الجانب النظري وخاصة حول العمل التطوعي وأهدافه ودوافعه وعوائق التي تواجه الفرد في المشاركة في العمل التطوعي.

الدراسة الثانية:

3-عنوان الدراسة: اتجاهات الشباب الجامعي الذكور نحو العمل التطوعي دراسة تطبيقية على جامعة الملك سعود بالسعودية ل: فهد بن سلطان السلطان بحث منشور برسالة الخليج العربي⁽¹⁾.

تمحورتأو تطرقت هذه الدراسة إلى الكشف عن اتجاهات الشباب الجامعي الذكور نحو ممارسة العمل التطوعي وكذلك ماهية الأعمال التطوعية التي يرغبون في ممارستها وذلك من خلال طرح التساؤل المحوري التالي: إلى أي مدى ينخرط الشباب الجامعي في الأعمال التطوعية؟

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

- ما مدى ممارسة الشباب الجامعي للعمل التطوعي؟
- ما الأعمال التطوعية التي يرغب الشباب الجامعي في ممارستها؟
- ما الفوائد التي يتوقعها الشباب الجامعي جراء مشاركتهم في الأعمال التطوعية؟
- ما المعوقات التي تحاول دون التحاق الشباب الجامعي بالأعمال التطوعية؟
- ما مدى اختلاف اتجاهات الشباب الجامعي نحو العمل الاجتماعي التطوعي باختلاف الكلية والتخصص؟

(1) فهد بن سلطان السلطان: اتجاهات الشباب الجامعي الذكور نحو العمل التطوعي، دراسة تطبيقية على جامعة الملك سعود، بحث منشور برسالة الخليج العربي، مكتب التربية لدول الخليج العربي، 2009.

وقد اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي الذي يعبر عن الظاهرة محل الدراسة تعبيراً كمياً وكيفياً وتحليل الظاهرة وكشف العلاقات بين أبعادها المختلفة اعتمد على العينة العشوائية البسيطة وتم اختيار حجم العينة (373 طالباً) من طلاب الذكور بخمس كليات.

وقد توصلت إلى نتائج الدراسة التالية:

- إن متوسط ممارسة الشباب الجامعي للعمل التطوعي بلغ (1.63) ويدل على مستوى ممارسة ضعيفة جداً، مما يدل على ضعف مشاركة وانخراط الشباب الجامعي في الوقت الحالي في مجالات العمل التطوعي.
- تحسين ممارسة الشباب الجامعي للعمل التطوعي في مساعدة ورعاية الفقراء، وزيارة المرضى، وتقديم العون للمؤسسات الثقافية والرياضية ومع ذلك ظل مستوى الممارسة ضعيفاً.
- إن متوسط أهمية مجالات العمل التطوعي التي يرغب الشباب الجامعي المشاركة فيها بلغ (3.66) ويدل على مستوى أهمية مرتفع، مما يؤكد ميل الشباب الجامعي إلى المشاركة والانخراط في المجالات المختلفة للتطوع.
- أوضحت النتائج اتجاهات إيجابية نحو العمل التطوعي، حيث جاءت مساعدة ورعاية الفقراء المحتاجين، ويلهيا زيارة المرضى، ثم المشاركة في الإغاثة الإنسانية، رعاية المعوقين، ومكافحة المخدرات.

- أوجه المقارنة:

- تشابهت دراستنا الحالية مع الدراسة السابقة في المنهج الوصفي وأداة الاستبيان لجمع المعلومات، وركزت كل منهما على عينة الشباب إجراء الدراسة باعتبارها أكثر فئة تساهم في العمل التطوعي واختلفت في نوع العينة بحيث اعتمدنا على العينة القصدية. أما الدراسة السابقة اعتمدت على العينة العشوائية البسيطة.

- أوجه الاستفادة:

- ساعدتنا في فهم مشكلة البحث والتعرف على أحد متغيرات الدراسة وهو العمل التطوعي وأيضا في إثراء الجانب النظري والتطبيقي وصياغة أسئلة الاستبيان.

7- المقاربة النظرية للدراسة:

حتى لا ننطلق من فراغ من دراستنا، لا بد لنا كطالبين باحثين أن نستند على نظرية محددة، تقدم لنا صفة العمق والشمول لدراستنا من خلال الاستفادة من التراكم المعرفي. ونظرا إلى أن موضوعنا حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل العمل التطوعي لدى الشباب الجزائري فإننا رأينا أنه من الأنسب أن نستند على نظرية الاستخدامات والشبكات للوصول إلى نتائج أكثر شمولا وخدمة للموضوع.

- **نظرية الاستخدامات والإشباعات uses gratification**: تهتم نظرية الاستخدامات والإشباعات بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، فخلال عقد الأربعينات من القرن العشرين، أدى إدراك عواقب الفروق الفردية، والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام، إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام، وكان ذلك تحولا من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال إلى رؤيتها على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون مفضل من وسائل الإعلام. وكانت النظريات المبكرة مثل نظرية الآثار الموحدة أو الرصاصة السحرية ترى الجماهير عبارة عن كائنات سلبية ومنفصلة، وتتصرف على نسق واحد، وقد اتضح الدور القوي للمتغيرات في المعرفة والإدراك والثقافات الفرعية **subcultures** لم يعد ممكنا فهم الجماهير بهذه الطريقة⁽¹⁾.

ومن هذا المنطلق نجد أن بدايات البحوث الأولى لهذه النظرية قد صاغت تصنيفات استخدام الراديو والصحف حيث افترضت عالمة الاتصال "هيرتا-هيرتزوج" وجود خمسة احتمالات للجمهور من برامج المسابقات وهي: تنافسية، تربوية، التقدير الذاتي. رياضية، إشباعات مستمعي المسلسلات في الراديو وهي التحرر العاطفي، التفكير المبني على الرغبة والنصح.

من ناحية ثانية استنتج الباحث "ستبثمان" دوافع الاهتمام الاستماع بالموسيقى والراديو ولا زر سفيلدو و لوف فيك عن تطور الطفل بالفكاهة بينما لاحظ بيركسون استخدامات عديدة للصحيفة من أجل الاختيار وتفسير الشؤون العامة وكأداة من أدوات الحياة، الراحة، الاعتبار، والاتصال الاجتماعي.

(1) شريق درويش اللبان: مقدمة في مناهج البحث الإعلامي، دار العربية للنشر والتوزيع، مصر القاهرة، ط1، 2008، ص156.

ومن الجدير بالذكر أن هذه النظرية انطلقت بصورة خاصة على ضوء الأبحاث التي قام بها كل من هيرتا وهيرج عام 1944 التي هدفت إلى الكشف عن إشباع الجمهور والرأي وتوصلت إلى ضرورة إشباع الحاجات العاطفية.⁽¹⁾

ويرى "كاتز وزملاؤه" أن منظور الاستخدامات والإشباع يعتمد على خمسة فروض لتحقيق ثلاث أهداف رئيسية وتتضمن فروض النموذج ما يلي:

- 1- أن أعضاء الجمهور مشاركون فاعلون في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلي توقعاتهم.
- 2- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الاجتماعي، وتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.
- 3- التأكد من أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليس وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.
- 4- يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد حاجاتهم ودوافعهم وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.
- 5- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل⁽²⁾. ويحقق منظور الاستخدامات والإشباع ثلاث أهداف رئيسية وهي:

- 1 - السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد ووسائل الاتصال.
- 2 - شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.
- 3 - التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.

عناصر نظرية الاستخدامات والإشباع:

- 1- افتراض الجمهوري النشط: يزعم هوويت Howit أن النظريات القديمة كانت تنظر إلى الجمهور باعتباره متلقيا سلبيا أمام قوة الرسالة وتأثيرها الفعال حتى ظهر مفهوم الجمهور العنيد الذي يبحث عما يريد أن يتعرض

(1) بسام عبد الرحمن المشاقبة: نظريات الإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص 84، 85.

(2) شريف درويش اللبان: مرجع سبق ذكره، ص 157.

إليه ويتحكم في اختيار الوسائل التي تقدم هذا المحتوى وأصبح ينظر إليه على أنه جمهور نشط ينتفي ويختار ما يهيمه من رسائل الاتصال ليشبع حاجاته في النهاية.

2- الأصول النفسية والاجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام: انتهى "جون جونستون (Johnstone, J) في دراسة حول استخدام المراهقين لوسائل الإعلام والدمج الاجتماعي إلى أن أعضاء الجمهور لا يتعاملون مع وسائل الاتصال باعتبارهم أفراداً معزولين عن واقعهم الاجتماعي وإنما باعتبارهم أعضاء في جماعات اجتماعية منظمة وشركاء في بيئة ثقافية واحدة.

3- دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام: توجد وجهات نظر متباينة لدراسة دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام ويمكن تلخيص هذه الآراء على النحو التالي إلى فئتين هي:

أ- دوافع نفعية: وتستهدف التعرف على الذات، واكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات وجميع أشكال التعلم بوجه عام والتي تعكسها نشرات الأخبار والبرامج التعليمية والثقافية⁽¹⁾.

ب- دوافع طفوسية: وتستهدف تمضية الوقت والاسترخاء والصدقة والألفة مع الوسيلة، والهروب من المشكلات وتعكس هذه الفئة في البرامج الخيالية مثل المسلسلات والأفلام والمنوعات وبرامج الترفيه المختلفة.

- التوقعات من وسائل الإعلام: يرى "كاتز أن التوقعات هي الإشباع التي يبحث عنها". وبذلك فالتوقعات تساهم في اختيار الوسائل والمضامين وتختلف توقعات الأفراد من وسائل الإعلام وفقاً للفروق الفردية وكذلك وفقاً لاختلاف الثقافات، ويرى "شرام" في هذا الشأن أن الإنسان يختار إحدى وسائل الإعلام المتاحة التي يظن أنها سوف تحقق له الإشباع النفسي المطلوب.

- التعرض لوسائل الإعلام: أشارت دراسات عديدة إلى وجود علاقات ارتباط بين البحث عن الإشباع والتعرض لوسائل الإعلام، ويعتبر زيادة تعرض الجمهور بوجه عام لوسائل الإعلام عن نشاط هذا الجمهور وقدرته على اختيار المعلومات التي تلي احتياجاته.

(1) شريف درويش اللبان: مرجع سبق ذكره، ص 158، 163.

- **إشباع وسائل الإعلام:** تعد إشباع وسائل الإعلام بمثابة المحصلة التي تترتب على استخدامات الجمهور لوسائل الإعلام وتتوقف الإشباع التي تحقق ل دة الجمهور وفقا لنوع الوسيلة ونوع المضمون المقدمة وطبيعة الظرف الاجتماعي الذي تم فيه الاتصال.

- **إشباع المحتوى:** وتشمل الإشباع الناتجة من التعرض لمضامين وسائل الإعلام وهي نوعين إشباع توجيهية تضمن الحصول على المعلومات وتأكيد الدافع، وإشباع إجتماعية، يقصد بها شبكة علاقاته الاجتماعية.

- **إشباع العملية:** وهي لا ترتبط بخصائص محتوى عملية الاتصال بل تتعلق بطبيعة عملية الاتصال واختيار نوعي الوسيط الذي يتم التعرض إليه وتشمل: إشباع شبه توجيهية مثل الشعور بالمتعة وتجديد النشاط والنوع الثاني إشباع شبه اجتماعية⁽¹⁾. كالتخلص من الملل وعدم الشعور بالوحدة و الشعور بالتواجد مع الآخرين.

- **الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباع والرد عليها:**

ساهمت نظرية الاستخدامات والإشباع في تقديم إستراتيجية جديدة لدراسة وتفسير استخدام الجمهور لوسائل الإعلام وإشباعه على أساس اعتبار الجمهور عنصر فعال وإيجابي. وعلى الرغم من تطور أساليب البحث والاستقصاءات في هذا المجال، إلا أن صورا من الانتقادات وجهت إليها، وهي كالآتي:

1 يرى عدد من الباحثين بأن نظرية الاستخدام والإشباع لا تزيد عن كونها إستراتيجية لجمع المعلومات من خلال التقارير الذاتية للحالة العقلية التي يكون عليها الفرد أثناء تعامله مع الاستقصاءات فهي تعتمد بإفراط على دفا تر ذاتية للحالات النفسية للمستعملين.

2 يتبنى مدخل الاستخدام أو الإشباع مفاهيم تتسم بشيء من المرونة مثل الدافع، الإشباع، حين لا يوجد تعريفات محددة لهذه المفاهيم وهو ما يؤدي إلى اختلاف النتائج التي يتحصل عليها الباحث أثناء تطبيقه لهذه النظرية.

3 يعتبر مدخل الاستخدام والإشباع، استخدام أفراد الجمهور لوسائل الإعلام هادف ومقصود لكن هناك من يرى أن استخدام وسائل الإعلام يحكمه السلوك الاعتيادي أي بحكم العادة والتعود، فمثلا مشاهدة برامج معينة قد تعود إلى العادة أو إلى شعبيتها.

(1) مريم نزيهان نورمان: مرجع سبق ذكره، ص ص35-36.

4 يرى "دنيس ماكويل" أن نتائج نظرية الاستخدام أو الإشباع يمكن أن تتخذ كذريعة لإنتاج محتوى إعلامي هابط خاصة عندما يرى البعض بأن ذلك المنتج يلي حاجات المتلقين في مجالات التسلية والترفيه.

– الانتقادات التي وجهها بلومر المقرب الاستخدام أو الإشباع: يرى "بلومر" أن الإشكالية التي تطرح في تطبيق نظرية الاستخدام⁽¹⁾.

والإشباع هي عدم التحديد الواضح لمفهوم النشاط الذي يوصف به الجمهور المتلقي في علاقته بالاستخدام والإشباع، حيث هذا المفهوم قد يحمل عدة معاني منها المنفعة. كما أنّ اعتبار الفرد نشيط يقوم بانتقاء واختيار الوسائل ومحتوياتها بحسب اهتماماته واحتياجاته، ولا يقبل بأن يفرض عليه أي شيء حتى من قبل وسائل الإعلام. وبالتالي فإن نشاطهم يجنبهم تأثير وسائل الإعلام ويلغي فرضية تأثير وسائل الإعلام.

فحسب "بلومر" تطبيق مدخل الاستخدام والإشباع يطرح العديد من التساؤلات حول كيفية قياس الاستخدام إذ يتدخل عامل الوقت الذي يقضيه الفرد في التعرض لوسائل الإعلام أو لمحتواها مع كثافة التعرض والاستخدام.

يرى "بلومر" أن بحوث الاستخدام والإشباع ركز على الاختيار الكلي لوسائل الإعلام ومحتوياتها، وأغلقت البحث عن ماذا يفعل الجمهور بتلك المحتويات.

الرد على الانتقادات: يعتبر المؤيدون لمدخل الاستخدام والإشباع في ردهم على الانتقادات التي وجهت لهذا المدخل أن كل ما أثير حول المدخل لا يمكن أن ينفي دوره في دراسة علاقة الفرد بوسائل الإعلام، وينطلق هؤلاء من إمكانية حدوث تغيرات متبادلة في سلوك الأفراد ومحتويات وسائل الإعلام والاتصال. بالإضافة أن قياس اتجاهات الأفراد ومدى إشباع حاجاتهم لا يمثل مشكلة تعرض مدخل الاستخدام والإشباع فقط، وإنما هي عوائق أمام مختلف الأبحاث الاجتماعية لأنها تتعامل مع الفرد الذي يتم سلوكه بالتغير وعدم الثبات⁽²⁾.

تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباع على الإعلام الجديد (بعض الأمثلة من الدراسات):

(1) حسين شفيق: نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، 2014، ص ص 195-196.

(2) حسين شفيق، مرجع سبق ذكره، ص ص 196-197.

لجاناً من خلال الدراسة الحالية إلى عدة قراءات لمختلف النظريات الإعلامية محاولين إسقاط الفرضيات الموضوعية لدراسة الإعلام القديم على الإعلام الجديد. لقد لقي اعتماد فرضيات نظرية الاستخدامات والإشباع الذي نظر لوسائل الاتصال التقليدية استحساناً من طرف الباحثين في مجال الإعلام الجديد د. فحسب "راي بيرن Ray Burn" تشكل التفاعلية على مستوى شبكة الانترنت يتمتع بمستوى أكثر قوة وارتفاعاً من تلك على مستوى وسائل الإعلام التقليدية، وكون الفرد قصدي في تعرضه وتصفح مواقع معينة لإشباع حاجاته. فهي تعتبر مناسبة لدراسات الحالية حول شبكات التواصل الاجتماعي والإعلام الجديد عامة.

فظهر الواب في بداية التسعينات من القرن الماضي طرح انشغالات بحثية أدت لتسليط اهتمام الدراسات حول استخدام الناس للشبكة العنكبوتية والإشباع التي تتحقق من ذلك استناداً على مدخل الاستخدامات الذي استعمل قبل ذلك على وسائل الإعلام التقليدية على نطاق واسع، ظهرت جراء ذلك عدة محاولات في تطبيق النظرية القديمة على الإعلام وتوصلت إلى نتائج مهمة.

من الدراسات المبكرة في هذا المجال: دراسة "بيرسن ودان" حول استخدام الحواسيب ومقارنتها مع وسائل الإعلام الأخرى في تلبية مجموعة متنوعة من الحاجات معتمدة على نظرية الاستخدامات والإشباع وتوصلت الدراسة على مجموعة من النتائج أهمها:

- القليل من الباحثين من يملكون أجهزة الكمبيوتر آنذاك.
- الكمبيوتر يعتبر بالنسبة لهم كمصدر للترفيه والتسلية، الاسترخاء والمتعة.
- يساعدهم استخدام الكمبيوتر على نسيان مشكلات الحياة اليومية التي يقلل الشعور بالوحدة وبمأ الفراغ، كما يعتبر كطريقة يتم من خلالها فعل أمور مع الأصدقاء أو العائلة.

كشفت دراسة تشانج وزملاؤه (2010) أن مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي يلجؤون للفي سبوك تحت وقع دوافع تتعلق بالضغط الخارجية وأخرى داخلية، فالضغط الخارجية مرتبطة بالجانب التشجيع الذي تتيحه الوسيلة لدفع المستخدم إلى الاستعمال المتكرر والمستمر لها وهي تشمل الخدمات التي يوفرها الموقع على الشبكة (مثلا الفيس بوك) من الحصول على معلومات متجددة من خلال الاشتراكات على صفحات معينة ومتابعة أشخاص أو مجموعات ثم الانضمام إليها من خلال التذكير بتواريخ أحداث معينة. كأعياد الميلاد، نشاط

ثقافي، أما الضغوطات الداخلية فهي مرتبطة بالجانب الذاتي والنفسي للفرد من أجل التحقيق الذاتي والنفسي للفرد من أجل تحقيق الذات واندماجه الاجتماعي وغيرها.

كما وسع الباحثون زاوية الدراسات للبحث في تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على رأس المال الاجتماعي ونعني بها الجانب النفعي الذي يتحقق من خلال التعامل على مستوى تلك المواقع، والنفعية هنا قد تكون مادية أو معنوية. فبالنسبة للطلبة الجامعيين مثلاً قد يمثل رأس المال الاجتماعي في الحصول على صداقات قد تؤثر بشكل إيجابي على حياتهم الأكاديمية أو الشخصية.

كما تؤكد البحوث في ذات المجال في أن تعزيز "رأس المال الاجتماعي" تم من خلال الحفاظ على العلاقات القديمة القائمة والمرور إلى قيام علاقات جديدة مع أشخاص غير معروفين وهذا لتحقيق إشباع معين من خلال عرض الشخص لذاته من خلال "البروفيل" والصور غيرها من الوسائل المتاحة للتقديم عبر المواقع الاجتماعية وهذا ما أطلقت عليه "توفيكي زينب" (2018) بالتبرج الاجتماعي.⁽¹⁾

8- مجتمع البحث وعينة الدراسة:

يعرف مجتمع البحث على أنه: كل الأشخاص والحالات والوثائق أو المضامين والمواد الإعلامية التي تجري بحثاً عليها من أجل الخروج بنتائج تتعلق بها وتعمم عليها⁽²⁾.

كما يعرف أيضاً على أنه يقصد بمجتمع البحث جميع المفردات أو الأشياء التي نريد معرفة حقائق عليها⁽³⁾.

كما يعرف أيضاً على أنه: المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي يهدف الباحث لإدراجها لدراسة لتحقيق نتائج الدراسة، ويمثل هذا المجتمع الكلي أو المجتمع الأكبر المجتمع المستهدف الذي يهدف الباحث إلى دراسته ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته⁽⁴⁾.

(1) ريس علي ابتسام: نظرية الاستخدامات والإشباع وتطبيقاتها على الإعلام الجديد (مدخل نظري، المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية)، جامعة وهران 1، العدد 25، ديسمبر 2016، السنة الثامنة، ص 11، 12.

(2) شريف درويش اللبان: مرجع سبق ذكره، ص 66.

(3) محمد منير حجاب: الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط 2007، ص 1، 29.

(4) محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط 1، عالم الكتب، مصر، 2000، ص 130.

وعليه سيكون مجتمع بحثنا لهذه الدراسة هم شباب ولاية البويرة الذين يتراوح عمرهم من ...

عينة الدراسة: تشير عينة الدراسة إلى مجموعة جزئية مميزة ومن نقلة من مجتمع الدراسة، فهي مميزة من حيث أن لها نفس خصائص المجتمع، ومنتقاة من حيث أنها يتم انتقاؤها من مجتمع الدراسة، وفق إجراءات وأساليب محددة⁽¹⁾. كما تعرف أيضا هي اختيار واعى تراعى فيه قواعد واعتبارات علمية معينة لكي تكون نتائجها قابلة للتعميم على المجتمع الأصلي⁽²⁾.

ولقد اخترنا لمجتمع العينة القصدية أو العمدية لأن مجتمع بحثنا كبير ولا يمكن معرفة وضبط مفرداته في أعداد محددة والتي يعتمد فيها الباحثين على أن تكون من وحدات معينة اعتقادا منه أنها تمثل المجتمع الأصلي خير تمثيل⁽³⁾.

كما تعرف على أنها يقوم الباحث باختيار هذه العينة اختيارا حرا على أساس أنها تحقق أغراض الدراسة التي يقوم بها، فالباحث في مثل هذه الحالة يقدر حاجته إلى المعلومات ويختار عينة بما تحقق له الغرض⁽⁴⁾. حيث يتم اختيار شباب ولاية البويرة المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي في مجال العمل التطوعي. **حجم العينة:** تم اختيار 100 مفردة من شباب ولاية البويرة المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي في مجال العمل التطوعي.

9- نوع الدراسة والمنهج المستخدم:

أ- نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية أو البحوث الوصفية وهي نوع من البحوث تتعامل مع مجالات وظواهر بحثية يتوفر بشأنها عدد من المؤشرات التي استخلصها بحوث سابقة، إلا أن هناك أبعاد وزوايا

(1) محمد وليد البطش: مناهج البحث العلمي، تصميم البحث والتحليل الإحصائي، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، ص 96.
(2) محمد منير حجاب: مرجع سبق ذكره، ص 31.
(3) فاطمة عوض صابر: ميرفت علي خفاجة، أسس ومبادئ البحث العلمي، كلية التربية الرياضية، جامعة الإسكندرية، مكتبة الإشعاع، مصر ط1، 2002، ص 196.
(4) ذوقات عبيدات وآخرون: البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه، دار الفكر، سوريا، 1984، ص 116.

جديدة لهذه المجالات البحثية لم يتم تناولها وهي تقوم على أساس الرصد والتوصيف الدقيق لعناصر ومتغيرات الظاهرة البحثية⁽¹⁾.

وكذلك الدراسات الوصفية يتم فيها دراسة الوضع الراهن للظاهرة أو الظواهر المبحوثة سواء كانت ذات صلة بموقف معين، أو مجموعة من الناس أو بأحداث معينة أو بأوضاع مختلفة دراسة تصويرية دقيقة من حيث العناصر المكونة لها، وطبيعة العلاقات السائدة فيها، ونوع فئاتها المختلفة أي أن الهدف الأول والنهائي للأبحاث الوصفية هو الحصول على معلومات كافية ودقيقة عن الموضوع محل الدراسة كما هو في الخير الواقعي⁽²⁾.

وتهدف دراستنا إلى معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل العمل التطوعي لدى شباب ولاية البويرة وتسعى للكشف عن دوافع استخدام شباب ولاية البويرة لمواقع التواصل الاجتماعي في العمل التطوعي وكيف استطاعت هذه المواقع أن تفعل العمل التطوعي وتزيد من نشاطه في المجتمع.

ب- منهج الدراسة:

يعرف المنهج على أنه طريقة موضوعية يتبعها الباحث في دراسة وتتبع ظاهرة من الظواهر أو مشكلة من المشاكل أو حالة من الحالات بقصد تشخيصها أو وصفها وصفا دقيقا، وتحديد أبعادها بشكل شامل يجعل من السهل التعرف عليها⁽³⁾.

ويعرف على الطريقة التي يتعين على الباحث أن يلزمها في بحثه حيث يتقيد بإتباع مجموعة من القواعد العامة التي تهيمن على سير البحث ويسترشدها الباحث في سبيل الوصول إلى الحلول الملائمة لمشكلة البحث⁽⁴⁾.

ويرتبط اختيار المنهج المتبع في الدراسة بناء على الإشكالية التي تم تحديدها وبما أن في دراستنا هذه نسعى إلى معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل العمل التطوعي لدى الشباب الجزائري، فإن هذه الدراسة تندرج ضمن المنهج الوصفي لأنه يقوم بدراسة حقائق متعلقة بظاهرة، وذلك من أجل اكتشاف حقائق جديدة والتأكد من صحة حقائق قديمة.

(1) شريف درويش اللبان: مرجع سبق ذكره، ص 76.

(2) حسن عاد مكاي: ليلي حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، ط2، 2001، ص240.

(3) محمد عبد الغني الغوصي: الأسس العلمية لكتابة رسائل الماجستير والدكتوراه، مكتبة الأنجلو المصرية، 1992، ص42.

(4) عبد الفتاح خضر: أزمة البحث العلمي في العالم العربي، سلسلة تصدر عن مكتب صلاح الحجليات للمحاماة والاستشارات القانونية الرياض، ط1992، 3، ص17.

والمنهج الوصفي هو الذي يهدف إلى دراسة ووصف خصائص وأبعاد ظاهرة من الظواهر في إطار معين أو في وضع معين من خلال تجميع البيانات والمعلومات اللازمة عن هذه الظاهرة وتنظيم هذه البيانات وتحليلها للوصول إلى أسباب ومسببات هذه الظاهرة والعوامل التي تتحكم فيها، وبالتالي استخلاص نتائج يمكن تعميمها مستقبلاً⁽¹⁾.

ويعرف أيضاً: بأنه الطريقة المنظمة لدراسة حقائق راهنة متعلقة لظاهرة أو موقف أو فرد أو أحداث أو أوضاع معينة بهدف إكتشاف حقيقة جديدة والتأكد من صحة حقائق قديمة وآثارها والعلاقات المنبثقة عنه وتغييرها وكشف الجوانب التي تحكمها⁽²⁾.

واختيار المنهج في أية دراسة يرتبط بموضوع الدراسة وأهدافها وبما أتما في دراستنا نحاول وضع تصور دقيق يسمح لنا بالوقوف على حقيقة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل العمل التطوعي لدى الشباب الجزائري لذا فإن اختيار المنهج الوصفي كفيل بتحقيق الغرض المطلوب لأن هأحد لأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن الأفراد وسلوكياتهم واتجاهاتهم وكيفية استغلال مواقع الشبكات الاجتماعية في مجال العمل التطوعي.

10- أدوات جمع البيانات:

أما فيما يخص جمع البيانات والتي يمكن اعتبارها كوسائل تسمح بجمع المعطيات من الواقع فقد اعتمدنا على الاستبيان كأداة رئيسية، ويتم الاعتماد على هذه الأداة باعتبارها أكثر الأدوات التي تسمح بجمع المعلومات عن المحوثين بشكل معمق.

الاستفارة: أداة مفيدة من أدوات البحث العلمي للحصول على الحقائق والتوصل إلى الوقائع، والتعرف على الظروف والأحوال ودراسة المواقف والاتجاهات والآراء، يساعد الملاحظة ويكملها، وهو في بعض الأحيان الوسيلة العملية الوحيدة للقيام بالدراسة العملية، ويعتبر من أكثر الأدوات المستخدمة في جمع البيانات الخاصة في العلوم الاجتماعية والتي تتطلب الحصول على معلومات أو تصرفات أو آراء الأفراد⁽³⁾.

(1) محمد عبد الغني الغوصي : المرجع نفسه ,ص51.

(2) محمد شفيق،:البحث العلمي، الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، ط1، المكتب الجامعي الجديد القاهرة، 1985، ص84.

(3) رجاء وحيد دويدري: البحث العلمي أساسياته النظرية وممارسة العلمية، دار الفكر دمشق، 2000، ص329،330.

ويعرف أيضا: أداة للحصول على الحقائق وتجميع البيانات عن الظروف والأساليب القائمة بالفعل... ويعتمد الاستبيان على إعداد مجموعة من الأسئلة ترسل لعدد كبير نسبيا من أفراد المجتمع حيث ترسل هذه الأسئلة لعينة ممثلة لجميع فئات المجتمع المراد فحص آرائها⁽¹⁾.

