

دور موقع التواصل الاجتماعي في تنمية العمل التطوعي لدى الشباب الجزائري: دراسة مسحية على عينة من مستخدمي الفيسبوك من ولاية المسيلة

*Social networking sites impact on volunteerism growth among
Algerian youth: A survey study on a sample of Facebook users
from the state of M'sila*

د. راضية بن جاوهدو: كلية علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر 3، دولة الجزائر

Dr. Radhia Benjaouhdou: Faculty of Information and Communication Sciences, University of Algiers 3, State of Algeria

Email: radiabendjaouahdou71@gmail.com

الملخص:

تتميز موقع التواصل الاجتماعي بعده خصائص وسمات جعلتها رائدة في مجال الاتصال نظراً للخدمات التي تقدمها والإشعارات التي تتحققها لدى جمهور المستخدمين وهذا ما يعكس لنا الدور المحوري والفعال الذي تقوم به في نشر المعلومات والمحظى الهدف والأفكار التي تشكل وعيها حول مختلف القضايا التي تشغله الرأي العام من هذا المنطق سعى شبكات التواصل الاجتماعي ومن أبرزها الفيسبوك على توفير قدر مناسب من التواصل الاجتماعي لإظهار المشاكل التي يتخطى فيها المجتمع والبحث عن حلول لها عبر حملات العمل التطوعي على صفحات المجموعات على الفيسبوك وعليه حاولنا التعمق فيما يخص استخدام هذا الموقع في العمل التطوعي من طرف الشباب لنتأكّد أنّها فئة تهتم بالتقنيات الحديثة وتسعى فعلياً لاستثمارها في العمل التطوعي. ولتحقيق هدف الدراسة المتمثل في تسلیط الضوء على أهمية العمل التطوعي عند فئة الشباب الجزائري وعلاقته بموقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك استعملنا المنهج المسحي من الدراسات الوصفية. وخلصت الدراسة إلى أن التفاعل والتعارف في مجموعات الفايسبوك يساهم في عملية الانخراط في العمل التطوعي مما فرض على المستخدمين تشكيل مجموعات تقوم بالعمل التطوعي فبرزت بعض العمليات التطوعية الخاصة بالبيئة والحالات الاجتماعية على الخصوص كأهم عمليات التطوع.

الكلمات المفتاحية: الفيسبوك، العمل التطوعي، الشباب، موقع التواصل الاجتماعي، حملات التطوع.

Abstract:

Social networking sites have several characteristics and features that distinguish them as communication pioneers due to the services they provide and the satisfaction they achieve among their audience, and this reflects the effective role they play in the dissemination of information, purposeful content, and ideas that constitute awareness about the various issues that occupy public opinion from this perspective. Logic Through volunteer work campaigns on the groups' Facebook pages, social networks, most notably Facebook, attempted to provide an appropriate amount of social communication to show the problems in which society is floundering and to search for solutions to them. A group of people who are interested in modern

technologies and want to invest in them through volunteer work. We used the survey method from descriptive studies to achieve the study's goal of shedding light on the importance of volunteer work among Algerian youth and its relationship to the social networking site Facebook. According to the study, interaction and acquaintance in Facebook groups contribute to the process of engaging in voluntary work, which forces users to form groups that carry out voluntary work, so some volunteer operations related to the environment and social situations, in particular, emerge as the most important volunteer operations.

Keywords: Facebook, volunteer work, youth, social networking sites, volunteer campaigns.

الإطار المنهجي للدراسة:

المقدمة:

تحتوي شبكة الإنترنت على تطبيقات وخدمات عديدة متاحة في العالم الافتراضي منها موقع التواصل الاجتماعي التي تستخدم في الاتصال وال التواصل بين الأفراد في العالم الافتراضي وتتميز بسرعة نقل الخبر وتدعمه بالصور الحية مع سرعة مواكبة الأحداث على مدار الساعة مع اتاحة المضامين بالإضافة إلى العالمية والمرنة والسرعة الفائقة في تبادل الأفكار والمعلومات.

وتتنوعت موقع التواصل الاجتماعي من فيسبوك وانستغرام ويوتيوب وتويتر ولعل أكثرها انتشارا واستخداما من طرف الشباب الجزائري موقع الفيسبوك حيث أصبح لا يقتصر على تبادل المعلومات وتكوين الصداقات والدردشة فقط بل تعددت مجالات استخدامه واتسعت لتشمل القضايا الاجتماعية وانتشار العمل التطوعي كأهم الأعمال البارزة في المجتمع خاصة وقت الأزمات كالكوارث الطبيعية وغيرها أو المناسبات كالشهر الفضيل وعيدي الفطر والأضحى أو الدخول المدرسي وغيرها، فيعتبر العمل التطوعي عملا يسعى للتنمية والنهوض بالمجتمع وساهم في انتشاره العديد من الصفحات المتخصصة التي تعمل على نشر الأفكار والمعلومات حول الأعمال التطوعية التي يمكن أن تكون حافزا لمختلف فئات المجتمع خاصة منها الشباب.

وللوقوف عند علاقة موقع التواصل الاجتماعي بعملية تحفيز الشباب على المشاركة في العمل التطوعي جاءت هذه الدراسة على عينة من الشباب الجزائري بهدف إبراز أهمية الإعلام في عملية التغيير والنهوض بالمجتمع وتعبئة الأفراد.

الإشكالية البحثية:

انتشرت أبرز التطبيقات منذ سنة 2007 على موقع التواصل الاجتماعي حيث قام العديد من الأفراد بفتح حسابات خاصة بهم في العالم الافتراضي وخلق مجموعات حوار في مختلف المجالات سواء كانت اقتصادية أو اجتماعية أو سياسية أو ثقافية وذلك بهدف التعبير عن أفكارهم وآرائهم والتواصل مع من يشاركونهم الاهتمامات نفسها إذ أصبح من أهم وسائل التواصل تأثيراً سواء على الفرد أو المجتمع.

يقدم الفيسبوك خدمات للمستخدمين مثل: المحادثات الفورية، وتبادل الرسائل والصور... مما سمح بالخوض في العديد من المواضيع الاجتماعية ولعل أهمها بين الشباب الجزائري موضوع العمل التطوعي الذي يساهم في تحقيق تنمية الوعي و يؤدي إلى شد المجتمع الواحد وتسانده وتعاونه لحل مختلف المشاكل مما سمح بخلق صفحات خاصة بالموضوع تستغل ما وصلت إليه تكنولوجيا الإعلام والاتصال من أجل تحفيز الشباب والمتطلعين على الأخص بتقديم الرسائل لهم دون وجود أي اتصال مباشر معهم مع العلم أنه قد تبعد المسافات بينهم بشكل كبير والتركيز على الجوانب العقلية والنفسية مما يسهل تسريع وتبادل الأفكار والأراء بل وحتى التأثير من وجهات نظر الآخرين وسلوكياتهم عند الاطلاع على هذه المنشورات.

