

جامعة قاصدي مرباح ورقلة

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام و الاتصال



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي

ميدان: علوم الانسانية

شعبة: علوم الاعلام والاتصال

التخصص: تكنولوجيا الاتصال الحديثة

من إعداد الطالبين

مفتاح بوغرارة / عمورة بن أحمد

عنوان المذكرة

استخدام موقع التواصل الاجتماعي "الفيس بوك" في دعم العمل التطوعي

دراسة ميدانية مع متطوعين لجمعية الخير والإحسان بورقلة

نوقشت و أوجزت علنا بتاريخ : 2016 / 06 / 02

امام لجنة المكونة من السادة :

أ. بن زطة سليم-جامعة قاصدي مرباح ورقلة / رئيسا

أ. صالح عبد الرحمان.....-جامعة قاصدي مرباح ورقلة / مشرفا

أ. يسعد زهية-جامعة قاصدي مرباح ورقلة / مناقشا

السنة الجامعية : 2016/2015

شكر و عرفان

الحمد لله؛ الذي أنعم علينا بنعمة العلم، ونشكر الله عزّ وجل الذي وفقنا لإنجاز هذه المذكرة، كل الشكر والعرفان للأستاذ - **صالح عبد الرحمن** - الذي كان السند الدائم بتوجيهاته العلمية القيمة ودعمه الكبير لنا طيلة مشوارنا الجامعي.

جزيل الشكر والعرفان لكل من أمدنا يد العون ولكل أساتذة قسم العلوم الإنسانية وقسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرياح - ورقلة.

إهداء

أهدي ثمرة جهدي المتواضع إلى منبع الحنان والعطاء
إلى أمي الغالية خديجة رعاها الله إلى روح أبي
الطاهرة رحمة الله عليه.

كما لا أنسى كل الأخوة والأخوات وكل زملاء الدراسة
خاصة إلى صديقي الذين شاركوني في إنجاز هذا البحث.

وكل التقدير والاحترام إلى ابن عمي " معمر بن أحمد
الذي وقف معي طوال مسيرتي الدراسية.

شكراً...

تحيات عمورة



فهرس المحتويات

الصفحة	فهرس المحتويات
	شكر و عرفان
	إهداء
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
أ- ب	مقدمة
	الجانب المنهجي لدراسة
	الفصل الأول: الإطار المنهجي
05	تحديد المشكلة
06	التساؤلات
06	أسباب اختيار الموضوع
07	أهمية الدراسة
07	أهداف الدراسة
08	المنهج و أدوات جمع البيانات
11	مجتمع البحث وعيية الدراسة
12	حدود الدراسة
13	تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة
17	الدراسات السابقة
25	المقاربة النظرية للدراسة
	الجانب التطبيقي
	الفصل الثاني: الإطار الميداني للدراسة.
32	أهداف ونشاطات الجمعية
33	المبحث الأول: عرض بيانات الدراسة
58	لمبحث الثاني: عرض نتائج الدراسة
60	خاتمة
62	قائمة المراجع
	ملخص الدراسة
	الملاحق

فهرس الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
33	توزيع المبحوثين حسب الجنس.	01
34	توزيع المبحوثين حسب السن.	02
35	توزيع المبحوثين حسب طبيعة العمل .	03
36	توزيع أفراد العينة حسب مدة استخدامهم لموقع الفيس بوك.	04
37	توزيع أفراد العينة حسب الوقت المستغرق في استخدامهم لموقع الفيس بوك بشكل يومي.	05
38	توزيع أفراد العينة حسب عدد مرات استخدام موقع الفيس بوك في اليوم الواحد.	06
39	توزيع أفراد العينة حسب الفترات المفضلة لاستخدام الفيس بوك.	07
40	توزيع أفراد العينة حسب أماكن استخدام الفيس بوك.	08
41	توزيع أفراد العينة حسب طريقة استخدام الفيس بوك.	09
42	توزيع أفراد العينة حسب خدمة المفضلة في موقع "الفيس بوك"	10
43	توزيع أفراد العينة حسب عدد الاصدقاء لديهم على موقع "الفيس بوك".	11
44	توزيع أفراد العينة حسب معايير اختيار الاصدقاء عبر موقع "الفيس بوك".	12
45	توزيع أفراد العينة حسب مشاركة مجموعات على موقع "الفيس بوك".	13
46	توزيع أفراد العينة حسب نوعية المجموعة المشارك فيها.	14
47	توزيع أفراد العينة حسب موافقة طلبات الصداقة من الاشخاص الغرباء.	15
48	توزيع أفراد العينة حسب دوافع قبول طلبات الصداقة من الاشخاص الغرباء.	16
48	توزيع أفراد العينة حسب الحاجات التي يلبيها موقع "الفيس بوك".	17
49	توزيع أفراد العينة حسب الاشباعات المحققة من استخدام الفيس بوك	18
50	توزيع أفراد العينة حسب الاشباعات الاجتماعية المحققة من استخدام "الفيس بوك".	19
51	توزيع أفراد العينة حسب مدة الالتحاق بالجمعية.	20
52	توزيع أفراد العينة حسب طريقة الالتحاق بالجمعية	21
53	توزيع أفراد العينة حسب تعريفهم بالجمعية	22
53	توزيع أفراد العينة حسب طريقة التعريف بالجمعية	23
54	توزيع أفراد العينة حسب استخدام خاصية التفاعلية مع صفحة الجمعية	24
55	توزيع أفراد العينة حسب نوع المساهم التي تكون من خلال الفيس بوك	25
55	توزيع أفراد العينة حسب مدى مساهمة الفيس بوك في توسيع نطاق الجمعية	26
56	توزيع أفراد العينة حسب مدى مساهمة خاصية الوسائط المتعدد في نشاط الجمعية	27



مقدمة

إن كل من يتأمل التطورات التي طالت في الحياة الاجتماعية بفعل التكنولوجيا الحديثة للاتصال، لابد له أن يلاحظ التغير الكبير في العلاقات الاجتماعية في مجتمعاتنا، حيث تأثرت بطريقة ما بالتطورات الهائلة المتتالية التي حدثت في مجال الاتصال، فمن الاتصال وجها لوجه الى الاتصال الوسيطي، الذي شمل جميع مناحي الحياة، ليتحول الشخص إلى فرد افتراضي يتفاعل ضمن مجتمع افتراضي، وأصبح لهذا النوع من الاتصالات دورا فعالا في مختلف المجتمعات، حيث سهل التواصل بين أفراد المجتمع، غير أنه طرح من جهة أخرى العديد من القضايا حول إلغاء بعض لغات الاتصال المواجهي، مثلا؛ تعابير الوجه، والايماءات، وغيرها من طرق الاتصال التي عرفتها البشرية منذ الأزل، ليصبح الاتصال الوسيطي نقطة تحوّل هامة في مجال الاتصال الاجتماعي.

إن ما جاءت به التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال؛ قد فتح آفاقا جديدة، وأحدث تغييرات عميقة في مختلف جوانب الحياة الإنسانية، الثقافية، الفكرية، والاجتماعية، بحيث أدخلت هذه التكنولوجيات على العلاقات الاجتماعية بين الأفراد، وأوجدت لنا فضاء آخر مغاير للتعامل والتفاعل سمي بشبكات التواصل الاجتماعي؛ والتي هي عبارة عن مجتمعات افتراضية أوجبتها ظروف الحياة الاجتماعية تماشيا مع التكنولوجيا الحديثة، كما أثرت بشكل كبير على كافة أنماط الاتصال الإنساني، حيث فتحت مجالا واسعا لتجسيد مفهوم القرية الكونية الذي أشار إليها مارشال ماكلوهان.