وقد استخدمت الباحثتان استمارة الاستبيان لكونها أداة تمكن من جمع المادة العلمية والمعلومات المناسبة للموضوع محل الدراسة، ولهذا قمنا بصياغة أسئلة حول الموضوع حاولنا قدر الإمكان أن تكون بسيطة وواضحة وملمة بكل جوانب الموضوع وهذا بإتباع مجموعة من الإجراءات المنهجية التي يجب أن تتوفر في عملية صياغ وإعداد استمارة الاستبيان و كانت كالآتي:

- قمنا بعملية تحديد الأسئلة وذلك استنادا للتساؤلات الفرعية المتعلقة بإشكالية الدراسة حيث احتوت على 19 سؤال بالإضافة إلى البيانات الشخصية تنوعت الأسئلة المغلقة والتي احتوت على العديد من الاقتراحات وتعطي للمبحوث حرية اختيار أكثر من إجابة بالإضافة إلى أنه تم إدراج عبارة أخرى ذكرها وهذا في حال أراد المبحوث إضافة بدائل خارج الاقتراحات وبالتالي تضمنت استمارة الاستبيان أربعة محاور اندرج ضمنها بالإضافة إلى البيانات الشخصية موجهة إلى مجتمع البحث وتتضمن الاستمارة المحاور التالية:

المحور الأول: هو محور البيانات الشخصية للمبحوث وتتضمن المتغيرات التالية: الجنس، السن، المستوى التعليمي، الحالة الاجتماعية.

المحور الثاني: ويتضمن (05) أسئلة والهدف منها جمع معلومات عن عادات استخدام شباب ولاية البويرة لمواقع التواصل الاجتماعي.

المحور الثالث: يتضمن (07) أسئلة والهدف منها معرفة دوافع استخدام شباب ولاية البويرة لمواقع التواصل الاجتماعي في العمل التطوعي.

المحور الرابع: ويتضمن (07) أسئلة ويهدف إلى معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل العمل التطوعي لدى شباب ولاية البويرة.

بعدها تم عرض الاستمارة على مجموعة من الأساتذة المحكمين * تم تعديل الاستمارة بعد الاطلاع عليها من طرف الأستاذة المشرفة

(1) أحمد بدر: أصول البحث العلمي ومناهجه، المكتبة الأكاديمية، ص335.
* الأستاذة عفان صونية: تخصص علوم الإعلام و الإتصال، جامعة البويرة

وبعد التحكيم في اختيار الاستمارة من خلال توزيعها على خمس مفردات من مجتمع البحث لتتأكد من أن الاستمارة خالية من أي عبارات غامضة قبل التوزيع النهائي لها. ولقد قمنا بإنجاز 100 استمارة تم توزيعها ومن ثم تم مراجعتها وتحليلها، و تم استرجاع 98 نسخة و إلغاء اثنتين (02) منها لعدم توفر كافة الإجابات على الأسئلة التي تحتويها الاستمارة. النسبة المئوية: يلجأ الباحث إلى استخراج النسب المئوية نظراً لأهميتها في العمليات الإحصائية خاصة عند حساب الفروق بين نسبتين ودلالة هذه الفروق .

النسبة المئوية : التكرار

$$\frac{\text{المجموع الكلي العينة}}{100} \times 100$$

11- حدود الدراسة:

1- المجال الجغرافي: تم توزيع استمارة الاستبيان في ولاية البويرة وبالتحديد في جامعة البويرة، والمركب الرياضي، ودار الشباب.

2- المجال الزمني: تتضمن الفترة الزمنية التي تم توزيع فيها الاستمارة ، وتحدد من 06 الى 18 ماي 2018

3-المجال البشري : شباب ولاية البويرة تتراوح اعمارهم من 18 الى 35 سنة

الفصل الأول

مدخل عام حول مواقع التواصل الاجتماعي

وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية

تمهيد الفصل الأول:

تعد مواقع التواصل الاجتماعي كأحد أهم تطبيقات الانترنت ومن بين أحدث منتجات تكنولوجيا الاتصالات وأكثرها شعبية، حيث أن ظهورها نقل الإعلام إلى آفاق مسبوقة، وأعطى مستخدميه فرصا كبرى للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا رقابة وبشكل غير محدود، وشهد العالم في السنوات الأخيرة نوعا من التواصل الاجتماعي بين البشر في فضاء الكتروني افتراضي وفتح عصرا جديدا من عصور الاتصال والتفاعل بين البشر، وشكلت هذه المواقع قفزة هائلة في البيئة الاتصالية الافتراضية وأنماط التأثير الاجتماعي في المجتمعات الإنسانية، فأصبحت هذه المواقع من أهم وسائل تحقيق التواصل الإنساني والاجتماعي وفي هذا الفصل سوف نتعرف على مواقع التواصل الاجتماعي بشأنها وخصائصها وأهم أنواعها وأهميتها وأسباب انتشار هذه المواقع في الوطن العربي وكذلك إيجابياتها وسلبياتها.

1- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي:

بدأت مواقع التواصل الاجتماعي في الظهور في منتصف التسعينات حيث أنشئ موقع (classmates.com) عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة، وموقع (Six Degrees.com) عام 1997 الذي ركز على الروابط المباشرة بين الأشخاص، وظهرت تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين، وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء.

وعلى الرغم من توفير تلك المواقع لخدمات مشابهة لما توجد في الشبكات الحالية إلا أن تلك المواقع لم تستطع أن تدر ربحاً مالياً كبيراً وتم إغلاقها⁽¹⁾.

ظهرت عام 1999 نماذج مختلفة من شبكات التواصل الاجتماعي تقوم أساساً على الثقة والصدقة وشملت التحديثات منح المستخدمين سلطة التحكم في المضمون والاتصال وتميزت فترة نهاية التسعينات من القرن العشرين وبداية القرن الواحد والعشرين بميلاد العديد من منصات الشبكات التي وجهت إلى الجماعات العرقية في الولايات المتحدة الأمريكية مثل "أسين أفوني Asian avenue"، الذي كان جل مشتركيه من الآسيويين، و"بلاك بانث" التي تشترك فيه الزوج، و"ميغنت M.Gent" الموجه لأبناء أمريكا اللاتينية.

وخلال الفترة الممتدة بين سنوات (2002-2005) بدأ يظهر⁽²⁾ جيل جديد من مواقع أو الشبكات الاجتماعية، جمعت أكبر عدد من المشتركين في المناطق العالم المختلفة، وعرفت ذروتها الشهرة مثل "friendster" فرندستر 2002 و Myspace ماي سبيس 2003، الذي كان أشهر مواقع التواصل آنذاك وموقع Bebo بيبو 2005.

فموقع Facebook "فيسبوك" 2005، وقد أصبح لكل أمة لغة من اللغات المنتشرة في الكرة الأرضية موقعاً لشبكتها الاجتماعية فموقع ستوديفز Eststudivz، بجميع مشركين ناطقين باللغة الألمانية في كل ألمانيا، النمسا، وسويسرا، كما أنشأ الناطقون باللغة الروسية موقعاً لشبكة فونكوكتكيل Vkontakle، وهو موجه للروس والأوكرانيين والكازاخستانيين وقامت الصين من جهتها بإنشاء موقعين لشبكتين اجتماعيتين ويربط خبراء

(1) رشا أديب محمد عوض: آثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي للأبناء في محافظة طولكرم من وجهة نظر ربات البيوت، بحث كمشروع تخرج استكمالاً للحصول على درجة البكالوريوس، جامعة القدس المفتوحة، 2014، ص 19.

(2) عبد الكريم تفرقيت: مواقع التواصل الاجتماعي الإيجابية والسلبيات، دراسة وصفية ترصد أهم الملامح في الدول العربية، جامعة البليدة ص 2، 3.

مواقع وشبكات اجتماعية معينة لمناطق ودول معينة، بموقع فايسبوك مرتبط أساسا بالولايات المتحدة الأمريكية وموقع "أوركوت" بالهند، وموقع "ميكس" باليابان و"لونارستوم" بالسويد و"ويبو" بالمملكة البريطانية، "وفريندستر" بجنوب شرق آسيا، وهاي فايف بالبرتغال وأمريكا اللاتينية "وسايورد" بكوريا.

وفي ظل ذكر كل هذه المواقع تستمر ظاهر مواقع الشبكات الاجتماعية في التنوع والتطور⁽¹⁾.

2- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

تتميز الشبكات الاجتماعية بعدة خصائص منها ما يلي:

1- العالمية: حيث تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية وتتخطى فيها الحدود الدولية، فيستطيع الفرد في الشرق

التواصل مع الفرد في الغرب ببساطة وسهولة⁽²⁾. حيث تخلق عالم افتراضي تقني يحاكي الواقع بمعطيات العصر الحديث من التقنية المتقدمة⁽³⁾.

2- الصفقات الشخصية: وذلك من خلال الملفات الشخصية أو الصفقات الشخصية page profile يمكن

التعرف على اسم الشخص وعرفة المعلومات الأساسية عنه كالجنس، وتاريخ الميلاد والبلد، والاهتمامات والصور الشخصية، بالإضافة إلى غيرها من المعلومات.

3- الأصدقاء/العلاقات frinds/connections: وهم بمثابة الأشخاص الذين يتعرف إليهم الشخص

لغرض معين، حيث تطلق المواقع الاجتماعية مسمى "صديق" على الشخص المضاف لقائمة الأصدقاء، بينما تطلق بعض المواقع الاجتماعية الخاصة بالمحترفين مسمى اتصال وعلاقة contact، على الشخص المضاف للقائمة.

4- إرسال الرسائل: تتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسائل مباشرة للشخص سواء كان في قائمة الأصدقاء،

أم لم يكن.

(1) عبد الكريم تفرقنين: مرجع سبق ذكره، ص 19.

(2) رشا أديب محمد عوض: مرجع سبق ذكره، ص 23.

(3) سلطان سفر مبارك الصاعدي الحربي: بحث مقدم للملتقى العمل الإنساني بالمملكة العربية السعودية، المركز الدولي للأبحاث والدراسات (مدار)، ص 19.

- 5- ألبومات الصور Albums:** تتيح الشبكات الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد غير نهائي من الألبومات، ورفع مئات الصور عليها وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء للإطلاع والتعليق عليها.
- 6- المجموعات Groups:** تتيح كثير من المواقع الاجتماعية خاصية إنشاء مجموعة اهتمام، حيث يمكن إنشاء مجموعة باسم معين وأهداف محددة، ويوفر الموقع الاجتماعي لمالك المجموعة والمنضمين إليها مساحة أشبه ما تكون بمنتهى حوار مصغر وألبوم صور مصغر وتتيح أيضا خاصة تنسيق الاجتماعات عن طريق ما يعرف بـ Events أو الأحداث ودعوة أعضاء تلك المجموعة له وتحديد عدد الحاضرين والغائبين.
- 7- التفاعلية:** لقد سعت مواقع الشبكات الاجتماعية منذ بداية ظهورها إلى تجسيد التفاعلية بين أفرادها لضمان الاستمرارية والتطور.
- 8- الاهتمام:** هي شبكات تبنى من خلال مصلحة مشتركة مثل الألعاب والموسيقى وسوق المال والسياسة والصحة، والشؤون الخارجية وغيرها.⁽¹⁾
- 9- سهولة الاستخدام:** فالشبكات الاجتماعية تستخدم الحروف والرموز والصور التي تسهل للمستخدم التفاعل.
- 10- التوفير الاقتصادية:** في الجهد والوقت والمال في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل، فالفرد البسيط يستطيع امتلاك حيز على الشبكة للتواصل الاجتماعي، فهي ليست حكرا على أصحاب الأموال أو حكرا على جماعة دون أخرى.⁽²⁾
- 3- أصناف وأنواع مواقع التواصل الاجتماعي:** تنقسم أدوات أو أصناف مواقع التواصل الاجتماعي إلى أربعة أقسام رئيسية هي:
- 1- الشبكات الاجتماعية:** مصطلح يستخدم للإشارة إلى المواقع الإلكترونية المستخدمة للاتصال بالغير والتفاعل معهم وغالبا ما يتم ذلك بشكل غير رسمي، والاستناد التام إلى شبكة الانترنت، ومن أمثلة هذا النوع من الشبكات (الفيس بوك وتويتر).

⁽¹⁾ أسامة غازي المدني: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية لجامعة أم القرى أمودجا، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، 2015، ص 399، 400.

⁽²⁾ رشا أديب محمد عوض: مرجع سبق ذكره، ص 23.

2- شبكات مشاركة الوسائط: المقصود بها المواقع الالكترونية التي تسمح لمستخدميها بمشاركة الفيديو والصور مع الآخرين، كما تسمح لهم بالتعليق على الوسائط الخاصة بهم، وتلك التي يقوم المستخدمون الآخرون بتحميلها على الشبكة تشمل الأمثلة على تلك الشبكات موقعي (يوتيوب وفليكر).

3- المدونات: ومفردتها مدونة وهي موقع الكتروني تدار محتوياته وتفرض فيه الموضوعات المضافة إليه أو ما يعرف بالإدخالات بترتيب زمني معكوس، وتسمح لزوار المدونة بالتعليق عليها.

4- تطبيقات الويكي: هي تطبيقات قائمة على شبكة الانترنت تسمح لمستخدميها بإضافة محتويات إلى صفحة الانترنت⁽¹⁾.

5- مواقع تجميع المعلومات: تقوم هذه المواقع والبرامج بتجميع المعلومات في مكان واحد بدلا من البحث عنها وإضاعة الوقت، وهناك العديد من مواقع جمع المعلومات مثل: Netvibes, evri.

6- مواقع جمع التبرعات والقضايا المهمة: فكرة هذه النوعية من المواقع ذكية ومفيدة لنتخيل أنك تود القيام بمشروع لا تملك التمويل اللازم له، كل ما عليك هو تقديم دراسة المشروع لهذه المواقع ومن ثم يقوم القائمين على الموقع بدراسة المشروع وفكرته ثم عرضه على المستخدمين، ومن أشهر تلك المواقع GAUSES.

7- مواقع استعراض السلع: ويمكن زيارة مواقع استعراض مميزات ومواصفات السلع حيث ستحصل على رأي خبراء في المجال، ومن هذه المواقع نجد موقع Mouthshut⁽²⁾.

ومن أكثر نماذج أو أنواع مواقع التواصل الاجتماعي وتتمثل فيما يلي:

1 - الفيس بوك Facebook:

بدأت الشبكات الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة، لتوفر هذه الشبكات مجموعة من الخدمات واستمرت هذه الشبكات في الظهور على مدى السنوات (1999، 2002، 2005) في هذا العام حيث تم افتتاح المواقع على يد مارك زوكربيرج (Mark Zuckerberg) وهو طالب في

⁽¹⁾ عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر: مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان 2014، ص ص 19-20.

⁽²⁾ رائدة عشور عبد العزيز: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم الصورة الإعلامية لرئيس الدولة في ظل اندلاع الثورات العربية، المكتب العربي للمعارف، ط 1، القاهرة، 2015، صص 25، 26.

جامعة هارفرد، وقد كان هدفه إقامة شبكة تضم طلبة الجامعة في موقع واحد ونفذ الفكرة مع مجموعة من زملائه في قسم علم الحاسوب من فكرة موقع فيس ماش التابع لجامعة هارفرد سنة 2003، واستخدم هذا الموقع صور بعض الطلبة و تم بهذا كمختر ق للخصوصية، ولكن بعد أسبوعان فقط قام مارك بافتتاح الموقع . والفيس بوك هو شبكة اجتماعية تضم ملايين من المستخدمين يتواصلون بالصور والمشاركات عن طريق الانترنت وتعود نشأته إلى 28 أكتوبر 2003 وصاحبه هو MaekZuckerberg وعمره 23 سنة، وفي السنة الثانية بجامعة هارفرد الأمريكية مع زميله في غرفة المسكن "موسكوفيتز" هو "ميووز" حيث تم، استخدام صور لطلبة المدينة الجامعية عن طريق وضع صورتين بجانب بعضها البعض ودعوة الطلاب المستخدمين إلى اختيار الشخص "الأكثر جاذبية" فسرعان ما لقي الموقع رواجاً بين طلبة جامعة هارفرد، واكتسب شعبية واسعة بينهم، الأمر الذي شجعه على توسيع قاعدة من يحق لهم الدخول إلى الموقع لتشمل طلبة جامعات أخرى أو طلبة مدارس ثانوية يسعون إلى التعرف على الحياة الجامعية. واستمر موقع "فيس بوك" قاصراً على طلبة الجامعات والمدارس الثانوية لمدة سنتين، ثم قرر جوكر بيرج أن يخطو خطوة أخرى للأمام، وهي أن يفتح أبواب موقعه أمام كل من يرغب في استخدامه، وكانت النتيجة في عدد مستخدمين الموقع، إذ ارتفع من 12 مليون مستخدم في شهر ديسمبر من العام الماضي.

وفي يونيو 2004 تم نقل مقر "الفيس بوك" إلى مدينة بالواتو في ولاية كاليفورنيا، وقامت الشركة بإسقاط كلمة the من إسمها بعد شراء اسم النطاق facebook.com عام 2005 نظير مبلغ 200000 دولار أمريكي. وفي عام 26 سبتمبر عام 2006 فتح الموقع أبوابه أمام جميع الأفراد البالغين من العمر ثلاثة عشر عاماً فأكثر، والذين لديهم عنوان بريد الكتروني صحيح وبلغ العدد 50 مليون مستخدم بنهاية عام 2007، ثم بلغ في يوليو 2010 لأكثر من 500 مليون مشترك.⁽¹⁾

وتجاوز عدد المسجلين لهذه الشبكة في الأول من تموز (2010) النصف مليار شخص، يزورونها باستمرار ويتبادلون فيما بينهم الملفات والصور ومقاطع الفيديو.

وتحتل شبكة الفيس بوك حالياً من حيث الشهرة والإقبال المركز الثالث بعد موقعي (غوغل ومايكروسوفت)، وبلغ عدد المشتركين فيها أكثر من (800) مليون شخص، وأصبح مؤسس الفيس بوك أصغر ملياردير في العالم، وهو

⁽¹⁾ حسين شفيق: مواقع التواصل الاجتماعي أدوات ومصادر للتغطية الإعلامية، دار وفن للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2014، ص 92، 93

في السادسة والعشرين من عمره، وتقدر قيمة الفيس بوك أكثر من (خمسة عشر) مليار دولار، وهناك تقدير يشير إلى أن قيمته ارتفعت ارتباطاً بأحداث العالم الأخيرة وخصوصاً ثورات (الربيع العربي) الآن 65مليار دولار أمريكي.

إن الفيس بوك هو موقع تواصل اجتماعي يعمل على تكوين الأصدقاء ويساعدهم على تبادل المعلومات والملفات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو والتعليق عليها وإمكانية المحادثة والردشة الفورية ويسهل إمكانية تكوين علاقات في فترة قصيرة.⁽¹⁾

خصائص الفيس بوك: يتضمن عدد من السمات التي تتيح للمستخدمين التواصل مع بعضهم البعض وأهمها:

- خاصية WALL أو لوحة الحائط وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل إلى هذا المستخدم أو الكتابة على حائط المستخدم.

- خاصية "POKES" أو نكزة "غمزة" تتيح إرسال افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض، وهي عبارة عن إشهار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.

- خاصية Photos أو الصور التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور إلى الموقع.

- خاصية Status أو الحالة تتيح إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.

- خاصية Notes أو التعليقات وهي متعلقة بالتدوين تسمح بإضافة العلاقات والصور التي يمكن تضمينها، وقد تمكن المستخدمين من جلب أو ربط المدونات.

هذا بالإضافة إلى خدمات الرسائل والردشة، وهناك سمة يوفرها الفيس هي "Gifts" أو إرسال الهدايا

التي تتيح للمستخدمين إرسال الهدايا الافتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستلام الهدية.

⁽¹⁾ محمد المنصور: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية "العربية أمودجا" (مذكرة لنيل شهادة الماجستير) في الإعلام والاتصال، مجلس كلية الآداب والتربية الأكاديمية العربية في الدنمارك، 2012، ص ص84,85

كما أن الفيس بوك يوفر مساحة إعلانية للبيع والشراء الخاصة بأعضاء وفقا لما ذكرته شركة "كو م + سكور" وهي شركة متخصصة بالترويج على الانترنت فإن الفيس بوك يقوم بتجميع قدر من البيانات من خلال رواده يضاها ما يتوفر من بيانات لدى جوجل ومايكروسوفت⁽¹⁾.

2 تويتر (Twitter):

تويتر: كما يراه الباحث: هو إحدى شبكات التواصل الاجتماعي التي انتشرت في سنوات الأخيرة، ولعبت دورا كبيرا في الأحداث السياسية في العديد من البلدان، وخاصة في منطقة الشرق الأوسط وتصدرت هذه الشبكات في الآونة الأخيرة ثلاثة مواقع رئيسية، لعبت دروا مهما جدا في أحداث ما يسمى بثورات (الربيع العربي) وهي: (فيس بوك، تويتر، يوتيوب) وأخذ (تويتر) اسمه من مصطلح (تويت) الذي عني (التغريد)، واتخذ من العصفور رمزا له، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى 140 حرفا للرسالة الواحدة، ويجوز للمرء أن يسميها نصا موجزا مكثفا لتفاصيل كثيرة.

كانت بدايات ميلاد هذه الخدمة المصغرة (تويتر) أوائل عام (2006) عندما أقدمت شركة (obvious) الأمريكية على إجراء بحث تطويري لخدمة التدوين المصغرة، ثم أتاحت الشركة المعنية ذاتها استخدام هذه الخدمة لعامة الناس في أكتوبر من نفس العام، ومن ثم أخذ هذا الموقع بالانتشار باعتباره خدمة حديثة في مجال التدوينات المصغرة، بعد ذلك أقدمت الشركة ذاتها بفضل هذه الخدمة المصغرة عن شركة الأم، واستخدمت لها اسما خاصا يطلق عليه (تويتر) وذلك في أبريل عام (2000)⁽²⁾.

أول تغريدة تم نشرها على تويتر كانت في 21 مارس 2006 على يد جاك دورزي (jack dorsey) بيزستون "Biz stone" وإيفيانويليامز (Evan williams) وهو عبارة عن شبكة اجتماعية وخدمة للتدوين المصغر (Micro bidgging) وتسمح لمستخدميها بإرسال تحديثات (updates) وتدوينات مصغرة لا تتجاوز 140 حرف، يمكن إرسال التحديثات وفق ثلاث طرق هي: عبر نموذج الويب، أو عبر رسالة قصيرة، أو عبر رسالة فورية⁽³⁾.

(1) حسين شفيق: مرجع سبق ذكره، ص ص 95-96.

(2) محي الدين إسماعيل محمد الدهيمي: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على جمهور المتلقين، مكتب الوفاء القانونية، ط1، الإسكندرية، 2015، ص ص 171-172،

(3) أحمد يونس، محمد حمودة: مرجع سبق ذكره، ص 79.

3 اليوتيوب (youtube):

اليوتيوب هو أحد المواقع الاجتماعية الشهيرة، والذي استطاع في فترة زمنية قصيرة الحصول على مكانة متقدمة ضمن مواقع التواصل الاجتماعي، وخصوصا في دوره المتميز في الأحداث الأخيرة التي وقعت في أنحاء العالم منها: الكوارث الطبيعية والتحركات والانتفاضات الجماهيرية، والثورات الشعبية.

واليوتيوب هو موقع لمقاطع الفيديو متفرع من (غوغل) يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو، وهناك أعداد كبيرة للمشتركين فيه ويزوره الملايين يوميا وتستفيد منه وسائل الإعلام بعرض مقاطع الفيديو التي تتمكن شبكات مراسليها من الحصول عليها، كما يستفيد مرتادي الفيس بوك من مقاطع الفيديو التي تعلق بالانتفاضات الجماهيرية في كل البلدان العربية والشرق الأوسط وعرضها على صفحات الفيس بوك، ويعتبر اليوتيوب من شبكات التواصل الاجتماعية الهامة.

مؤسس اليوتيوب: تأسس اليوتيوب من قبل ثلاثة موظفين كانوا يعملون في شركة (باي بال، paypol) عام 2005 في ولاية (كاليفورنيا) في الولايات المتحدة الأمريكية، ويعتمد اليوتيوب في عرض المقاطع متنوعة من أفلام السينما والتلفزيون والفيديو والموسيقى، وقامت (غوغل) عام 2006 بشراء الموقع مقابل (1,65) مليار دولار أمريكي، ويعتبر اليوتيوب من الجيل الثاني أي من مواقع الويب (2.0) وأصبح اليوتيوب عام 2006 شبكة التواصل الأولى حسب اختيار مجلة (تايمز) الأمريكية، وتأسس موقع يوتيوب عن طريق (شاد هرلي، وستيف تشن وحادو كريم) وهم موظفون سابقون في شركة (pay pal) قبل ذلك درس هرلي التصميم في جامعة إنديانا بولاية (بنسلفينا)، بينما درس تشن وكريم علوم الحاسوب في جامعة (إيلينوي) أصبح النطاق (youtube.com) أشهر أفتتح الموقع كتجربة في مايو 2005 وافتتح رسميا بعد ستة أشهر⁽¹⁾.

4 لينكدن LinkedIn:

هي شبكة اجتماعية مختصة بالعمل والتجارة تضم العديد من المحترفين والمحترفات في العديد من المجالات ويتشاركون مجموعة اهتمامات وموقع لينكدن هو شبكة اجتماعية مهينة، ففي الوقت الذي تركز فيه مواقع الشبكات الاجتماعية مثل "فيسبوك" و"ماي سبيس" على العلاقات الشخصية والاجتماعية، لينكدن يسمح للمهنيين بإنشاء ومن ثم الحفاظ على العلاقات في المجال العملي وكذا تعزيز خدماتهم ومهارتهم المهنية.

(1) علاء الدين محمد عفيفي: الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية، دار التعليم الجامعي، ط1، الإسكندرية، 2015، ص ص 177-178.

ورغم بدايته في 2002 إلا أنه اليوم أصبح من بين أهم الشبكات الاجتماعية المهنية. ويعرف موقع تكنوبيديا على أنه موقع يضع فيه المستخدمين معلومات مهنية شخصية تتضمن تفاصيل مثل الخلق فية التعليمية، التاريخ الوظيفي والعملي، وكذا قائمة المشاريع المهنية الكبرى إلى جانب الشهادات المهنية والعضوية المهنية وكل هذه المعلومات توضع في الملف الشخصي الذي يمثل دليل المستخدم.

ومن بين خصائص موقع لينكدن:

- يمكن للمستخدمين وضع صور ومشاهدة الملفات الشخصية والصور الخاصة بالآخرين.
- يمكن للمستخدمين التعرف على عدد الأشخاص الذين يبحثون عنهم.
- يمكن لأصحاب العمل وضع قائمة وضائف البحث عن مرشحين محتملين.
- يسمح بتضمين عدد من التطبيقات وكذا عرض الكتب التي يمكن شراؤها عبر الانترنت.
- خاصة إنشاء مجموعات تتيح لأي شخص أن يشكل فريق من المهنيين والدخول في نقاشات حول الوظائف⁽¹⁾
- وحسب موقع socialbacker.com فإن لدى لينكدن أكثر من 546 مليون مستخدم مسجل معهم 133 مليون من الولايات المتحدة الأمريكية.
- لينكدان لديه ما يقرب من 200 مليون مستخدم نشط شهريا.
- يوجد على الأقل عضوان جديدا في لينكدان في الثانية الواحدة و 5,26 مليون حساب جديد في الشهر.
- هناك أكثر من 20 مليون صفحة شركة مسجلة على لينكدان.
- من بين جميع المستخدمين 57% من الذكور في حين أن 43% من المستخدمين هم من الإناث⁽²⁾.

4- أهمية مواقع التواصل الاجتماعي:

⁽¹⁾ مريم ناريمان نومار: استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، دراسة على عينة من مستخدمي موقع الفيس بوك في الجزائر، (مذكرة لنيل شهادة الماجستير) في علوم الإعلام والاتصال، تخصص الإعلام والتكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة باتنة، 2012، ص ص 61-62.

- شبكة التواصل الاجتماعي سهلت عملية نقل المعلومات بالبريد الإلكتروني واستقبالها من خلال برنامج نقل أو نسخ الملفات.
- وهي أيضا تعمل على تهيئة خدمة وضع المحاضرات الجامعية من خلال تحديد أحد المواقع التعليمية في الشبكة، والتي تمنح للطلاب الفرصة للاستفادة من تلك الخدمات بمراجعة المادة الدراسية والإجابة على الاستفسارات وهي توطد العلاقة بين الطالب وأستاذ المادة عن طريق المراسلة. بالبريد الإلكتروني.
- تقوم شبكات التواصل الاجتماعي أيضا بدور فاعل في جهود الإغاثة الدولية لضحايا الزلازل، وذلك من خلال نشر رسائل الاستغاثة والدعوة للتبرع، حيث استخدم نجوم السينما والفن، الذين يسجلون حضورا في تلك المواقع بصفتهم التي يتابعها الملايين، هذه الوسيلة لنشر رسائل تحث على التبرع للصليب الأحمر.
- تساعد الشبكات الاجتماعية متصفحها على إنشاء صداقات جديدة وتكوين علاقات في مجالات عديدة، تبادل الأخبار والمعلومات وتطور الأحداث الطبيعية والسياسية والاجتماعية، وإن هذه المواقع هي نتاج للثورة التكنولوجية، وضعت أساسا لخدمة مستخدميها ولا يمكن أن تقود جماعة أو أفراد إلى عوالم أخرى بدون رغبتهم أو إرادتهم⁽¹⁾.
- تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي من أبرز وأهم ما توصل إليه البشر في العصر الحديث، وشبكات التواصل الاجتماعي هي تلك المواقع الإلكترونية على شبكة الانترنت التي تتيح للأفراد الاتصال المباشر والدائم مع بعضهم البعض ونقل الأفكار والمعلومات والاتصال الودي فيما بينهم.
- أحدثت شبكات التواصل الاجتماعي نقلة نوعية في عالم الاتصالات، ونقل المعلومات، حيث صار بمقدور كافة الناس استخدام هذه الشبكات بطريقة سهلة وبشكل مستمر، ومن أي مكان وفي أي وقت مما أتاح لهم الفرصة للاتصال فيما بينهم⁽²⁾.
- كما أحدثت هذه المواقع انعكاسات كبيرة على قواعد حرية النشر والتعبير وتدعيم الفكر الديمقراطي وحقوق الإنسان، وغيرها من مفاهيم سياسية واجتماعية وتجارية انتشرت وتكوين حولها الجماعات مستفيدة من سهولة استخدامها والمشاركة فيها دون خيرات تقنية أو تكاليف مادية، يرى البعض أنها سوف تؤدي إلى بزوغ (فكر كوكبي) يعمل على تغيير العالم.