وانطلاقاً من الإحساس بأهمية هذا الموضوع ولأجل معرفة دور الفيسبوك في عملية تحفيز الشباب الجزائري على العمل التطوعي قمنا بإجراء هذه الدراسة في حدود ولاية المسيلة المدينة المعروفة بالكرم والضيافة، وعليه نطرح سؤال الإشكالية التالي:

هل لموقع التواصل الاجتماعي فيسبوك علاقة في تحفيز شباب ولاية المسيلة على العمل التطوعي؟

وفرعنا عن سؤال الإشكالية التساؤلات التالية:

- 1- هل للتواصل عبر الفيسبوك علاقة بالعمل التطوعي عند الشباب؟
- 2- هل يزيد التفاعل عبر صفحات الفيسبوك الرغبة في الانخراط في العمل التطوعي؟
- 3- هل التحفيز على العمل التطوعي عبر الفيسبوك يبعد شباب ولاية المسيلة عن الآفات الاجتماعية؟

4- هل ساهم الانخراط في العمل التطوعي عبر الفيسبوك للذكور والإإناث على حد سواء؟

أهمية الدراسة:

من أجل إعطاء سند موضوعي وعلمي لهذه الدراسة فإن أهميتها كدراسة حديثة تحاول تسلیط الضوء على أهمية العمل التطوعي عند فئة الشباب الجزائري وعلاقته بموقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك ك وسيط أمثل وفعال لانتشار مثل هذه الظواهر الإيجابية في المجتمع، مع التعمق داخل العلاقة القائمة بين الفيسبوك وتحفيز الشباب على العمل التطوعي للوقوف على العوامل المؤثرة بينهما والأهداف المحققة والدور الذي يؤديه الفيسبوك في هذه العلاقة ثم التأكيد على أهمية موضوع العمل التطوعي عند الشباب باستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة كبحوث أكاديمية تسلط الضوء على الأعمال التطوعية التي تنهض بالمجتمعات لمواكبة العصر.

أهداف الدراسة:

نهدف من خلال هذه الدراسة إلى:

- الوقوف على علاقة الفيسبوك بالعمل التطوعي عند الشباب.
- التعرف على كيفية استخدام موقع التواصل الاجتماعي في التحفيز على العمل التطوعي عند فئة الشباب.
- التعرف على مدى مساهمة صفحات الفيسبوك في التفاعل بين الشباب الجزائري.
- زيادة الوعي بأهمية العمل التطوعي في المجتمع الجزائري في ظل التطور التكنولوجي الراهن كوسيلة تنمية فعالة في المجتمع.

منهج الدراسة:

أعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي والذي يعرف أنه منهج بحثي يستخدم في بحوث العلوم الإنسانية بمختلف فروعها وهو المنهج الذي يصف المبحث كما هو على أرض الواقع دون إدخال المتغيرات أو دراسة عوامل التغيير الذي تحدث، فهو يدرس الماهية ولا يتطرق إلى الكيفية، ولهذا في البحوث الوصفية تبدأ غالباً بالأسئلة مثل: (ما هو؟ أو هل؟)، وفي أغلب الأحيان تسقى الدراسات الوصفية الدراسات التحليلية أو التجريبية، فهي تكون عاملاً مساعداً للبحث التجريبي، أو بمثابة مفتاح البحث الأنثروبولوجي، فقد يبدأ الباحث بجمع المعلومات من الميدان، وتحويلها إلى تقارير ليستند عليها في مرحلة تحليل البيانات حسب المنهجيات كالمنهجية المقارنة أو المنهجية التاريخية أو

المنهجية الوظيفية وللمنهج الوصفي أهمية كبيرة في الدراسات الاجتماعية على وجه التحديد لذلك قد اعتمدت عليه في جميع الدراسات الأولى في مختلف تخصصات العلوم الإنسانية كعلم التاريخ والسياسة والاقتصاد والاجتماع والإنسان كما تكمن أهمية المنهجية في التعرف على الكثير من الحضارات والثقافات الإنسانية والمجتمعات الغابرة ومن أنواعه: المنهج الوصفي المسحي ومنهج المسح الاجتماعي

وتنقسم المسح بحسب الزوايا التي ينظر منها الباحث إلى عملية المسح فالذي ينظر إلى مجال المسح والمدى الذي يغطيه يقسم المسح إلى مسح عام وهو الذي يعالج الجوانب العديدة للوحدة محل الدراسة فإذا كنا بقصد قرية أو دولة أو إقليم نتناول جميع الجوانب الاجتماعية والسياسية والاقتصادية ولا يقتصر على جانب منها فقط أما المسح الخاص فيتناول بالبحث والدراسة جانباً واحداً في الوحدة التي تكون محل البحث كالقطاع الاقتصادي (المسلمي، 2019).

أدوات الدراسة:

اعتمدنا في هذه الدراسة على أداة استمارية الاستبيان لجمع المعلومات وهي مجموعة من الأسئلة المتنوعة والمرتبطة ببعضها البعض بشكل يحقق الهدف الذي نسعى إليه من خلال الإشكالية التي طرحتها حيث اشتغلت الاستمارية على ثلاثة أنواع من الأسئلة منها الأسئلة المغلقة والأسئلة المفتوحة ثم الأسئلة المغلقة المفتوحة. هذه الاستمارية تم توزيعها مباشرة على أفراد العينة يداً بيد وذلك بمساعدة فرع جمعية هي 504 مسكن سهيلي الديلمي بأشبيليا بولاية المسيلة بالجزائر.

مجتمع وعينة الدراسة:

يقصد بمجتمع الدراسة المجتمع الذي يشمل جميع عناصر ومفردات المشكلة أو الظاهرة قيد الدراسة ويشمل مجتمع البحث في هذه الدراسة فئة الشباب لولاية المسيلة المدينة التي تعرف ببوابة الصحراء أما عن عينة الدراسة فتعرف عينة الدراسة على أنها: "جزء من المجتمع الأصلي يحتوي على بعض العناصر التي تم اختيارها منه بطريقة معينة وذلك بقصد دراسة خصائص المجتمع الأصلي (الصرفي، 2002) وقد تم اختيار أفراد العينة بشكل قصدي أي من يمارسون العمل التطوعي ويستعملون التكنولوجيا الحديثة من أفراد مجتمع البحث الأصلي وقد أخذنا توزيع العينة حسب الجنس منها 50 بالمائة ذكور ومثلها إناث ذلك أن العمل التطوعي لا يقتصر على جنس دون آخر أما عن السن فحاولنا حصره عند فئة الشباب من 18 سنة فما فوق لأن سن الشباب عند الباحثين

لا يتفق عنده الباحثون أين ينتهي وعليه تركناه مفتوحا حسب العينة فوصل إلى 30 سنة أما عن المستوى التعليمي فأخذناه كمتغير في الدراسة نظرا لأهميته في زيادة الوعي والاحتكاك بين الشباب.