ومع ظهور الجيل الثاني للإنترنت، الذي أتاح إمكانيات جديدة في الاتصال عبر الشبكة، من خلال مواقع الشبكات الاجتماعية؛ زاد الاهتمام بدراسة مواقع التواصل الاجتماعي، وتأثيرها على الأشخاص، وكيفية استغلالها من طرف بعض المنظمات؛ لأنه لا تكاد تكون منظمة لا تمتلك صفحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ويظهر الدور الكبير لهذه المواقع، من خلال تجسيدها لمفهوم

الاتصال الوسيط، ومساهمتها في بناء الشبكات الاجتماعية الافتراضية، ومن بينها موقع "تويتر"، "فيسبوك"، "ماي سبيس"، وغيرها، ويأتي موقع الفيس بوك في صدارة هذه المواقع؛ نظرا لنجاحه الكبير في دعم فكرة التواصل مع الأصدقاء، والحفاظ على العلاقات الاجتماعية، والعلاقات بين الطلبة وهي الفكرة التي انطلق منها الموقع من البداية .

قد بات التطوع من الأعمال البارزة اليوم في واقع الناس، وخاصة مع وجود الأزمات والمحن التي تصيب البشرية؛ نتيجة الحروب والكوارث، وصارت الأمم والشعوب أفراداً وجماعات يتسابقون إليه، وقامت من أجله المؤسسات والجمعيات الخيرية، ومن بين الجمعيات التي أثارت انتباهنا، والتي سنشير إليها في دراستنا هي: جمعية الخير والإحسان بـ "ورقلة"، وهي جمعية خيرية تبادر في نشر الأعمال التطوعية، ولما أصبح موقع الفيس بوك من أهم مواقع التواصل الاجتماعي، ارتأت الجمعية لاستخدامه كوسيلة لتحقيق أهدافها. وهذا ما سنحاول والتطرق إليه في دراستنا هذه .

و لقد قمنا باختيار جمعية الخير والاحسان كنموذج عن الجمعيات الخيرية، ودور موقع الفيس بوك في دعم وتفعيل العمل التطوعي.

و اعتمدنا في دراستنا هذه على محوران أساسيان :

أولاً، الاطار المنهجي وبضم كل من تحديد إشكالية الدراسة وطرح التساؤلات الفرعية، تليها أسباب اختيار الموضوع ثم أهمية الدراسة، وبعدها أهداف الدراسة، وكذا المنهج المعتمد و أدوات جمع البيانات، يليها مجتمع البحث وعينة الدراسة مروراً بحدود الدراسة، ومن ثمة شرح المصطلحات المتعلقة بالدراسة، ثم الدراسات السابقة التي لها علاقة بالموضوع وأخيراً المقاربة النظرية للدراسة.

ثانياً، الاطار التطبيقي، والذي افتتحناه بتوزيع استمارات الاستبيان ثم جمعها وتفرغها في جداول، وتوضيحها في أشكال بيانية، وتحليل بياناتها، وأخيراً عرض نتائج العامة للدراسة.



الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

01 تحديد اشكالية الدراسة

07 مجتمع وعينة الدراسة

02 تساؤلات الدراسة

08 حدود الدراسة

03 اسباب اختيار الموضوع

09 تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة

04 اهمية الدراسة

10 الدراسات السابقة

05 اهداف الدراسة

11 المقاربة النظرية للدراسة

06 المنهج المعتمد وأدوات جمع البيانات

أولا | تحديد الإشكالية

فرض تطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال المتسارع نفسه على واقعنا الاجتماعي، والسياسي والاقتصادي، والذي تمثل في ثورة المعلومات والتواصل التي تزامنت مع ظهور شبكات الانترنت والمواقع الالكترونية ومنتدياتها، إلى ظهور ما تفرع عن هذه الشبكة من شبكات ك الفيس بوك، تويتر، يوتيوب... وغيرها وما أفرزته من مجموعات ينتمي إلى عوالمها الافتراضية مئات الآلاف او ملايين الاشخاص بإمكانهم تبادل الآراء والأفكار والتفاعل فيما بينهم .

ومن أهم هاته المواقع التي لاقت انتشارا واسعا في أوساط الشباب والمتفاعلين موقع الفيس بوك الذي أنشأه الأمريكي مارك زوكر بيرغ عام 2004 لضم أصدقاء الجامعة وإمكانية التواصل فيما بينهم. وبمرور الزمن، أصبح له صدى كبيرا من خلال ما يقدمه من خدمات عبر صفحاته بين الاشخاص وتقريب المسافات، وتسهيل الخدمات ولعل من ابرز خدماته المتاحة على صفحات الفيس بوك الاعمال التطوعية، أو العمل التطوعي داخل الجمعيات والذي أكد على اهمية الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي وخاصة الفيس بوك ودورها في توسيع نطاق التطوع بأوساط الشباب ودعم العملية التطوعية المجتمعية بشكل عام وتغييرها إلى الأكثر فعالية وتزايد اتساع الجهات المعنية بأهمية هذه الشبكات ودورها التوعوي. وهذا ما دفعنا إلى التحدث على جمعية الخير والاحسان بورقلة كإحدى الجمعيات الخيرية الناشطة والتي تتبادر بالتطوع من خلال انشاء صفحة عبر الفيس بوك. لنشر مختلف نشاطاتها المتمثلة في حملات النظافة، وحملات التوعية الصحية والمرورية وغيرها من الاعمال الخيرية.

كل هاته الأخيرة يقوم المتطوعون بخدمتها والسهر عليها من أجل اعطاء الاحسن للمحتاجين والتعريف بها لزيادة الانخراط فيها وتشجيع الشباب واكتساب ثقافة التطوع، وعليه نطرح التساؤل التالي:

كيف يساهم موقع الفيس بوك في دعم عمل جمعية الخير والإحسان بورقلة؟

ثانياً | تساؤلات الدراسة

- 1- ماهي عادات وانماط استخدام جمعية الخير والإحسان بورقلة لموقع الفيس بوك ؟
- 2- ما دوافع استخدام جمعية الخير والإحسان بورقلة لموقع الفيس بوك وما الاشباعات المحققة منه؟
- 3- كيف يساهم موقع الفيس بوك في دعم عمل جمعية الخير والإحسان بورقلة ؟

ثالثاً | أسباب اختيار الموضوع

من اصعب مراحل البحث هو اختيار الباحث لموضوع بحث يساهم في اثراء المجال، وهناك مجموعة من الاسباب المختلفة دفعتنا للبحث والخوض في الموضوع ومنها:

1 | الاسباب الموضوعية

- اشباع الفضول العلمي والمهتمين حول اهمية ودور الفيس بوك في النشاط الاجتماعي
- اعتبار ان العمل الخيري قضية لا يستهان بها، فهي جزء لا يتجزأ من الشؤون الاجتماعية .
- _ محاولة ابراز دور الفيس بوك في تنمية وتفعيل العمل الخيري .
- _ تثمين عمل الجمعيات خاصة بالجزائرية وما قدمته في ظل تطور وسائل الاعلام الجديدة.