(1) أسامة غازي المدني، مرجع سبق ذكره، ص 400-401.

(2) www.themediamagazine

- وتكمن أهمية مواقع التواصل الاجتماعي بسرعة الخبر وتدعيمه بالصور الحية والمجربة، وسرعة مواكبة الأحداث على مدار الساعة ونقلها مباشرة من مكان حدوثها. وهذه الشبكات مكنت الناس من التعبير عن طموحاتهم ومطالبهم في حياة حرة من خلال مشاركتهم في تغذية هذه الشبكات بالأخبار والمعلومات والمساهمة بشكل فعال في صناعة وإدارة المضامين الإعلامية وجعلتهم أكثر تفاعل ومشاركة في مختلف القضايا⁽¹⁾.
- هي مواقع انتشرت في السنوات الأخيرة بشكل كبير وأصبحت أكبر وأضخم مواقع في فضاء الويب ولازالت مستمرة في الانتشار الأفقي المتسارع وهي مواقع تقدم خدمة التواصل بين الأعضاء المنتسبين لها⁽²⁾.

5- أسباب رواج وانتشار مواقع التواصل الاجتماعي في الوطن العربي:

قال خبيراً في قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات: إن شبكات التواصل الاجتماعي لعبت دور محفز في الأحداث الأخيرة التي تحتاج الدول العربية، حيث سهلت التواصل بين المتظاهرين والمعتصمين ونشر المعلومات الأخبار بينهم بسرعة عالية، مما يساعدهم على تنظيم الاعتصامات والإطاحة بأنظمة الحكم الديكتاتورية، وقد تضافرت عدة أسباب ساهمت في رواج وصعود نجم هذه الشبكات في مقابل وسائل الإعلام التقليدية ونذكر من هذه الأسباب:

- إن اعتماد شبكات التواصل أو عموم فضاء الانترنت كوسائل نشر بديلة، جاء كرد فعل للواقع الاجتماعي والسياسي في المنطقة العربية والإسلامية، وما يفرضه هذا الواقع من قيود وأطر تضيق في مجال التعبير عن الرأي ونشر الأفكار.
- جاءت كرد فعل على السيطرة الكاملة لأجهزة السلطة على الوسائل التقليدية في الاتصال والإعلام، فلم تترك أية قنوات تقليدية للشباب الحر فتحوّلت بذلك شبكات التواصل إلى ملاذ أمن لهم.
- القيود الكثيرة الموضوعية أمام إصدار الصحف وإنشاء الإذاعات والمحطات التلفزيونية والتي لا تسمح بظهور إعلام مستقل محايد.

(1) أحمد يونس محمد حمودة: مرجع سبق ذكره، ص 56-88.

(2) محمد المنصور: مرجع سبق ذكره، ص 80.

- سهولة الاستخدام وانخفاض الكلفة، فلا يتطلب الأمر من مستخدمي تلك الشبكات غير معلومات حاسوبية طفيفة لكي يقوم بنقل ونشر وعرض ما يريد إرساله إلى نقاط مختلفة، بينما مستخدمو وسائل الإعلام التقليدية يفترض أن يكونوا حائزين على مؤهلات خاصة مثل: فنون كتابة الخبر والمقال وطرق وفنون التصوير بالإضافة إلى بقية القواعد والآليات غير متاحة والمعروفة لدى عامة مستخدمي هذا النوع من وسائل الإعلام.
- سرعة تأثيرات شبكات التواصل في الحركات الاجتماعية والسياسية والإعلامية على نحو يفوق ويتجاوز تأثير وسائل الإعلام القديمة، والدليل أن وسائل الإعلام التقليدية لم تستطع أن تؤثر وتحافظ على مشاهيدها لو لم تلجأ إلى الإفادة من تلك الشبكات، حتى أضحت الناقل الأكثر عرضة على الفيس بوك⁽¹⁾.

6- التأثيرات الاجتماعية والثقافية لمواقع التواصل الاجتماعي:

لقد ظهرت وسائل التواصل الاجتماعي كإنجاز حضاري أفرزه الإبداع البشري عن طريق التكنولوجيا المتطورة ولوسائل التواصل الاجتماعي العديد من الفوائد والإيجابيات من جهة والسلبيات أو المخاطر من جهة أخرى والتي نذكر منها ما يلي:

التأثيرات الإيجابية لمواقع التواصل الاجتماعي:

– الاستخدامات الاتصالية الشخصية: وهو الاستخدام الأكثر شيوعاً، ولعل الفكرة الأولى للشبكات الاجتماعية اليوم كانت بهدف التواصل الشخصي بين الأصدقاء في منطقة معينة أو مجتمع معين، وهذا الهدف موجود حتى الآن بالرغم من التطورات الاجتماعية الخاصة على مستوى الخدمات وعلى مستوى التقنيات والبرمجيات، ويمكن من خلال الشبكات الاجتماعية الخاصة تبادل المعلومات والملفات الخاصة والصور ومقاطع الفيديو ومجال للتعارف والصدقة.

(1) هشام بوبكر: محاضرات في مقياس مؤسسات الإعلام والاتصال، سنة أولى ماستر علاقات عامة، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2017،

- الاستخدامات التعليمية: تلعب شبكات التواصل الاجتماعي دوراً في تعزيز العملية التعليمية من خلال تطوير التعليم الإلكتروني والمشاركة من كل الأطراف في منظومة التعلم لمدير المدرسة والمعلم وأولياء الأمور والطلاب وعدم الاقتصاد على التركيز على تقديم المقرر⁽¹⁾.

- الاستخدامات الإخبارية والدعوية: أصبحت الشبكات الاجتماعية مصدر أصيل من مصادر الأخبار للكثير من روادها وهي أخبار تتميز بأنها من مصدرها الأول وبصياغة فردية حرة غالباً، لا احترازية و لها استخدامات مختلفة سياسية أو دعوية هذا بالإضافة إلى كونها، فتحت الباب للتواصل والدعوة مع الآخرين من مسلمين وغير مسلمين باختلاف لغاتهم وأجناسهم وبلدهم.

- الاستخدامات الحكومية: اتجرت الكثير من الدوائر الحكومية للتواصل مع الجمهور من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، بهدف قياس وتطوير الخدمات الحكومية لديها، ومسايرة للتقنية الحديثة بل أصبح التواصل التقني مع الجمهور من نقاط تقييم الدوائر الحكومية وخدماتها المقدمة، وتتميز هذه الخدمة بقلّة التكلفة والوصول المباشر للمستفيد الأول.

ويمكن الاستفادة من الشبكات الاجتماعية في حجز المواعيد وتأكيداتها ونشر التعليمات والإجراءات والتواصل مع المسؤول مباشرة، وإبداء الملاحظات والمقترحات⁽²⁾.

- ترسيخ مبادئ التفاهم والتجانس والتفاوض: تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في ترسيخ مبادئ التفاهم والتجانس والتفاوض وتبادل الأفكار والآراء والمعلومات والبيانات باستخدام أساليب حوارية تركز على الإقناع بالحجج والبراهين، وتنبذ التنافر ورفض الآخر. وهذا قد يؤدي إلى تحقيق التلاحم بين أفراد المجتمع لتعزيز الوحدة الوطنية التي تعد بمثابة حجر الأساس لمشروع البناء والتقدم الشامل، وإجهاض خطط التفكك والتجزئة ومواجهة التحديات في كافة المجالات⁽³⁾.

(1) عبد الرحمان بن براهيم الشاعر: مرجع سبق ذكره، ص 68-69.

(2) رشا أديب محمد عوض: مرجع سبق ذكره، ص 27.

(3) تركي بن عبد العزيز السديري : توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات، دراسة مسحية على العاملين في إدارات العلاقات العامة بقطاعات وزارة الداخلية (رسالة مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الدراسات الأمنية)، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2014، ص 24.

التأثيرات السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي:

لا يخلو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من عدة مخاطر وسلبات لعل من أبرزها:

1- فقدان الأمان والخصوصية: تتيح شبكات التواصل الاجتماعي للمستخدمين الفرصة لمعرفة خصوصيات الآخرين، والاطلاع على أسرارهم وتحركاتهم وما يفعلونه، حتى أن معنى شبكة تويتر يعني ماذا تفعل الآن، وهو ما يسهم في معرفة أسرار الآخرين وسهولة اختراق حياتهم والتدخل في شؤونهم، بالإضافة إلى إمكانية الحصول على معلومات عن الشخص وبياناته ومعرفة تفاصيل حياته لحظة بلحظة عبر شبكات تويتر والفييس بوك، بالإضافة إلى فقدان الأمان تم اما في كثير من التعاملات والتي من أهمها التحويلات الالكترونية والتعاملات المالية عن طريق بطاقات الائتمان.

2- انتحال صفة الغير: يسهم استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في انتحال صفة الغير من خلال الدخول على الشبكات بأسماء مستعارة وصور وهمية لتحقيق مكاسب مادية واجتماعية أو لجلب مشكلات أو لتلويث سمعة بعض الأفراد، أو الاحتيال بين الناس، أو حتى التجسس للتعرف على أحوال الدول العربية والإسلامية من خلال مواطنيهم وإن انتحال صفة الغير لا تؤثر على معرفة مصدر الشائعات، لأن معرفة مصدر الشائعات يتم من خلال استخدام تقنيات استرجاع المعلومات، وكذلك الـ "IP" الذي يستخدمه ناشر الشائعات في الدخول على المواقع ونشرها، ومن لم إمكانية إلقاء القبض عليه ومحاسبته.

3- مشكلات الصحة وسوء التكيف الاجتماعي والنفسي:

يترتب على إدمان استخدام شبكات التواصل الاجتماعي مخاطر صحية قد تتضمن ضعف النظرية تدريجياً وفرض العزلة والانطواء على المستخدم، مما يترتب عليه سوء توافقه النفسي والاجتماعي وفقد القدرة على التعامل مع الآخرين نتيجة عدم تواصله معهم، وضعف القدرة على مجابهة المشكلات التي تتعلق باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

- 4- ضعف التواصل الاجتماعي المباشر: يؤدي إدمان استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لساعات طويلة يوميا إلى ضعف الاحتكاك المباشر مع الأهل والأصدقاء، بالإضافة إلى أنها تشغل الزوج عن الزوجة، مما يجد التواصل الاجتماعي المباشر.⁽¹⁾
- 5- عرض المواد الإباحية والفاضحة والخادشة للحياء: ولد ذكرت وزارة العدل الأمريكية في دراسة لها أن تجارة الدعارة والإباحية الخلقية. تشمل وسائل عديدة: الكتب والمجلات وأشرطة الفيديو، والقنوات الفضائية الإباحية والانترنت.
- 6- التشهير والفضيحة والمضايقة والتحايل والابتزاز والتزوير: وهي أخلاقيات تظهر على الشبكة العنكبوتية بشكل عام، لسهولة التدوين والتخفي على الشبكة، وهي أخلاقيات لا تحتاج بالضرورة إلى معرفة تامة بالبرمجة والبرمجيات، ولا تستند في الغالب العام إلى مستند شرعي حقيقي، فلا يحتاج صاحبها للتدليل أو التعليل، أو الإثبات كل هذا تقابله أنظمة، وقوانين لا تملك الرد الرادع لمثل هذه التصرفات.⁽²⁾

⁽¹⁾ تركي بن عبد العزيز السديري: مرجع سبق ذكره، ص ص 25-27

⁽²⁾ رشا أديب محمد عوض: مرجع سبق ذكره، ص ص 19-28.

خلاصة الفصل الأول:

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة فعالة للتواصل بين الأفراد والجماعات في مختلف مجالات الحياة الاجتماعية والثقافية، وساعده في الربط بين هذه الجماعات المختلفة.

من خلال هذا الفصل تم التطرق إلى مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية فتعرضنا إلى نشأة مواقع التواصل الاجتماعي وخصائصها وأهم أنواعها أضافها بالإضافة إلى أهمية هذه المواقع وأخيرا تعرفنا إلى أسباب انتشار مواقع التواصل الاجتماعي في الوطن العربي وكذلك التأثيرات الاجتماعية والثقافية لهذه المواقع الإيجابية وكذلك السلبية لأن رغم الشعبية الواسعة لهذه المواقع فإنها لا تخلو من السلبيات التي تؤثر على مستخدمي هذه المواقع.

الفصل الثاني

مدخل عام حول العمل التطوعي

والشباب

تمهيد الفصل الثاني:

إن الظاهرة الطبيعية للإنسان تجعله في حاجة ليكون فرد ضمن المجتمع فهو إنسان اجتماعي بطبعه يتواصل مع الآخرين، ولا يمكن أن يعيش وحيدا منعزلا وإن من الجميل أن يمنح الإنسان ما يعده ثمينا للآخرين دون انتظار مقابل، فإن يهب الإنسان جزءا من وقته أو ماله أو جهده، فهو من المتطوعين الساعين للخير في المجتمع والإنسانية، وتعتبر الأعمال التطوعية من بين العوامل المساعدة في تحوّل هذه المجتمعات وازدهارها وسيادة الأخلاق الكريمة بين أفراد المجتمع إضافة لكونه سلوكا إنسانيا فريدا يدل على العطاء حب الخير للإنسانية جمعاء فنجد الحكومات سواء في البلدان المتقدمة أو النامية لم تعد قادرة على سد احتياجات أفرادها ومجتمعاتها، وبسبب الظروف الصعبة وازدياد الاحتياجات الاجتماعية، أصبح لا بد من وجود جهة أخرى تقوم وتكمل الدور الذي تقوم به الجهات الحكومية في تلبية الحاجات الاجتماعية وفي هذا الفصل سوف نتعرف على تطور مفهوم العمل التطوعي وأساليبه ودوافعه وعوامله وعوائقه وأهداف الأعمال التطوعية عند الشباب ومجالات وحوافز وثقافة العمل التطوعي وأخيرا مواقع التواصل الاجتماعي مجال جديد للعمل التطوعي.

1- نشأة وتطور العمل التطوعي:

عاش الإنسان حياة بسيطة معتمدا على ما تجود به الطبيعة، وعندما تقدمت العصور وطراً التطور على المجتمع الإنساني وتغير بناؤه الاجتماعي من إلى المركزي واختيار المدينة إلى المجتمع، ظهرت بعض المشكلات الاجتماعية التي لم يعرفها في السابق.

لقد أثرت هذه المشكلات على الحياة الاجتماعية الأمر هذا بالإنسان إلى التفكير في القضاء عليها تارة للتخفيف من حدتها وتارة أخرى بجلها جذريا ووضع حد لها، ومن ثم ظهرت الحاجة الماسة إلى الخدمات الاجتماعية والتي يعتبر التطوع أحد أدواتها الأساسية وتطورت بدورها بتطور المجتمعات على اختلاف العصور وارتقى مفهومها مع رقي الإنسان، وتعددت أساليبها وطرقها مع تعدد وتعدد حاجات الإنسان، حتى وضعت لها الأسس والقواعد وتخصص فيها العلماء وأصبحت تدرس بالجامعات والمعاهد العليا وتعد لها المؤتمرات والندوات.

أ- العمل التطوعي في الحضارات القديمة: عندما بدأ قدماء المصريين الاستقرار على ضفاف النيل ظهرت بعض المجتمعات الصغيرة في الصعيد وعلى دلتا النيل فبدأت مظاهر الحياة الاجتماعية ومن ثم بعض مظاهر الخدمة الاجتماعية كتقديم القرابين في مواسم معينة وتوزيع الغذاء على الفقراء والمحتاجين كما وجدت بالنقوش مظاهر لمساعدة الفقراء وإقامة الملاجئ لليتامى والمسنين.

وفي اليونان رغم التفاوت الذي كان سمة للمجتمع اليوناني ورغم شدة الفلسفة اليونانية وعدم الشفقة، إلا أن اقتناع الحكام في ذلك الوقت بأن سلامة المجتمع اليوناني وقوته مرتبطة بسلامة أفراده، وقوة أجسادهم لذلك ظهرت فكرة رعاية الأطفال والمحافظة عليهم للمحافظة على الدولة.

ظهر في ذلك الوقت بعض المحسنين الذين يقدمون المساعدات للفقراء، كما ظهرت بعض الأعمال الاجتماعية كالمساعدة في حالات الكوارث والحرائق والزلازل والسيول. كما أقيمت الملاجئ والمؤسسات الاجتماعية لإيواء الفقراء وتعليم أيتام الحروب⁽¹⁾.

وجدت الحروب التي دخلت فيها الدولة الرومانية من أجل توسيع إمبراطوريتها الكثير من المشاكل الاجتماعية، حيث خلقت كثير من اليتامى والأرامل ومصابي الحرب والعجزة، وكان لابد من رعاية هؤلاء وزادت

(1) مركز البحوث والدراسات وتفعيل دور المنظمات التطوعية في المملكة، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر السعودي الثاني للتطوع، 2001، ص3.

الأحوال سوءاً مما حدا بالمسؤولية لتقديم المساعدة، ومن ثم ظهرت بعض الاتجاهات الإنسانية كمساعدة النبلاء والأغنياء للفقراء والمعوزين.

وبالرغم من التطور الذي أحدثته الثورة الصناعية في بريطانيا في القرن الثامن عشر إلا أنها فرزت كثير من السلبيات أهمها البطالة والفقير ملم حدا بالمجتمع الأنجليز للتفكير بصورة حادة في حل المشاكل الاجتماعية التي خلقتها الصناعية، ومن ثم كانت تلك بداية الأعمال الاجتماعية بالشكل المؤسسي.

وفي منطقة الخليج العربي ظهر التطوعي بتأسيس جمعية "أخوات المحبة" عام 1873 في العراق وهي جمعية خيرية انحصرت نشاطها في مساعدة الفقراء واليتامى والمشردين، وتهذيب الفتيات وتثقيفهن ورعاية المرضى، وفتح فصول تعليمية للمرحلتين الابتدائية والثانوية، ثم تم إنشاء جمعية التربية الإسلامية والجمعية الخيرية الإسلامية عام 1912.

ب- العمل التطوعي في الإسلام:

يعد العمل التطوعي سمة من سمات المجتمعات الإسلامية حيث اهتم الإسلام بالأعمال الخيرية كما ورد في كثير من الآيات وحث على المساهمة في تحقيق المعاناة التي يتعرض لها أفراد المجتمع. كما اهتمت الشريعة الإسلامية بتنمية الجوانب الخيرية والإنسانية في بناءها للفرد والمجتمع وجعلت من إتيان الصالحات وفعل الخير ركناً أساسياً في العقيدة ووسيلة إلى النجاح وجزيل المثوبة.

وتجد العديد من الأدلة في القرآن الكريم تدل على مشروعية الخدمة الاجتماعية وبيان فضل وعظم أجر التطوع، فقد حث سبحانه وتعالى عباده بالإحسان إلى الغير والمساعدة في قضاء حوائجهم فقال تعالى⁽¹⁾:
(واعبدوا الله ولا تشركوا به شيئاً وبالوالدين إحساناً وبذي القربى واليتامى والمساكين والجار ذي القربى والجار الجنب والصاحب بالجنب وابن السبيل وما ملكت إيمانكم إن الله لا يحب من كان مختالاً فخوراً). السناد " 36". وقوله تعالى: (وتعاونوا على البر والتقوى ولا تعاونوا على الإثم والعدوى) "المائدة 03". وقوله تعالى: (قل يا عباد الذين آمنوا اتقوا ربكم للذين أحسنوا في هذه الدنيا حسنة) "الزمر 10".

(1) مركز البحوث والدراسات، مرجع سبق ذكره، ص 3، 4.

كما وردت في السنة أدلة كثيرة تدل على مشروعية الأعمال التطوعية فعن أبي هريرة رضي الله عنه عن النبي صلى الله عليه وسلم «من نفس عن مسلم كربة من كرب الدنيا نفس الله عنه كربة من كرب يوم القيامة، ومن يسر على معسر يسر الله عليه في الدنيا والآخرة ومن شر على مسلم في الدنيا ستر الله عليه في الدنيا والآخرة والله في عون العبد مادام العبد في عون أخيه». وفي هذا الحديث كما هو واضح دعوة صريحة إلى مساعدة الضعفاء من المسلمين.

عن ابن عباس رضي الله عنهما قال: قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: «من آوى يتيما إلى طعامه وشرابه أوجب الله له الجنة البتة إلا أن يعمل ذنبا لا يغفر له». يودعوا الحديث صراحة إلى إطعام الأيتام ووعد من يفعلون ذلك بالجنة.

ج- العمل التطوعي في بعض الدول الأخرى:

سوف نتعرض لتجارب كل من جمهورية مصر العربية باعتبارها من الدول العربية الرائدة في هذا المجال ثم المملكة المتحدة باعتبارها أول دولة يمارس فيها التطوع بشكل مؤسسي وأخيرا الولايات المتحدة الأمريكية باعتبارها أكبر دولة يمارس فيها النشاط التطوعي.

❖ العمل التطوعي في جمهورية مصر العربية:

بالرغم من أن بدايات العمل التطوعي ظهرت في مصر منذ أقدم العصور إلا أن العمل التطوعي المؤسسي لم يظهر إلا في أواخر القرن التاسع عشر وأخذ يتطور مع تطور المجتمع إلى أن أصبح يغطي مناحي الحياة هذا وقد أخذ العمل التطوعي الأشكال التالية⁽¹⁾:

- أنشأت الجمعية الخيرية الإسلامية عام 1878 وجمعية التوفيق 1880
- بدأت الحركة الكشفية في مصر عام 1918 وتم تكوين أول جمعية للكشافة المصرية عام 1920.
- في عام 1931 تم تكوين أول جمعية محلية اجتماعية وكانت هذه المحلات تعبر عن الحاجات العقلية للمجتمع، كما قامت هذه المحلات بتنظيم أنشطة الاستثمار وقت الفراغ لمختلف مراحل العمر،

(1) مركز البحوث والدراسات، مرجع سبق ذكره، ص 5.

كان لهذه الجماعة دورا هاما في مجال العمل التطوعي من خلال محاولة تطبيق الأسلوب العلمي في ممارسة العمل الاجتماعي حيث نادت بإنشاء معاهدة متخصصة للخدمة الاجتماعية عام 1936 وبدأت بإنشاء مدرسة الخدمة الاجتماعية بالقاهرة عام 1973 والتي سبقتها إنشاء مدرسة الخدمة الاجتماعية بالقاهرة عام 1937 والتي سبقها إنشاء مدرسة الخدمة الاجتماعية بالإسكندرية عام 1935⁽¹⁾.

❖ العمل التطوعي في المملكة المتحدة:

كانت إنجلترا تعاني الكثير من المشكلات الاجتماعية قبل قيام الثورة الصناعية وعندما بدأت الهجرة من الريف إلى المدن، أفرزت هذه الهجرة مظاهر سلبية كالتسول والتشرد والبطالة وإنشاء الجرائم. هذا الوضع الجديد دفع بالمفكرين والمسؤولين للاهتمام بالخدمات فظهر قطاع الطوائف فأصبح لكل طائفة في المجتمع هيئة ترعى مصالح أفرادها وتقدم بعض المساعدات.

وقد نجح نظام الطوائف إلى حد ما في علاج تلك الظواهر السلبية إلا أن أثره بدأ يضعف في نهاية القرن السادس عشر، وبدأ المشكلات الاجتماعية في الظهور من جديد فتدخلت الكنيسة لتقديم المساعدات وبعد وقت ضعف أثرها هي الأخرى، فتدخلت الحكومة وأصدرت قانونا في 1536 نصا على جمع تبرعات خيرية وتوزيعها على المحتاجين.

في 1869 تم تكوين جمعية لتنظيم الأعمال الخيرية في لندن ومن أهم الأعمال التي قامت بها إنشاء لجنة لكل مدينة وحي لمساعدة الأسر الفقيرة، ثم أنشأت في أعقاب الحرب العالمية الثانية أكثر من ثلاثين ألف مسكن للمسنين وفي 1938 تم إنشاء 195 إصلاحية منها 72 إصلاحية أهلية أطلق عليها المدارس الصناعية بهدف رعاية الأحداث.

وفي أعقاب خسائر إعصار 1987 قامت المنظمة بتنظيم حملة قومية لزراعة مليون شجرة خلال ثلاث سنوات.

وفي عقد التسعينات تغيرت إستراتيجية المنظمة فبدأت تهتم بالإنسان والبيئة أكثر إضافة إلى اهتمامها بحماية الطبيعة.

(1) مركز البحوث والدراسات، مرجع سبق ذكره، ص 5.

وفي 1997 عقدت المنظمة ورشة عمل شاركت فيها عشرة منظمات تطوعية من جميع أنحاء العالم لمناقشة مستقبل عمل المنظمات التطوعية.

❖ العمل التطوعي في الولايات المتحدة الأمريكية:

نسبة الاستعمار الولايات المتحدة بواسطة إنجلترا فقد تأثر النظام الاجتماعي والسياسي كما هو ساند في إنجلترا، فأخذت الولايات المتحدة لمبادئ القانون الإنجليزي للفقير والذي صدر عام 1601 كما بدأت بإنشاء بيوت الإحسان لإيواء العجزة والمقعدين والشيوخ وإقامة الملاجئ للفقراء والأيتام ومرضى العقل، كما شملت تلك الخدمات المنحرفين والمصابين المعاقين.

وبعد استقلالها من إنجلترا قامت بإنشاء جمعية رعاية الفقراء 1843 لهدف رفع الفقراء صحيا وأخلاقيا ومتابعة إحتياجاتهم حتى بلغ عدد هذه الجمعيات 30 جمعية يعمل بها عدد من المتطوعين،

شهدت المنظمات التطوعية في الولايات المتحدة توسعا ضخما في عددها وحجم عضويتها وعدد المانحين المستفيدين من مساعداتها فقد تضاعف عدد المنظمات أكثر من مرتين خلال الفترة 1975-1998.

بحلول الألفية الثالثة يشهد العالم تغيرات جذرية في البنى الأساسية للمجتمع وآلياته وسيرورة عمله، ومن هنا جاء اهتمام الأمم المتحدة بالعمل التطوعي واعتبار العام الأول من الألفية الثالثة 2001 عام للتطوع لقد تبنت الأمم المتحدة هذا المقترح بعد اقتناعها بأن الخدمة التطوعية أصبحت ذات أهمية كافة الساحات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والإنسانية⁽¹⁾

2- أهمية العمل التطوعي:

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

إن الإجابة عن السؤالين لسابقين تجعلنا نعرف مدى الأهمية من خلال عدد المبادرات التي اعتمدت دوليا لتشجيع وتفعيل العمل التطوعي، خصوصا لدى الشباب، وقد اتخذ التطوع مكانة محترمة في المجتمعات المتقدمة التي تسعى إلى محاولة صنع مجتمع مدني قائم بذاته في ظل الأوضاع والمتغيرات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية،

(1) مركز البحوث والدراسات، مرجع سبق ذكره، ص 6-11

فالخدمات التي يقدمها التطوع تلعب دورا مهما في تكملة ما تعجز الدولة عن تقديمه من مشروعات خدمية وتنموية، كما أن أنشطة العمل التطوعي تتميز بالسلاسة في الحركة والنشاط مما يساعد على تقديم الخدمات بصورة أسرع وأيسر من أجهزة الحكومة⁽¹⁾.

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

1- تكميل العمل الحكومي عن طريق رفع مستوى الخدمة وتوسيعها.

2- توفير خدمات جديدة ربما تصعب على الدوائر الحكومية تقديمها. وذلك لأن المؤسسات التطوعية تتسم بالسهولة واليسر في خدماتها⁽²⁾.

3- تأدية خدمات لا تقوم بها الدولة فالتطوع بمثابة قوة محركة بشقيها البشرية والمادية، تتبع من داخل المجتمعات وتدفعه إلى الاعتماد على جهود أعضائها وعلى الموارد الذاتية، لإتباع حاجات مواطنيه ومحاولة تحقيق التقدم والتنمية فيه⁽³⁾.

كما أن العمل التطوعي يحقق الترابط والتماسك بين أفراد المجتمع الواحد، كما يعزز انتشار الألفة، والمحبة والتنافر بين أفراد المجتمع الواحد بكل شرائحه المتنوعة، ولهذا يعتبر التطوع من أكثر القيم البشرية المطلقة التي لا تختلف بشأها عقيدة، أو شريعة دينية وذلك لما تحتزنه قيمة التطوع من تكثيف لمعاني الخير والتعاون والإغاثة والتسامح، وكافة السجايا النبيلة والمبادئ الإيجابية التي إذا استمرت بشكل صحيح فإنها تؤدي إلى نهضة الأمة، ورفي المجتمع.

وتكمن أهمية العمل التطوعي باعتباره واحدا من أهم مرتكزات التنمية الاجتماعية والاقتصادية والثقافية، كما تبرز أهميته في كونه يعتبر استثمارا وتفعيلا للطاقات الكامنة في الفرد والمجتمع بأسره، وعلى اختلاف

(1) هناء حسيني محمد النابلسي: مرجع سبق ذكره، ص ص88-89.

(2) فاطمة محمد رفيدة: العمل التطوعي ودوره في تنمية المجتمع، رؤية واقعية لدور الجمعيات الأهلية في مدينة مصراتة، مجلة كلية الآداب، العدد السادس، جامعة مصراتة، ص203.

(3) فاطمة محمد رفيدة: نفس المرجع، ص203.