الإطار المفاهيمي للدراسة:

1- موقع التواصل الاجتماعي

موقع التواصل الاجتماعي مصطلح يشير إلى تلك المواقع على شبكة الإنترنت والتي ظهرت مع ما يعرف بالجيل الثاني في الويب2 web2 حيث تتيح التواصل بين مستخدميها في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم وفقا لاهتماماتهم أو انتماءاتهم (جامعة، بلد، صحفة، شركة) بحيث يتم ذلك عن طريق خدمات التواصل المباشر كإرسال الرسائل أو المشاركة في الملفات الشخصية لآخرين والتعرف على أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض، فهي عبارة تستخدم لوصف أي موقع على الشبكة العنكبوتية، يتيح لمستخدميه وضع صفحة شخصية عامة معروضة ويتاح إمكانية تكوين علاقات شخصية مع المستخدمين الآخرين الذين يقومون بالدخول إلى تلك الصفحة الشخصية (صديق، 2014). يطلق مصطلح موقع التواصل الاجتماعي على مجموعة من المواقع الإلكترونية التي ظهرت على شبكة الانترنت من الجيل الثاني للويب وتتيح التواصل بين الأفراد عن طريق إرسال الرسائل والإطلاع على الملفات الشخصية لآخرين ويتم ذلك في بيئة مجتمع افتراضي تجمعهم اهتمامات أو شبكات انتماء (القديليجي، 2013)

فموقع التواصل الاجتماعي هي شبكات اجتماعية تفاعلية على الإنترنت تسمح لمستخدميها بتبادل المعلومات وإمكانية التواصل فيما بينهم ومشاركة الصور والملفات وتكوين علاقات صداقة وانشاء جماعات افتراضية مختلفة الاهتمامات والتخصصات وهي في الوقت الحالي بمثابة مصادر للأخبار والمستجدات.

2- الفيسبوك

فيسبوك facebook هو موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجانا بإمكان مستخدميه الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة عمل أو المدرسة أو الإقليم... وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم كذلك يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم أو إرسال رسائل أو صور إليهم، وأيضا تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم.

يعتبر موقع **facebook** الذي أسسه مارك زوكربيرغ **Zuckerberg Mark** من أهم مواقع التشبك الاجتماعي وهو لا يمثل منتدى اجتماعي فقط بل أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء ويعتمد الموقع في ذلك على معطيين أساسيين هما:

- حجم المشتركين فيه والذي يناظر 24 مليون حيث يشهد زيادة في عددهم بمعدل 150 ألف يومياً وكذلك على تمييزه من الناحية التكنولوجية والتي يريد أن يجعلها متاحة للجميع
- ويعن الموقع المشتركين ستة أنظمة تطبيق على الجهة اليسرى للصفحة الرئيسية له وهي ملف، صور ملف مذكرات، ملف مجموعات، ملف الأحداث، ملف الرسائل، وزاد عليها وكل فترة ملف "مكان التسوق (صادق، 2008).

3- العمل التطوعي:

العمل التطوعي هو "الجهد الذي يبذله الإنسان من أجل مجتمعه ومن أجل جماعات معينة وفيه يتحمل مسؤوليات العمل من خلال المؤسسات الاجتماعية القائمة إرضاء لمشاعر ودوابع إنسانية داخلية خاصة تلقي الرضا والقبول من جانب المجتمع (الخطيب، 2010).

وهو النشاط الذي يقوم به المتطوع فرداً كان أو جماعة بصورة عفوية أو منظمة في نطاق هيئات أو تجمعات أهلية غير حكومية ولا يستهدف ذلك النشاط تحقيق أي عائد مادي مباشر للمتطوع أو المتطوعين ذاتهم إنما يستهدف المساهمة في إزالة أو التخفيف من آثار المشكلات الاجتماعية والاقتصادية والعمل على مساعدة الأفراد الآخرين وتهيئتهم لمواجهة تلك المشكلات والمشاركة في التنمية (الخاجة، 2015).

الدراسات السابقة:

الدراسة 1: دراسة مريم نريمان نومار المعروفة "استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيرها في العلاقات الاجتماعية"، دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي موقع الفيس بوك في الجزائر، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة جامعة باتنة 2011-2012 تهدف الدراسة إلى الكشف عن مدى تأثير العلاقات الاجتماعية واستخدام الشبكات الاجتماعية حيث انتلقت من السؤال الرئيسي التالي: ما أثر استخدام موقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية؟ وترعرعت عنه مجموعة من التساؤلات هي:

- ما هي عادات وأنماط استخدام موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" لدى الجزائريين؟

- ما هي الدوافع وال حاجات التي تكمن وراء استخدام الجزائريين لموقع الفيس بوك؟
- كيف يؤثر استخدام الفيس بوك على العلاقات الاجتماعية لدى الجزائريين؟

وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- أن موقع الشبكات الاجتماعية تستأثر بقبول وتجاوب الكثير من الناس وفي جميع أنحاء العالم تطرح العديد من القضايا، وأنها نتيجة للمستخدم فضاء آخر للتفاعل ضمن مجتمع افتراضي يقوم من خلاله بناء علاقات افتراضية من أشخاص آخرين.
- أن أغلب أفراد العينة يستخدمون الفيس بوك منذ سنة إلى ثلاثة سنوات ومنهم من يستخدمه ثلاث ساعات.
- أكثر خدمة يستخدمونها وقت تصفحهم للموقع هي قراءة مشاركات الأصدقاء والتعليق عليها ثم وضع المشاركات على حائطهم تليها خدمة الدراسة مع الأصدقاء.

الدراسة 2: دراسة نوال براكات التي جاءت بعنوان "انعكاسات موقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية" أطروحة قدمت لنيل شهادة الدكتوراه بجامعة محمد خيضر، بسكرة، 2016. تدور إشكالية هذه الدراسة حول طبيعة استخدام الجزائريين لموقع التواصل الاجتماعي وعن أهم انعكاسات ذلك على نمط العلاقات الاجتماعية السائدة بينهم، والتي تفرعت عنها التساؤلات التالية:

- ما هي طبيعة استخدام الجزائريين لموقع التواصل الاجتماعي؟
- ما هي عوامل إقبال الجزائريين على استخدام موقع التواصل الاجتماعي؟
- ما هي انعكاسات موقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية بين زملاء الدراسة أو العمل في المجتمع الجزائري؟

أما عن النتائج فكانت أهمها:

- مستوى العلاقات الواقعية لدى أغلب المستخدمين الجزائريين بقي على حاله كما كان قبل استخدام موقع التواصل الاجتماعي
- مستخدمو موقع التواصل الاجتماعي من الجزائريين يعبرون بإعجابهم وتعليقاتهم على ما ينشره جيرانهم في صفحاتهم على موقع التواصل الاجتماعي.

- تساعد موقع التواصل الاجتماعي على معرفة اهتمامات وانشغالات زملائهم في الدراسة.