2 | الاسباب الذاتية

- ميولنا ورغبتنا في هذا الموضوع واحساسنا بالقدرة على انجازه في المدة المطلوبة.
- توافق الموضوع مع رغبتنا في المشاركة في العمل الجمعي.

- إشباع الفضول وللاطلاع عن كيفية عمل طاقم جمعية الخير والاحسان بني ثور بورقلة للعمل الميداني العادي.

- محاولة التعريف بجمعية الخير والاحسان كإحدى الجمعيات الخيرية الناشطة في ظل التزايد الكبير والسعي نحو العمل التطوعي من طرف جمعيات عدة بنفس الولاية.

رابعاً | أهمية الدراسة

تتجلى أهمية الدراسة في معالجتها لموضوع مهم ومعاصر في حياتنا، وواقعا من خلال الاستخدام المتزايد لمواقع التواصل الاجتماعي وخاصة في مجال العمل التطوعي، ومدى تفاعل المتطوعين فيه وكيفية الاستفادة منه والإشاعات المحققة منها، وتعد هاته الدراسة بمثابة الرؤية الجديدة للعمل الخيري واضفاء طابع جديد.

خامساً | أهداف الدراسة

تتمثل أهداف الدراسة فيما يلي:

- الكشف عن عادات وأنماط استخدام جمعية الخير و الاحسان بورقلة لموقع الفيس بوك
- معرفة الاشباعات المحققة من استخدام جمعية الخير و الاحسان بورقلة لموقع الفيس بوك
- التعرف على مكانة العمل التطوعي في ظل تطور وسائل الاعلام الجديدة
- التعرف على دوافع استخدام جمعية الخير و الاحسان بورقلة لموقع الفيس بوك

سادسا | المنهج المعتمد وأدوات جمع البيانات

المنهج المعتمد

أ- **طبيعة الدراسة:** تدخل هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التحليلية التي تستهدف جمع أكبر عدد من المعلومات والحقائق عن الظواهر الاجتماعية.

ب- **منهج الدراسة:** المنهج هو عبارة عن إخضاع الباحث لنشاطه البحثي إلى تنظيم دقيق في شكل خطوات يحدد فيها مساره البحثي، ويعرف بأنه مجموعة من الإجراءات والخطوات التي يضعها الباحث لدراسة مشكلة معينة.¹

اعتمدنا في دراستنا هذه على منهج دراسة الحالة لدراسة حالة جمعية الخير والإحسان من حيث استخدامها لموقع التواصل الاجتماعي " الفيس بوك"، وكيفية التعامل معها ومدى مساهم هذا الاستخدام في تنمية ودعم العمل التطوعي، حيث يعرف منهج دراسة الحالة بأنه المنهج الذي يهدف الى التعرف على مضمون وخصائص حالة او ظاهرة واحدة وبصورة مفصلة ودقيقة ويركز منهج دراسة الحالة الى تحديد حالة محددة بعينها كخطوة أولى ومن ثم جمع معلومات مفصلة ودقيقة عنها كخطوة ثانية وتحليل المعلومات التي تم جمعها بطريقة علمية وموضوعية للحصول على نتائج محددة يمكن تعميمها واقتراح اساليب معالجتها على الحالات المشابهة.

تنتهي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تستهدف وصف خصائص وظروف مشكلة الدراسة وصفا دقيقا وشاملا معتمدا في هذا على جمع الحقائق وتحليلها وتفسيرها لاستخلاص النتائج ودلالات نصل من خلالها إلى تعليمات بشأن الظاهرة المدروسة، ومنه فالبحث الوصفي يهدف إلى وصف الظواهر أو الوقائع الأشياء المعينة من خلال جمع الحقائق و المعلومات والملاحظات الخاصة بها، وتهتم بتقرير ما ينبغي أن تكون عليه الأشياء أو الظواهر التي هي موضوع البحث.²

ولقد قمنا بأخذ عين والاعتماد على منهج المسح الوصفي بالعينة : ويعتبر منهج المسح الوصفي بالعينة من أنسب المناهج العلمية للدراسات التي تستهدف وصف وبناء وتركيب جمهور وسائل الإعلام

¹- السيد أحمد مصطفى عمر، البحث العلمي (إجراءاته ومناهجه)، مكتبة الفلاح، القاهرة، 2002، ص167.
²- صالح محمد الفوال، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية، مكتبة غريب، القاهرة، 1982، ص135.

وأنماط سلوكه بصفة خاصة من خلال تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية وعن مصدرها أو طرق الحصول عليها.¹

تعريف المنهج المسح العيني: يتم دراسة الظاهرة بشكل عام و يحيط بكافة عواملها و أسبابها، مهما كان عدد هذه العوامل و الأسباب، فيختبر عدد كبير من الحالات، وتؤخذ البيانات من كل حالة، ويراعى في طريقة المسح، أن تكون العينات التي ستدرس، ممثلة للمجتمع، لتكون النتائج أيضا ممثلة للمجتمع.²

أما بالنسبة لأداة البحث، فقد تم الاعتماد على استمارة الاستبيان لجمع البيانات من المبحوثين حول الحقائق والمعارف المتعلقة باستخدام المتطوعين للفيس بوك، والدوافع والاشباع المتحققة منها وتم تحديد كمية ونوعية البيانات التي تخدم هدف البحث.

أدوات جمع البيانات :

إن كل باحث يحتاج مجموعة من الأدوات التي تساعد في دراسة موضوع وجمع البيانات والمعطيات التي تخدم أهداف البحث، وعليه يتطلب كل باحث الاستعانة ببعض الأدوات التي تخدم الدراسة وتحيط بها، وفي نطاق هذه الدراسة فإننا ونظرا لطبيعة الموضوع اعتمدنا على أداة منهجية للوصول إلى دقة أكثر في جمع المعلومات وهي :

استمارة الاستبيان

هي احد الأدوات المنهجية الشائعة الاستعمال خاصة في العلوم الإنسانية والاجتماعية حيث يستطيع الباحث الوصول إلى المعلومات التي لم يحصل عليها من الملاحظة حيث تعتبر أداة مساعدة ومكملة له، حيث يكون مجاله أكثر اتساعا وشمولا ولهذا يعرف على أنه : " يقوم بمساعدة الباحث على

1- محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1993، ص122.

2 محمد الصاوي محمد مبارك، البحث العلمي أسسه و طريقة كتابته، ط1، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 1992،

جمع المعلومات من عينة كبيرة العدد مهما تميزت بالانتشار أو التشتت بالإضافة إلى أن عدم تدخل الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين إثناء الاستقصاء، ويوفر كثيرا من الوقت والجهد ويساعد على تصنيف البيانات وتبويبها مما يرفع من درجة الثبات ودقة النتائج، ويعرف أيضا على أنه: " أداة ملائمة للحصول على معلومات وبيانات وحقائق مرتبطة بواقع معين ويقدم الاستبيان في شكل عدد من الأسئلة، يطلب الإجابة عنها من قبل الأفراد المعنيين بالموضوع"¹

يعرف الدكتور محمد عبد الحميد على انها "اسلوب لجمع البيانات تستهدف استشارة الافراد المبحوثين بطريقة منهجية، ومقننة لتقديم حقائق او اراء او افكار معينة في اطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة واهدافها دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات"².