أعمار وثقافات أفراد المجتمع. وتتجلى صور العمل التطوعي في كونه التجسيد العملي والواقعي لتطبيق ممارسة مبدأ التكافل الاجتماعي، ويشكل استثماراً إيجابياً وفاعلاً لأوقات الفراغ لدى الشباب ويؤسس بشكل جاد قاعدة تنموية صلبة، خاصة وأن التطوع يعد أحد المؤشرات الدالة على مستوى نضوج الشعور بالمواطنة والانتماء للأمة والوطن، هذا من جانب ومن جانب آخر، فإن التطوع يخرج الفرد من دائرة الانتماء القبلي الضيق الطائفي، المتغير إلى دائرة الانتماء الواسع الشامل وهو الانتماء إلى المجتمع بكل أطيافه، وهذا يدفع إلى تعبئة الطاقات البشرية واستثمارها لصالح كافة الشرائح الاجتماعية في المجتمع، ولهذا يمكننا القول أن التطوع ظاهرة هامة للدلالة على حيوية الجماهير وإيجابياتها، ولذلك يؤخذ كمؤشر للحكم على تقدم الشعوب⁽¹⁾.

3- آليات وأساليب العمل التطوعي:

1- آليات العمل التطوعي:

أولاً- تفعيل العمل التطوعي في مجال الإعلام:

إن العمل التطوعي بأهدافه الواسعة يتعدى المفهوم التقليدي الخيري، فلا ينحصر في مساعدة ودعم مجموعات الخاصة المستضعفة مثل المعوقين والأيتام والأرامل والمشردين، وفي محاربة الفقر فقط، وهو ما يجب علينا بحته ونقاشه في مجتمعنا العربي، والاستفادة في ذلك من التقنية الحديثة في مجالات الإعلام -الفضائيات- وشبكات الاتصالات وغيرها من وسائل الإعلام، حتى نشكل مفهوم موحد للتطوع يعكس وجهة النظر العربية، ويبرز خصوصية مجتمعاتنا وعقائدنا وعاداتنا السليمة ويكون لنا المرجع للعمل من خلاله، عند ها فقط نستطيع أن نؤثر ونتأثر إيجابياً بدلا عن أن تكون في وضع المتأثر سلبياً أو المتلقي فقط.

ومن المقترحات لتفعيل العمل التطوعي في مجال الإعلام نجد أنه:

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

(1) عماد نوال: التطوع الإلكتروني وسيلة معززة للعمل التطوعي، مجلة الجامعة العربية الأمريكية للبحوث مجلة 1، العدد 1، ص 98-99.

2- مطالبة وسائل الإعلام بدور أكثر تأثيراً في تعريف أفراد المجتمع بماهية العمل التطوعي ومدى حاجة المجتمع إليه وتبصيرهم بأهميته ودوره في عملية التنمية، وكذلك إبراز دور العاملين في هذا المجال بطريقة تكسبهم الاحترام الذاتي واحترام الآخرين.

3- بناء القدرات البشرية المهيمنة والفنية وفي إدارة الأعمال وإدارة العمل التطوعي والمشاركة السياسية وتكثيف التدريب⁽¹⁾.

4- نشر وتفعيل ثقافة العمل التطوعي من خلال قنوات ووسائل الإعلام المرئي والمقروء والمسموع من خلال المجالات المتخصصة في متابعة أنشطة العمل التطوعي، ومن خلال المحاضرات في المساجد وخطب الجمعة والمنتديات الثقافية والندوات والمؤتمرات التي تعقد لهذا الغرض بخصوصه و ينعى لها الشخصيات البارزة في العمل التطوعي.

5- تمليك وسائل الإنتاج لتدخل المجموعات المستهدفة في دورة الاقتصاد القومي، ولتتمكن من شراء الخدمات حسب آليات السوق حتى تتضمن استدامة العمل التطوعي المنظم.

6- يجب أن توظف وسائل العمل التطوعي بصفة متكاملة لتمكين المجموعات المستهدفة في المناشط الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية بل والمعنوية أيضاً.

ثانياً- تفعيل العمل التطوعي في مجال التعليم:

1- أن تضم البرامج الدراسية للمؤسسات التعليمية المختلفة بعض المقررات الدراسية التي تركز على مفاهيم العمل الاجتماعي التطوعي وأهميته ودوره التنموي ويقترّب ذلك ببعض البرامج التطبيقية مما يثبت هذه القيمة في نفوس الشباب، مثل حملات تنظيف محيط المدرسة أو العناية بأشجار المدرسة أو خدمة البيئة.

2- ضرورة قيام المدارس، وفي مراحل مبكرة في إشراك الطلبة في برامج العمل التطوعي من خلال حملات النظافة وزراعة الأشجار وغيرها والعمل على زيادة ثقة الجهود بالمؤسسات التطوعية العاملة، بحيث يشعر المجتمع أن هذه المؤسسات تقدم خدمات فعلية للمجتمع.

(1) عثمان رشيد: الريادة والعمل التطوعي، دار الراجحة للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2012، ص 148-149.

- 3- تنشئة الأبناء تنشئة اجتماعية سليمة، وذلك من خلال قيام وسائط بين التنشئة المختلفة كالأُسرة والمدرسة والإعلام بدور منسق ومتكامل الجوانب في غرس قيم التضحية والإيثار روح العمل الجماعي في النفوس الناشئة منذ مراحل الطفولة المبكرة.
- 4- تدعيم جهود الباحثين لإجراء المزيد من الدراسات والبحوث العلمية حول العمل الاجتماعي والتطوعي، مما يسهم في تحسين واقع العمل الاجتماعي بشكل عام والعمل التطوعي بشكل خاص.
- 5- تشجيع الشباب والفتيات على الانخراط في الأعمال التطوعية من خلال وسائل الإعلام كالصحافة والإذاعة والتلفزيون وبيان أحوالها وآثارها وعوائدها على المجتمع.

ثالثاً- تفعيل العمل التطوعي في العمل الإلكتروني:

إن التطوع على الشبكة العنكبوتية لا يكاد يجد مكاناً وسط زحمة (البيزنس الإلكتروني) إن صح التعبير، وتكاد تقتصر تجارب التطوع الإلكتروني على بضعة مواقع وأفكار إلكترونية خجولة وبجهود فردية خالصة بعيداً عن شمولية التخطيط والتنفيذ ووسط ثقافة تطوع ضحلة وناشئة ولكن ما السبب في ذلك؟ ما هي الحلول الممكنة؟ وكيف يمكننا استغلال الانترنت كوسيلة تفاعلية لها لغة عالمية في خدمة مجتمعاتنا العربية.

كما دخل الحاسب الآلي والانترنت مؤخراً على خط التطوع، كواحد من عوامل المساعدة، وكرافعة مهمة بالنظر إلى انتشار الحوسبة كأحد المظاهر المهمة لنهضة المجتمع، وتوفر بعض الجهات خدمات تطوعية إلكترونية من قبيل "محو أمية القرن الواحد والعشرين" في إشارة إلى نشر ثقافة الحاسوب على أوسع نطاق، وخلافاً لذلك تنتشر بعض المواقع الشخصية التي تحاول نشر فكرة التطوع عموماً. وتحاول هذه المواقع تعريف التطوع وتفسيره والحض عليه والدعوة إليه باعتباره اليوم جزءاً من حركة عالمية لها ثقلها السياسي والاقتصادي والثقافي ميزان الرأي العام العالمي.

ومن أهم مجالات استخدام الكمبيوتر في المنظمات الخيرية للاستفادة منها في تفعيل مجال العمل التطوعي الإلكتروني ما يلي⁽¹⁾:

(1) عثمان رشيد، مرجع سبق ذكره، ص ص-149 152-153.

1- استخدام الانترنت في استقبال البريد وإرسال الرسائل ومراسلة الجهات الإخبارية والمتطوعين والمستفيدين من الأعمال التطوعية.

2- إنشاء قاعدة بيانات عالمية بشأن الموارد المتاحة من المتطوعين على شبكة الانترنت، وذلك يلعب دوراً محورياً في تشجيع تبادل المعلومات على الصعيد العالمي بشأن مساهمات المتطوعين في التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

3- العمل على إنشاء منتديات المناقشة عبر شبكة الانترنت حول العمل التطوعي والاستدامة البيئية، مما يتيح الفرصة لتبادل الآراء والخبرات حول الموضوع وطرح الأفكار الإنمائية لتطوير العمل التطوعي.

4- استخدام التكنولوجيا الحديثة لتنسيق العمل التطوعي بين الجهات الحكومية والأهلية، لتقديم الخدمات الاجتماعية، وإعطاء بيانات دقيقة عن حجم واتجاهات العمل التطوعي الأهم للمجتمع⁽¹⁾.

2- أساليب التطوع:

تأتي أهمية العمل التطوعي في كونها أحد الطرق المثلى بل أهمها التي تسهم في عملية تحسين الأحوال المعيشية وإيجاد حياة أفضل لأفراد المجتمع، وقد حث الإسلام على الاهتمام بمجالات العمل التطوعي من خلال الرعاية الاجتماعية للطبقات المحرومة والمعدومة كالأيتام والفقراء والمساكين والمرضى، والعناية بالعجزة والأرامل والمطلقات وكبار السن مضافاً إلى قضاء حوائج الناس، وإقامة المشاريع ذات النفع العام للمجتمع مثل المستشفيات والمدارس والمكتبات وسائر الخدمات الأخرى التي ينتفع بها عموم الناس، وقد تعدد صور وأشكال التطوع إلا أنه يمكن تصنيفها على أساسين من حيث نوع التطوع وعدد المشاركين في العملية التطوعية، فمن حيث النوع يتم تقسيم التطوع إلى: التطوع بالوقت، التطوع بالجهد، التطوع بتقديم المعلومات التطوع بتقديم الخدمات والاستشارات، التطوع الإلكتروني، أما من حيث المشاركين العمل التطوعي الفردي يمارسه الفرد من تلقاء نفسه ورغبة منه والعمل التطوعي المؤسسي وهو أكثر تقدماً من العمل التطوعي الفردي وأكثر تنظيماً وأوسع تأثيراً في المجتمع⁽²⁾.

4- دوافع وعوامل العمل التطوعي:

(1) عثمان رشيد: المرجع السابق، ص 153.

(2) مجدي الداغر: تأثيرات الإعلام الجديد وانعكاساته على اتجاهات الشباب الجامعي نحو التطوع في المملكة العربية السعودية، دراسة ميدانية على طلاب جامعة الإمام محمد بن مسعود بالرياض، بحث مقدم لمؤتمر الإعلام الجديد وقضايا المجتمع المعاصر، جامعة بسكرة.

أولاً- الدوافع:

التطوع ضرورة مجتمعية لازمت المجتمع الإنساني منذ القدم، واستمرت حتى وقتنا الحالي وذلك لارتباطه بدوافع لدى الأفراد ترتبط بدورها بإشباع حاجات فطرية لديهم فتجعلهم يقبلون عليه⁽¹⁾.

تتعدد دوافع العمل التطوعي وتتنوع تصنيفاتها بحسب زوايا التركيز ومحاور الاهتمام، ومن هذه الدراسات ما يشير إلى أن دوافع العمل التطوعي تنقسم إلى دوافع فكرية، ودوافع نفسية، ودوافع روحية ودوافع أخلاقية ودوافع اجتماعية⁽²⁾.

ورغم ما يشهده العمل التطوعي من أهمية بالغة في تنمية المجتمعات إلا أن الملاحظ هو ضعف فعاليته في معظم المجتمعات العربية والإسلامية، خاصة في ظل التحولات الاجتماعية والاقتصادية التي شهدها، وصعود الاهتمام العالمي بما يسمى القطاع الثالث، وهذا ما يفرض البحث في مخزوننا الثقافي والقيمي عن الدوافع التي تنشط التطوع ويمكن أن نلخص أهمها فيما يلي:

1- دوافع فكرية: وترتبط بقناعة الفرد بأفكار ومبادئ ومفاهيم معينة، مثل ضرورة المشاركة الفعالة في تغيير الواقع الاجتماعي نحو الأحسن، وآداء رسالة إصلاحية في المجتمع، ذلك لأن العمل التطوعي يقوم على الارتباط الشديد برؤية معينة، كما قد ترتبط هذه الدوافع⁽³⁾ من أجل اكتساب مهارات جديدة قد يحتاجها المتطوع مستقبلاً في حياته العملية قد لا تتوفر إلا من خلال العمل التطوعي.

2- دوافع نفسية: وترتبط بالرغبة في تحقيق الذات واحترامها و الدفاع القيم ونشر المبادئ التي يؤمن بها الإنسان وهذا دافع أساسي للنفس البشرية، كما أن التطوع يعد من الحاجات الثانوية للإنسان حسب نظرية "ماسلو" للحاجات الإنسانية، وبالتالي فإن الانخراط فيه يكون بعد أن يلبى الإنسان حاجاته الأولية⁽⁴⁾.

3- دوافع دينية: يقول الدكتور يوسف القرضاوي عن التطوع بأنه: "النفعة المادي أو المعنوي الذي يقدمه الإنسان لغيره من دون أن يأخذ عليه مقابلاً مادياً، ولكن ليحقق هدفاً خالصاً له أكبر من المقابل المادي، قد

(1) عمار نوي : مرجع سبق ذكره، ص 72.

(2) عثمان بن صالح العامر: ثقافة العمل التطوعي لدى الشباب السعودي، مجلة الشريعة والدراسات الإسلامية، العدد 7، 2006، ص 26.

(3) عمار نوي :مرجع نفسه، ص 26.

(4) هناء حسني محمد النابلسي: مرجع سبق ذكره، ص 101.

يكون عند بعض الناس الحصول على الثناء والشهرة، أو نحو ذلك من أغراض الدنيا، والمؤمن يفعل ذلك لأغراض تتعلق بالآخرة رجاء الثواب عند الله تعالى والدخول في جنان النعيم، فضلا عما يناله في الحياة من بركة وحياة طيبة وسكينة نفسية وسعادة روحية لا تقدر بثمن عند أهلها⁽¹⁾.

4- دوافع اجتماعية: وترتبط بالإحساس بالمسؤولية الاجتماعية التي هي شعور الفرد بالواجب نحو المجتمع الذي يعيش فيه⁽²⁾. كما ترتبط بالحاجة إلى التقدير والحصول على مكانة اجتماعية والاتصال بالآخرين والرغبة في شغل أوقات الفراغ واستثمارها⁽³⁾.

5- الدافع الفطري: يندفع الإنسان بفطرته لتلبية حاجاته التي يعبر عنها عالم الاجتماع ماسلو

(MASLDW) بمثلته (سلم الحاجات حينما قسمها إلى خمسة:

أ- الحاجات المادية اللازمة للبقاء كالماء والهواء والغذاء.

ب- الأمان والاستقرار: كالحماية من الآخرين والحكم بالشرعية أو النظام الاجتماعي.

ج- الحب والانتماء الاجتماعي: للأسرة وفيه العلاقات والعمل الجماعي (التعاون).

د- احترام الذات: الإنجاز، السمعة، الاستغلال، المكانة الاجتماعية.

هـ- النماء والتطور الشخصي إن التطوع هو نتيجة فطرية للمستوى الثالث من الاحتياجات علما بأن المتطوع يحمل كل الدوافع في آن واحد ولكن نسبة تأثير كل دافع تختلف من متطوع إلى آخر⁽⁴⁾.

ثانيا- العوامل الاجتماعية والثقافية المؤثرة على المشاركة التطوعية للشباب:

أولاً: العوامل الاجتماعية: تتمثل أهم العوامل الدافعة للمشاركة التطوعية للشباب فيما يلي:

⁽¹⁾ يوسف بن عثمان الحزيم: قوة التطوع تطبيقاته السعودية، مركز الأميرة العنود لتنمية الشباب، ص46.

⁽²⁾ عمار نوي: مرجع سبق ذكره، ص73.

⁽³⁾ عبد اللطيف عبد العزيز الرياح: التربية على العمل التطوعي، وعلاقته بالحاجات الإنسانية (دراسة تأصيلية) منشور في مجلة دراسات تربوية واجتماعية، جامعة حلوان، مصر، المجلد12، العدد الثالث، 2006، ص9.

⁽⁴⁾ يوسف بن عثمان الحزيم: مرجع سبق ذكره، ص50.

- 1 العمل من أجل الصالح العام.
- 2 العمل مع الآخرين.
- 3 الرغبة في كسب القبول الاجتماعي من قبل أفراد المجتمع الآخرين والحصول على مكانة اجتماعية بين المواطنين.
- 4 الحصول على مركز في الجمعيات الخيرية ومؤسسات الخدمة الاجتماعية.
- 5 كسب احترام وتقدير الآخرين.
- 6 تكوين الأصدقاء.
- 7 تلبية بعض الاحتياجات.
- 8 وجود حوافز مادية ومعنوية للمشاركة.

ثانياً- العوامل الثقافية:

يعد البعد الثقافي عاملاً مؤثراً في العمل التطوعي لما للمنظومة الثقافية من تأثير على الدوافع والأسباب التي يحملها الأفراد، ورغم كون الثقافة الإسلامية تحمل في طياتها الكثير من القيم المحفزة على فعل الخير والتشجيع على ممارسة أعمال التطور، إلا أن ثقافة التطوع في المجتمع العربي المعاصر ما زالت تتسم بدرجة متدنية من الفاعلية، وتعاني من إشكاليات أساسية تتمثل في جمود الخطاب الفكري وتقليدية في ميدان التطوع ولازمت الفجوة قائمة بين النظرية والتطبيق على الرغم من الأولوية التي أعطاها الإسلام للتطوع والعمل التطوعي.

ولقد أجرى علي حسين محمد (2003) دراسة على دور الشباب في العمل التطوعي، تهدف إلى الكشف عن الدور الفعلي للشباب في عملية التطوع والتعرف على قيمة العمل التطوعي في نفوس الشباب، ومدى تأثيرهم على شخصياتهم وتعاونهم مع الآخرين والتحقق من أن الشباب لهم دور مؤثر وفعال في المشاركة في البرامج التطوعية، والكشف عن الدور التنموي للشباب والمشاركة في تنمية المجتمع⁽¹⁾.

ولقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج لعل أهمها:

- 1 ضرورة إعداد قيادات شبابية مدربة على العمل التطوعي.

(1) سعيد بن سعيد ناصر حمدان: دور العوامل الاجتماعية والثقافية في المشاركة التطوعية للشباب السعودي (رؤية اجتماعية ودراسة تحليلية)، مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، جامعة مالك خالد -أبها- المملكة العربية السعودية ، ص21.

2 أهمية بناء الشباب العربي بناء متكاملًا روحياً وعلمياً وثقافياً بما يحقق مشاركته الواعية في توجيه مسيرة المجتمع من خلال العمل التطوع

3 ضرورة غرس ثقافة العمل التطوعي نفوس الناشئة من خلال التوعية التربوية والإعلامية.

ولقد ساهم غياب الدور الإعلامي عن التوعية بأهمية التطوع ومؤسساته والأدوار التي يمكن أن يقدمها المجتمع في قلة الإقبال على التطوع⁽¹⁾.

5- حوافز العمل التطوعي:

لعل التساؤل عن كيفية تشجيع العمل التطوعي لدى أفراد المجتمع تطرح نفسها من الذي يمارس هذا الدور وكيف، ولعل الإجابة على هذه التساؤلات وجدت لدى بعض المهتمين في قضايا العمل التطوعي، حيث ذكر نعمان عبد الغني بأنه يجب العمل على ما يلي:

- 1 إتاحة الفرص أمام مساهمات الشباب وخلق خيارات جديدة وعدم احتكار العمل التطوعي على فئة أو مجموعة معينة.
- 2 تكريم المتطوعين الشباب ووضع برنامج امتيازات وحوافز لهم لتشجيع العمل التطوعي لدى الشباب مهما كان حجمه ونوعه.
- 3 تطوير القوانين والتشريعات للعمل التطوعي بما يكفل إيجاد فرص حقيقية لمشاركة الشباب في اتخاذ القرارات المتصلة بالعمل التطوعي.
- 4 إنشاء إتحاد خاص بالمتطوعين يشرف على تدريبهم وتوزيع المهام عليهم وينظم طاقاتهم.
- 5 إيجاد مشاريع خاصة بالشباب تهدف إلى تنمية روح الانتماء والمبادرة لديهم، أن تمارس الجامعة والمؤسسات الدينية دوراً كبيراً في حث الشباب على التطوع وخصوصاً أثناء الإجازات الدراسية.
- 6 أن يمارس الإعلام دوراً كبيراً في دعوة المواطنين للعمل التطوعي.
- 7 أن يكون هناك يوم إجازة مدفوع الأجر شهرياً كي يمارس الشباب العمل التطوعي وخدمة مجتمعهم المحلي، وأن يكون للمشاركة بالأعمال التطوعية دافعاً للترقية في السلم الوظيفي هذه الاقتراحات والتصورات لتفعيل العمل التطوعي لدى الشباب.

⁽¹⁾ سعيد بن سعيد، ناصر الحمدان: مرجع سبق ذكره، ص22.

ويرى نيلسون Nelson فيما يتعلق بتشجيع المبادرات الخاصة تجاه العمل التطوعي بأن الحوافز الضريبية هي أهم وسائل تشجيع التطوع المؤسسي، حيث وجد أن الاقتراحات لترويج المبادرات التي يدعمها المستخدم (صاحب العمل)، من بين أشكال دعم المستخدم كإسماح باستخدام المعدات أو المرافق أو الموافقة على إجازة للمتطوع والموافقة على تعديل ساعات العمل، حيث يعطي عددا من الأيام للموظفين المتطوعين عدا الإجازة المرضية أو أيام العطل، تشريعات تسمح باقتطاع الهبات الخاصة المقدمة للمنظمات الخيرية أو غير الربحية من الضريبة هي طريقة أخرى في تعزيز المبادرات الخاصة اتجاه التطوع، كما يتم دعم التطوع المؤسسي من خلال أنظمة حوافز مثل منح الموظفين أيام إجازة إضافية إذا عملوا كمتطوعين برامج شبكات وتدريب وإقامة شراكة مع المنظمات التطوعية كمثال على ذلك قامت شركة Boncoqalicia في الأرجنتين بإنشاء برنامج تطوعي مؤسسي لموظفيها وذلك في سبيل خدمة المجتمع في مجالات الصحة والتغذية⁽¹⁾.

6- عوائق العمل التطوعي:

يمكن تقسيم عوائق العمل التطوعي إلى:

1- عوائق متعلقة بالمتطوع:

- الجهل بأهمية العمل التطوعي.
- بعضهم يسعى لتحقيق أقصى استفادة شخصية ممكنة من العمل الخيري وهذا يتعارض مع طبيعة التطوع المبني على الإخلاص لله.
- عدم القيام بالمسؤوليات التي أسندت إليه في الوقت المحدد.
- يهدف بعض المتطوعين من وراء مشاركتهم في أعمال المؤسسة الأهلية اكتساب مكانة اجتماعية وإشباع ميولهم ورغباتهم حتى لو أدى ذلك إلى التضحية بأهداف المؤسسة.
- لا يمكن ضمان استمرارية المتطوع في العمل بالمؤسسة، ويمكن أن نسحب في أي وقت مما يجعل المؤسسة تتخوف من إسناد بعض المسؤوليات الهامة له والميل إلى عدم الاستعانة بالمتطوعين⁽²⁾.
- تعارض وقت المتطوع مع وقت العمل أو الدراسة مما يفوت عليه فرصة الاشتراك في العمل التطوعي.

(1) هناء حسني محمد النابلسي: مرجع سبق ذكره، ص ص ، 114، 115.

(2) شروق بن عبد العزيز الخليف: المواطنة وتعزيز العمل التطوعي، مراكز الأبحاث الواعدة في البحوث الاجتماعية، ودراسات المرأة، 2013، ص 185.

- هناك أزمة في المتطوعين بين النساء والشباب، هناك تراجع للمرأة عن العمل التطوعي⁽¹⁾.

- الخبرة السلبية السابقة للمتطوع والتي تجعله يتراجع عن المشاركة.

- الاهتمام بالوضع الذاتي والمادي والأسري أو البحث عن الرزق وتفضيله على العمل التطوعي.

- خوف الأفراد من الحساسية الاجتماعية نتيجة الالتحاق بالعمل التطوعي⁽²⁾.

2- عوائق متعلقة بالجمعية كمؤسسة تطوعية: وترجع هذه ال عوائق إلى أسباب تتعلق بالجانب البشري أو التنظيمي أو المالي، ويمكن أن نذكر أهمها ما يلي:

- اختلال الأولويات في العمل التطوعي مما يؤدي إلى افتقاد الثقة من قبل الممارسين في قدرات الجهود التطوعية، خاصة مع تفاقم الأعباء وزيادة المشاكل والتركيز على أولويات لحييت متقدمة في سلم الاهتمام العام للمجتمع وهو ما يفقد أولويات المواجهة لاحتياجاته.

- ضعف الأداء الإداري للعمل التطوعي من خلال عدم وضوح الأهداف⁽³⁾.

- قلة التعريف بالبرامج والنشاطات التطوعية التي تنفذها المؤسسات الحكومية أو الأهلية.

- عدم السماح للشباب بالمشاركة في اتخاذ القرارات داخل هذه المنظمات⁽⁴⁾.

- فقدان القوانين والضوابط التي تحكم علاقة المتطوع بالمؤسسة الخيرية، مما أدى إلى إجحاف كبير بحقوق المتطوعين واستغلالهم من قبل المؤسسات التطوعية.

- عدم قدرة المؤسسات الخيرية وخاصة مؤسسات الإغاثة على تو طيف الأحداث للترويج لسمعتها ولتحقيق مكاسب شعبية وسياسية، فمعظم المؤسسات الخيرية مازالت تفضل العمل في صمت، ولا تعلن عن مشاريعها⁽⁵⁾.

(1) هناء حسني محمد النابلسي : مرجع سبق، ذكره، ص107.

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

(3) عمار نوي: مرجع سبق ذكره، ص 87.

(4) عمار اشتية : مرجع سبق ذكره، ص 87.

(5) صالح بن مطر الهاطلاي : العمل التطوعي خطوات عملية للنهوض بالأمة، ط1، 2010، ص55.

-

3- عوائق تتعلق بالمجتمع:

- وجود بعض الصور الاجتماعية السلبية عن المتطوعين.
- هجرة الكثير من أهل الريف إلى المدن بحثا عن العمل وهؤلاء ليس لديهم استقرار فهم كثيرة الترحال بحثا عن العمل مما جعل توافر المتطوعين أمرا شاقا للغاية.
- بعض المواطنين مصابون بالإحباط نظرا لما يعانونه من البطالة وقلة الدخل فحاولوا الانطواء على أنفسهم والانعزال عن المجتمع⁽¹⁾.
- سيطرة أشخاص من ذوي السمعة السيئة على الجمعيات أو المشرفين على العمل التطوعي، لذلك فقدت الجماهير الثقة فيهم وابتعدوا عن المشاركة أو الاشتراك مع هؤلاء.

4- عوائق إعلامية:

- إلى جانب العوائق الأخرى يطال العمل التطوعي عوائق خاصة يمكن أن نطلق عليه ال عوائق الإعلامية وذلك لارتباطها بالجانب الإعلامي للعمل التطوعي هذه العوائق هي:
- ضعف الاهتمام الإعلامي في مجال العمل التطوعي بحيث يحتل أدنى المراتب في وسائل الإعلام وهذا بالرغم من قدرتها الكبيرة على تنشيطه.
- محدودية الوسائل وهذا يرجع إلى أسباب متعددة من بينها اعتماد الجمعيات والمؤسسات الخيرية على وسائل إعلامية دون أخرى حيث غالبا ما نجد أنها تعتمد على وسائل الإعلام المطبوعة وإهمال غيرها في وقت أصبح فيه الإقبال على هذه الأخيرة محدود جدا.
- نقص المعلومات والبيانات والمعطيات فنجاح المادة الإعلامية يحتاج إلى توافر معلومات كافية حول العمل التطوعي أو الجهة الخيرية المستهدفة، حيث أنه بموجب هذه المعلومات يتسنى تقديم خطة إعلامية تطوعية فعالة تخدم العمل التطوعي وتوصله إلى الهدف المنوط له، وهو الأمر الذي يأخذ على الجمعيات والمؤسسات الخيرية والتطوعية التي لا تزال تفقد قاعدة بيانات متكاملة وهذا كله سببه راجع إلى قلة الخبرة

⁽¹⁾ فاطمة محمد زفيدة: مرجع سبق ذكره، ص ص 111، 112.

والاحتراف. والعوائق التي تواجه العمل التطوعي في جانبه الإعلامي متعددة تعتبر المذكورة أعلاه أحد الأمثلة البسيطة لها⁽¹⁾.

7- أهداف الأعمال التطوعية عند الشباب:

- 1 تنمية روح الإنماء لدى الباب عن طريق إحساسهم بإدراك أهميتهم وولائهم للمجتمع الذي ينتمون إليه.
- 2 يثير دافع التطوع الحوافز الإيجابية التي تعمل على رفع مستوى الأداء والسرعة في الإنجاز، وزيادة معدل إنتاجية العمل.
- 3 يسمح التطوع بتنظيم أوقات الفراغ بطريقة إيجابية.
- 4 يعمل التطوع مجالاً خصباً لممارسة حرية الاختيار في العمل التطوعي وحيث تتاح الفرص أمام الشباب في تخطيط وتنفيذ ومتابعة الأنشطة التي تقوم على تنفيذها المؤسسات والمنظمات الموجودة في المجتمع.
- 5 يتيح التطوع فرص الاستفادة القصوى من التخصصات النادرة في المجتمع⁽²⁾.
- 6 توجيه طاقات المتطوع إلى أعمال تعود على مجتمعه بالفائدة، وتساعد على اكتساب خبرات اجتماعية تمكنه من تحقيق التكامل في شخصيته وإدارة حياته بشكل أفضل.
- 7 تعريف الأفراد بالظروف الواقعية التي يعيشها مجتمعهم، مما يؤدي إلى الفهم المشترك والتشخيص الدقيق للأولويات التي يجب مواجهتها⁽³⁾.
- 8 تؤدي الجهود التطوعية إلى تعريف أفراد المجتمع بالظروف الواقعية التي تعيش فيها الفئات الأخرى ويعود ذلك إلى وجود وتسهيل الفهم المشترك حول المشكلات والأحوال السيئة التي يعاني منها المجتمع ويتعين عليه مواجهتها وهذا يقود إلى تقليل التمييز والعصبية الناتجة عن الجهل بأحوال الجماعات الأخرى في المجتمع.
- 9 تحقيق التربية الاجتماعية للمواطنين ذاتياً وتنمية الشعور بالمسؤولية⁽¹⁾. الجماعية والتجاوب مع المصلحة العامة، وتعيدهم على ممارسة الحياة الديمقراطية والقيادات الجماعية والشورى في أمورهم وتحقيق التعاون فيما بينهم.