نشأة وتطور موقع التواصل الاجتماعي:

تجدر الإشارة إلى مرحلتين أساسيتين، الأولى هي مرحلة الجيل الأول للويب web1.0 والمرحلة الثانية هي الجيل الثاني للأنترنت 0. web2 غير أن أكثر موقع الشبكات الاجتماعية جماهيرية ظهرت خلال المرحلة الثانية في المرحلة الأولى ظهرت موقع التواصل الاجتماعي في الولايات المتحدة الأمريكية على مستوى التفاعل بين بعض في الدراسة وأول موقع تواصل اجتماعي لطلاب المدارس الأمريكية ظهر عام 1995 وهو موقع com.classmates وهذا الموقع قسم المجتمع الأمريكي إلى ولايات وقسم كل ولاية إلى مناطق وقسم كل منطقة لعدة مدارس وجميعها تشتراك في هذا الموقع، وتبع ذلك محاولة لمواصلة تطوير هذا الموقع com.sivdegrees وكان ذلك في خريف عام 1997 ،وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص بغض النظر عن انتماءاتهم العلمية أو العرقية أو الدينية، وكان ذلك بداية لانفتاح على عالم التواصل الاجتماعي بدون حدود وقد أتاح ذلك الموقع للمستخدمين مجموعة من الخدمات من أهمها إنشاء الملفات الشخصية وارسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء، وبالرغم من ذلك فقد تم إغلاق الموقع لعدم قدرته على تمويل الخدمات المقدمة من خلاله (نومار، 2012) وتبع ذلك ظهور مجموعة من مواقع التواصل الاجتماعي من الموقع من بينها أيضاً موقع "كلاس مايت" الذي كان الغرض من الرابط بين زملاء الدراسة. شهدت أيضاً هذه المرحلة إنشاء موقع شهير آخر لكن لم يكتب للكثير منها البقاء.

المرحلة الثانية: هي مرحلة اكتمال وتطور موقع التواصل الاجتماعي في هذه المرحلة وبالتحديد في الفترة بين 2002 - 2004 بلغت شبكات التواصل الاجتماعي ذروتها عبر العالم فقد ظهر موقع friendster في كاليفورنيا من قبل jondhanabrar j ويتبع هذا الموقع التواصل مع الأصدقاء بلغات وتقنيات متعددة وتبادل الصور والملفات، وفي النصف الثاني من العام نفسه أطلق في فرنسا موقع skyrok كموقع للتدوين ثم تحول بعد ذلك إلى شبكة اجتماعية عام 2007 وأصبح يحتل المركز السابع من حيث المستخدمين وفي سنة 2003 أطلق موقع my.spaca أمريكي، وهو موقع تواصل اجتماعي خصص لتبادل الصور وإضافة الأصدقاء وتقديم تفاصيل الملفات الشخصية وعرض الشرائح ومشغلات الصوت والصورة. وأمام هاتين المرحلتين بدا واضحاً اختلاف الآراء حول أول شبكة اجتماعية عبر الأنترنت بدأت مجموعة من الشبكات في الظهور في أواخر التسعينيات مثل: com. classnts عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة، وموقع com.sixxdegnees الذي ظهر عام 1997 وركز هذا الموقع على الروابط بين الأشخاص (الشمايلة، 2015). وشهدت نقلة

نوعية مع افتتاح الفيس بوك في عام 2003 حيث بُرِزَ عن غيره من الشبكات بما يُوفِرُ من خدمات من بينها مساعدتهم على الالقاء بالأصدقاء القدامى، وصناعة كيان عام من خلال الإلقاء والمشاركة بما يريدون من معلومات عن أنفسهم واهتماماتهم ومشاعرهم إلى جانب نجاحه في تحقيق الكثير من الإشاعات النفسية والاجتماعية والسياسية ومع بداية 2005 ظهر موقع يبلغ عدد مشاهدته صفحاته أكثر من غوغل وهو موقع ماي سبيس الأمريكي الشهير ويعتبر من أكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير فيس بوك، والذي بدأ أيضاً في الانتشار المتوازي مع ماي سبيس حتى قام الفيس بوك في عام 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين، وهذا ما أدى إلى زيادة إعداد مستخدمي الفيس بوك بشكل كبير ويعتقد أن عددهم حالياً يتجاوز 115 مليون مستخدم على مستوى العالم وبهذا الانتشار الواسع لموقع التواصل الاجتماعي ظهر موقع youtyoub الذي هو من أكبر المواقع على شبكة الانترنت وهو يسمح للمستخدمين برفع ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني مؤسسي هذا الموقع هم ثالث موظفين paypal ثم ظهر موقع توينتر في عام 2006، وظهور كذلك موقع ياهو في مارس 2005 وبعدها عرف الجيل الثاني للويب ظهور العديد من مواقع التواصل الاجتماعي، قدر بعضها سنة 2009 بـ موقع 200 (علي، 2015)

2- أهمية شبكات التواصل الاجتماعي

تتمثل أهمية شبكات التواصل الاجتماعي في إتاحة مجال واسع أمام الإنسان للتعبير عن نفسه ومشاركة مشاعره مع الآخرين وخاصة وأن هناك حقيقة علمية وهي أن الإنسان اجتماعي بطبيعة وبطرته يتواصل مع الآخرين ولا يمكن أن يعيش بعزلة عن أخيه الإنسان وقد أثبتت العديد من الدراسات والبحوث العلمية أن الإنسان لا يستطيع إشباع جميع حاجاته البيولوجية والنفسية دون التواصل مع الآخرين فجاجاته هذه تفرض عليه العيش مع الآخرين لإشباع هذه الحاجات أما الاحتياجات الاجتماعية فلا يمكن أن تقوم أساساً دون تواصل إنساني مع المحيط الاجتماعي ولذلك فالإنسان كائن اجتماعي بطبيعة ولا يمكن أن يعيش بمفرده.

3- أهداف شبكات التواصل الاجتماعي

تتمثل أهداف شبكات التواصل الاجتماعي في:

- إلغاء الحواجز بين البشر كافة ونزع الفوارق العرقية والدينية لجعل الجميع في بونقة واحدة وتدعم الإنسانية برغم كسر بعض الشبكات لهذه النقطة.

- هدم القيم والأخلاق حيث لا يوجد لها في الشبكات الاجتماعية مكان إذ أنهم يعتبرون مسألة الأخلاق مسألة شخصية تخص الفرد نفسه ولا وجود لها في المجتمعات الرقمية.
- سرعة التواصل بين البشر وإلغاء الفوارق الزمنية في نقل الخبر وقد أصبحت هذه الشبكات الاجتماعية تطبيقاً مجانياً على أي هاتف نقال بما يعني أن الخبر يصل المستخدم في أي وقت على مدار الساعة.
- إيجاد ساحة حرة للتعبير عن الرأي دون تدخل السلطات بمعنى أدق إيجاد "هaid Barak" رقمية على الأنترنت يتحدث الكل فيها بما يرغب دون رقابة أو محاسبة..
- زيادة الشائعات عن طريق الشبكات الاجتماعية لكل شخص مشترك في هذه الشبكات ينشر ما يريد من أخبار دون الرجوع لمصدر الخبر.