وتضم الاستمارة التي قمنا بتصميمها لإعداد هاته الدراسة من 23 سؤالاً، موجهة لعينة البحث وقد تنوعت هذه الاسئلة من اسئلة مغلقة وبسيطة ، اسئلة مغلقة اختيارية ، اسئلة مغلقة بإجابة واحدة حيث حرصنا على صياغة هذه الاسئلة وتوضيحها لكي يسهل فهمها من قبل المبحوثين وازالة كل ابهم وغموض.

¹ محمد عبيدات، محمد أبو نصار، عقلة مبيضين، منهجية البحث العلمي، قواعد و المراحل و التطبيقات، دار وائل للطباعة و النشر، الأردن، ط2، 1999، ص 63.

² محمد عبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، عالم الكتب ، القاهرة ، ط1، 1993، ص 183

سابعا | مجتمع وعينة الدراسة

يعرف مجتمع البحث حسب "مادلين قرافيت" أنه مجموعة عناصر له خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى و التي يجري عليه البحث أو التقصي، أو هو مجموعة من الأشخاص أو المؤسسات أو الأشياء أو الأحداث التي نريد أن نصل إلى استنتاج بخصوصه، وكما يحدد مجتمع الدراسة على أساس الموضوع المختار إضافة إلى توفر شروط وخصائص موجودة فيه دون غيره، وبناءً عليه يتم اختيار العينة لأنها في جوهرها جزء من مجتمع البحث، والنتائج المتحصل عليها تعمم على المجتمع ككل؛ لأن العينة هي حصر لمجتمع البحث لتخفيف التكاليف المادية والجهد المبذول للقيام بالدراسة، وتعرف العينة بأنها : " عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة، وإجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج، وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي"¹

يتمثل مجتمع البحث في المتطوعين في جمعية الخير والاحسان بني ثور بورقلة من الجنسين اناث وذكور والذي يبلغ عددهم 300 عضو، وسيتم اختيار عينة الدراسة المحددة منه بواسطة المسح بالعينة واختيار العينة عن طريق القصد " العينة القصدية "والتي تعد من اكثر العينات التي تتوفر فيها درجة عالية من التمثيل لخصائص المجتمع.²

يعرف محمد عبد الحميد العينة على " انها عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل معها الباحث منهجيا، ويسجل من خلال هذا التعامل البيانات الاولية المطلوبة، ويشترط هذا العدد ان يكون ممثلا لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها هذا المجتمع".³

¹ زياد أحمد الطويسي، **مجلة (مجتمع الدراسة و العينات)**، مديرية تربية لواء البتراء، 2001/2000، ص4.

² محمد عبد الحميد ، مرجع سبق ذكره ' ص133

³ محمد عبد الحميد ، مرجع سبق ذكره ' ص133

يتمثل مجتمع البحث المتطوعين بجمعية الخير و الاحسان بورقلة، وتمت الدراسة على عينة قدرت نسبتها ب 20 % أي ما يعادل 60 مفردة اخذت من المجتمع الاصلي ،اخذت على حسب المرحلة العمرية من 23 الي 35 سنة، وكان الاختيار قسديا لعينة البحث وتعرف العينة القصدية بناءا على اسمها بانها "تخضع لاختيار مقصود تبعا لشروط واهداف البحث، اذا تشكل مفردات العينة ممن تتوفر فيهم الشروط المحددة مسبقا. وبالتالي فهي لا تخضع لاختيار كفي من طرف الباحث"¹.

وبذلك نجد ان هذا التعريف يتلائم مع العينة التي قمنا باختيارها في انجاز الدراسة اذ عمدنا الى اختيار الاعضاء المتطوعين في الجمعية من فئة الشباب.

ثامنا | حدود الدراسة

تتطلب كل دراسة وضع حدود ومجالات تنقيد بها الدراسة:

حدود الموضوع: في بحثنا هذا سنحاول البحث في العمل التطوعي وعلاقته باستخدام موقع الفيس بوك لدى المتطوع بجمعية الخير والإحسان بني ثور بورقلة.

الحدود المكانية: أجريت هذه الدراسة على عينة من المتطوعين جمعية الخير و الإحسان ورقلة.

الحدود الزمانية للدراسة: أجريت هذه الدراسة في سنة 2016/2015 من شهر مارس إلى غاية شهر ماي، أي خلال مدة 03 أشهر.

¹ علي غربي، ابدنيات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية ، دار الفائز قسنطينة ، الجزائر ، ط1 ، 2009 ، ص 110

تاسعا | تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة

ان عملية تحديد المفاهيم الاساسية للدراسة ضرورية لأنها تساعد الباحث على حصر جوانب موضوعه، ومعارفه وحدوده. ويعتبر تحديد المفاهيم احدى الخطوات الهامة التي يحتاجها الباحث في دراسته بهدف الاتفاق على المحددات والتعميمات والتفسيرات العلمية التي يقوم بها بناء على المفاهيم، حيث تظهر حاجتنا الى هذه المرحلة لكي تحدد من خلالها جملة من المفاهيم، والتي غالبا ما تتصادم في ذهن الباحث مع مفاهيم متشابهة.

الاستخدام

لغة(أ): استخدمه فاخدمه استوهبه خادما فوهبه له، ويقال استخدمه أي سألته ان يخدمني¹.

لغة(ب): من استخدم الرجل غيره استخدمه استخداما فهو مستخدم والاخر، اتخذه خادما، طلب منه ان يخدمه، استخدم الانسان الآلة أو السيارة... الخ استعملها في خدمه نفسه والامر من استخدم: استخدم².

ومنه نجد ان الاستخدام في اللغة يشير الى اتخاذ شخص ما، او حتى شيء معين من اجل الاستفادة من الخدمات التي يقدمها، وتسخيرها لتحقيق جملة من الاهداف المتنوعة أو الاشباع التي ترضي الشخص³.

¹ -ابن منظور، لسان العرب، دار احياء التراث العربي ، بيروت ، لبنان، 711هـ. الجزء 1. ص 69.

² - عبد الوهاب بوخروفة، الاطفال وثورة المعلوماتية، التمثيل والاستخدامان، مجلة اتحاد الاذاعات الدول العربية ، العدد 02

³ -فريد بن زايد، واقع استخدام التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في الصحافة المكتوبة الجزائرية (مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص علاقات عامة)، جامعة منتورية قسنطينة 2009/2010 ص 16، 17.

اصطلاحاً: يعرفه عبد الوهاب بوخنوفة إلى ان مفهوم الاستخدام يقتضي أولاً الوصول الى التقنية او الوسيلة بمعنى ان تكون متوفرة مادياً. ويعرفها كذلك هي العوامل اجتماعية والفردية التي تعمل على تشجيع الاستخدام او تعمل على اعاقته، حيث ان الاستخدام استخدام اجتماعي يمكن ملاحظته ويصبح عادة من عادات المستخدم من خلال الترتاب والتكرار.¹

التعريف الاجرائي للاستخدام: الاستخدام يقصد به في دراستنا استغلال واستعمال اعضاء جمعية الخير والاحسان بني ثور بورقلة للفيس بوك وذلك في تنمية العمل الخيري ودعمه.