⁽¹⁾ سمية بوحادة: الإعلام الجديد وتنمية العمل التطوعي، بحث مقدم إلى كلية الحقوق جامعة طمطا، المؤتمر العلمي الرابع حول القانون والإعلام، 2017، ص 19-20.

⁽²⁾ محمد إبراهيم: الشباب ودورهم في التغيير الإصلاحي، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، ط1، الإسكندرية، 2014، ص 37-38.

⁽³⁾ عمار نوي: مرجع سبق ذكره، ص 74-75.

10 - إزالة أسباب التخلف وتوفير أسباب التقدم والرفاهية لأفراد المجتمع ونظرا لأهميته الكبيرة التي يتميز بها العمل التطوعي فقد تتدخل في العديد من المجالات⁽²⁾.

8- مجالات العمل التطوعي:

تتعدد مجالات العمل التطوعي لتشمل المجالات التالية:

أ - المجال الاجتماعي: ويتضمن ما يلي:

- رعاية الطفولة.
- رعاية المرأة.
- إعادة تأهيل مدمني المخدرات.
- رعاية الأحداث.
- مكافحة التدخين.
- رعاية المسنين.
- الإرشاد الأسري.
- مساعدة المشردين ورعاية الأيتام.
- مساعدة الأسر الفقيرة.

ب- المجال التربوي والتعليمي: ويتضمن ما يلي:

- محو الأمية والتعليم المستمر.
- برامج صعوبات التعلم.
- تقديم التعليم المنزلي للمتأخرين دراسيا.

ج- المجال الصحي: ويتضمن ما يلي:

(1) فاطمة محمد رفيدة: مرجع سبق ذكره، ص205.
 (2) سلمى كوندة: التسويق الاجتماعي للعمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي (قراءة في صفحات الفيسبوك لبعض الجمعيات الخيرية)، مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي، العدد التاسع 2018، ص399.

- الرعاية الصحية وخدمة المرضى والترفيه عنهم

- تقديم الإرشاد النفسي والصحي.

- التمرين المنزلي.

- تقديم العون لذوي الاحتياجات الخاصة

د- المجال البيئي: ويتضمن ما يلي:

- الإرشاد البيئي.

- العناية بالغابات ومكافحة التصحر.

- العناية بالشواطئ والمنتزهات.

- مكافحة التلوث.

هـ- مجال الدفاع المدني: ويتضمن:

- المشاركة في أعمال الإغاثة.

- المساهمة مع رجال الإسعاف.

- المشاركة في أوقات الكوارث الطبيعية⁽¹⁾.

9- ثقافة العمل التطوعي عند الشباب:

ثقافة التطوع هي مجموعة القيم والمعتقدات والاتجاهات والمعرفة التي تشكل وعي الإنسان وسلوكه إزاء الآخرين وإزاء المجتمع بصفة عامة لكي يخصص الوقت والجهد دون توقع عائد مادي لتحقيق منفعة للمجتمع ككل أو لبعض الفئات المحتاجة المهمشة وذلك بشكل إرادي ودون إجبار⁽²⁾.

وإن تشجيع الشباب على المشاركة في الأنشطة العامة سيكون له مردوده الإيجابي على الكثير من القطاعات ومنها على سبيل المثال: قطاع التعليم، فالدول العربية تعاني من ارتفاع نسبة الأمية ويمكن للشباب أن

⁽¹⁾ فهد سلطان السلطان: مرجع سبق ذكره، ص 16، 15.

⁽²⁾ شروق بن عبد العزيز الخليف،: مرجع سبق ذكره، ص 149.

يسهموا بجهد كبير في محاربة الأمية، ومنها القطاع الصحي، حيث تعاني مئات الآلاف بل والملايين في العالم العربي من الأمراض المزمنة والحادة، ويمكن أن يقوم الشباب العربي بدور فعال في مساعدة المرضى والتخفيف من معاناتهم ومرحلة الشباب هي مرحلة القوة. يقول الله عز وجل: ﴿الله الذي خلقكم من ضعف ثم جعل من بعد ضعف قوة ثم جعل من بعد قوة ضعفا وشيبة يخلق ما يشاء وهو العليم القدير﴾. "سورة الروم 54".

وهذه القوة ينبغي أن تستغل في الأعمال النافعة والمفيدة، والشباب والفتيات يمتلكون طاقات هائلة، وهذه الطاقات ينبغي أن توجه وجهة صحيحة وإلا انصرفت إلى وجهات خاطئة لها تأثيرها السليبي عليهم وعلى مجتمعاتهم. والدول العربية والإسلامية بحاجة ماسة إلى الاستفادة من طاقات الشباب في خدمة المجتمعات، ومن أهم الأبواب التي ينبغي أن يسر وتفتح أمام الشباب، مجالات العمل التطوعي الذي يجحدون فيه أنفسهم ويخدمون به مجتمعاتهم، ومن الحزن أن الكثير من دول العالم وبخاصة الدول الغربية سبقتنا في مراحل في مجال العمل التطوعي الذي حثنا عليه الإسلام يقو الله عز وجل: ﴿وتعاونوا على البر والتقوى ولا تعاونوا على الإثم والعدوان واتقوا الله إن الله شديد العقاب﴾. "سورة المائدة 2".

ويقول الرسول صلى الله عليه وسلم: ﴿كل سلامى من الناس عليه صدقة كل يوم تطلع فيه الشمس تعدل بين الاثنين صدقة وتعين الرجل في دابته فتحمله عليها أو ترفع له عليها متاعة صدقة والكلمة الطيبة صدقة وكل خطوة تمشيها إلى الصلاة صدقة وتميط الأذى عن الطريق صدقة﴾. والأعمال التي وردت في الحديث كلها أعمال تطوعية ولذلك ينبغي تشجيع الشباب على المشاركة في الأعمال التطوعية. ومؤسسات المجتمع مطالبة بأن تهتم بمشاركة الشباب في عملية البناء والنهوض وينبغي أن تكون هناك قضية كبرى وغاية سامية تشغل الشباب والفتيات وتعلم حماسهم، لأن غياب تلك القضية الكبرى وغياب الغاية السامية في حياة الشباب يصرفهم عن الجهد وطلب المعالي ويعرضهم للانحراف⁽¹⁾.

10- مواقع التواصل الاجتماعي مجال جديد للعمل التطوعي:

لم يكن العمل التطوعي بعيدا عن حالة تشكل الوعي الإنساني بشكل جديد في مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بادرت العديد من المؤسسات بإنشاء صفحات لها تلك المواقع، واتجه العديد من المستخدمين

(1) محمد إبراهيم خاطر: مرجع سبق ذكره، ص ص 35-36.

والمهتمين بأنشطة العطاء الاجتماعي والتطوعي إلى تدشين صفحات خاصة بهم حظيت باهتمام كبير لتكون في نهاية طيف واسع من المجتمعات الافتراضية والتي يجمعها كلها السعي لتنمية المجتمع ومساعدة الآخرين⁽¹⁾.

تعمل الجمعيات الخيرية في الفضاء الافتراضي الذي تقوم من خلال نشر الأعمال التطوعية المتعددة المجالات إلى الوصول إلى تحقيق جملة من الأهداف المسطرة والتي من بينها تكريس ثقافة المواطنة وخلق الوعي المجتمعي في الوسط الاجتماعي الافتراضي وتطبيقه في الواقع المادي عن طريق مد جسور التعاون على البر والتقوى ونشر ثقافة العمل التطوعي بين أفراد المجتمع بالإضافة إلى المساهمة في التنمية المحلية.

وتتمثل أوجه الاستفادة من شبكات التواصل كونها وسيلة من وسائل التسويق الاجتماعي ضمن التسويق التطوعي فيما يأتي:

- الاستفادة من التكنولوجيا في تسويق العمل الخيري الإلكتروني، فهي تفيد في عملية الانتشار والوصول إلى العديد شرائح المجتمع المدني، كما يمكن استقبال الشكاوى والحالة المحتاجة إلكترونياً ودراستها وتحليلها لتحقيق مصداقية الحالة.
- القدرة على زيادة عدد المشتركين أو المتابعين أو المعجبين بنشاطك أو مهنتك بطرق مختلفة وربما بتكلفة قليلة جداً.
- القدرة على تنفيذ حملات إعلامية وإعلانية توعوية بجوائز بسيطة جداً سرعة التجاوب وردود الفعل من متلقي رسالتك بعكس الإعلام التقليدي كما تمكن شبكات التواصل الاجتماعي المتطوعين من القيام بمبادرات في العمل الخيري التطوعي عن طريق استثمار الفيسبوك والتويتر واليوتوب... وغيرها⁽²⁾ ونشر المبادرات الحيوية، دون أي تعقيدات أو صعوبات بالإضافة إلى تلقيهم ردود الفعل عليها مباشرة سواء إيجابية كانت أم سلبية بالإضافة إلى تحفيز المتطوعين على تحقيق أهدافهم الخيرية وتحقيق رغباتهم من خلال المشاركة المجتمعية والمساهمة في النهوض بالمجتمع.

ومواقع التواصل الاجتماعي كونها وسيلة للتسويق الاجتماعي للعمل التطوعي فإنها تسمح لمختلف الفئات من المشاركة في الأعمال التطوعية حتى لذوي الاحتياجات الخاصة من خلال اختصار الوقت والجهد

(1) معاذ العامري: مجلة البصائر 09:00, 15-05-2018, <https://baser-online.com>

(2) سلمى كوندة، مرجع سابق، ص 01.

للذهاب إلى الجمعيات الخيرية وتتيح هذه المواقع الاجتماعية فرصة توصيل أهداف العمل التطوعي إلى عدد أكبر من الجمهور وبشفافية كبيرة⁽¹⁾.

في وقت أخذ فيه استغلال مواقع التواصل الاجتماعي بالجزائر منحى سلبيا لكثير من رواده لاسيما الشباب ممن استغلوها لغير دورها إلا أننا نجد فئة أخرى أحسنت توظيفها فصقلت مواهبها من إرادة ورغبة للتطوع في تجسيد العمل الخيري، ومديد العون والمساعدات لمن هم في حاجة إليها في إطار غرس روح التعاون والتكافل بين أفراد المجتمع، ليكونوا بذلك مرآة عاكسة لمبادئ وقيم ديننا الحنيف. فجعلوا من أحدث وسائل التواصل الاجتماعي منبرا ذاع صيته في فعل الخير والتطوع على مدار أيام السنة عموما وأيام شهر رمضان الكريم خصوصا. المشرفون على العمل الخيري يؤكدون على أن المجموعات التي باتت تنشط في الأعمال الخيرية التطوعية خلال السنوات الأخيرة مجملها أنشئت عن طريق مختلف قنوات العالم الافتراضي وبالأخص "التويتر" والفيسبوك كانت أبرز الأعمال الخيرية التطوعية تلك التي أقيمت على شكل موائد الرحمان لإفطار الصائمين في المساجد، حيث أكدت لنا أحد مؤسسي موقع تطوعي أنه وإيماناً منه بممارسة العمل التطوعي والمثابرة عليه بادر بإنشاء موقعه ليستقطب عدة مشاركين، وكان لكل واحد منهم دور في صقل أفكاره الإبداعية، غير أن ذلك يبقى بحاجة إلى دعم السلطات لاسيما بتسهيل مهام المتطوعين، وحث الشباب على التحلي بروح التضامن والتكافل في إطار فعل الخير⁽²⁾.

(1) سلمى كونددة: مرجع سبق ذكره

(2) موقع سبق ذكره.

خلاصة الفصل الثاني:

وفي ختام هذا الفصل تم التطرق إلى العمل التطوعي والشباب، حيث شهد القطاع التطوعي نموا متسارعا وأصبح هذا النشاط يحتل مكانا وحيزا مهما في المجتمعات سواء من الناحية الاجتماعية أو الاقتصادية فله آثار اجتماعية كبيرة، حيث يساهم في مساعدة الفقراء والمرضى والمصابين والمتزدين عن أهاليهم. وإن العمل التطوعي أو ما يسمى بالرأس المال الاجتماعي هو ثروة عامة وليست حكرا لأحد، فهو تلك الروابط والقيم الاجتماعية والأخلاق الحميدة مثل الثقة والصدق والتعاون والتكافل.

وتعتبر المشاركة الفعالة في العمل التطوعي في مجتمع عن مدى النضج والوعي الذي وصل إليه المجتمع نمو حركة العمل التطوعي تساهم بصورة حيوية في النهوض بالمجتمعات.

الإطار التطبيقي

الجدول رقم 01: يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.

الجنس	التكرار	النسبة %
ذكر	42	42.85
أنثى	56	57.14
المجموع	98	100

قراءة الجدول (1): يتضح من خلال الجدول أن نسبة الإناث جاءت في المرتبة الأولى ب 57.14% بينما نسبة الذكور ب 42.25%.

ومنه يظهر أن هناك ارتفاع نسبي للإناث مقارنة بالذكور. بالنسبة للشباب الجزائري عينة الدراسة.

الجدول رقم (2): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن:

السن	التكرار	النسبة %
من 18 إلى 24	71	72,44
من 25 إلى 30	16	16,32
من 31 إلى 35	11	11,22
المجموع	98	100

قراءة الجدول (02): يتضح من خلال الجدول أن نسبة المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم من 18 إلى 24 تقدر ب 72,44 % وهي النسبة الأكبر في الفئات العمرية، وباقي النسب وزعت بصفة متقاربة على الفئتين العمرين من 25 إلى 30 ومن 31 إلى 35، حيث قدرت الفئة الأولى ب 16,32 % و قدرت نسبة الفئة العمرية الثانية ب 11,22%.

ومنه يظهر أن الفئة العمرية الغالبة لدى فئة الشباب عينة الدراسة هم ممن تتراوح أعمارهم من 18 إلى 24 سنة.

الجدول (03): يبين توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي.

النسبة %	التكرار	المستوى التعليمي
0	0	إبتدائي
0	0	متوسط
11,22	11	ثانوي
88,77	87	جامعي
100	98	المجموع

قراءة الجدول (03): يتضح من خلال الجدول أن نسبة المستوى التعليمي الجامعي جاءت في المرتبة الأولى بـ 88,77 % ، بينما جاء المستوى التعليمي الثانوي في المرتبة الثانية بنسبة 11,22 % ، فحين نجد أن نسبة المستوى التعليمي الإبتدائي والمتوسط منعدمة، وهو ما يمكن إرجاعه إلى انتشار مستوى التعليم في الجزائر .

ومنه يظهر أن المستوى الغالب هو المستوى التعليمي الجامعي في الجزائر.

الجدول (04): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة الاجتماعية.

النسبة %	التكرار	الحالة الاجتماعية
11,22	11	متزوج
88,77	87	أعزب
0	0	أرمل
0	0	مطلق
100	98	المجموع

قراءة الجدول (04): يتضح من خلال الجدول أعلاه أن نسبة العزاب جاءت في المرتبة الأولى بـ 88,77% ونسبة المتزوجين جاءت في المرتبة الثانية بـ 11,22% بحيث أنه من المعروف أن هذه الفئة تكون في مرحلة التعليم أو التكوين ومرحلة بناء واستعداد الدخول في العالم المهني، وبالتالي حالة عدم استقرار للدخول لمرحلة الزواج.

ومن نستنتج أن العزاب هم أكثر نسبة لشباب أفراد العينة.

الجدول (05): يبين مدة استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي.

المدة	التكرار	النسبة %
أقل من سنتين	07	7,14
من 2 إلى 3 سنوات	13	13,26
من 3 إلى 5 سنوات	43	43,87
من 5 إلى 7 سنوات	07	7,14
أكثر من 7 سنوات	28	28,57
المجموع	98	100

قراءة الجدول (05): يتضح من خلال قراءة الجدول أعلاه أن مدة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف تبيان أفراد العينة هي من 3 إلى 5 سنوات بـ 43,87% تليها المدة أكثر من 7 سنوات بنسبة 28,57%. ويفسر هذا الاهتمام الكبير لمواقع التواصل الاجتماعي من طرف فئة الشباب وسهولة استخدامها وتعددت تطبيقاتها. وهذا ما توصلت إليه دراسة فريدة صغيرة عباس حول سياق التفاعل لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي حيث أن معظم أفراد العينة الشباب يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) من 3 - 5 سنوات مما يجعل الشباب يقبلون على التسجيل في الموقع بنسبة 55% بالنظر إلى الشهرة التي اكتسبها الموقع في السنوات الأخيرة.

ومنه يظهر أن المدة التي يستخدمون فيها شباب عينة الدراسة هي من 3 إلى 5 سنوات كأكثر مدة.

الجدول (06): يبين أهم مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة من طرف الشباب.

الموقع	التكرار	النسبة %
الفييس بوك	80	81,63
تويتر	08	8,16
يوتيوب	50	51,02
أنستغرام	42	42,85
الواتس اب	13	13,26

- مجموع أفراد العينة يساوي 98

قراءة الجدول (06): تشير بيانات الجدول السابق تصدر موقع الفييس بوك ب 81,63 % كأكثر استخدامات من طرف الشباب، يليه موقع يوتيوب ب 57,02 % ثم الانستغرام بنسبة متقاربة قدرت ب 42,85 وأخيرا موقع الواتس اب ب 13,26% والتويتر 8,16% .

وتشير هذه النتيجة إلى أن المبحوثين يفضلون موقع الفييس بوك لأنه لا يقتصر على نوع واحد من المحتوى بل إنه يجمع ما بين الصور ومقاطع ا

لفيديو والكتابات والتعليقات وبذلك يوفر فرصا مختلفة للمبحوثين للمشاركة.

ومنه نستنتج أن الفييس بوك حصل على درجة عالية من درجة الاستخدام بالنسبة لشباب أفراد العينة.

الجدول رقم (07): يمثل عدد الساعات التي يقضيها أفراد العينة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

عدد الساعات	التكرار	النسبة %
أقل من ساعة	06	6,12
من ساعة إلى ساعتين	16	16,32
من 2 إلى 3 سا	22	22,44
أكثر من 3 ساعات	54	55,10
المجموع	98	100

قراءة الجدول رقم (07): يوضح الجدول أعلاه أن مدة تصفح أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي أكثر من 3 ساعات جاءت في المرتبة الأولى قدرت ب 55,10 % ويمكن إرجاع هذا إلى التواصل مع

أصدقاء الدراسة لأغراض تعليمية ومتابعة كل ماهو جديد في مختلف المجالات بالإضافة إلى أنه همزة وصل بين كل فئات المجتمع، في حين أن نسبة 22,44% كانت للأفراد الذين يقضون من ساعتين إلى 3 ساعات وهو متوسط الوقت في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي، ويمكن إرجاع هذا إلى أنهم يطلعون على الأمور التي تهمهم فقط، 16,32% للأفراد الذين يقضون من ساعة إلى ساعتين وأصغر نسبة هي 6,12% أقل من سنة.

ومنه يظهر أن أغلب شباب العينة يقضون أكثر 3 ساعات لتصفح مختلف المواضيع المتوفرة على هذه المواقع مما يجعل الشباب يطلعون على المواضيع دون الإنتباه للوقت.

الجدول (08): يمثل الفترات لتصفح أفراد العينة مواقع التواصل الاجتماعي.

الفترة	التكرار	النسبة %
صباحا	02	2,04
مساء	06	6,12
ليلا	37	37,75
حسب الوقت المتاح	53	54,08
المجموع	98	100

قراءة الجدول (08): تشير نتائج الجدول أن الفترات المفضلة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي كانت حسب الوقت المتاح في المرتبة الأولى بـ 54,08% ويفسر هذا أن هذه المواقع تتيح فرصة اختيار الوقت المناسب لاستخدامها عكس وسائل الإعلام الأخرى ونظرًا لأن الشباب مرتبط بالتزامات مهنية مما يجعله يستطيع تصفح هذه المواقع خلال وقت محدد بل حسب الظروف والوقت المتاح، بينما جاءت الفترة الليلية والصباحية بنسب ضئيلة قدرت بـ 6,12% و 2,04%.

ومنه يظهر أن الشباب عينة الدراسة يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي حسب الظروف الخاصة.

الجدول رقم (09): يبين هل تساعد مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على المشكلات التي يعاني منها المجتمع.

النسبة	التكرار	الإجابة
19,38	19	بدرجة قليلة
40,81	40	بدرجة متوسطة
39,79	39	بدرجة كبيرة
100	98	المجموع

قراءة الجدول (09): يتضح من خلال الجدول أعلاه أن مواقع التواصل الاجتماعي تساعد في التعرف على المشكلات التي يعاني منها المجتمع بدرجة متوسطة بنسبة تقدر بـ 40,81%، وتليها بدرجة كبيرة بنسبة 39,79%، وبدرجة قليلة بنسبة 19,83%.

ويفسر هذا أنّ هناك تقارب في النسب بين درجة كبيرة وبدرجة متوسطة وهذا يدل على أن مواقع التواصل الاجتماعي تساعد في التعرف على المشكلات التي يعاني منها المجتمع.

ومنه نستنتج أن درجة مساعدة مواقع التواصل الاجتماعي للمبحوثين في التعرف على المشكلات التي يعاني منها المجتمع بدرجة متوسطة، وأن شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة اعلامية جديدة، أصبح اعتماد عليها كوسيلة للتعرف على بعض مشكلات المجتمع.

الجدول رقم (10): يبين هل يتابع شباب العينة كل ما ينشر عن العمل التطوعي عبر حسابهم في مواقع التواصل الاجتماعي.

النسبة %	التكرار	الإجابة
44,89	44	دائمًا
55,10	54	أحيانًا
100	98	المجموع

قراءة الجدول (10): يتضح من خلال الجدول أعلاه أن أكبر نسبة هي 55,10% للإجابة نادراً، و44,89% بدائماً. ويفسر هذا أن النسب متقاربة وأن أفراد العينة من شباب ولاية البويرة يتابعون كل ما ينشر عن العمل المتطوعين عبر مواقع التواصل الاجتماعي وهذا راجع إلى أنّ المبحوثين يرون أن هذه المواقع تساعد في التعرف على المشكلات بدرجة متوسطة.

ومنه نستنتج أن أفراد العينة يتابعون كل ما ينشر عن العمل التطوعي عبر حسابهم في مواقع التواصل الاجتماعي أحياناً.

الجدول رقم (11): يبين إذا كان أفراد العينة توجه لهم دعوات من بعض صفحات مواقع التواصل الاجتماعي للمشاركة في العمل التطوعي.

النسبة %	التكرار	البدائل
19,38	19	دائماً
61,22	60	أحياناً
19,38	19	أبداً
100	98	المجموع

قراءة الجدول (11): نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أكبر من نصف أفراد العينة توجه لهم دعوات من بعض صفحات مواقع التواصل الاجتماعي للمشاركة في العمل التطوعي أحياناً بنسبة 61,22%، أما باقي النسبة وزعت بشكل متساوي للإجابة دائماً وأبداً قدرت بـ 19,38%.

ومن نستنتج أن أغلب أفراد العينة توجه لهم دعوات من بعض صفحات التواصل الاجتماعي للمشاركة في العمل التطوعي أحياناً.

الجدول رقم (12): يبين إنضمام أفراد العينة إلى الصفحات التي تعني بالعمل التطوعي.

الإجابة	التكرار	النسبة %
نعم	60	75,94
لا	19	24,05
المجموع	79	%100

قراءة الجدول (12): يبين الجدول أن نسبة عالية من شباب العينة يوافقون على الانضمام إلى الصفحات التي تعني بالعمل التطوعي بنسبة 75,94% مقابل 24,05 بمن أجابوا ب لا، وهذا راجع إلى أن ما تقوم به فتعتبره هذه الصفحات مبادرة إنسانية وهي تحمل قيم إيجابية وفعالة لصالح المجتمع تقوم على أساس تقديم المساعدة للآخرين، وبالتالي هو يحظى باعجاب متتبعه وإقبالهم على تصور، كل ما يستثير هذه الصفحة.

ومنه نستنتج أن أفراد العينة ينضمون إلى الصفحات التي تعني بالعمل التطوعي وهم على إطلاع كل ما يخص العمل الإنساني الخيري يشاركون سواء ماديا أو معنويا.

الجدول رقم (13): يبين دوافع مشاركة أفراد العينة في العمل التطوعي.

الدوافع	التكرار	النسبة %
زرع المبادئ والقيم الإسلامية ونيل الأجر	71	72,44
الحب والانتماء الاجتماعي	29	29,59
تحقيق المكانة الاجتماعية	05	5,10
استثمار وقت الفراغ	30	30,61
الاتصال بالآخرين	18	18,36
إكتساب خبرات ميدانية	31	31,63
تحقيق الأمن والاستقرار الاجتماعي	14	14,28
الاحترام وتحقيق الذات	17	17,34
زرع حب العمل التطوعي في مراحل عمرية مبكرة	35	35,71

18,36	18	النماء والتطور الشخصي
25,51	25	المسؤولية الاجتماعية
38,77	38	توفير الحاجات المادية للآخرين

*مجموع افراد العينة = 98

قراءة الجدول (13): يتضح من خلال الجدول أن دوافع العمل التطوعي بالنسبة للشباب بحسب رؤيتهم فنلاحظ أن دافع زرع المبادئ والقيم الإسلامية ونيل الأجر كان أكبر نسبة قدرت بـ 72,44 % وهذا راجع إلى أن تعاليم الدين الإسلامي ترتبط المشاركة التطوعية بقيم التكافل والتضامن والتعاون على فعل الخير وهذا لتحصيل الأجر والثواب، تليها توفير الحاجات المادية للآخرين وزرع حب العمل التطوعي في مراحل عمرية مبكرة، وإكتساب خبرات ميدانية، إستثمار وقت الفراغ، الحب والانتماء الاجتماعي، بنسب متقاربة على التوالي 38,77% و 35,71% و 31,63% و 30,61% و 29,59% ثم تأتي باقي الدوافع بنسب متقاربة نسبيا المسؤولية الاجتماعية والاتصال بالآخرين، النماء والتطور الشخصي، الاحترام وتحقيق الذات، تحقيق الأمن والاستقرار الاجتماعي على التوالي 25,51 % و 18,36 % و 17,34% و 14,28% ثم تأتي أدنى نسبة 5,10% لدافع تحقيق المكانة الاجتماعية. ومنه نستنتج أن أغلب أفراد العينة ترتبط مشاركتهم في العمل التطوعي بقيم البر والاحسان ومساعدة الآخرين لتلبية حاجياتهم لنيل الأجر والثواب في الدنيا والآخرة.

الجدول رقم (14): يبين مساهمة العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي في حل بعض مشكلات المجتمع من طرف فئة الشباب.

المساهمة	التكرار	النسبة %
دائما	30	30,61
أحيانا	62	63,26
نادراً	06	6,12
المجموع	98	100

قراءة الجدول (14): يظهر من خلال الجدول أن العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي يساهم في حل بعض مشكلات المجتمع من طرف فئة الشباب أحيانا بنسبة قدرت 63,26 % خاصة في الحالات المستعصية والتي تتطلب تدخل فوري من طرف المتطوعين والتواصل فيما بينهم ومتابعة المشاكل التي يعاني منها المجتمع، حيث نسبة الإجابة دائما 30,61% أدنى نسبة للإجابة نادرا 6,12% وهي نسبة ضئيلة مقارنة بالنسب الأخرى.

ومن نستنتج أن العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي يساهم في حل بعض المشكلات التي يعاني منها المجتمع أحيانا بالنسبة لأفراد العينة.

الجدول رقم (15): يبين الفوائد التي يجلبها شباب أفراد العينة جزاء مشاركتهم في العمل التطوعي.

الفوائد	التكرار	النسبة %
اكتساب مهارة جديدة	39	39,79
المساعدة في خدمة المجتمع	6	70,40
تحقيق الذات في إطار البيئة الافتراضية.	04	4,08
تحقيق التوازن والاستقرار النفسي	13	13,26
الثقة بالنفس	36	36,73
تحقيق الترابط والتعاون الاجتماعية	45	45,91

32,65	32	زيادة الخبرة في العمل التطوعي
38,77	38	تعزيز انتماء ومشاركة الشباب في تنمية المجتمع

*مجموع افراد العينة = 98

قراءة الجدول (15): يجيبها أفراد العينة جراء مشاركتهم في العمل التطوعي، حيث أن المساعدة في خدمة المجتمع كأول فائدة يجيبها الشباب بنسبة قدرت ب 70,40% تليها تحقيق الترابط والتعاون الإجتماعي 45,91% ثم اكتساب مهارات جديدة، وتعزيز إنتماء ومشاركة الشباب في تنمية المجتمع والثقة بالنفس وزيادة الخبرة في العمل التطوعي بنسب متقاربة (39,79%، 38,77%، 36,73%، 32,65%). وهذا يفسر أن النسب متقاربة ويدل على أن شباب أفراد العينة يشاركون في العمل التطوعي ويمكن للفرد من تقديم خدمات عديدة لمجتمعه وبناء علاقات واسعة ومتنوعة.

ومنه نستنتج أن الفوائد التي يجيبها أفراد العينة جراء مشاركتهم في العمل التطوعي هي تنمية المجتمع وذلك من خلال تقديم المساعدة في خدمة المجتمع وتحقيق الترابط والتعاون الإجتماعي.