4- خصائص شبكات التواصل الاجتماعي

- تشترك مواقع التواصل الاجتماعي في مجموعة من السمات والخصائص وذلك بالنسبة إلى دورها والخدمات التي تقدمها وهي كالتالي:
- **العالمية:** شاملة حيث تلغى الحواجز الجغرافية والمكانية.
 - **التفاعلية:** فالفرد أو المستخدم فيها كما أنه مستقبل وقارئ فهو في نفس الوقت المرسل والكاتب والمشارك فهي تعطي حيز للمشاركة الفاعلة من المشاهد والقارئ.
 - **المشاركة:** وهي تتيح للمستخدمين مشاركة النصوص والصور ومقاطع الصوت والفيديو فيما بينهم.
 - **الإتاحة:** فتلك الشبكات الاجتماعية تعلن عن خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة وتبادل المعلومات والتعليقات ونادراً ما توجد حواجز أمام الوصول إلى المحتوى والاستفادة منه.
 - **التلقائية:** يقسم التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي بأنه تلقائي وغير رسمي ومتوقع فليس هناك تخطيط أو تنسيق للتواصل بين الأعضاء وكذلك عدم وجود لوائح وقيود تنظيمية تحكم ذلك التواصل فهو يتسم بالتلقائية بين طرفين في الاتصال - 1 . (هميمي، 2015)

- **المحادثة:** حيث تتميز موقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الاجتماعية عن التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة في اتجاهين أي المشاركة أو التفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروضة.
- **سهولة الاستخدام:** فوسائل التواصل الاجتماعي تستخدم بالإضافة للحروف وبساطة اللغة وتحتاج إلى تعلم الرموز والصور والتسجيل الصوتي والتي تسهل للمستخدم التفاعل مهما كان مستوى التعليمي والفكري.
- **ال توفير والاقتصادية:** اقتصادية في الجهد والوقت والمال فهي مجانية الاشتراك والتسجيل.

5- الفيسبوك كنموذج لموقع التواصل الاجتماعي

يعتبر الفيسبوك الآن من المواقع العالمية المتخصصة في العلاقات الاجتماعية والتعارف وبناء الصداقات على الإطلاق فالموقع ليس حكراً على أحد والتسجيل فيه مجاني وسهل ويستطيع أي شخص أن يستخدمه بعد هذا الموقع آلة إعلامية ضخمة لطالما استخدمنها الكثيرون في تنفيذ حملات إعلامية أو ترويج لمنتجات معينة كالتسويق (فضل، 2011) تديره شركة الفيس بوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تتنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم كذلك يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وارسال رسائل إليهم مؤسس الموقع مارك زوكربيرج أسس الموقع حين كان طالباً في جامعة هارفارد وكان الموقع في البداية مخصصاً فقط للطلبة في جامعة هارفارد، ولكن تم توسيعه لاحقاً ليسمح لطلبة الجامعات بشكل عام بالاشتراك في الموقع من ثم توسعه ليشمل طلبة المدارس الثانوية وأي شخص يتعدي عمره 13 سنة وقد قام مارك زوكربيرج بتأسيس الفيس بوك بالاشتراك مع كل من داستين موسكو فيتزوكريس هيوز اللذان تخصصاً في دراسة علوم الحاسوب وأثير الكثير من الجدل حول موقع الفيس بوك على مدار الأعوام القليلة الماضية فقد تم حظر استخدام الموقع في العديد من الدول خلال فترات متفاوتة كما حدث في سوريا وإيران كما تم حظر استخدام الموقع في العديد من جهات العمل لإثناء الموظفين عن إهدار أوقاتهم في استخدام تلك الخدمة. (إبراهيم، 2013)

5-1- نماذج مستخدمي الفيسبوك:

قسم بعض الباحثين مستخدمي الفيسبوك من مشتركين ضمن سبع نماذج حاول عرضها
كالآتي:

1- المتخفي: ضمن هذا النموذج الكثير ممن يسجلون انفسهم لا يفهمون مبدأ التواصل والتشابك فيخفون صورتهم ولا يقدمون أية معلومات شخصية عنهم للأصدقاء الذين يدعونهم ولا يفحضون عن هويتهم ويكتفون باللحظة والإطلاع على الصفحات الشخصية للمستخدمين الآخرين. ١

2- رفيق المدرسة: لم نلتقي منذ وقت طويل هذه هي الرسالة التي يتلقاها المرء من أشخاص فقدت أثرهم منذ وقت طويل وغالباً ما يكونوا زملاء من أيام المدرسة ورسالة فقط تثير فضوله كثيراً مما أصبحت عليه أحوال الآخر لكن في كثير من الأحيان ما يليث هذا الزميل القديم أن يختفي ولا يبقى إلا اسمه في لائحة الأصدقاء (المليجي، 2015)

3- القريب: لا داعي لمحالمة القريب البعيد لمعرفة كيف حاله فالخبر يمكن قراءته على الفيس بوك ولا حاجة للحديث عن الجد أو الجدة أو عن أشياء لا أهمية لها الفيس بوك يمنح إمكانية البقاء على اتصال بهؤلاء الأقارب دون الحاجة للاتصال بهم

4- الأبوين: لا شك أن الكثير من الآباء والأمهات لا يعرفون على الفيس بوك ما يكفي إضافة إلى أنهم لا يرغبون في خوض هذه التجربة الجديدة لكن حرصهم على أولادهم يدفعهم في الكثير من الأحيان إلى الت�헍 على اهتماماتهم بهذا التواصل الاجتماعي والدخول إلى صفحاتهم وطلب صداقتهم أبنائهم

5- المدير: يتسم هذا النموذج بطبع أكثر ما يقال عنه تجسسي – نرجسي فالمدير يفتح صفحة شخصية له على الفيس بوك ويدعو العاملين عنده بالتسجيل في الفيس بوك والدخول إلى صفحته الخاصة ومن هنا يتحقق نرجسيه باعتباره يتحكم فيهم حتى وهم في العالم الافتراضي هذا من ناحية ومن ناحية أخرى يصبحون تحت أنظاره ويراقب تحركاتهم وسلوكياتهم.

6- الأصدقاء الحقيقيون: الصديق الحقيقي هو الصديق الذي تعرفه منذ وقت طويل وفي هذه الحالة لا يحتاج المرء الفيس بوك للحفاظ على الصداقة لكن ضم هؤلاء الأصدقاء إلى لائحة الأصدقاء على الفيس بوك هو أمر طبيعي على الرغم من قلة أو عدم أهمية ما يمكن إضافته هناك حول هؤلاء الأصدقاء

7- الخطيب السابق أو الخطيبة السابقة: هم أصدقاء غير مريحين يتتجسّسون على صفحات المشتركين في الفيس بوك، وقد يثيرون بعض المشاكل غير المثيرة لصاحب الصفحة كون أنهم

يحاولون التأثير على علاقاته الجديدة، وخلق المشاكل في علاقاته مع أصدقائه الجدد. (بوزريرة، 2017)

6- العمل التطوعي وأهميته:

اتخذ التطوع مكانة محترمة في المجتمعات المتقدمة التي تسعى إلى محاولة وضع مجتمع مدني قائم بذاته في ظل الأوضاع والمتغيرات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية فالخدمات التي يقدمها التطوع تلعب دوراً مهماً في تكميل ما تعجز الدولة عن تقديمها من مشروعات خدمية وتنموية كما أن أنشطة العمل التطوعي تتميز بالسلasse في الحركة والنشاط مما يساعد على تقديم الخدمات بصورة أسرع وأيسر من أجهزة الحكومة (النابلسي، 2007) تبرز أهمية العمل التطوعي كلما تقدمت المجتمعات وتعقدت العلاقات الاجتماعية داخلها فقد أدت التغيرات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية ومتطلبات الحياة المعاصرة إلى العمل التطوعي مجرد أعمال فردية تقليدية إلى أعمال جماعية منظمة في شكل جمعيات ومؤسسات حديثة وفي مجالات متعددة تتناسب واحتياجات خدمة المجتمع وتنميته وتكون أهمية العمل التطوعي كونه يجسد ثلاث وظائف رئيسية في المجتمع وهي:

- تكميل العمل الحكومي عن طريق رفع مستوى الخدمة وتوسيعها.
- توفير خدمات جديدة ربما تصعب على الدوائر الحكومية تقديمها، وذلك لأن المؤسسات التطوعية تتسم بالسهولة واليسر في خدماتها
- تأدية خدمات لا تقوم بها الدولة فالتطوع بمثابة قوة محركة بشقيها البشرية والمادية وتتبع من داخل المجتمعات وتدفعه إلى الاعتماد على جهود أعضائها وعلى الموارد الذاتية لاتباع حاجات مواطنيه ومحاولة تحقيق التنمية والقدم فيه.

6-1-أهداف العمل التطوعي:

- يمكن النظر إلى أهداف ودوافع التطوع من خلال ثلاثة محاور أساسية
- 6-1-1-أهداف تتعلق بالمجتمع بالمحلي: يساعد التطوع على تماسك المجتمع وذلك لأنه يساهم في
 - تخفيف المشكلات الاجتماعية التي تواجه المجتمع المحلي
 - تعريف أفراد المجتمع بالظروف الواقعية التي تعيش فيها الفئات الأخرى، والوصول إلى فهم مشترك للمشكلات والأحوال السيئة التي يعاني منها المجتمع.

- يقود اشتراك المواطنين في الأعمال التطوعية إلى التفاهم حول مجتمعية مرغوبة وهذا ما يقلل فرص اشتراكهم في أنشطة تهدف إلى تقدم المجتمع وتماسكه.

4-1-2-أهداف تتعلق بالهيئات الاجتماعية: يحقق النطوع للهيئات الاجتماعية العديد من الأهداف، ومنها:

- سد النقص في أعداد المتخصصين من الذي تعانيه الهيئات الاجتماعية.
- النطوع يسهم في تعريف المجتمع بهيئاته وبهذا يربطون تلك الهيئات بالمجتمع، فيستمر تأييدها أدبياً ومادياً (يوسف، 2008)

4-1-3-أهداف تتعلق بالمتطوعين أنفسهم: حيث يمكن من خلال اشتراك المتطوع في الأنشطة التطوعية أن تتحقق له فوائد أو أهداف منها: اهتمام المتطوع بأهداف اجتماعية مرغوبة بوجهة طاقاته بعيداً عن الانحراف من الناحية ويكسب من خلال ممارسته العملية مجموعة من الخبرات الاجتماعية التي تسهم في تكامل شخصيته إضافة إلى أن الكثير من الاحتياجات الاجتماعية للفرد يتم إشباعها من خلال إحساسه بالنجاح في القيام بعمل يقدره الآخرون والإحساس بالإنتماء إلى أحد المؤسسات التي تلقى تقديرًا من المجتمع.

4-2- دوافع العمل التطوعي:

4-2-1- الدافع الحضاري: وهو ما يعرف بثقافة العولمة الخيرية والتي نشرت ثقافة إغاثة المنكوبين في الزلازل والمحن والكوارث الطبيعية والإنسانية من الحروب والمصائب تجعل الأمم تجتمع لمساعدة دولة ما أو شعب ما ربما تدور الأيام ويصبح هو نفسه في نفس المأزق فكان البد من التعاون لتحقيق أهداف إنسانية تساعد الكل في تجاوز محناته.

4-2-2- الدافع الاجتماعي: لتوثيق الروابط وتنمية التعاون والشعور بالمسؤولية اتجاه المجتمع.

4-2-3- الدافع الإنساني الذاتي: وهي ما يشعر به الإنسان من آلام الآخرين يحركه لتقديم المساعدة والشعور بالمسؤولية اتجاه المصاب.

4-2-4- الدافع الديني والروحي وال النفسي: بغرض كسب الأجر ومرضاهة رب والشعور بالسعادة.
(رشيدي، 2013)

4-3-أسس العمل التطوعي:

6-3-1- الكفاءة: وهو في الأصل مبدأ اقتصادي اعتمد على معظم الجهود المبذولة وينتهي إلى أن هذه الأخيرة أي الجهود المبذولة إذا كانت بدون الكفاءة قد لا يكتب لها الاستمرارية والتأثير والأعمال الخيرية الأخرى ليست إنشاء من هذه القواعد

6-3-2- التعاون والتكامل في العمل الاجتماعي: نظراً لتفاوت قدرات الأفراد وفقرهم وغناهم فإن الحكمة تدعو إلى حصول تعاون وتكامل لسد حاجات بعضهم البعض فتجعل المودة والألفة والترابط بينهم

6-3-3- النمو: نظراً لتمييز الحاجات الإنسانية والاستمرارية والتجدد فلا يمكن إشباع الحاجة مرة واحدة هذا ما يجعل النشاط الاجتماعي والاقتصادي والثقافي للإنسان ينمو ويتجدد باستمرار ويصاحب ذلك التطور توسيع مطror في أساليب أدائها ولابد للأعمال التطوعية والخيرية من أن توافق ذلك مما يتطلب ارسال تظيمات مستقرة تختص في العمل الخيري التطوعي مع تطبيق مبدأ البحث والتطوير وتكوين استراتيجيات تأخذ في الحساب أفضل الخيارات والبدائل لنمو الأعمال الخيرية.

الاستنتاجات العامة للدراسة الميدانية:

في هذا الجزء من الدراسة سنعرض أبرز النتائج التي تم التوصل إليها والتي بدأت حسب توزيع محاور الاستمارة بالبيانات الشخصية ثم التفاعل على صفحات الفيسبوك ومدى تأثيره على رغبة الشباب في ممارسة العمل التطوعي إلى مدى مساهمة التواصل عبر الفيسبوك في مشاركة الشباب في العمل التطوعي وصولاً إلى ضمان التفاعل على صفحات الفيسبوك الاستمرارية والانخراط المتجدد للشباب في العمل التطوعي.