التطوع

لغة : التبرع بفعل الخير، كما يدل على الاصطحاب والانقياد يقال طاعه يطوعه اذا انقاد معه ومضى لامره. وأما قولهم في التبرع بالشيء قد تطوع به فهو من هذا الباب ولا يقال هذا الا في باب الخير والبر. ويقال (متطوعون) للمجاهدين الذين يتطوعون بالجهاد وتطوع بالشيء تبرع به فهو متطوع والجمع متطوعون، ومن هنا كان كل عمل يقوم به الانسان من تلقاء نفسه، ويؤدي فيه خدمة لغيره دون انتظار اجر او مقابل يسمى تطوعاً.

اصطلاحاً: عرفه محمد شمس الدين: بانه الجهد الذي يبذله أي انسان لمجتمعه بلا مقابل بدافع منه للإسهام في تحميل مسؤوليات المؤسسة الاجتماعية، التي تعمل على تقدم الرفاهية الانسانية، وعلى أساس ان الفرص التي تنهياً لمشاركة المواطن في أعمال هذه المؤسسات الديمقراطية ميزة يتمتع بها المجتمع وأن المشاركة تعهد يلتزمون به.²

¹-عبد الوهاب بوخنوفة، المدرسة، التلميذ، المعلم وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، اطروحة دكتوراه ، كلية العلوم السياسية، جامعة الجزائر ص36

²-عثمان بن صالح العامر، ثقافة التطوع لدى الشباب السعودي ، دراسة ميدانية بمنطقة حائل، 1425هـ.ص 11

التعريف الاجرائي للتطوع: هو جهد مبذول يقوم به الانسان يشمل التبرع بالوقت او المال لا يرتبط بمهنة او تخصص او شريحة عمرية، يتنوع بتنوع الاحتياجات الانسانية حسب طبيعة المجتمع، يسعى من خلاله الفرد لتنمية المجتمع والنهوض به دون انتظار او توقع مقابل مادي.

الجمعية: هي منظمة organization تدل على مجموعة من الافراد ينتظمون فيها بمقتضى قواعد مضبوطة ونتائج محددة واهداف مرسومة، وهناك من يشبه الجمعية بالمؤسسة حيث يعتبرها تركيبة يبنتدعها الانسان بالتعاون مع الافراد الآخرين في المجتمع وبالتالي فمفهوم المؤسسة هو كل التنظيمات القائمة في المجتمع كالزواج والعائلة والهيئات الاقتصادية.¹

مواقع التواصل الاجتماعي: social media webs هي مواقع الانترنت التي يمكن للمستخدمين المشاركة والمساهمة في انشاء أو اضافة صفحاتها وبسهولة.

وموقع التواصل الاجتماعي يندرج ضمن مفهوم اشمل الا وهو الشبكات الاجتماعية وهي المواقع الالكترونية التي توفر فيها تطبيقات الانترنت خدمات لمستخدميها تتيح لهم انشاء صفحة شخصية معروضة للعامة ضمن موقع او نظام معين ، وتوفر وسيلة اتصال مع معارف منشئ الصفحة أو مع غيره من مستخدمي النظام وتوفر خدمات لتبادل المعلومات بين مستخدمي ذلك الموقع أو النظام عبر الانترنت²

الفييس بوك: أنشئ هذا الموقع في عام 2004 على يد " مارك زوكربيرغ" الذي كان طالبا في جامعة هارفارد في حينه و سمي الفييس بوك بهذا الاسم على غرار ما كان يسمى بـ " كتب الوجوه "

¹- قويدر بن دبلة، دور الاتصال وتأثيره على الجمعيات (مذكرة تخرج لنيل شهادة ماجستير ، تخصص اتصال في المنظمات)، 2010 ص 25

² -خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية و ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وابعادها التقنية و الاجتماعية ، الدينية والسياسية على الوطن العربي والعالم ، دار النفائس للنشر والتوزيع الاردن ط1 ، 2013،ص 24

التي كانت تطبع و توزع على الطلاب بهدف اتاحة الفرصة لهم بالتعرف و التواصل مع بعضهم البعض، خاصة بعد الانتهاء من الدراسة و التخرج، حيث يتفرغ الطلاب في شتى الأنحاء فكان الهدف تأسيس موقع الكتروني ليقوم بعمل (كتب الوجوه) بطريقة أسهل و أوسع انتشارا وأكثر فاعلية¹.

الاشباع: هو إرضاء او بلوغ هدف او خفض دافع، وتدل الكلمة ايضا على الحال التي يتم فيها ذلك، ويعني الاشباع في نظرية التحليل النفسي خفض التنبيه والتخلص من التوتر، فالتراكم والتنبيه يولد احساسا بالألم ويدفع الجهاز الى العمل لكي يحدث مرة اخرى حالة اشباع يدرك فيها خفض للتنبيه كانه لذة.²

¹ علي خليل شقرة ، الإعلام الجديد ، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع ، الأردن، 2014، ص 64.
² -محمد منير حجاب، المعجم الاعلامي ، دار الفجر ،مصر عام 2004،ص 4874

عاشرا | الدراسات السابقة

الدراسة الاولى: بعنوان استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية ،

دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيس بوك في الجزائر . وتعد مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال تخصص الاعلام تكنولوجيا الاتصال الحديثة. من اعداد الطالبة مريم نريمان نومار سنة 2012 تمثلت اشكالية الدراسة فيما يلي:

ما اثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية ؟ حيث قامت الباحثة من

خلال هذه الدراسة بالبحث في اثر مواقع الشبكات الاجتماعية على المستخدمين الجزائريين من خلال دراسة عينة منهم لمعرفة مدى تأثير الاستخدام المفرط لمواقع الشبكات الاجتماعية ومن تبسيط دراستها تم طرح التساؤلات الفرعية التالية :

- ماهي عادات وانماط استخدام موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك لدى الجزائريين؟

- ما هي الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الجزائريين لموقع الفيس بوك؟

- كيف يؤثر الفيس بوك على العلاقات الاجتماعية لدى الجزائريين؟

وتتمثل اهداف الدراسة في:

1- معرفة الدور الكبير الذي تلعبه التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في حياة الاشخاص.

2- التعرف على اهم الخدمات التي توفرها مواقع الشبكات الاجتماع معرفة مدى تأثير العلاقات

الاجتماعية بسبب الشبكات الاجتماعية الافتراضية.

3- معرفة مدى تأثير العلاقات الاجتماعية بسبب استخدام الشبكات الاجتماعية الافتراضية.

4- التعرف على الأسباب التي ساعدت في انتشار العلاقات الافتراضية على حساب نظيرتها الواقعية .

حيث استخدمت الباحثة منهج المسح الوصفي إما عن أدوات جمع البيانات فاستعملت الباحثة الملاحظة و الاستبيان الذي يحتوي 03 على محاور

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الفيس بوك لدى الجزائريين

المحور الثاني: الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الجزائريين لموقع الفيس بوك

المحور الثالث: الفيس بوك والعلاقات الاجتماعية

أما عن مجتمع البحث مستخدمي الفيس بوك في الجزائر وتمثلت العينة في مستخدمي الفيس بوك في الولايات التالية (باتنة،مست غانم،الجزائر، ورقلة)

أهم النتائج المتوصل إليها :

بالنسبة لعادات وأنماط استخدام الفيس بوك فقد تبين أن اغلب أفراد العينة يستخدمونه من سنة إلى ثلاث سنوات وتشير النتائج أن أغلب المبحوثين يتصفحون الموقع من مرتين إلى ثلاث مرات ومعظمهم يفضلون استخدامه في الفترة الليلية .