الجدول رقم (16): يبين الميزة التي يحققها العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

النسبة %	التكرار	الميزة
60,20	59	التفاعلية في مواقع التواصل الاجتماعي
59,18	58	سهولة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العمل التطوعي
26,53	26	يتميز العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي لمواكبة التقدم التكنولوجي.
47,25	47	السرعة والسرعة في الاستجابة للحالات المستعصية

*مجموع افراد العينة = 98

قراءة الجدول (16): يتضح من خلال الجدول أعلاه ان الميزة التي يحققها العمل التطوعي عبر التواصل الاجتماعي لأفراد العينة هي التفاعلية في العمل التطوعي بنسبة 60,20% تليها سهولة استخدام العمل التطوعي في العمل التطوعي بنسبة 59,18%، ويعبر هذا أن التفاعلية أن حتى فرصة للمشاركة وتنمية

العلاقات الإجتماعية فرصة لتقديم تبيان أفراد العينة أنفسهم وإمكانيتهم التطوعية على العمل التطوعي، ثم تأتي الفورية أو السرعة في الإستجابة للحالات المصتعصية بنسبة 47,95% ثم الميزة الأخيرة مواكبة العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الإجتماعي للتقدم التكنولوجي بنسبة 26,53%.

نستنتج في الأخير أن التفاعلية وسهولة استخدام مواقع التواصل الإجتماعي والسرعة في الإستجابة للحالات المستعصية هي من أهم المزايا التي يحققها العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

الجدول رقم (17):مجالات مشاركات الشباب في العمل التطوعي

النسبة%	التكرار	المجالات
58,16	57	رعاية الطفولة
28,57	28	رعاية المرأة
43,87	43	رعاية المسنين
38,77	38	مساعدة المتشردين
12,24	12	مكافحة التدخين
58,16	57	رعاية الأيتام
12,24	12	مكافحة التلوث
13,26	13	تقديم الارشاد النفسي والصحي
2,04	02	العناية بالغابات ومكافحة التصحر
91,22	11	المشاركة في أوقات الكوارث الطبيعية
33,67	33	خدمة المرض والترفيه عنهم
37,75	37	تقديم العون لذوي الاحتياجات الخاصة
15,30	15	المشاركة في أعمال الإغاثة.
58,16	57	مساعدة الأسر الفقيرة

*مجموع افراد العينة = 98

قراءة الجدول (17): توضح بيانات الجدول السابق تصدر رعاية الطفولة ومساعدة الأسر الفقير ورعاية الأيتام بنسبة 58,16% ، ثم رعاية المسنين بنسبة 43,87% ، فحين أن العناية بالغابات ومكافحة التصحر سجلت كالاتي بنسبة 2,04% ، وباقي المجالات كانت نسب متقاربة .

ومنه نستنتج أن غالبية تبيان ولاية البويرة كانوا أكثر اهتماما برعاية الطفولة ومساعدة الأسر الفقير ورعاية الأيتام ويقل الإهتمام مكافحة التدخين والتاوت والعناية بالغابات ومكافحة التصحر والمشاركة في أوقات الكوارث الطبيعية وهذا في إطار حديقة المجتمع ورفع المعانات عن المحتاجين والمصابين والفقراء وهذا ما يؤكد إرتفاع درجة الوعي لدى تبيان ولاية البويرة .

الجدول رقم (18): يبين الإجراء المتخذ عند إستلام أو تصفح شباب أفراد العينة للمنشورات عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي تدعوهم للمشاركة في العمل التطوعي.

النسبة %	التكرار	الإجراء
43,87	43	المشاركة بفعالية
47,95	47	المشاركة بالضغط على زر الإعجاب
25,51	25	مشاركة الفيديو
6,12	06	أطلع على المحتوى فحسب
22,44	22	محاولة الاتصال بالآخرين
36,73	36	التعليق على المنشورات

*مجموع افراد العينة = 98

قراءة الجدول (18): يتضح من خلال الجدول أعلاه أن الإجراء الذي يتخذه الشباب عينة الدراسة عند استلامهم أو تصفح للمنشورات عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي تدعوك للمشاركة في الأعمال التطوعية أن أكبر نسبة هي المشاركة بالضغط على الزر الإعجاب بنسبة قدرت ب 47,95% تليها المشاركة بفعالية بنسبة 43,87% ، ثم التعليق على المنشورات بنسبة 36,73% ، ومشاركة الفيديو ب 25,51% ، ومحاولة الاتصال بالآخرين بنسبة 22,44% وأدنى نسبة هي 6,12% ، أطلع على المحتوى فحسب ونلاحظ أن هذه النتائج تدل على اهتمام الشباب بالتعرض لمواقع التواصل الاجتماعي

والخاصة بالأعمال التطوعية والتي غالبا ما تكون المشاركة بالضغط على الزر الإعجاب وبفاعلية والتعليق على المنشورات ، ومنه نستنتج أن أفراد العينة يستعملون هذه المواقع للتعبير عن آرائهم وانطباعاتهم عن العمل التطوعي وأن شباب ولاية البويرة يتفاعلون مع المنشورات المتعلقة بالأعمال التطوعية .

الجدول رقم (19): يبين كيف يمارس شباب أفراد العينة العمل التطوعي الذي تم بفعل تصفحهم للمنشورات عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

النسبة%	التكرار	ممارسة العمل التطوعي
32,65	32	بشكلي فردي
31,63	31	بشكل جماعي
35,71	35"	بشكل فردي وجماعي
100	98	المجموع

قراءة الجدول (19): يبين من خلال الجدول أعلاه أن النسب جاءت متقاربة حيث نجد أفراد العينة يمارسون العمل التطوعي بشكل فردي وجماعي بنسبة 35,71% بشكل فردي 32, 65 % ، وبشكل جماعي ب31,63%

ويفسر هذا التقارب في النسب أن شباب أفراد العينة يمارسون العمل التطوعي بشكل فردي وجماعي في آن واحد.

ومنه نستنتج أن ممارسة الشباب التطوعي الذي تم بفعل تصفحهم للمنشورات المتعلقة بالعمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي ثم بجميع الأشكال ولا توجد فروقات كثيرة .

الجدول رقم (20): يبين كيفية المشاركة في العمل التطوعي من طرف أفراد العينة.

النسبة%	التكرار	المشاركة
48,97	48	التبرع بمبلغ مالي

45,73	45	جهد عضلي
36,73	36	التبرع بجزء من الوقت
27,55	27	التطوع بتقديم معلومات
53,06	52	المشاركة المعنوية

* مجموع افراد العينة = 98

قراءة الجدول (20): يتضح من خلال الجدول أعلاه أن نسبة شباب أفراد العينة يشاركون في العمل التطوعي معنويا كأكثر نسبة 53,06% ، وهذا يفسر لعدم قدرة الشباب على التبرع بالمال أو الجهد أو نظرا لعدم وجود الوقت الكافي ثم تأتي النسب متقاربة لكل من التبرع بمبلغ مالي والجهد العضلي على التوالي 48,97%، و 45,73% ، وهذا حسب قدرة كل شخص من أفراد العينة ثم تأتي التبرع بجزء من الوقت بنسبة 36,73% ، والتطوع بتقديم المعلومات 27,55%.

ومنه نستنتج أن مشاركة الشباب أفراد العينة في العمل التطوعي تكون متقاربة معنوية.

الجدول رقم (21): يبين الأساليب والوسائل اللازمة التي تفعل مشاركة شباب أفراد العينة في العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعية.

النسب	التكرار	الأساليب والوسائل اللازمة التي تفعل مشاركة الشباب في العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي
50	49	انشاء صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي تعني بالعمل التطوعي
45,91	45	إبراز نشاطات المتطوعين عبر مواقع التواصل الاجتماعي
56,12	55	الدعاية والإشهار للمبادرات التطوعية
12,44	12	إنشاء قوائم البريد الإلكتروني لتسهيل الإتصال مع المستفيدين
08,16	08	تفعيل المنتديات الإلكترونية التي تعني بمجال التطوع
32,65	32	فتح مجموعة نقاش للإتصال مع المتعاونين (المتطوعين)
17,43	17	تفعيل دور الإعلام الجديد في تثقيف أفراد المجتمع لماهية التطوع تفعيل دور

23,46	23	تدريب وتأهيل الشباب الراغبين في العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي
22,44	22	توظيف منصات التواصل الاجتماعي في تشجيع العمل التطوعي
20,40	20	إصدار نشرات دورية إلكترونية تبرز نشاطات المتطوعين
9,18	09	تضمين برامج التطوع مفاهيم التطوع وأهمية المواقع في نشر ثقافة التطوع
21,42	21	تكثيف المحاضرات والندوات الخاصة بأهمية العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي

* مجموع افراد العينة = 98

قراءة الجدول رقم 21: تظهر بيانات الجدول أعلاه تعدد الأساليب والوسائل اللازمة لتفعيل المشاركة في العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ونجد أن أكثر من نصف المفردات العينة أجابوا على الدعاية و الإشهار للمبادرات التطوعية نسبة قدرت 56,12 % ، وتليها إنشاء صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي التي تعني بالعمل التطوعي بنسبة 50 %، ثم إبراز نشاطات المتطوعين عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 45,91 %، كما نجد فتح مجموعة نقاش للاتصالات مع المتعاونين (المتطوعين)، وتدريب وتأهيل الشباب الراغبين في العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تشجيع العمل التطوعي، وتكثيف المحاضرات و الندوات الخاصة بأهمية العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وإصدار نشرات دورية إلكترونية تبرز نشاطات المتطوعين تفعيل دور الإعلام الجديد في تثقيف أفراد المجتمع لماهية التطوع (32,65 %، 23,46 %، 22,44 %، 21,42 %، 20,40 %، 17,34 %) في حين نجد أدنى نسب في تضمين برامج التطوع مفاهيم، تضمين برامج التطوع و أهمية المواقع في نشر ثقافة التطوع و تفعيل المنويات الإلكترونية التي تعني بمجال التطوع بنسب (9,18 %، 8,16 %) وهذا يفسر أن النسب متقاربة إلى حد ما ، حيث معظم شباب أفراد العينة أجابوا على الدعاية والإشهار للمبادرات التطوعية و إنشاء صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي تعني بالعمل التطوعي وهذا لأن شبكات التواصل الاجتماعي لها تأثير إيجابي . ومنه نستنتج أن شبكات التواصل الاجتماعي تحفز الشباب على المشاركة في الأعمال التطوعية ونشر ثقافة التطوع وتدعم قدرات الشباب والتواصل مع الآخرين، وتقوم بأدوار بسرعة وبأقل تكلفة وبكفاءة أفضل من الوسائل التقليدية الأخرى.

الجدول رقم (22): يبين توزيع أفراد العينة حسب العوائق التي تحد من مشاركتهم في العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

العوائق	التكرار	النسبة
ضعف التفاعل مع شبكات التواصل الاجتماعي التي تهتم بالعمل التطوعي	38	38,77
قلة الوعي بكيفية استخدام موقع شبكات التواصل الاجتماعي بالعمل التطوعي	33	33,67
تعارض وقت العمل التطوعي مع وقت الفراغ	44	44,89
خوف المتطوعين الشباب من الفشل	33	33,67
ضعف الحوافز المعنوية والشخصية للمشاركة بالعمل التطوعي	26	26,53
عدم الإعلان في بعض الأحيان عن برامج العمل التطوعي عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي	11	11,22
وجود سمعة سيئة عن القائمة على العمل التطوعي عدم معرفة الشباب بجمعيات ومنظمات العمل التطوعي	15	15,30
ضعف الوعي بأهمية التكنولوجيا الحديثة في العمل التطوع	27	27,55
شعور المتطوعين بعدم الحاجة إليهم	17	17,34

* مجموع افراد العينة = 98

قراءة الجدول 22: يتضح لنا من خلال الجدول أن من بين أهم العوائق التي تحد أو تعيق مشاركة الشباب في العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي تعارض وقت العمل التطوعي مع وقت الفراغ بنسبة 44,89%، وهذا راجع إلى عدم توفر الوقت مما يؤدي إلى تعارض وقت العمل الأصلي والعمل التطوعي، بالإضافة للالتزامات والمسؤوليات ثم تأتي في الرتبة الثانية ضعف التفاعل مع شبكات التواصل

الاجتماعي التي تهتم بالعمل التطوعي ب 38,77%، وهذا راجع إلى كثرة المواضيع التي تنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي وضعف التفاعل قد يؤدي إلى عدم إلى عدم المشاركة في الأعمال التطوعية، ثم تأتي الفئة متساوية لقلّة الوعي بكيفية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العمل التطوعي وخوف المتطوعين الشباب من الفشل بنسبة قدرت ب 33,77%، ثم تأتي عدم الإعلان في بعض الأحيان عن برامج العمل التطوعي عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي كأدنى قدرت ب 11,22%، أما العوائق الأخرى فكانت بنسب متقاربة .

ومنه نستنتج أن العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي يواجه عدة عوائق منها ما يتعلق بالشباب كتعارض وقت العمل التطوعي مع وقت الفراغ وقلّة التفاعل مع صفحات مواقع التواصل الاجتماعي التي تهتم بالعمل التطوعي ، وهو الأمر الذي يساهم في تأخير الأعمال التطوعية وما يقرره من انعكاسات سلبية على العطاء ومستوى العمل والإنجاز.

الجدول رقم 23: يبين مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل العمل التطوعي لدى الشباب ولاية البويرة.

المساهمة	التكرار	% النسبة
ساهمت الشبكات في تعريفات بالعمل التطوعي	53	54,08
التعرف على تجارب العمل التطوعي في ولايات متعددة	35	35,71
زادت من حجم اهتمامات بالأعمال التطوعية	39	39,79
ساهمت في ازدياد حالات التطوع عبر مواقع التواصل الاجتماعي	45	45,91
المساهمة العاجلة أثناء الأزمات والكوارث ورعاية المرضى	40	40,81

* مجموع افراد العينة = 98

قراء الجدول 23: يتضح من خلال الجدول أعلاه مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل العمل التطوعي لدى شباب ولاية البويرة حيث نلاحظ أن النسب متقاربة نسجل أكبر نسبة إنها ساهمت الشبكات في تعريفك بالعمل التطوعي ب 54,08%، ثم ازدياد حالات التطوع عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 45,91%، ويفسر هذا بان هذه المواقع تساهم في نشر ثقافة العمل التطوعي وتوعية

المجتمع وتقديم معلومات شاملة عنه ثم تأتي المساعدة العاجلة أثناء الأزمات و الكوارث رعاية المرضى ب 40,81%، و هذا يعود إلى الفورية التي تتميز بها هذه الشبكات , و جاءت المساهمة في ازدياد الاهتمام بالأعمال التطوعية بنسبة 39,79%، ويفسر هذا إلى انجذاب شباب أفراد العينة لهذه الصفحات و كأدنى نسبة هي التعرف على تجارب العمل التطوعي في ولايات متعددة 35,71%، وخذنا ما يسمح بالاستفادة من التجارب الناجحة في المجال التطوعي وكذلك توسيع نطاق النشاطات الإعلامية التطوعية. ومنه نستنتج ان مواقع التواصل الاجتماعي لده دور في تفعيل العمل التطوعي لدى شباب ولاية البويرة من خلال تعريفه بالعمل التطوعي وفي زيادة حالات التطوع و المتطوعين و هذا هو الهدف الرئيسي من اجل الاستمرارية

الجدول رقم (24): يبين درجة مساعدة مواقع التواصل الاجتماعي تبين أفراد العينة في التعرف على المشكلات التي يعاني منها المجتمع حسب متغير الجنس.

المجموع		بدرجة كبيرة		بدرجة متوسطة		بدرجة قليلة		درجة المساعدة المتغيرات	
		%	ك	%	ك	%	ك		
100	42	50	21	30.95	13	19.04	08	ذكور	الجنس
100	56	32.14	18	48.21	27	19.64	11	إناث	

قراءة الجدول رقم (24): يتضح من خلال الجدول أعلاه أن تبين أفراد العينة الذكور أجابو ا أن مواقع التواصل الاجتماعي يساعد في التعرف على المشكلات التي يعاني منها المجتمع بدرجة كبيرة 50% أكثر من الإثبات 32.14%، وهذا راجع إلى أن الذكور أكثر تعرضا لكل ما يعرض عبر هذه المواقع من القضايا التي تهم المجتمع وخاصة الاجتماعية منها. فحين نجد أن الإناث تساعد بدرجة متوسطة بنسبة 48.21%، أكبر من الذكور 30.95% ثم تليها النسبة متقاربة للإجابة بدرجة قليلة للذكور و الإناث على التوالي 19.04% و 19.64%.

ومنه نستنتج أن مواقع التواصل الاجتماعي تساعد الذكور بدرجة كبيرة في التعرف على المشكلات التي يعاني منها المجتمع أما الإناث فتساعد بدرجة متوسطة

الجدول رقم (25): متابعة المبحوثين كل ما ينشر عن العمل التطوعي عر حسابهم في مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس .

المجموع		أحيانا		دائما		المتابعة	
ك	%	ك	%	ك	%	المتغيرات	
42	100	14	33.33	28	66.66	ذكور	الجنس
56	100	40	71.42	16	28.57	إناث	

قراءة الجدول 25: يبين من خلال الجدول أن نسبة الإناث الذين يتابعون كل ما ينشر عن العمل التطوعي عبر حسابهم في التواصل الإجتماعي هي: 71.42/ أحيانا أكبر نسبة الذكور 33.33/ فحين أن نسبة الذكور الذين يتابعون دائما قدرت النسبة 66.66/ أكبر من نسبة الإناث 28.57/ ويعود هذا إلى درجة الإهتمام لكل من الذكور والإناث بالعمل التطوعي عبر مواقع التواصل الإجتماعي .

ومنه نستنتج أن الإناث يتابعون كل ما ينشر عن العمل التطوعي أحيانا فحين نجد الذكور يتابعون كل ما ينشر دائما

لجدول رقم (26): يبين دوافع مشاركة شباب أفراد العينة في العمل التطوعي حسب متغير الجنس والمستوى التعليمي

المجموع	توفير الحاجة المادية للآخرين		المسؤولية الاجتماعية		النماء بالتطور الشخصي		زرع حب العمل النظري في مراحل مبكرة		الإحترام وتحقيق الذات		تحقيق الأمن والاستقرار الاجتماعي		إكساب خبرات ميدانية		الاتصال بالآخرين		استثمار وقت الفراغ		تحقيق المكانة الاجتماعية		الحب والانتماء الاجتماعي		زرع المبادرة والقيم الإسلامية ونيل الأجر		الدوافع المتغيرات		
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك			
42	59.52	25	33.33	14	28.57	12	45.23	19	23.80	10	23.80	10	38.09	16	23.80	10	33.33	14	9.52	04	35.71	15	85.71	36	ذكر	الجنس	
56	23.21	13	19.64	11	10.71	06	28.57	16	12.5	07	7.14	04	26.78	15	14.22	08	28.57	16	1.78	01	25	14	62.5	35	أنثى		
98	38.77	38	25.5	25	18.36	18	35.7	35	17.34	17	14.28	14	31.62	31	18.36	18	30.6	30	5.1	05	29.58	29	72.44	71	المجموع		
71	35.21	25	23.9	17	21.12	15	30.5	22	19.71	14	14.08	10	32.39	23	19.71	14	32.39	23	5.63	04	30.98	22	69.01	49	24-18	السن	
16	43.75	07	25	04	12.5	2	43.75	07	18.75	3	18.75	03	18.75	03	12.5	02	18.75	03	0	0	25	04	87.5	14	30-25		
11	54.54	6	36.36	04	9.09	1	54.54	06	0	0	9.09	01	45.45	05	18.18	02	36.36	04	9.09	1	27.27	03	7.27	08	35-31		
98	38.77	38	25.51	25	18.36	18	35.71	35	17.34	17	14.28	14	31.63	31	18.36	18	30.60	30	5.10	05	29.59	29	72.44	71	المجموع		
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	إبتدائي	المستوى التعليمي
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	متوسط	
11	18.18	2	36.36	04	9.09	1	18.18	02	9.09	01	9.09	01	27.27	03	9.09	01	45.45	5	0	0	9.09	01	27.27	03	ثانوي		
87	41.37	36	24.13	21	19.54	17	37.93	33	18.39	16	14.94	13	32.18	28	19.54	17	28.73	25	5.74	5	32.18	28	78.16	68	جامعي		
98	38.77	38	25.5	25	18.36	18	37.71	35	17.34	17	14.28	14	31.63	31	18.36	18	30.61	30	5.10	5	29.59	29	72.44	71	المجموع		

قراءة الجدول (26): أولاً: حسب متغير الجنس: نلاحظ من خلال الجدول الأعلى تعدد دوافع

مشاركة الشباب في العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي حيث ان توفير الحاجات المادية 41,37 % للجامعيين و 18,18 % للثانويين ويفسر هذا أن الجامعيين أكثر نشاطاً بالمستوى الثانوي.

ومنه نستنتج فئة الشباب ذو المستوى الجامعي يشاركون في العمل التطوعي بدافع زرع المبادئ والقيم الإسلامية ونيل الأجر.

ومنه فإن العمل التطوعي يعطي دافعا قويا وشعورا بالالتزام من طرف الشباب للدخول في مجالات عديدة يحتاج إليها المجتمع مما يؤدي إلى الإنطلاق إلى أفاق جديدة .

وفي الخير نستنتج من بيانات الجدول أن أغلب أفراد العينة من الذكور والإناث، يمثل دافع زرع المبادئ والقيم الإسلامية ونيل الأجر كأهم دافع يسعى من خلال المشاركة في العمل التطوعي، كما يتضح أن الفئات العمرية الثلاثة يسعون إلى إشباع الحاجات الروحية والدينية لديهم من خلال نفس الدافع وكذلك بالنسبة للمستوى التعليمي فالجامعيين هم أكثر مشاركة بدافع ديني وأخلاقي.

الجدول رقم (27): يبين مساهمة العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي في حل المشكلات المجتمعية من طرف فئة الشباب حسب متغير الجنس (السن).

البدائل المتغيرات		دائماً		أحياناً		نادراً		المجموع	
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
الجنس	ذكور	18	42.85	22	52.38	2	4.76	42	100
	إناث	12	21.42	40	71.42	4	7.14	56	100
المستوى التعليمي	إبتدائي	00	00	00	00	00	00	00	00
	متوسط	00	00	00	00	00	00	00	00
	ثانوي	03	27.27	07	63.63	1	9.09	11	100
	جامعي	33	37.93	50	57.47	4	4.59	87	100

قراءة الجدول 27: أولاً حسب متغير الجنس: يتضح لنا أن أغلب أفراد الفئة من الذكور والإناث أجابوا

بأن العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي يساهم في حل بعض مشكلات المجتمع من طرف فئة

الشباب أحيانا فبالنسبة للإناث قدرت ب 71.42% مقارنة بالذكور 52.38%، فحين أن نسبة الذكور أجابوا دائما كانت 42.85%، أكثر من الإناث 21.42%، أما الإجابة على نادرا فكانت متقاربة نسبيا للذكور والإناث على الذكور على التوالي 4.76% و 7.14%، ويفسر هذا إلى أن الإناث لا يتبعون سيرورة هذه النشاطات بصفة دائمة. إذا كانت في الأخير تحل بعض المشاكل أم لا ، أما الذكور نتيجة لتبعهم لهذه النشاطات الخيرية حتى تحقيق الهدف المنشود ومنه نستنتج أن العمل التطوعي عبر المواقع التواصل الإجتماعي يساهم في حل بعض مشكلات المجتمع أحيانا بالنسبة للإناث ودائما بالنسبة للذكور.

ثانيا حسب متغير المستوى التعليمي: نلاحظ ان العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في حل بعض المشكلات التي يعاني منها المجتمع احيانا بالنسبة للثانويين والجامعيين بنسب على التوالي 63،63% و 57،47%، ثم دائما بالنسبة للجامعيين 37،93% أكبر من الثانويين ب 27،27% ونادرا بنسب قليلة 9،09 للثانويين و 4،59% للجامعيين

دافع زرع المبادئ والقيم الإسلامية ونيل الأجر بنسبة 85,71 % للذكور، و 62,5% للإناث، ويفسر هذا أن كل من الإناث والذكور يشاركون في العمل التطوعي من الجانب الديني والروحي. كما نجد توفير الحاجات المادية للآخرين بنسبة 59,52 %، للذكور أكبر من نسبة الإناث 23,21 % ويعود هذا إلى أن هذا المجال يتطلب جهد ونشاط أكبر، أما باقي الدوافع بنسب متقاربة لكلا الجنسين. ومنه نستنتج أن كل من الذكور والإناث يشاركون في العمل التطوعي بدافع زرع المبادئ وتوفير الحاجات المادية للآخرين كان لدى الذكور أكبر من الإناث.

ثانياً: حسب متغير السن: يتضح أن الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 25 – 30 سنة و 31-35 سنة و 18 – 24 سنة أن دافع زرع المبادئ والقيم الإسلامية ونيل الأجر أكبر دافع بنسب على التوالي: 87,5 % ، 72,72 % و 69,01 % ويفسر هذا إلى إهتمام وإستجابة بالنسبة للفئات العمرية الثلاثة، أما بالنسبة لدافع زرع حب العمل التطوعي في مراحل عمرية مبكرة وتوفير الحاجات المادية للآخرين بنسب متساوية، للفئة 25-30 و 31-35 على التوالي: 54,54 % و 43,75 % أما الفئة من 15 – 25 كانت بنسب متقاربة 30,98 % و 35,21 % ودافع إكتساب خبرات ميدانية 45,45 % للفئة من 31 – 35 ، و 32,39 % للفئة 18-24 و 18.75 % للفئة 25 – 30. وباقي الدوافع تأتي بنسب متقاربة لكل الفئات العمرية، كما نلاحظ إنعدام دافع الإحترام وتحقيق الذات للفئة من 31 – 35 سنة.

مقارنة للفئة 18 – 24 بنسبة 19,71 % و 18,75 % للفئة 25 – 30 وهي نسب متقاربة ومنه نستنتج أن: الفئة من 25-30 هي الأكثر مشاركة بدافع زرع المبادئ والقيم الإسلامية ونيل الأجر، ويعتبر أهم دافع محرك للمشاركة لدى الشباب.

ثالثاً: حسب متغير المستوى التعليمي: يشكل دافع زرع القيم والمبادئ والقيم الإسلامية أكبر نسبة للجامعيين 78,16 %، مقارنة بالمستوى الثانوي 27,27 % وتليها نسبة إستثمار وقت الفراغ 45,45 % للثانويين أكبر من الجامعيين بنسبة 28,73 % وهذا راجع إلى أن أصحاب المستوى الثانوي لديهم وقت فراغ أكبر مقارنة بالطلبة الجامعيين، ليس لديهم وقت فراغ بحكم الدراسة. يليها

الجدول رقم (28): يبين الفوائد التي يجنيها أفراد العينة جراء مشاركتهم في العمل التطوعي حسب متغير الجنس والسن والحالة الاجتماعية

مجموع أفراد العينة	تعزيز إنتماء مشاركة الشباب في تنمية المجتمع		زيادة الخبرة في العمل التطوعي		تحقيق الترابط والتعاون الاجتماعي		الثقة بالنفس		تحقيق التوازن والاستقرار النفسي		تحقيق الذات في إطار البيئة الافتراضية		المساعدة في خدمة المجتمع		إكتساب مهارات جديدة		الإجابة	المتغيرات
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
42	54.76	23	47.61	20	50	21	50	21	11.90	5	7.14	3	76.19	32	54.76	23	ذكور	الجنس
56	26.78	15	21.42	12	42.85	24	26.78	15	14.28	8	1.78	1	66.07	37	28.57	16	إيئات	
98	38.77	38	32.65	32	45.91	45	36.73	36	13.26	13	4.08	4	70.40	69	39.79	39	المجموع	
71	39.43	28	32.39	23	40.84	29	36.61	26	15.49	11	2.81	2	61.97	44	45.07	32	24-18	السن
16	37.5	6	18.75	3	37.5	6	50	8	6.25	1	12.5	2	87.5	14	25	4	30-25	
11	36.36	4	54.54	6	90.90	10	18.18	2	9.09	1	0	0	100	11	27.27	3	35-31	
98	38.77	38	32.65	32	45.71	45	36.73	36	13.26	13	4.08	4	70.40	69	39.79	39	المجموع	
11	45.45	5	18.18	2	100	11	36.36	4	9.09	1	9.09	1	81.81	9	9.09	1	متزوج	الحالة الاجتماعية
87	37.99	33	34.48	30	39.08	34	36.78	32	13.79	12	3.44	3	68.96	60	43.67	38	أعزب	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	أرمل	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	مطلق	
98	38.77	38	32.65	32	45.91.	45	36.73	36	13.26	13	4.08	4	70.40	69	39.79	39	المجموع	

قراءة الجدول 28: بالنسبة لمتغير الجنس : يظهر الجدول أن المساعدة في خدمة المجتمع هي الفائدة التي يجنيها أفراد العينة جراء مشاركتهم في العمل التطوعي لدى الذكور بنسبة 76,19% وتليها اكتساب مهارات جديدة وتعزيز انتماء ومشاركة الشباب في تنمية المجتمع بنسبة متساوية قدرت ب 45,76 والثقة بالنفس وتحقيق الترابط و التعاون الإجتماعي بنسبة 50 %، وزيادة الخبرة في العمل بنسبة 47,61 % وتحقيق التوازن و الإستقرار النفسي ب 11,90 %، وتحقيق الذات في إطار في إطار البيئة الافتراضية ب 7,17 %، أما بالنسبة للإناث فنجد أكبر نسبة هي 66,07 % المساعدة في خدمة المجتمع، وتليها تحقيق الترابط والتعاون الاجتماعي بنسبة 42,85 % ثم إكتساب مهارات جديدة 28,57 % والثقة بالنفس وتعزيز انتماء ومشاركة الشباب بنسبة 26,78 % وزيادة الخبرة في مجال العمل التطوعي بنسبة 21,42 %.