وفيمما يلي نعرض نتائج الدراسة والتي جاءت كالتالي:

- 1- أظهرت الدراسة أن نسبة الشباب الذين يمتلكون حسابات على موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك بلغت المائة أي أن الواقع يؤكد أن الانفجار المعلوماتي الرحيب الذي شهد العالم المعاصر وتتوفر الأنترنت فرض على الشباب امتلاك أجهزة كالهواتف الذكية واللوحات الإلكترونية والحواسيب وغيرها مما يسمح بالولوج إلى العالم الافتراضي بكل سهولة وأريحية.
- 2- كشفت الدراسة أن نسبة الشباب الذين بدأوا يستعملون الفيسبوك من سنين إلى ثلاث سنوات بلغت نسبة 38% أما من بدأوا استعماله من ثلاث إلى خمس سنوات فبلغوا 22% وأعلى نسبة والتي وصلت 40% فكانت لمن بدأوا يستعملون الفيسبوك أكثر من 40% ويعود ذلك لانتشار

شبكة الجيل الثالث والرابع من الاتصالات وتتوفر خدمة الـ WiFi بالإضافة إلى تحسين خدمات الفيسبوك من تحسين الصوت والصورة معاً.

3- أظهرت الدراسة أن الشباب في ولاية المسيلة يقضي الساعات في تصفحه للفيسبوك حيث بلغت نسبة 46% من العينة تقضي أكثر من ثلاثة ساعات في التصفح ونسبة 30% تقضي من ساعتين إلى ثلاثة ساعات أما نسبة 15% فتقضي من ساعة إلى ساعتين وأقل نسبة من الشباب والتي بلغت 9% فتقضي أقل من ساعة في تصفح الموقع هذه النسبة تؤكد فعلاً أن الموقع يلقى رواجاً بين فئة الشباب فضولاً ورغبة في التعرف على المستجدات والمعلومات والأخبار دون انقطاع.

4- كشفت الدراسة أن نسبة كبيرة من الشباب بلغت 90% تتبع باستمرار كل ما ينشر على موقع الفيسبوك في المقابل تتبع نسبة 10% الموقع وما ينشره المستخدمون مما يؤكّد الطرح السابق في عملية تصفح الفيسبوك.

5- بينت الدراسة أن الفيسبوك يساعد فعلاً في تعرف الشباب على المشكلات التي يعاني منها المجتمع بنسبة بلغت 99% مقابل نسبة 1% فقط من أجابت بالفني ومنه فإن درجة مساعدة موقع فيسبوك المبحوثين في التعرف على المشكلات التي يعاني منها المجتمع درجة عالية جداً إذ أن موقع الفيس بوك كوسيلة إعلامية أصبح الاعتماد عليها للتعرف على بعض مشكلات المجتمع أمر مفروض ومتداول بين الشباب.

6- أظهرت الدراسة أن هناك نسبة 48% يرغبون في المساهمة في حل المشاكل التي تمرّ عليهم عبر صفحات الفيسبوك في المقابل هناك نسبة 34% اشترطت المشاركة حسب طبيعة المشكل وبقيت نسبة 18% ترفض المشاركة في حل المشاكل المطروحة وقد يعود ذلك لنسبة الإناث في العينة المدروسة وعادات وتقاليد المجتمع الذي نعيش فيه.

7- كشفت الدراسة أن نسبة 87% من أجمالي العينة قد شاركت في أعمال تطوعية لحل بعض المشاكل والأزمات المطروحة على صفحات الفيسبوك مقابل نسبة 13% لم تشارك.

8- بينت الدراسة أن المشاركة والتدخل لحل المشاكل جاء نتيجة متابعة منشورات وضعت على صفحات ومجموعات عامة بنسبة 70% في المقابل نسبة 30% جاءت نتيجة متابعة منشورات وضعت على صفحات ومحطّيات خاصة بالعمل التطوعي مما يظهر أن الشريحة المعنية بالدراسات تتجول بين المنشورات دون قيود وتقع تحت الصدفة عرضة لمنشورات العمل التطوعي.

9- أظهرت الدراسة أن نسبة 85% من العينة عملت المنشورات المتابعة على صفحات الفيسبوك على تشجيع القيام بالعمل التطوعي في حين نسبة 15% لا تعمل تلك المنشورات على تشجيعها.

- 10- كشفت الدراسة أن محتويات المنشورات المتابعة تحمل طابع التحفيز على القيام بالأعمال التطوعية نتيجة استعمالها للصور والفيديوهات والشعارات وغيرها وذلك بنسبة 84% مقابل نسبة 16% لم تحفزها المواد المعروضة على العمل التطوعي لحل المشاكل.
- 11- كشفت الدراسة أن نسبة 67% من شباب العينة تم إخراطهم في العمل التطوعي بعد التعرف على صفحات لمجموعات عبر الفيسبوك أما نسبة 33% فإن إخراطهم في العمل التطوعي لم يكن من مجموعات الفيسبوك إنما بالاحتكاك المباشر بالهيئات والجمعيات والأفراد الفاعلين في المجتمع وهذا راجع لخصوصية المنطقة التي يعرف مجتمعها بالعروشية أي مجموعات ذات صلة معينة تجمعهم ثقافة وعادات وتقاليد خاصة بهم.
- 12- أظهرت الدراسة أن أغلبية المبحوثين يعتقدون أن المنشورات الخاصة بالعمل التطوعي تعزز مشاركة أفراد المجتمع في مثل هذه المبادرات إذ بلغت نسبتهم 80% في حين أن الذين أجابوا بأن المنشورات الخاصة بالعمل التطوعي لا تعزز لهم روح المشاركة في المبادرات التطوعية بلغت نسبتهم 20% مما يؤكد أن موقع التواصل الاجتماعي أصبح لها دور كبير مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية نظراً لمجانية وسهولة النشر الذي زاد في التفاعل بين الأفراد والتواصل بنشر مستجدات الأعمال التطوعية التي تشجع على المشاركة الميدانية.
- 13- بينت الدراسة أن ما نسبته 54% من المبحوثين أفروا بأنهم توجد صفة خاصة بالحي الذي يقطنون فيه فقد تراوحت هذه النسبة بين احتماليين حيث نجد 42% أجابوا أن الصفحة أو المجموعة تضع منشورات وتنشر بعض الإعلانات الخاصة بتنظيم حملات تنظيف والذين أجابوا أن الصفحة لا تضع منشورات تحت على القيام بالعمل التطوعي بنسبة 12% في حين الذين أفروا أنها توجد صفحات خاصة بالحي الذين يقطنون به بنسبة 46%. فمن خلال هذه المعطيات نجد أن إنشاء صفحات خاصة بالأحياء السكنية في الفيسبوك أصبح منتشرًا وواسعًا وذلك بنشر مختلف المبادرات التطوعية الخاصة بالحي وكذلك التأمينات الخاصة بسكنه.
- 14- كشفت الدراسة أن عملية التفاعل مع المنشورات على الفيسبوك تباينت بين نسبة 60% تفضل الاطلاع على المنشورات دون تفاعل ونسبة 18% بالمشاركة بالضغط على زر الإعجاب و 12% من العينة تعمل على مشاركة المحتوى أما نسبة 5% فإنها تعلق على المنشورات ومثلها نسبة تفضل مشاركة الفيديوهات وعليه فإن اشباع حاجات المستخدمين يطغى في عملية التفاعل بالاطلاع أكثر على معلومات وأخبار العمل التطوعي مما يؤكد أن هؤلاء الأفراد متفاعلون ونشطون في ميدان العمل التطوعي.