أغلب أفراد العينة يدخلون الفيس بوك في المنزل ويميلون إلى الاستخدام الفردي للموقع في حين يستخدمه البعض مع أصدقاءهم.

بالنسبة للدوافع والحاجات تكمن وراء استخدام الفيس بوك فقد تبين أن أغلب أفراد العينة يستخدمونه بدافع التواصل مع الأهل و الأصدقاء إلى جانب التثقيف ثم زيادة المعلومات والمعارف يليه الترفيه و التسلية.

كما توصلت الدراسة أن أغلب المبحوثين يدخلون لموقع الفيس بوك بهويتهم الحقيقية فيما يدخل البعض بهوية مستعارة.

لا يوافق أغلب أفراد العينة على طلبات الصداقة من أشخاص غرباء في حين يوافق عليها البعض الآخر بدافع التعرف على أشخاص جدد وتكوين علاقات غرامية مع الجنس الآخر ثم التسلية وتمضية الوقت.

يلبي الفيس بوك العديد من الحاجات للمبحوثين تتقدمها حاجة التواصل والتفاعل مع الآخرين يليها التنفيس والتعبير بكل حرية عن وإشباع الفضول والحصول على معلومات يتصدر قائمة الاشباع التي يقدمها الفيس بوك التي يحققها موقع الفيس بوك لأفراد العينة ربط علاقات صداقة يليها ربط علاقات مع الجنس الآخر ثم إيجاد حلول لمشاكلهم الاجتماعية .

أما بالنسبة لأثر استخدام الفيس بوك على العلاقات الاجتماعية لدى الجزائريين وقد توصلت طالبة إلى أن هذا الموقع قد نجح في تجسيد ثقافة الكترونية تواصلية جديدة بين الأفراد أنتجت مشاعرا جديدة حيث أصبح أفراد يتواصلون عن طريق الفيس بوك أكثر من تواصلهم وجها لوجه، وأصبحوا جزءا أكثر

وقت الحديث مع أصدقاء الفيس بوك ما يسمح لهم بنقل آراءهم واتجاهاتهم والتعبير عن مشاعرهم بطريقة أفضل¹.

الدراسة الثانية: بعنوان دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية. دراسة مقدمة لنيل درجة الماجستير من قسم البحوث والدراسات الاعلامية . من اعداد الطالب احمد يونس محمد حمودة سنة 2013.

تمثلت اشكالية الدراسة فيما يلي : ما هو الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي

في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية.

ومن اجل تبسيط دراسته تم طرح التساؤلات التالية:

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

- ما مدى استفادة الشباب الفلسطيني من شبكات التواصل الاجتماعي؟

- ماهي الخدمات التي يقبل عليها الشباب الفلسطيني بصفة مستمرة على شبكات التواصل

الاجتماعي؟

-ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في اكتساب الشباب الفلسطيني لمهارات التفاعل والمشاركة

في القضايا المجتمعية ؟

-الى أي حد يرى الشباب الفلسطيني ان استخدام مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي يدفعهم الى

التفكير في طرق حديثة وجديدة لمشاركة فاعلة في قضايا المجتمع ؟

¹ -مريم نريمان نومار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية (دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيس بوك في الجزائر) مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، سنة 2011,2012

أما عن الفروض فاحتوت الدراسة على فرض واحد وهو:

يؤثر معدل التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي على مدى المشاركة في القضايا المجتمعية في إطار المتغيرات (النوع، التعليم، الدخل).

أما أهداف الدراسة فتسعى هاته الدراسة الى التعرف على طبيعة الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي في تحفيز الشباب الفلسطيني للمشاركة في القضايا المجتمعية، كهدف رئيسي لهذه الدراسة وذلك من خلال الشباب الفلسطيني في شتى أرجاء الوطن، كما تسعى هذه الدراسة الى تحقيق الأهداف الفرعية التالية:

1- بيان دور التفاعل مع شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني تجاه قضاياهم المجتمعية.

2- تحديد نوع القضايا المجتمعية التي يتناولها الشباب الفلسطيني عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

3- تحديد الخدمات التي يقبل عليها الشباب الفلسطيني بصفة مستمرة على شبكات التواصل الاجتماعي من أجل المشاركة في القضايا المجتمعية.

4- تحديد مدى الاستفادة التي يحققها الشباب الفلسطيني من شبكات التواصل الاجتماعي .

5- التوصل الى نتائج وتوصيات توضح الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في قضاياهم المجتمعية.

وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية نظرا لطبيعتها من حيث نوعية متغيراتها ومصادر معلوماتها.

استخدم الباحث في دراسة منهج المسح الوصفي، أما عن أدوات جمع البيانات فتم استخدام صحيفة استقصاء وهي احد أدوات جمع البيانات والهدف الاساسي منها الحصول على معلومات علمية مقننة حيث تم تطبيق الاستقصاء بمستويه بالمقابلة الشخصية، والاستقصاء الالكتروني .

أما عن مجتمع البحث فتمثل في جميع الشباب الفلسطيني من المرحلة العمرية (18 سنة الى 35 سنة) ذكور وإناث فيما تمثلت عينة الدراسة في الشباب الفلسطيني في الضفة الغربية وقطاع غزة والقدس الشريف والتي بلغ قوامها 410مبحوثاً.

اهم النتائج المتوصل اليها:

-كشفت الدراسة أن جميع المبحوثين يستخدمون الشبكات الاجتماعية، كما انهم يتابعون القضايا المجتمعية على شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة كبيرة.

-بينت الدراسة ان شبكة الفيس بوك من أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداماً وتفاعلاً، كما اوضحت الدراسة ان الاسم والعائلة الأكثر ظهوراً على شبكات التواصل الاجتماعي من قبل المبحوثين، ثم الاسم الشخصي، يليها اسم مستعار واخيراً اللقب.

-اشارت الدراسة الى ارتفاع متوسط استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي على شبكة الانترنت، فهناك من المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي من ساعتين فاكثر، ثم يستخدمونها من ساعة الى اقل من ساعتين، يليها استخدامهم لأقل من ساعة.

-اوضحت الدراسة ان المحادثة عن طريق الدردشة والتعليقات من اكثر اساليب وادوات الاتصال التي يستخدمها المبحوثين في التواصل مع الاخرين عبر شبكات التواصل الاجتماعي، يليها ارسال

الرسائل السريعة، ثم الاتصال بالصوت والصورة، يليها الاتصال بالصوت فقط. واخيرا الاتصال بالصورة فقط.

-بينت الدراسة ان الحصول على الاخبار من اكثر الفوائد التي تعود على المبحوثين من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، يليها التواصل مع الاخرين، ثم قضاء وقت فراغ يتبعها المعرفة في التخصص ثم تكوين صداقات جديدة، واخيرا البحث العلمي.