ويفسر هذا الجدول ان هناك تقارب في النسب، وهذا يعود أن كلتا الفئتين الذكور والإناث يساهمون في بناء المجتمع وتقدمه و نموه .

ومنه نستنتج أن الفائدة التي يجنيها شباب أفراد العينة جراء مشاركتهم في العمل التطوعي هي المساعدة في خدمة لدى كل من الجنسين.

ثانيا : بالنسبة لمتغير السن : فكانت أعلى نسبة للفئة العمرية (18-24) هي المساعدة في خدمة المجتمع بنسبة 61,97% وتليها اكتساب مهارات جديدة ب 45,07% ثم تحقيق الترابط والتعاون الاجتماعي بنسبة 40,84% ثم تعزيز انتماء ومشاركة الشباب في تنمية المجتمع بنسبة 39,43% ثم الثقة بالنفس ب 36,61% وزيادة الخبرة في العمل التطوعي ب 32,39% وتحقيق وتحقيق التوازن والإستقرار النفسي 15,49% وتحقيق الذات في إطار في إطار البيئة الافتراضية ب 2,81%.

أما بالنسبة للفئة العمرية (25-30) كذلك نجد أكبر نسبة هي المساعدة في الخدمة المجتمع ب 87,5% وتليها ثم تحقيق الترابط والتعاون الاجتماعي بنسبة 50% وتعزيز انتماء ومشاركة الشباب في تنمية المجتمع بنسبة متساوية 37,5% . أما بالنسبة بالنسبة للفئة العمرية (31-35) أيضا أعلى نسبة هي المساعدة في خدمة المجتمع ب 100% تليها تحقيق الترابط و التعاون الاجتماعي بنسبة 90,90% ثم زيادة الخبرة ب 54,54% ثم تعزيز انتماء مشاركة الشباب 36,36% ويفسر هذا أن الفئة العمرية (18-24) تمتاز هذه المرحلة بالاندفاع نحو المستقبل والطموحات العالية والعطاء غير المحدود , الفئة

العمرية (25-30) هي مرحلة يبدأ الشباب فيها التفكير بوعي وبناء العلاقات الاجتماعية بين أفراد المجتمع واكتساب مهارات جديدة أما الفئة العمرية (31-35) تعتبر مرحلة استقرار وبناء اجتماعي والإحساس بالمسؤولية اتجاه نفسه ومجتمعه.

ومنه نستنتج أن الفائدة التي يجنيها شباب أفراد العينة جراء مشاركتهم في العمل التطوعي هي المساعدة في خدمة المجتمع.

ثالثاً: حسب متغير الحالة الاجتماعية: نجد أكبر نسبة هي تحقيق الترابط و التعاون الاجتماعي بنسبة قدرت ب 100% تليها المساعدة في خدمة المجتمع 81,81% بالنسبة للمتزوجين، أما العزاب بنسبة 68,96% تليها اكتساب مهارات جديدة 43,67%، ويفسر هذا أن العمل التطوعي لا يؤثر على الالتزامات الحياتية للفرد، كما أن الزواج هو كمظهر للاستقرار الاجتماعي ينعكس ايجابيا على المشاركة في العمل التطوعي، وينمي الإحساس بالمسؤولية اتجاه المجتمع ونسجل غياب الأفراد المطلقون و الأراامل.

ومنه نستنتج أن الفائدة التي يجنيها المتزوجين جراء مشاركتهم في العمل التطوعي هي تحقيق الترابط والتعاون الاجتماعي، أما العزاب فهي المساعدة في خدمة المجتمع.

الجدول رقم (29): يبين مجالات مشاركة أفراد العينة في العمل التطوعي حسب الجنس والحالة الاجتماعية.

مجموع أفراد العينة	مساعدة الأسر الفقيرة		المشاركة في أعمار الاغاثة		تقديم العون لذوي الاحتياجات الخاصة		خدمة المرضى بالترفيه عنهم		المشاركة في اوقات الكوارث الطبيعية		العناية بالغابات ومكافحة التصحر		تقديم الارشاد النفسي والصحي		مكافحة التلوث		رعاية الأيتام		مكافحة التدخين		رعاية المشردين		رعاية المسنين		رعاية المرأة		رعاية الطفولة		المجالات			
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك				
42	73.80	31	26.19	11	47.61	20	40.47	17	21.42	9	2.32	1	16.66	7	11.90	5	54.76	23	11.90	5	45.23	19	52.38	22	23.80	10	64.28	27	ذكور	الجنس		
56	46.42	26	7.14	4	17.35	17	28.57	16	3.57	2	1.78	1	10.71	6	12.5	7	60.71	34	12.5	7	33.92	19	43.5	21	32.14	18	53.57	30	إناث			
98	58.25	57	15.30	15	37.75	37	33.67	33	11.22	11	2.04	2	13.26	13	12.24	12	58.16	57	12.24	12	38.76	38	43.86	43	28.57	28	58.16	57	المجموع			
11	90.90	10	18.18	2	45.45	5	63.63	7	9.09	1	0	0	18.18	2	18.18	2	7.14	7	36.36	4	36.36	4	36.36	4	45.45	5	81.81	09	متزوج	الحالة الاجتماعية		
87	54.02	47	14.94	13	36.72	32	29.88	26	11.49	10	2.29	2	12.64	11	11.49	10	51.02	50	9.12	8	39.08	34	44.82	39	26.43	23	55.17	48	أعزب			
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		أرمل	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		مطلق	
98	58.25	57	15.30	15	37.75	37	33.67	33	11.22	11	2.04	2	13.26	13	12.24	12	58.16	57	12.24	12	38.76	38	43.86	43	28.57	28	58.16	57	المجموع			

قراءة الجدول 29: نلاحظ من خلال الجدول أعلاه تعدد ومجالات مشاركة الشباب في العمل التطوعي غير مواقع التواصل الاجتماعي، وكانت أكبر نسبة مجال مساعدة الأسر الفقيرة 73,80 % لذكور أكبر من نسبة الإناث هي 46,42 % ثم رعاية الطفولة بنسبة 64,28 % للذكور و 53,57 % للإناث، فحين نجد أن رعاية الأيتام 60,71 % للإناث و 54,76 % للذكور، تليها نسبة رعاية المسنين 38,52 % للذكور و 37,15 % للإناث ، أما باقي المجالات فتكون نسب متقاربة .

وتفسر هذه النسب إلى أن كل من الذكور والإناث يميلون للمشاركة في المجال الاجتماعي على غرار المجال الصحي و البيئي.

ومنه نستنتج أن المجال الأكثر مشاركة من طرف الذكور هو مساعدة الأسر الفقيرة، أما الإناث رعاية الأيتام.

ثانيا : حسب الحالة الاجتماعية: يبين من الجدول أن نسبة مساعدة الأسر الفقيرة كانت أكبر نسبة ب 90,90 % للمتزوجين أكبر من العزاب 45,02 % تليها رعاية الأيتام 57,41 % للعزاب وأكثر من نسبة المتزوجين 7,14 % ثم تأتي باقي النسب متقاربة بين العزاب والمتزوجين على غرار مجال العناية بالغابات ومكافحة التصحر منعدمة عند المتزوجين 0 % و 2,29 % للعزاب، ويفسر هذا الجدول أن المتزوجين هم أكثر اهتماما بمجال مساعدة الأسر الفقيرة ورعاية الطفولة، أما العزاب أكثر اهتماما برعاية الأيتام وهذا راجع إلى حب وميل كل شخص إلى أي مجال . ومنه نستنتج أن المتزوجين أكثر مشاركة في مجال مساعدة الأسر الفقيرة ورعاية الطفولة، فحين نجد العزاب يشاركون في مجال رعاية الأيتام وانخفاض الاهتمام بالمجالات الأخرى كالعناية بالغابات ومكافحة التصحر والمشاركة في أوقات الكوارث الطبيعية وأعمال الإغاثة .

ومن خلال تعدد مجالات العمل التطوعي يساهم هذا الأخير في ردم الفجوة بين طبقة الأغنياء والمقتدرين وبين الفقراء و المساكين .

وما يمكن استخلاصه من النتائج السابقة أن الذكور أكثر اهتماما بمجال مساعدة الأسر الفقيرة، والإناث بمجال رعاية الأيتام كذلك بالنسبة للمتزوجين والعزاب.

الجدول رقم (30): يبين الاجراء المتخذ من شباب أفراد العينة عند استلامهم أو تصفحهم للمنشورات عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي تدعوهم للمشاركة في الأعمال التطوعية حسب متغير الجنس والسن والحالة الاجتماعية.

مجموع أفراد العينة	التعليق على المنشورات		محاولة الاتصال بالقائمين على هذه الصفحة		أطلع على المحتوى فحسب		مشاركة الفيديو		المشاركة بالضغط على زر الإعجاب		المشاركة بفعالية		الإجابة															
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	المتغيرات															
42	47.6	2	26.1	1	7.1	0	26.1	1	52.3	2	61.9	2	ذكور	الجنس														
															1	0	9	1	4	3	9	1	8	2	0	6		
															56	28.5	1	19.6	1	5.3	0	25	1	44.6	2	30.3	1	إناث
7	6	4	1	5	3	4	4	5	4	5	7	المجموع																
98	36.7	3	22.4	2	6.1	0	25.5	2	47.9	4	43.8	4	ع															
3	6	4	2	2	6	1	5	7	5	7	3																	
71	33.8	2	18.3	1	8.4	0	28.1	2	42.2	3	45.0	3	-18	السن														
															0	4	0	3	5	6	6	0	5	0	7	2		
															16	37.5	0	31.2	0	0	0	18.7	0	50	0	37.5	0	-25
															6	5	5	0	0	0	5	3	8	6	30			
															11	54.5	0	36.3	0	0	0	18.1	0	81.8	0	45.4	0	-31
4	6	6	4			8	2	1	9	5	5	35																
98	36.7	3	22.4	2	6.1	0	25.5	2	47.9	4	43.8	4	المجموع															
3	6	4	2	2	6	1	5	7	5	7	3																	
11	45.4	0	18.1	0	9.0	0	36.3	0	72.7	0	36.3	0	متزوج	الحالة الاجتماعية														
															5	5	8	2	9	1	6	4	2	8	6	4		
															87	35.6	3	22.9	2	5.7	0	24.1	2	44.8	3	44.8	3	أعزب
															3	1	8	0	4	5	3	1	2	9	2	9	ب	
															0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	أرمل	
															0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	مطلق	
98	36.7	3	22.4	2	6.1	0	25.5	2	47.9	4	43.8	4	المجموع															
3	6	4	2	2	6	1	5	5	7	7	3	ع																

قراءة الجدول (30):أولا : بالنسبة لمتغير الجنس : يتبين من خلال الجدول أعلاه أن الإجراء المتخذ من طرف شباب أفراد العينة عند استلامهم منشورات تدعوهم للمشاركة في الأعمال التطوعية هي المشاركة بفاعلية بنسبة 61,90%، بالنسبة للذكور تليها المشاركة بالضغط على الزر الإعجاب ب 52,38%، ثم التعليق على المنشورات ب 47,61% ومشاركة الفيديو ومحالة الاتصال بالقائمين على هذه الصفحة ب 26,19% وأطلع على المحتوى فحين ب 7,19%، أما بالنسبة للإناث نجد أكبر نسبة فهي 44,64% للإجابة المشاركة بالضغط على زر الإعجاب، ثم المشاركة بفاعلية ب 30,35%، والتعليق على المنشورات ب 28,57% ومشاركة الفيديو ب 25% ومحاوله الاتصال بالقائمين على هذه الصفحة ب 19,64%، وأطلع على المحتوى ب 5,35%.

ويفسر هذان هناك تقارب بين النسب في حين نجد الذكور يشاركون بفاعلية أكثر مع هذه المنشورات، أما الإناث يشاركون بالضغط على زر الإعجاب أكثر وهذا لان الذكور أكثر اطلاعا على كل ما هو جديد عبر مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة ما يتعلق بالأعمال التطوعية .

ومنه نستنتج أن الإجراء المتخذ منه شباب الأفراد العينة عند استلامهم أو تفحصهم أكثر لمنشورات تدعوهم للمشاركة في الأعمال التطوعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي المشاركة بفاعلية بالنسبة للذكور والمشاركة بالضغط على زر الإعجاب بالنسبة للإناث.

ثانيا : بالنسبة لمتغير السن : فقد عادت أعلى نسبة بالنسبة للفئة العمرية (24 - 25) للخيار المشاركة بفاعلية بنسبة قدرت ب 45,07% تليها المشاركة بالضغط على الزر الإعجاب بنسبة 42,25% ثم التعليق على المنشورات ب 33,80% ثم مشاركة الفيديو ب 28,16% ثم محاولة الاتصال بالقائمين على هذه الصفحة ب 18,30% وأطلع على المحتوى بنسبة 8,45%.

أما فيما يخص الفئة العمرية (25-30) : قد بلغت أعلى نسبة المشاركة بالضغط على زر الإعجاب ب 50% في حين النسبة متساوية بالنسبة بالنسبة للمشاركة بفاعلية والتعليق على المنشورات بنسبة 37,5% ، ثم المحاولة الاتصال بالقائمين على هذه الصفحة ب 31,25%.

أما بالنسبة العمرية (31-35): فقد أجاب معظم أفراد العينة على المشاركة بالضغط على زر الإعجاب بنسبة 81,81% وتليها التعليق على المنشورات ب 54,54% والمشاركة بفعالية ب 45,45% ثم محاولة الاتصال بالقائمة على هذه الصفحة ب 36,36% ومشاركة الفيديو ب 18,18% .

ويمكن تفسير هذا أن الفئة العمرية (18-24) تشارك بفعالية على المنشورات وذلك راجع إلى طبيعة سنهم حيث أن أغلبيتهم طلبة جامعيين و يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بكثرة ، في حين أن الفئتين العمريتين (25-30) و (31-35) في هذه المرحلة يبدأ الشباب بالعمل والنضج والمسؤولية أكثر

ومنه نستنتج أن الفئة العمرية (18-24) هي أكثر الفئة تفاعلا مع المنشورات عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي تدعو للمشاركة في الأعمال التطوعية مقارنة بالفئات العمرية الأخرى وهذا لكون الشباب في هذه المرحلة أكثر نشاطا واستخدام لهذه المواقع .

ثالثا : بالنسبة لمتغير الحالة الاجتماعية : تشير بيانات الجدول أن الإجراء الذي يتخذونه عند استلامهم منشورات تدعوهم للمشاركة في العمل التطوعي وهي المشاركة بالضغط على الزر الإعجاب بنسبة قدرت ب 72,72%، بالنسبة للمتزوجين و تليها التعليق على المنشورات ب 45,45%، وبنسبة متساوية بالنسبة للمشاركة بفعالية ومشاركة الفيديو ب 36,36% . أما العزاب كانت بنسبة متساوية بين الإجابتين المشتركة بفعالية و الضغط على الزر الإعجاب بنسبة 44,82% تليها التعليق على المنشورات ب 35,63%، ثم المشاركة الفيديو ب 24,13% ومحاولة الاتصال بالقائمين على هذه الصفحة ب 22,98% ، و تسجل غياب أفراد المطلقون والأرامل و ويفسر هذا التفاوت في النسب ان المتزوجين ليس لديهم الوقت الكافي للتفاعل بفاعلية مع المنشورات بحكم مسؤولياتهم الاجتماعية و الأسرية و العملية عكس العزاب الذين يشاركون بفعالية حول هذه المنشورات .

ومنه نستنتج أن للمتغير الحالة الاجتماعية له تأثير حيث أن العزاب أكثر تفاعل من المتزوجين

الجدول رقم(31): يبين كيفية ممارسة تبيان عملية الدراسة للدراسة للعمل التطوعي عند تصفحهم للمنشورات عبر مواقع التواصل الإجتماعي حسب متغير الجنس والحالة الإجتماعية .

الممارسة		بشكل فردي		بشكل جماعي		بشكل فردي وجماعي		المجموع	
المتغيرات		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
الجنس	ذكر	23.80	10	26.19	11	50	21	42	100
	أنثى	39.28	22	35.71	20	25	14	56	100
الحالة الاجتماعية	متزوج	18.18	02	45.45	05	36.36	04	11	100
	أعزب	34.48	30	31.03	27	34.48	30	87	100
	أرمل	00	00	00	00	00	00	00	00
	مطلق	00	00	00	00	00	00	00	00

قراءة الجدول 31: أولاً: من حيث الجنس : يتبين من خلال الجدول أن أغلب أفراد العينة من الذكور يمارسون العمل التطوعي بشكل فردي وجماعي بنسبة 50/مقارنة بالأنثى 25/ فحين نجد أن الإناث يفضلون الممارسة بشكل فردي بنسبة 39.28/ مقابل 23.80/ أما بشكل جماعي فبنسبة للإناث 35.71/ والذكور 26.19/ ويرجع هذا إلى طبيعة المجتمع وحرية كل شخص في ممارسة العمل التطوعي بالطريقة التي تناسبه .

ومنه نستنتج أن الذكور يمارسون العمل التطوعي بشكل فردي وجماعي فحين أن الإناث يمارسون بشكل فردي .

ثانياً - حسب متغير الحالة الاجتماعية : يمارس أغلب أفراد العينة المتزوجين بشكل جماعي بنسبة 45.45/ مقارنة بالعزاب 31.03/ فحين أن العزاب يمارسون نسبة متساوية بشكل فردي وجماعي ب 34.48/ مقارنة بالمتزوجين بشكل فردي 18.18/ وفردي جماعي 34.48/ وهذا يرجع إلى خصوصية كل من الحالتين .

ومنه نستنتج أن المتزوجين يمارسون العمل التطوعي بشكل فردي وجماعي أما العزاب يمارسون بشكل فردي وبشكل جماعي .

الجدول رقم (32): يبين الأساليب والوسائل اللازمة التي يرى شباب أفراد العينة أنها تفعل مشاركتهم في العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس.

مجموع أفراد العينة	تكثيف المحاضرات والندوات الخاصة بأهمية العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي		تضمين برامج التطوع مفاهيم التطوع وأهمية شبكات التواصل في نشر ثقافة التطوع أون لاين		إصدار نشرات دورية (إلكترونية) تبرز نشاطات المتطوعين		توظيف منصات التواصل الاجتماعي في تشجيع العمل التطوعي		تدريب وتأصيل الشباب الراغب في العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي		تفعيل دور الاعلام الجديد في تثقيف أفراد المجتمع لمساهمة التطوع		فتح مجموعة نقاش للاتصال مع المتعاونين (المتطوعين)		تفعيل منتديات الالكترونية التي تعني بمجال التطوع		إنشاء قوائم البريد الالكتروني لتسهيل الاتصال مع المستفيدين		الدعاية والاشهار للمبادرات التطوعية		إبراز نشاطات المتطوعين عبر مواقع التواصل الاجتماعي		إنشاء صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي		الجنس
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
42	16.66	07	9.52	04	26.19	11	28.57	12	33.33	14	23.80	10	35.71	15	11.90	05	11.90	05	54.76	23	47.61	20	57.14	24	ذكور
56	25	14	8.92	05	16.07	09	17.85	10	16.07	09	12.5	07	30.35	17	5.35	03	12.5	07	57.14	32	44.64	25	44.64	25	إيئات
98	21.42	21	9.18	9	20.40	20	22.44	22	23.46	23	17.34	17	32.65	32	8.16	08	12.24	12	56.12	55	45.91	45	50	49	المجموع

قراءة الجدول 32:أولا :بالنسبة لمتغير الجنس:

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن الأساليب و الوسائل اللازمة التي يرى شباب أفراد العينة أن تفعل المشاركة في العمل التطوعي عبر شبكات التواصل الاجتماعي هي إنشاء صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي التي تعنى بالعمل التطوعي بنسبة 57,14، ثم إبراز نشاطات المتطوعيين عبر شبكات التواصل الاجتماعي ب 47,61، أما بالنسبة للإناث أكبر نسبة هي الدعاية و الإشهار للمبادرات التطوعية ب 57,41 ثم إنشاء صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي التي تعنى بالعمل التطوعي وإبراز نشاطات المتطوعيين عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة متساوية 44,64 لكل منها .

ويفسر هذا أن الذكور والإناث يفضلون إلى حد بعيد ما نفس الأساليب و الوسائل اللازمة التي تفعل مشاركتهم في العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بنسب متفاوتة.

ومنه نستنج أن هناك تفاوت في النسب بين الجنسين، ويرى شباب أفراد العينة أن الأساليب والوسيلة التي تفعل مشاركتهم في العمل التطوعي مواقع التواصل الاجتماعي هي إنشاء صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي التي تعنى بالعمل التطوعي بالنسبة للذكور، أما الإناث يرون الدعاية و الإشهار للمبادرات التطوعية هي أكثر الأساليب .

الجدول رقم (33): يبين العوائق التي تخذ من مشاركة أفراد العينة في العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس والحالة الاجتماعية.

مجموع أفراد العينة	ضعف الوعي بأهمية التكنولوجيا الحديثة بالعمل التطوعي		عدم معرفة الشباب بجمعيات ومنظمات العمل التطوعي		وجود سمعة بيئية عن القائمين بالعمل التطوعي		عدم الاعلان في بعض الأحيان عن برامج العمل التطوعي عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي		ضعف الحوافز المعنوية والشخصية للمشاركة في العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي		خوف المتطوعين		شعور المتطوعين لعدم الحاجة إليهم		تعارض وقت العمل التطوعي مع وقت الفراغ		قلة الوعي لكيفية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العمل التطوعي		ضعف التفاعل مع شبكات التواصل الاجتماعي التي تهتم بالعمل التطوعي		العوائق		المتغيرات
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
42	30.95	13	35.71	15	23.80	10	19.04	08	28.57	12	42.85	18	23.80	10	45.23	19	35.71	15	42.85	18	ذكور	الجنس	
56	25	14	23.21	13	8.92	05	5.35	03	25	14	26.78	15	12.5	07	44.64	25	32.14	18	35.71	20	إيانات		
98	27.55	27	63.63	28	5.30	15	11.22	11	26.53	26	33.67	33	6.25	17	44.89	44	33.67	33	38.77	38	المجموع		
11	9.09	01	63.63	07	27.27	03	18.18	02	45.45	05	18.18	02	18.18	02	54.54	06	36.36	04	18.18	02	متزوج	الحالة الاجتماعية	
87	29.88	26	24.13	21	13.79	12	10.34	09	24.13	21	35.63	31	17.24	15	43.67	38	33.33	23	41.37	36	أعزب		
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		أرمل

قراءة الجدول رقم 33: نلاحظ من خلال الجدول أعلاه

أولاً : بالنسبة لمتغير الجنس : من بين العوائق التي تحد من مشاركة الشباب في العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي هو تعارض وقت العمل التطوعي مع وقت الفراغ بنسبة 45,85% للذكور و44,64% بالنسبة للإناث وهي نسب متفاوتة، فحيث تتساوى نسبة عائق ضعف التفاعل مع الشبكات التواصل الاجتماعي التي تهتم بالعمل التطوعي وحقوق المتطوعين الشباب من القتل بالنسبة للذكور 42,85% فحين الإناث على التوالي 35,71% و 26,78% .

ومنه نستنتج أن متغير الجنس لا يؤثر بدرجة كبيرة على نوع العوائق التي تتعرض لها الشباب سواء الإناث أو الذكور .

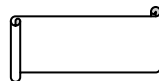
ثانياً : حسب متغير الحالة الاجتماعية : يتضح لنا أن عائق عدم معرفة الشباب بجمعيات ومنظمات العمل التطوعي بالنسبة للمتزوجين 63,63% والعزاب 24,13% وهذا راجع لانشغال المتزوجين بالأعباء الأسرية وعدم توفر الوقت لهم للتعرف على الجمعيات و المنظمات العم التطوعي، يليها عائق تعارض وقت العمل التطوعي مع وقت الفراغ 45,54% للمتزوجين و 43,67% للعزاب ، وهي نسب نوعاً ما متقاربة، ثم ضعفت الحوافز المعنوية والشخصية للمشاركة عبر المواقع التواصل الاجتماعي 45,45% للمتزوجين أكبر من نسبة العزاب 24,13%، كما نجد أن ضعف التفاعل مع الشبكات التواصل الاجتماعي للعزاب بنسبة 41,37% و 18,18% للمتزوجين .

ومنه نستنتج أن عدم معرفة الشباب بجمعيات ومنظمات العمل التطوعي النسبة للمتزوجين و ضعف التفاعل مع الشبكات التواصل الاجتماعي التي تهتم بالعمل التطوعي بالنسبة للعزاب.

نستنتج من خلال أرقام الجدول أعلاه أن متغير الجنس ليس له علاقة كبيرة بالعوائق التي بتعرض لها الشباب أما الحالة الاجتماعية لها تأثير على المشاركة في العمل التطوعي وذلك بسبب العمل والدراسة والاهتمام بأمور الأسري.

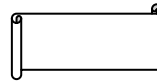
الجدول رقم (26): يبين دوافع مشاركة شباب أفراد العينة في العمل التطوعي حسب متغير الجنس والمستوى التعليمي

المتغيرات	الدوافع		زراعة المبادرة والقيم الإسلامية ونيل الأجر		الحب والانتماء الاجتماعي		تحقيق المكانة الاجتماعية		استثمار وقت الفراغ		الاتصال بالآخرين		إكساب خبرات ميدانية		تحقيق الأمن والاستقرار الاجتماعي		الإحترام وتحقيق الذات		زراعة حب العمل النظري في مراحل مبكرة		النماء بالتطور الشخصي		المسؤولية الاجتماعية		توفير الحاجة المادية للآخرين		المجموع
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
الجنس	ذكر	42	59.52	25	33.33	14	28.57	12	45.23	19	23.80	10	23.80	10	38.09	16	23.80	10	33.33	14	9.52	04	35.71	15	85.71	36	
	أنثى	56	23.21	13	19.64	11	10.71	06	28.57	16	12.5	07	7.14	04	26.78	15	14.22	08	28.57	16	1.78	01	25	14	62.5	35	
	المجموع	98	38.77	38	25.5	25	18.36	18	35.7	35	17.34	17	14.28	14	31.62	31	18.36	18	30.6	30	5.1	05	29.58	29	72.44	71	
السن	24-18	71	35.21	25	23.9	17	21.12	15	30.5	22	19.71	14	14.08	10	32.39	23	19.71	14	32.39	23	5.63	04	30.98	22	69.01	49	
	30-25	16	43.75	07	25	04	12.5	2	43.75	07	18.75	3	18.75	03	18.75	03	12.5	02	18.75	03	0	0	25	04	87.5	14	
	35-31	11	54.54	6	36.36	04	9.09	1	54.54	06	0	0	9.09	01	45.45	05	18.18	02	36.36	04	9.09	1	27.27	03	7.27	08	
المستوى التعليمي	إبتدائي	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	متوسط	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	ثانوي	11	18.18	2	36.36	04	9.09	1	18.18	02	9.09	01	9.09	01	27.27	03	9.09	01	45.45	5	0	0	9.09	01	27.27	03	
	جامعي	87	41.37	36	24.13	21	19.54	17	37.93	33	18.39	16	14.94	13	32.18	28	19.54	17	28.73	25	5.74	5	32.18	28	78.16	68	
	المجموع	98	38.77	38	25.5	25	18.36	18	37.71	35	17.34	17	14.28	14	31.63	31	18.36	18	30.61	30	5.10	5	29.59	29	72.44	71	



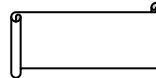
الجدول رقم (28): يبين الفوائد التي يجنيها أفراد العينة جراء مشاركتهم في العمل التطوعي حسب متغير الجنس والسن والحالة الاجتماعية

مجموع أفراد العينة	تعزيز إنتماء مشاركة الشباب في تنمية المجتمع		زيادة الخبرة في العمل التطوعي		تحقيق الترابط والتعاون الاجتماعي		الثقة بالنفس		تحقيق التوازن والاستقرار النفسي		تحقيق الذات في إطار البيئة الافتراضية		المساعدة في خدمة المجتمع		إكتساب مهارات جديدة		الإجابة	المتغيرات
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
42	54.76	23	47.61	20	50	21	50	21	11.90	5	7.14	3	76.19	32	54.76	23	ذكور	الجنس
56	26.78	15	21.42	12	42.85	24	26.78	15	14.28	8	1.78	1	66.07	37	28.57	16	إيئات	
98	38.77	38	32.65	32	45.91	45	36.73	36	13.26	13	4.08	4	70.40	69	39.79	39	المجموع	
71	39.43	28	32.39	23	40.84	29	36.61	26	15.49	11	2.81	2	61.97	44	45.07	32	24-18	السن
16	37.5	6	18.75	3	37.5	6	50	8	6.25	1	12.5	2	87.5	14	25	4	30-25	
11	36.36	4	54.54	6	90.90	10	18.18	2	9.09	1	0	0	100	11	27.27	3	35-31	
98	38.77	38	32.65	32	45.71	45	36.73	36	13.26	13	4.08	4	70.40	69	39.79	39	المجموع	
11	45.45	5	18.18	2	100	11	36.36	4	9.09	1	9.09	1	81.81	9	9.09	1	متزوج	الحالة الاجتماعية
87	37.99	33	34.48	30	39.08	34	36.78	32	13.79	12	3.44	3	68.96	60	43.67	38	أعزب	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	أرمل	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	مطلق	
98	38.77	38	32.65	32	45.91	45	36.73	36	13.26	13	4.08	4	70.40	69	39.79	39	المجموع	



الجدول رقم (29): يبين مجالات مشاركة أفراد العينة في العمل التطوعي حسب الجنس والحالة الاجتماعية.