15- كشفت الدراسة أن نسبة غالبية المبحوثين أكدت أن منشورات موقع الفيسبوك قد عملت على تغطية الحاجة في العمل التطوعي بنسبة 85% مقابل نسبة 25% التي لم تؤكد ذلك ومنه نؤكد أن التواصل الفعلي كذلك يأخذ حيزه في العملية مهما بلغت التكنولوجيا ذروتها خاصة في مجتمعات ذات خصوصيات معينة.

النتائج العامة للدراسة:

بعد العرض التحليلي الكمي والكيفي للمعطيات البيانية لاستمار الاستبيان يمكننا الوقوف عند أهم النتائج التي خلصت إليها الدراسة والمتمثلة في:

- 1- يملك الشباب حسابات على موقع التواصل الاجتماعي كتحمية فرضها الانفجار المعرفي الرهيب مع اتاحة استعمال الأنترنت بشكل سهل وواسع.
- 2- بداية استعمال الفيسبوك يعود إلى الجيلين الثالث والرابع مع إتاحة استعمال الواي-Fi وتطور خدمات الصوت والصورة.
- 3- يهتم مستخدمو الفيسبوك من الشباب بالمستجدات والأخبار المنشورة على صفحات الفيسبوك
- 4- يتبع الشباب هذه المستجدات باستمرار تلبية واسعاً لرغباتهم.
- 5- يساعد الفيسبوك على التعرف على المشاكل التي يعاني منها المجتمع و يجعلهم يشاركون في حل المشكل حسب طبيعته.
- 6- يتبع الشباب صفحات المجموعات العامة على الخصوص أكثر من غيرها فضولاً ورغبة.
- 7- تعمل المنشورات المتابعة في أغلب الأحيان على التشجيع على القيام بالأعمال التطوعية لدى الشباب.
- 8- تحفز المنشورات المتابعة عبر نشر الفيديوهات والصور وغيرها على الانخراط في العمل التطوعي رغبة وحبا
- 9- يساهم التفاعل والتعارف في مجموعات الفيسبوك في عملية الانخراط في العمل التطوعي كما أن التواصل المباشر لا زال يشغل حيزاً لدى مجتمعات المناطق الداخلية ذات الخصوصيات الثقافية المميزة.

- 10- فرض الفيسبوك على مستخدميه تشكيل مجموعات أسفرت عن تشكيل مجموعات للأحياء تقوم بالعمل التطوعي على مستوى الحي وبرزت بعض العمليات التطوعية الخاصة بالبيئة والحالات الاجتماعية على الخصوص كأهم عمليات التطوع.
- 11- التفاعل على مستوى موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك فيما يخص العمليات التطوعية يتباين بين الاطلاع دون تفاعل والمشاركة بالضغط على زر الإعجاب أو مشاركة المحتوى وقليلًا ما يكون التفاعل بمشاركة الفيديوهات أو التعليق على المنشورات.
- 12- تساهم مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير في تغطية الحاجة في العمل التطوعي
- 13- رغم غزو التكنولوجيا الحديثة يبقى الحيز موجودًا في العمل التطوعي للتفاعل المباشر ولو بنسب قليلة في مجتمعات المناطق الداخلية للوطن.

الوصيات:

- توعية فئة الشباب بأهمية موقع التواصل الاجتماعي في العمل التطوعي
- ضرورة الاستفادة من فئة الشباب كقوة فاعلة في المجتمع في ميدان العمل التطوعي.
- الاستثمار في وسائل التواصل الأخرى في الترويج لحملات العمل التطوعي.
- تكوين مجموعات خاصة بكل حي تسهر على تفعيل العمل التطوعي فيما بينها.
- تشجيع البحث العلمي في مجال علاقة التكنولوجيا الحديثة والعمل التطوعي في المجتمع.
- السهر على رعاية الهيئات العليا للعمل التطوعي عبر موقع التواصل الاجتماعي مع تشجيعه ودعمه.

قائمة المصادر والمراجع:

- 1- ابراهيم عبد الله المسلمي. (2019). *مناهج البحث في الدراسات الاعلامية*. مصر: دار الفكر العربي.
- 2- اسماعيل محمود علي. (2015). *الإعلام الجديد*. الإسكندرية: مكتبة الوفاء القانونية.
- 3- إيمان عبد الرزاق الخاجة. (2015). دور التسويق في تحفيز شباب البحرين على العمل التطوعي. مملكة البحرين: رسالة مقدمة استكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في علوم الاعلام والعلاقات العامة كلية الآداب والعلوم والتربية الجامعة الأهلية المنامة.
- 4- برقاوي خالد يوسف. (2008). *اتجاهات الشباب السعودي نحو العمل التطوعي*, دراسة مطبقة على عينة من طالب وطالبات المرحلة الثانوية بمكة المكرمة. السعودية: مجلة جامعة الملك عبد العزيز، الآداب والعلوم الإنسانية.
- 5- حسين محمود هميي. (2015). *موقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني*. عمان: دار صفاء.
- 6- خليدة صديق. (2014). *مناهج البحث في الاعلام الجديد*. عمان: دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع.
- 7- عامر إبراهيم. (2013). *الاعلام والمعلومات والانترنت*. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

- 8- عامر ابراهيم القديلجي. (2013). *الاعلام والمعلومات والإنترنت*. عمان: دار البازوري للنشر والتوزيع.
- 9- عباس مصطفى صادق. (2008). *الغعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات*. الأردن: دار الشروق للنشر والتوزيع.
- 10- عبد اهل عبد الحميد الخطيب. (2010). *العمل الجماعي التطوعي*. القاهرة: الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات بالتعاون مع جامعة القدس.
- 11- عثمان رشيدى. (2013). *الريادة والعمل التطوعي*. عمان: دار الراية للنشر والتوزيع.
- 12- علاء الدين محمد العقيفي المليجي. (2015). *شبكات التواصل الاجتماعي العالمية*. الإسكندرية: دار التعليم الجامعي.
- 13- علي حموش، محمد بوزريرة. (2017). *استخدامات طلبة الإعلام والاتصال بجامعة تاسوس لموقع التواصل الاجتماعي و الشباعات*. الجزائر: رسالة منشورة، جامعة محمد الصديق بن يحيى كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.
- 14- ماهر عودة الشمائلة. (2015). *تكنولوجيا الاعلام والاتصال*. عمان: دار الاعصار العلمي.
- 15- محمد عبد الفتاح الصرفي. (2002). *البحث العلمي الدليل التطبيقي للباحث*. عمان: دار وائل.
- 16- مريم نريمان نومار. (2012). *استخدام موقع التواصل الاجتماعي وتأثيره على العلاقات الاجتماعية*. باتنة الجزائر: مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال جامعة الحاج لخضر.
- 17- هناء حسني محمد النابلي. (2007). *دور الشباب الجامعي في العمل التطوعي والمشاركة السياسية دراسة مقارنة على عينة من طلبة الجامعة الأردنية*. الأردن: أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه.
- 18- وائل مبارك خضر فضل. (2011). *أثر الفيسبوك على المجتمع*. السودان: مدونة دار النهضة.