- استعرضت الدراسة دوافع المبحوثين لمتابعة القضايا المجتمعية على شبكات التواصل

الاجتماعي جاءت كالتالي : الحصول على معلومات متنوعة من القضايا الاجتماعية والسياسية

والثقافية وغيرها، داخل المجتمع، وزيادة معلومات حول القضايا المهمة في المجتمع والدعم و المناصرة

للقضايا المجتمعية الفلسطينية ايضا هي وسيلة تفاعلية تتيح التواصل بين الشباب الفلسطيني على

اختلاف توجهاتهم ومواكبة الاحداث والتغيرات السياسية لفلسطين والعالم.¹

التعقيب على الدراسات:

تساعد الدراسات السابقة في اعطاء البحث بعده النظري وكذا الانطلاق من تراكم معرفي يساعدنا

في استنتاجات مبدئية للدراسة.

لقد تميزت الدراسة الاولى التي اهتمت باستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات،

دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيس بوك في الجزائر، في حين درست الثانية دور شبكات التواصل

الاجتماعي في تنمية مشاركة

في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية.

¹ أحمد يونس محمد حمودة ، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية ، دراسة مقدمة لنيل درجة الماجستير من قسم البحوث والدراسات الاعلامية سنة 2013

وتتشابه الدراستان مع دراستنا الموسومة بعنوان استخدام الجمعيات الخيرية لشبكات التواصل الاجتماعي في دعم عملها التطوعي والاشباعات المحققة منها في المنهج حيث استخدمت كل الدراسات المنهج الوصفي، كما اعتمدت الدراسات المسح بالعينة والتي تقترب الى موضوع دراستنا في شقه المتعلق بشبكات التواصل الاجتماعي. في حين تختلف الدراسة الثانية عن دراستنا في كونها تدرس المجتمع الفلسطيني وبالتالي تكون النتائج مختلفة، لأنه يصعب بطبيعة الحال اسقاط نتائج الدراسة على البيئة الجزائرية والمستخدم الجزائري.

وتعتبر الدراسات ذات اهمية بالغة حيث ساعدتنا في طرح التساؤلات وكذا معرفة الاهداف المرجوة من البحث، وساعدتنا كثيرا في دراسة مواقع التواصل الاجتماعي لكن ليس الجانب الذي تمت دراسته في الدراسات السابقة، وانما اعطى الباحثان بعدا اخر لمواقع التواصل الاجتماعي الا وهو البعد الانساني التطوعي والعمل الخيري.

حادي عشر | المقاربة النظرية

ليس هناك نظرية محددة ومتفق عليها في البحوث والدراسات الاعلامية، ولكن تجدر بنا الاشارة في دراستنا هذه استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (الفييس بوك). ونحن بصدد دراسة استخدامها من قبل الجمعيات الخيرية وخاصة جمعية الخير والاحسان بني ثور ورقلة الى تبني نظرية الاستخدامات والاشباكات.

مفهوم نظرية الاستخدامات والاشباكات:

و تسمى بنظرية المنفعة، تهتم نظري بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام.¹ وقد طرح اصحاب هذه النظرية سؤالا مغايرا لما كان سائدا: وهو ماذا يفعل الناس بوسائل الإعلام؟. وترى هذه النظرية "ان الافراد يوظفون بفعالية مضامين الرسائل الاعلامية والاتصالية بدلا من ان يتصرفوا سلبيا اتجاهها ومن ثم فان هذا المدخل لا يفترض وجود علاقة مباشرة بين الرسائل الاعلامية والاتصالية والتأثيرات على الجمهور.²

و تعني تعرض الجمهور لمواد إعلامية لإشباع رغبات معينة استجابة لحاجيات الفرد، و يعتبر الجمهور في هذه النظرية نشطا باعتباره يحدد الإشباكات التي يريد الحصول عليها

الجمهور وحده القادر على تحديد الصورة الحقيقية لاستخدامه وسائل الإعلام لأنه هو الذي يحدد اهتماماته وحاجته ودوافعه ، وبالتالي اختيار الوسائل التي تشبع حاجاته. الاحكام حول قيمة العلاقة بين حاجات الجمهور واستخدامه لوسيلة او محتوى معين يجب ان يحددها الجمهور نفسه ، لان الناس قد

¹ -ملفين ديلفير، ساندرابول روكيتش، نظريات وسائل الإعلام (ترجمة : كمال عبد الرؤوف) الدار الدولية للنشر والتوزيع. القاهرة، 1993، ص 266

² -ارمان ماتلا، ميشال ماتلار ، تاريخ نظريات الاتصال (ترجمة: نصر الدين العياضي، الصادق رابح) المنظمة العربية للترجمة ، بيروت، ط، 2005،3،،ص 166

تستخدم نفس المحتوى بطرق مختلفة بالإضافة الى ان المحتوى يمكن من ان يكون له نتائج مختلفة.¹ وتقوم هذه النظرية على جملة من الافتراضات

1- افتراض الجمهور النشط: ظهر مفهوم الجمهور النشط الذي يبحث عن المضمون الإعلامي المناسب له و يتحكم في اختيار الوسيلة التي تقدم هذا المحتوى. بحيث ويرى كل من ماكويل وجيروفيتش انه يمكن النظر لدور الجمهور في عملية الاتصال في اطار منظور الدافع او الحافز بمعنى انه هناك دافع لكل سلوك انساني وهذا السلوك ينبع من حرية الاختيار بناء على المعاني والاهداف التي يدركها الفرد ويسعى لإشباعها.¹

2- الأصول الاجتماعية و النفسية لاستخدامات وسائل الإعلام:

بحيث أن المتلقين يستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق إشباعات لديهم تختلف تبعاً لظروفها الاجتماعية و النفسية، حيث تعد الظروف النفسية لأفراد الجمهور مشكلات تواجههم وتحقق مشاهدة التلفزيون، مثلاً العلاج لمثل هذه المشكلات وعلى هذا الأساس يمكن ان تكون اسباب التعرض لوسائل الإعلام دوافع نفسية او اجتماعية تبحث عن اشباع الحاجات او حل المشكلات عبر وسائل الإعلام المختلفة.²

3- دوافع تعرض الجمهور لوسائل الاتصال: هي جملة الحاجات و الحوافز والمثيرات و البواعث و العادات و الأهداف و الانفعالات التي هي بحاجة لإشباع.

وتتمثل فيما يلي

- ينظر بعض الناس الى الدوافع باعتبارها حالات داخلية يمكن ادراكها وفهمها مباشرة من جانب

أفراد الجمهور

¹ مي عبد الله ، نظرية الاتصال ، دار النهضة العربية ، بيروت ، ط1، 2006، ص281

² -منال هلال المزاهرة ، نظريات الاتصال ، دار المسيرة للنشر والتوزيع الاردن ، ط1 ، 2012، ص173.

- ترى وجهة النظر الثانية ان دوافع الجمهور لا يمكن فهمها وادراكها بشكل مباشر ولكن يمكن ادراكها بشكل غير مباشر من خلال انماط السلوك والتفكير .

- اما وجهة النظر الثالثة فتري ان دوافع التعرض لوسائل الإعلام لا يمكن الوصول اليها عن طريق ما يقرره الجمهور بشكل ذي معنى ، فالحاجات الاساسية مثلا قد تؤثر على تعرض الجمهور لوسائل الإعلام بشكل مباشر .

ولكن الجمهور قد لا يدرك هذه الحاجات الاساسية باعتبارها دوافع للتعرض ، فالدوافع قد تكون نتاج اللاوعي للصراعات غير محسومة .