مجالات	رعاية الطفولة		رعاية المرأة		رعاية المسنين		رعاية المشردين		مكافحة التدخين		رعاية الأيتام		مكافحة التلوث		تقديم الإرشاد النفسي والصحي		العناية بالغابات ومكافحة التصحر		المشاركة في أوقات الكوارث الطبيعية		خدمة المرضى بالترفيه عنهم		تقديم العون لذوي الاحتياجات الخاصة		المشاركة في أعمار الاغاثة		مساعدة الأسر الفقيرة		مجموع أفراد العينة		
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك					
الجنس	ذكور	27	64.28	10	23.80	22	52.38	19	45.23	5	11.90	23	54.76	5	11.90	7	16.66	1	2.32	9	21.42	17	40.47	20	47.61	11	26.19	31	73.80	42	
	إيئات	30	53.57	18	32.14	21	43.5	19	33.92	7	12.5	34	60.71	7	12.5	6	10.71	1	1.78	2	3.57	16	28.57	17	17.35	4	7.14	26	46.42	56	
	المجموع	57	58.16	28	28.57	43	43.86	38	38.76	12	12.24	57	58.16	12	12.24	13	13.26	2	2.04	11	11.22	33	33.67	37	37.75	15	15.30	57	58.25	98	
الحالة الاجتماعية	متزوج	09	81.81	5	45.45	4	36.36	4	36.36	4	36.36	7	7.14	2	18.18	2	18.18	0	0	1	9.09	7	63.63	5	45.45	2	18.18	10	90.90	11	
	أعزب	48	55.17	23	26.43	39	44.82	34	39.08	8	9.12	50	51.02	10	11.49	11	12.64	2	2.29	10	11.49	26	29.88	32	36.72	13	14.94	47	54.02	87	
	أرمل	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	مطلق	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	المجموع	57	58.16	28	28.57	43	43.86	38	38.76	12	12.24	57	58.16	12	12.24	13	13.26	2	2.04	11	11.22	33	33.67	37	37.75	15	15.30	57	58.25	98	



الجدول رقم (30): يبين الاجراء المتخذ من شباب أفراد العينة عند استلامهم أو تصفحهم للمنشورات عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي تدعوهم للمشاركة في الأعمال

التطوعية حسب متغير الجنس والسنة والحالة الاجتماعية.

مجموع أفراد العينة	التعليق على المنشورات		محاولة الاتصال بالقائمين على هذه الصفحة		أطلع على المحتوى فحسب		مشاركة الفيديو		المشاركة بالضغط على زر الإعجاب		المشاركة بفعالية		الإجابة	المتغيرات
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
42	47.61	20	26.19	11	7.14	03	26.19	11	52.38	22	61.90	26	ذكور	الجنس
56	28.57	16	19.64	11	5.35	03	25	14	44.64	25	30.35	17	إيئات	
98	36.73	36	22.44	22	6.12	06	25.51	25	47.95	47	43.87	43	المجموع	
71	33.80	24	18.30	13	8.45	06	28.16	20	42.25	30	45.07	32	24-18	السنة
16	37.5	06	31.25	05	0	0	18.75	03	50	08	37.5	06	30-25	
11	54.54	06	36.36	04	0	0	18.18	02	81.81	09	45.45	05	35-31	
98	36.73	36	22.44	22	6.12	06	25.51	25	47.95	47	43.87	43	المجموع	
11	45.45	05	18.18	02	9.09	01	36.36	04	72.72	08	36.36	04	متزوج	الحالة الاجتماعية
87	35.63	31	22.98	20	5.74	05	24.13	21	44.82	39	44.82	39	أعزب	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	أرمل	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	مطلق	
98	36.73	36	22.44	22	6.12	06	25.51	25	47.95	47	43.87	43	المجموع	

الجدول رقم (32): يبين الأساليب والوسائل اللازمة التي يرى شباب أفراد العينة أنها تفعل مشاركتهم في العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس.

مجموع أفراد العينة	تكتيف المحاضرات والندوات الخاصة بأهمية العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي		تضمين برامج التطوع مفاهيم التطوع وأهمية شبكات التواصل في نشر ثقافة التطوع أون لاين		إصدار نشرات دورية (إلكترونية) تبرز نشاطات المتطوعين		توظيف منصات التواصل الاجتماعي في تشجيع العمل التطوعي		تدريب وتأصيل الشباب الراغب في العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي		تفعيل دور الاعلام الجديد في تثقيف أفراد المجتمع لمساهمة التطوع		فتح مجموعة نقاش للاتصال مع المتعاونين (المتطوعين)		تفعيل منتديات الالكترونية التي تعني بمجال التطوع		إنشاء قوائم البريد الالكتروني لتسهيل الاتصال مع المستفيدين		الدعاية والاشهار للمبادرات التطوعية		إبراز نشاطات المتطوعين عبر مواقع التواصل الاجتماعي		إنشاء صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي		الجنس
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
42	16.66	07	9.52	04	26.19	11	28.57	12	33.33	14	23.80	10	35.71	15	11.90	05	11.90	05	54.76	23	47.61	20	57.14	24	ذكور
56	25	14	8.92	05	16.07	09	17.85	10	16.07	09	12.5	07	30.35	17	5.35	03	12.5	07	57.14	32	44.64	25	44.64	25	إيئات
98	21.42	21	9.18	9	20.40	20	22.44	22	23.46	23	17.34	17	32.65	32	8.16	08	12.24	12	56.12	55	45.91	45	50	49	المجموع

الجدول رقم (33): يبين العوائق التي تخذ من مشاركة أفراد العينة في العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس والحالة الاجتماعية.

مجموع أفراد العينة	ضعف الوعي بأهمية التكنولوجيا الحديثة بالعمل التطوعي		عدم معرفة الشباب بجمعيات ومنظمات العمل التطوعي		وجود سمعة بيئية عن القائمين بالعمل التطوعي		عدم الاعلان في بعض الأحيان عن برامج العمل التطوعي عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي		ضعف الحوافز المعنوية والشخصية للمشاركة في العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي		خوف المتطوعين		شعور المتطوعين لعدم الحاجة إليهم		تعارض وقت العمل التطوعي مع وقت الفراغ		قلة الوعي لكيفية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العمل التطوعي		ضعف التفاعل مع شبكات التواصل الاجتماعي التي تهتم بالعمل التطوعي		العوائق		المتغيرات
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
42	30.95	13	35.71	15	23.80	10	19.04	08	28.57	12	42.85	18	23.80	10	45.23	19	35.71	15	42.85	18	ذكور	الجنس	
56	25	14	23.21	13	8.92	05	5.35	03	25	14	26.78	15	12.5	07	44.64	25	32.14	18	35.71	20	إناث		
98	27.55	27	63.63	28	5.30	15	11.22	11	26.53	26	33.67	33	6.25	17	44.89	44	33.67	33	38.77	38	المجموع		
11	9.09	01	63.63	07	27.27	03	18.18	02	45.45	05	18.18	02	18.18	02	54.54	06	36.36	04	18.18	02	متزوج	الحالة الاجتماعية	
87	29.88	26	24.13	21	13.79	12	10.34	09	24.13	21	35.63	31	17.24	15	43.67	38	33.33	23	41.37	36	أعزب		
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		أرمل
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		مطلق
98	27.55	27	28.56	28	15.30	15	11.22	11	26.53	26	33.67	33	6.25	17	44.89	44	33.67	33	38.77	38	المجموع		

نتائج الدراسة:

- 1 - النتائج المتعلقة بالبيانات الشخصية للمبحوثين:
 - بينت نتائج الدراسة أن نسبة الإناث أكبر نسبيا من الذكور، حيث بلغت الأولى نسبة 57,15% مقابل 42,25% للثانية.
 - بينت نتائج الدراسة أن الفئة العمرية الغالبة لدى شباب أفراد العينة هم من تتراوح أعمارهم من 18 - 24 سنة بنسبة 72,44%.
 - بينت نتائج الدراسة أن المستوى التعليمي الأكثر نسبة هو المستوى التعليمي الجامعي ب 88,77%.
 - بينت نتائج الدراسة أن أفراد العينة معظمهم عزاب بنسبة 88,77%.
- 2 - النتائج المتعلقة بعادات استخدام شباب ولاية البويرة لمواقع التواصل الاجتماعي.
 - بينت نتائج الدراسة أن اغلب أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من 3-5 سنوات بنسبة 43,87%.
 - كشفت الدراسة أن أغلب أفراد العينة يستخدمون الفايسبوك، بنسبة 81,43% ويقضون أكثر من 3 ساعات في استخدامهم لهذه المواقع بنسبة 55,10%.
 - بينت نتائج الدراسة أن أغلب أفراد العينة يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي حسب الوقت المتاح 54,08%.
 - بينت نتائج الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي تساعد بدرجة متوسطة في التعرف على المشكلات التي يعاني منها المجتمع بنسبة 40,81% وبدرجة كبيرة بنسبة 39,79%.
 - بينت نتائج الدراسة أن متغير الجنس يؤثر على درجة مساعدة مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على المشكلات التي يعاني منها المجتمع بدرجة كبيرة بنسبة 50%، وبدرجة قليلة بالنسبة 48,21% للإناث.

3 - النتائج في المتعلقة بدوافع استخدام شباب ولاية البويرة لمواقع التواصل الاجتماعي في العمل التطوعي.

- تبين نتائج الدراسة أن أفراد العينة يتابعون كل ما ينشر عن العمل التطوعي عبر حسابهم في مواقع التواصل الاجتماعي أحيانا بنسبة 55,10%، ودائما ب44,89%.
- تبين نتائج الدراسة أن أغلب أفراد العينة توجه لهم دعوات من بعض صفحات مواقع التواصل الاجتماعي أحيانا للمشاركة في العمل التطوعي بنسبة 61,22%.
- تبين نتائج الدراسة أن معظم أفراد العينة ينضمون إلى الصفحات التي تعني بالعمل التطوعي وهذا لاهتمامهم بالنشاطات الخيرية بنسبة 75,94%.
- تبين نتائج الدراسة أن أهم دوافع مشاركة أفراد العينة في العمل التطوعي هي زرع المبادئ والقيم الإسلامية ونيل الأجر بنسبة 72,44%.
- من خلال الدراسة يتبين أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في حل بعض المشكلات التي يعاني منها المجتمع أحيانا بنسبة 63,26%.
- تشير نتائج الدراسة أن من بين أهم الفوائد التي يجنيها أفراد العينة جراء مشاركتهم في العمل التطوعي هي المساعدة في خدمة المجتمع بنسبة 70,40%.
- تبين النتائج أن الميزة التي يحققها العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي التفاعلية بنسبة 60,20%، وسهولة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العمل التطوعي 59,18%، والفورية أو السرعة في الاستجابة للحالات المستعصية ب47,95%.
- أما فيما يتعلق بمتغير الجنس كشفت النتائج أنه يؤثر على متابعة أفراد العينة على كل ما ينشر عن العمل التطوعي عبر حسابهم في مواقع التواصل الاجتماعي، أحيانا بالنسبة للإناث ب71,42% ودائما بالنسبة للذكور ب66,66%.
- تبين نتائج الدراسة أن متغير الجنس لا يؤثر على طبيعة الدوافع التي تدفع إلى مشاركة أفراد العينة في العمل التطوعي، بالنسبة للذكور والإناث يمثل دافع زرع المبادئ والقيم الإسلامية ونيل الأجر وفيما يخص متغير السن والمستوى التعليمي يؤثر على دوافع قيام أفراد العينة بالمشاركة في العمل التطوعي. فالفئة من 25-30 والشباب ذو المستوى الجامعي يشاركون بدافع زرع المبادئ والقيم.

- تبين نتائج الدراسة أن متغير الجنس يؤثر على مساهمة العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي في حل بعض المشكلات من طرف فئة الشباب احيانا بالنسبة للاناث ودائما بالنسبة للذكور بينما متغير المستوى التعليمي لا يؤثر بالنسبة للجامعين والثانويين احيانا .
- تبين نتائج الدراسة أن متغير الجنس لا يؤثر على الفوائد التي يجنيها شباب أفراد العينة جراء مشاركتهم في العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للذكور والاناث الفائدة هي المساعدة في خدمة المجتمع ، كذلك بالنسبة لمتغير السن أما متغير المستوى التعليمي له تأثير على الفوائد ، فالفائدة التي يجنيها المتزوجين هي تحقيق الترابط والتعاون الاجتماعي والعزاب المساعدة في خدمة المجتمع .

4 - النتائج المتعلقة بدور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل العمل التطوعي لدى شباب

البويرة

- تبين نتائج الدراسة المجالات التي يشارك فيها شباب أفراد العينة في العمل التطوعي هي رعاية الطفولة ومساعدة الأسر بنسبة الفقيرة 58,16% ورعاية المسنين 43,87%.
- تبين نتائج الدراسة أن الإجراء المتخذ عند استلام أو تصفح شباب أفراد العينة هي المشاركة بالضغط على زر الإعجاب ب 47,95%، والمشاركة بفعالية بنسبة 43,87%، والتعليق على المنشورات 36,73%.
- تشير الدراسة إلى أن شباب أفراد العينة يمارسون العمل التطوعي الذي تم بفعل تصفحها لمواقع التواصل الاجتماعي بشكل فردي وجماعي 35,71%، وبشكل فردي 32,65%، وبشكل جماعي ب 31,36%
- تبين نتائج الدراسة أن مشاركة أفراد العينة في العمل التطوعي من خلال المشاركة المعنوية 53,06% ، و التبرع بمبلغ مالي 48,97% والجهد العضلي 45,73%.
- تبين نتائج الدراسة أن شبكات التواصل الاجتماعي تحفز الشباب على المشاركة في الأعمال التطوعية ونشر ثقافة التطوع وتدعم قدرات الشباب والتواصل مع الآخرين، وتقوم بأدوار بسرعة وبأقل تكلفة وبكفاءة أفضل من الوسائل التقليدية الأخرى.

- توصلت نتائج الدراسة إلى أهم العوائق التي تحد من مشاركة أفراد العينة في العمل التطوعي هي تعارض وقت العمل التطوعي مع وقت الفراغ بنسبة 44,89%، وضعف التفاعل مع مواقع التواصل الاجتماعي التي تهتم بالعمل التطوعي هي 38,71%.
- تشير نتائج الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي لها دور فعال في تفعيل العمل التطوعي لدى شباب ولاية البويرة من خلال التعريف بالعمل التطوعي وفي زيادة حالات التطوع والمتطوعين.
- تبين نتائج الدراسة أن متغير الجنس والحالة الاجتماعية يؤثر على نوع المجال الذي تدرج في مشاركة الشباب في العمل التطوعي بالنسبة للذكور والمتزوجين مجال مساعدة الاسر الفقيرة ،اما الاناث والجامعين مجال رعاية الايتام
- تبين نتائج الدراسة أن متغير الجنس يؤثر على الإجراء المتخذ عند استلام منشورات عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي تدعو للمشاركة في العمل التطوعي بالنسبة للذكور المشاركة بفعالية ،والاناث الضغط على زر الاعجاب ، أما متغير السن يؤثر كذلك فالفئة الاكثر تفاعلا من 18-24 مع المنشورات ، و متغير الحالة الاجتماعية يؤثر على الإجراء المتخذ بحيث ان العزاب اكثر تفاعل من المتزوجين.
- تبين النتائج أن متغير الجنس يؤثر على كيفية مشاركة الشباب في العمل التطوعي فبالنسبة للذكور بشكل فردي وجماعي اما الاناث بشكل فردي ، أما متغير الحالة الاجتماعية ليس له تأثير .
- تبين نتائج الدراسة ان متغير الجنس لا يؤثر على العوائق التي تحد من مشاركة شباب أفراد العينة في العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي فكلا من الذكور والاناث عائق تعارض وقت العمل التطوعي مع وقت الفراغ .
- تبين نتائج الدراسة ان متغير الجنس لا يؤثر على نوع الاساليب والوسائل التي تفعل مشاركة الذكور والاناث في العمل التطوعي .

خاتمة:

تناولت الدراسة موضوعا من المواضيع الحديثة والذي يجمع بين مواقع التواصل الاجتماعي والعمل التطوعي وهما متغيران أساسيان أرادت الباحثتان معرفة العلاقة بينهما والتي تجمع بين ما هو إفتراضي وما هو واقعي، حيث انطلقت دراستنا من تساؤل محوري حول: ما هو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل العمل التطوعي لدى الشباب الجزائري؟ حيث تعد هذه المواقع من بين الافرازات التي خلفتها التكنولوجيا الحديثة، وأخذت مكانة وأهمية في حياة الشباب ومكنته من متابعة مختلف القضايا التي تهم المجتمع في مختلف المجالات، وقد تمكنت من بلوغ مواضيع عديدة الى ان وصلت للمواضيع الانسانية والاعمال التطوعية التي انتشرت بسرعة وفي وقت قصير. فالعمل التطوعي اصبح يحتل مكانة كبيرة في المجتمع ويساهم في حل بعض المشكلات التي يعاني منها المجتمع التي عجزت مؤسسات الدولة عن حلها وبذلك اتاح فرصة امام الشباب للمساهمة في مجالات عديدة.

وقد بينت نتائج الدراسة الميدانية ان لمواقع التواصل الاجتماعي دورا فاعلا في المجتمع من خلال استغلالها في خدمة وتعزيز التعاون امام فعل الخير والتوجه نحو العمل التطوعي والمساهمة في التوعية الشاملة بأهمية هذه المواقع من خلال دعوة الشباب الى المشاركة في العمل التطوعي والتعريف بالنشاطات الخيرية التي يقوم بها المسؤولين عن هذا العمل التطوعي وبذلك تجذب أكبر عدد ممكن من المتطوعين وفي وقت قصير بالإضافة الى سرعة الاستجابة وبذلك تساهم في خلق روح العمل الجماعي وزرع القيم والمبادئ الإسلامية وتشجيع العمل التطوعي في صفوف الشباب .

وفي الأخير تبقى هذه الدراسة حلقة من حلقات البحث العلمي المتواصلة لاستكشاف العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والعمل التطوعي.

الملاحق

فهرس الجداول

الصفحة	العنوان	رقم الجدول
73	بين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	01
73	بين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	02
74	بين توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	03
74	بين توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة الاجتماعية	04
75	بين مدة استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي	05
76	بين أهم مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة من طرف فئة الشباب	06
76	بين عدد الساعات التي يقضيها أفراد العينة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	07
77	بين الفترات المفضلة لتصفح أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي	08
78	يبين هل تساعد مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على المشكلات التي يعاني منها المجتمع	09
78	يبين هل يتابع شباب أفراد العينة كل ما ينير عن العمل التطوعي عبر حسابهم في مواقع التواصل الاجتماعي	10
79	يبين إذا كان أفراد العينة توجه لهم دعوات من بعض صفحات مواقع التواصل الاجتماعي للمشاركة في العمل التطوعي.	11
80	يبين انضمام أفراد العينة إلى الصفحات التي تعنى بالعمل التطوعي.	12
80	يبين دوافع مشاركة أفراد العينة في العمل التطوعي	13
82	يبين مساهمة العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي في حل بعض مشكلات المجتمع من طرف فئة الشباب.	14
82	يبين الفوائد التي يجنيها شباب أفراد العينة جراء مشاركتهم في العمل التطوعي.	15
83	يبين الميزة التي يحققها العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي لأفراد العينة.	16
84	يبين مجالات مشاركة شباب أفراد العينة في العمل التطوعي	17
85	يبين الإجراءات المتخذة عند استلام أو تصفح شباب أفراد العينة للمنشورات عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي تدعوهم للمشاركة في العمل التطوعي.	18
86	يبين كيف يمارس شباب أفراد العينة للعمل التطوعي الذي تم بفعل تصفحهم للمنشورات عبر مواقع التواصل الاجتماعي.	19

87	يبين كيفية المشاركة في العمل التطوعي من طرف أفراد العينة	20
87	يبين الأساليب والوسائل اللازمة التي تفعل مشاركة أفراد العينة للعمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي	21
89	يبين أفراد توزيع العينة العوائق التي تحد مشاركتهم في العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي	22
90	يبين مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل العمل التطوعي لدى شباب ولاية البويرة	23
91	يبين درجة مساعدة مواقع التواصل الاجتماعي شباب أفراد العينة في التعرف على المشكلات التي يعاني منها المجتمع حسب متغير الجنس.	24
92	يبين متابعة المبحوثين لكل ما ينشر عن العمل التطوعي عبر حسابهم في مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس	25
93	يبين دوافع مشاركة أفراد العينة في العمل التطوعي متغير الجنس والسن والمستوى التعليمي	26
94	يبين مساهمة العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي في حل بعض مشكلات المجتمع من طرف فئة الشباب حسب متغير الجنس والسن	27
97	يبين الفوائد التي يجنيها شباب أفراد العينة جراء مشاركتهم في العمل التطوعي حسب متغير الجنس والسن والحالة الاجتماعية	28
100	يبين مجالات مشارك أفراد العينة في العمل التطوري حسب متغير الجنس والحالة الاجتماعية	29
102	يبين الإجراء المتخذ من شباب أفراد العينة عند استلامهم أو تصفحهم لمنشورات عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي تدعوهم لمشاركة في الأعمال التطوعية حسب متغير الجنس والحالة الاجتماعية	30
105	يبين كيفية ممارسة تبيان عملية الدراسة للدراسة للعمل التطوعي عند تصفحهم للمنشورات عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس والحالة الاجتماعية .	31
106	يبين الأساليب والوسائل اللازمة التي يرى شباب أفراد العينة أنها تفعل مشاركتهم في العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس	32
108	يبين العوائق التي تحد من مشاركة أفراد العينة في العمل التطوعي حسب متغير الجنس والحالة الاجتماعية	33

جامعة أكلي محند أولحاج البويرة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم التاريخ
شعبة علوم الاتصال
تخصص اتصال وعلاقات عامة

استمارة حول موضوع:

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل العمل التطوعي لدى الشباب
الجزائري
دراسة ميدانية على عينة من شباب
- ولاية البويرة -

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر تخصص الاتصال والعلاقات العامة.

ملاحظة 01: بين أيديكم استمارة لغرض البحث العلمي نرجو منكم الإجابة بكل صدق وموضوعية على الأسئلة، ونعلمكم أن المعطيات ستكون سرية واستخدامها سيكون مقتصرًا على الأغراض العلمية فقط.

ملاحظة 02: ضع علامة (x) مكانة الإجابة المناسبة.

وعلامة (*) تدل على اختيار أكثر من إجابة واحدة.

إشراف الأستاذة:

إعداد الطالبتين:

- أمينة دواجي / د/ سعيدي زينب

- الويزة سريج

شكرا لتعاونكم

الموسم الجامعي 2018 / 2019

المحور الأول: البيانات الشخصية.

- الجنس: ذكر أنثى

- السن: 24-18 سنة 30-25 سنة 35-31 سنة

- المستوى التعليمي: ابتدائي متوسط ثانوي جامعي

- الحالة الاجتماعية: متزوج أعزب أرمل مطلق

المحور الثاني: عادات استخدام شباب ولاية البويرة لمواقع التواصل الاجتماعي

1 منذ متى وأنت تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي؟

أقل من سنتين من سنتين إلى 03 سنوات من 03 إلى 05 سنوات

من 05 سنوات إلى 07 سنوات أكثر من 07 سنوات

2 ما هي أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمها؟

الفيس بوك التويتر اليوتوب الانستجرام الواتس آب

أخرى أذكرها.....

3 ما هي عدد الساعات التي تقضيها في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي اليوم يوميا؟

أقل من ساعة من ساعة إلى ساعتين من 02 إلى 03 سا أكثر من 3 ساعات

4 ما هي الفترات المفضلة لديك لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي؟

صباحا مساء ليلا حسب الوقت المتاح

5 هل تساعد مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على المشكلات التي يعاني منها المجتمع؟

بدرجة قليلة بدرجة متوسطة بدرجة كبيرة

المحور الثالث: دوافع استخدام شباب ولاية البويرة لمواقع التواصل الاجتماعية في العمل التطوعي.

6 هل تتابع كل ما ينشر عن العمل التطوعي عبر حسابك في مواقع التواصل الاجتماعي؟

دائما أحيانا

7 هل توجه لك دعوات من بعض صفحات شبكات التواصل الاجتماعي للمشاركة في العمل التطوعي؟

دائما أحيانا أبدا

8 إذا كانت الإجابة (دائما أو أحيانا) هل تقوم بالانضمام إلى هذه الصفحات؟

نعم لا

9 ما هي دوافع مشاركتك في العمل التطوعي؟ (*)

- زرع المبادئ والقيم الإسلامية ونيل الأجر - تحقيق الأمن والاستقرار الاجتماعي
- الحب والانتماء الاجتماعي - الاحترام وتحقيق الذات
- تحقيق المكانة الاجتماعية - زرع حب العمل التطوعي في مراحل عمرية مبكرة
- استثمار وقت الفراغ - النماء والتطور الشخصي
- الاتصال بالآخرين المسؤولية الاجتماعية
- اكتساب خبرات ميدانية - توفير الحاجات المادية للآخرين

10- هل يساهم العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعية في حل بعض مشكلات المجتمع من طرف فئة الشباب؟

- دائما أحيانا نادرا

11- ما هي الفوائد التي تجنيها جزاء مشاركتك في العمل التطوعي؟ (*)

- اكتساب مهارات جديدة - الثقة بالنفس
- المساعدة في خدمة المجتمع - تحقيق الترابط والتعاون الاجتماعي
- تحقيق الذات في إطار البيئة الافتراضية - زيادة الخبرة في العمل التطوعي
- تحقيق التوازن والاستقرار النفسي - تعلم - مشاركة الشباب في تنمية المجتمع

12- ما هي الميزة التي يحققها العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟ (*)

- 1- التفاعلية في مواقع التواصل الاجتماعي.
- 2- سهولة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العمل التطوعي.
- 3- يتميز العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي بمواكبته للتقدم العلمي والتكنولوجي.
- 4- الفورية أو السرعة الحالات المستعصية.
- 5- أخرى أذكرها.....

المحور الرابع: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل العمل التطوعي لدى شباب ولاية البويرة.

13- في أي مجال تندرج مشاركتك في العمل التطوعي؟ (*)

- رعاية الطفولة - مساعدة المشردين
- رعاية المرأة - مكافحة التدخين
- رعاية المسنين رعاية الأيتام
- مكافحة التلوث خدمة المرضى والترفيه عنهم

- تقديم الإرشاد النفسي والصحي تقديم العون لذوي الاحتياجات الخاصة

- العناية بالغابات ومكافحة التصحرالمشاركة في أعمال الإغاثة

1 -المشاركة في أوقات الكوارث الطبيعية مساعدة الأسر الفقيرة

14- ما هو الإجراء الذي تتخذه عند استلامك أو تصفحك للمنشورات عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي تدعوك للمشاركة في الأعمال التطوعية؟

- المشاركة بفاعلية أطلع على المحتوى فحسب

- المشاركة بالضغط على زر الإعجاب محاولة الاتصال بالقائمين على هذه الصفحة

- مشاركة الفيديو التعليق على المنشورات

- أخرى أذكرها.....

15- كيف تمارس العمل التطوعي الذي تم بفعل تصفحك للمنشورات المتعلقة عبر هذه المواقع؟

1 بشكل فردي 2- بشكل جماعي 3- بشكل فردي وجماعي

16- هل مشاركتك في العمل التطوعي تكون؟

1 -التبرع بمبلغ مالي

2- جهد عضلي

3- التبرع بجزء من الوقت

4- التطوع بتقديم المعلومات

5- المشاركة المعنوية

6- أخرى أذكرها.....

17- ما هي الأساليب والوسائل اللازمة التي ترى أنها تفعل مشاركتك في العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

(*)

1 -إنشاء صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي تعنى بالعمل التطوعي

2 إبراز نشاطات المتطوعين عبر مواقع التواصل الاجتماعي

3 -الرعاية والإشهار للمبادرات التطوعية

4 -إنشاء قوائم البريد الالكتروني لتسهيل الاتصال مع المستفيدين

5 -تفعيل المنتديات الالكترونية التي تعنى بمجال التطوع

6 -فتح مجموعة نقاش للاتصال مع المتعاونين (المتطوعين)

7 -تفعيل دور الإعلام الجديد في تثقيف أفراد المجتمع لماهية التطوع

8 -تدريب وتأهيل الشباب الراغب في العمل التطوعي مواقع التواصل

9 -توظيف منصات التواصل الاجتماعي في تشجيع العمل التطوعي

10 - إصدار نشرات دورية (إلكترونية) تبرز نشاطات المتطوعين

11 - تضمين برامج التطوع مفاهيم التطوع وأهمية شبكات التواصل في نشر ثقافة التطوع أون لاین

12 - تكثيف المحاضرات والندوات الخاصة بأهمية العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي

18- ما هي العوائق التي تحد من مشاركتك في العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟ (*)

1 ضعف التفاعل مع شبكات التواصل الاجتماعي التي تهتم بالعمل التطوعي

2 قلة الوعي بكيفية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العمل التطوعي

3 تعارض وقت العمل التطوعي مع وقت الفراغ

4 شعور المتطوعين بعدم الحاجة إليهم

5 خوف المتطوعين الشباب من الفشل

6 ضعف الحوافز المعنوية والشخصية للمشاركة في العمل التطوعي عبر شبكات التواصل الاجتماعي

7 عدم الإعلان في بعض الأحيان عن برامج العمل التطوعي عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي

8 وجود سمعة سيئة عن القائمين على العمل التطوعي

9 عدم معرفة الشباب بجمعيات ومنظمات العمل التطوعي

10 - ضعف الوعي بأهمية التكنولوجيا الحديثة في العمل التطوعي

19- كيف ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي تفعيل العمل التطوعي لدى شباب ولاية البويرة؟

1 ساهمت الشبكات في تعريفك بالعمل التطوعي

2 التتعرف على تجارب العمل التطوعي في ولايات متعددة

3 زادت من حجم اهتمامك بالأعمال التطوعية

4 ساهمت في ازدياد حالات التطوع عبر المواقع

5 المساعدة العاجلة أثناء الأزمات والكوارث ورعاية المرضى