تبنى وجهة النظر الرابعة " اوستن بابرو " ويرى ان سلوك تعرض الجمهور لوسائل الإعلام ليس له أي دافع وفي هذه الحالة عندما يحدد افراج الجمهور دافع التعرض ، فانه يعبر عن تفسيره للتعرض بدلا من كونه ناتجا عن حاجات داخلية تدفع سلوك التعرض¹.

4- **التعرض لوسائل الإعلام:** توجد علاقة ارتباط بين بحث الجمهور عن إشباع معين لحاجاته المختلفة و تعرضه لوسائل الاتصال، و تعبر زيادة تعرض الجمهور بوجه عام لوسائل الاتصال عن نشاط هذا الجمهور وقدرته على اختيار المضامين التي تلبي احتياجاته.

5- **التوقعات من وسائل الإعلام:** تنتج التوقعات عن دوافع الجمهور من التعرض لوسائل الإعلام حسب الأصول النفسية و الاجتماعية للأفراد، وتعد التوقعات سبب في عملية التعرض لوسائل الإعلام، و تختلف توقعات الأفراد من وسائل الإعلام وفقا للفروق الفردية، وكذلك وفقا لاختلاف الثقافات. وتشير النتائج الى اختلافات في توقعات الطلاب تعكس الثقافة السائدة في المجتمع فالطلبة الالمان على سبيل المثال: يستخدمون وسائل الراديو والمصادر التعليمية والتقارير الرسمية بنسبة اكبر من طلاب الجامعات

¹ -حسن عماد مكاوي ، ليلي حسين السيد،الاتصال ونظرياته المعاصرة ، دار المصرية ،الليبنانية ،ط5،ط6، 2004.2006 ص 245

الآخري محل الدراسة وذلك عند مواجهة مشكلة ما ، توقعات الطلاب لحل هذه المشكلة من مصادر الاتصال.¹

6- **التعرض لوسائل الإعلام:** توجد علاقة ارتباط بين بحث الجمهور عن إشباع معين لحاجاته المختلفة و تعرضه لوسائل الاتصال، و تعبر زيادة تعرض الجمهور بوجه عام لوسائل الاتصال عن نشاط هذا الجمهور وقدرته على اختيار المضامين التي تلبي احتياجاته.

وقد اظهرت دراسات عديدة في الولايات المتحدة الامريكية ان الاستماع للبرامج الجادة مثلا، يرتبط ارتباطا كبيرا بمستوى التعليم وهناك ارتباط ايجابي بين مقدرة الفرد الذهنية ودرجة استيعابه للرسالة الاتصالية، كذلك يفضل الافراد من صغار السن المواد الترفيهية اكثر من المواد الجادة وكلما تقدم العمر يتحول اهتمام الفرد من المضمون الخيالي الى الموضوعات الواقعية والجادة.²

7- **اشباع وسائل الإعلام:** يتم وفقا لمدخل الاستخدامات و الإشباعات وصف الجمهور يختار من بين وسائل الاتصال ومن المضامين التي تقدمها ما يشبع حاجاته و يلبي رغباته.³

¹ -يسام عبد الرحمان المشاقبة ، نظريات الإعلام ، دار اسامة للنشر والتوزيع ، الاردن ، ط1 ،2011،ص88
² -حسن عماد مكاي، نظريات الإعلام ، الدار العربية للنشر والتوزيع ، مصر، ط1، ط2، 2009، 2012 ، ص164
³ سميشي وداد، الصحفيون الجزائريون و مصادر المعلومات الإلكترونية (أطروحة ماجستير)، جامعة منتوري - قسنطينة-، 2009-2010، ص ص 32-49.

ان الاعتماد على نظرية الاستخدامات والاشباعات لها اهمية واضحة فيما يتعلق بالمواضيع التي لها علاقة بوسائل الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة ، ووقع اختيارنا لهذه النظرية لتطابق موضوع دراستنا المعنون باستخدام الجمعيات الخيرية لمواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك نموذجاً) و الاشباعات المحققة منها. مع فرضيات التي قدمتها النظرية ، حيث تمثل جمهورها النشط في المتطوعين بالجمعية ومدى استخدامهم للفيس بوك وكان الاشباع المحقق من استخدام هذا الموقع هو تنمية ودعم العمل الخيري .



الفصل الثاني

الإطار التطبيقي للدراسة

أهداف ونشاطات الجمعية

تمهيد

عرض وتحليل وتفسير البيانات

النتائج العامة لدراس



جمعية الخير والإحسان بني ثور ورقلة



تهدف الجمعية إلى تعزيز العمل الخيري وسط المجتمع وتقديم الدعم والمساعدات لمختلف شرائح

المجتمع المعوزة وذات الدخل المحدود سواء كانت مساعدات مادية، مالية واجتماعية.

جمعية خيرية تضامنية تساهم في الأعمال الخيرية في المجتمع بواسطة نشاطاتها مثل الزواج الجماعي،

الختانة الجماعية، اعانة العائلات المعوزة. نقل المرضى والجناز داخل وخارج الوطن. سلة الخير و

...الإحسان، إفطار الصائم، و غيرها من الأعمال الخيرية لمستحقيها

قامت الجمعية بتنظيم أول زواج جماعي على مستوى حي بني ثور (29 عريس)، وتوفير سيارة

إسعاف خاصة بنقل المرضى داخل وخارج الوطن، كما تنظم شهريا تقريبا توزيع المواد الغذائية على

المحتاجين إضافة إلى تنظيم حفل ختان جماعي مرتين وتوزيع قفة رمضان على أكثر من 80 عائلة

وتوزيع منح مالية بمناسبة عيد الفطر على المحتاجين.

وفي الأخير يشرفنا بأن أعلمكم بأن هذه الجمعية لم تستقد من أي دعم مالي خلال سنة 2015.

الزواج الجماعي لـ 34 شاب في 21 مارس 2016؛ زيارة الوفد الطبي المتخصص في جراحة الأطفال

أفريل 2016؛ توفير سيارة إسعاف للجمعية وصلت حتى تونس العاصمة، الجزائر العاصمة، وهران، برج

عمر إدريس...الخ. حملة تنظيف مقبرة بني ثور طريق الرويسات؛ مشروع هدم كلي تقريبا وإعادة بناء

(في طور الإنجاز) احد العائلات المعوزة في حي بني ثور؛ زيارة بعض المرضى في منازلهم؛ جمع

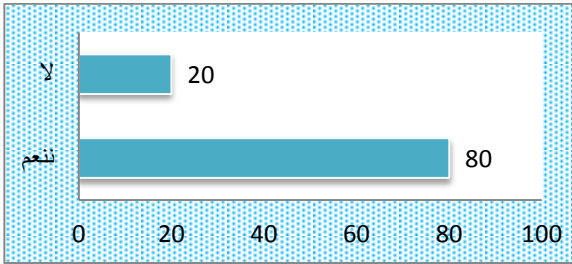
وتوزيع أغطية خاصة بفصل الشتاء تحت شعار من اجل شتاء دافئ للجميع.

تمهيد :

بعد استرجاع جل الاستمارات المملوءة و تخطينا المرحلة الأولى من الدراسة، كان من الضروري و المحتم علينا تحويل الكم المعرفي الموجود في استمارات الاستبيان إلى معلومات قابلة للتحليل و التفسير، لإثبات صحة تساؤلاتنا من عدمها و هذا ما سنتناوله في هذا الفصل.

أولا: البيانات الشخصية:

جدول رقم (01) يبين توزيع المبحوثين حسب الجنس

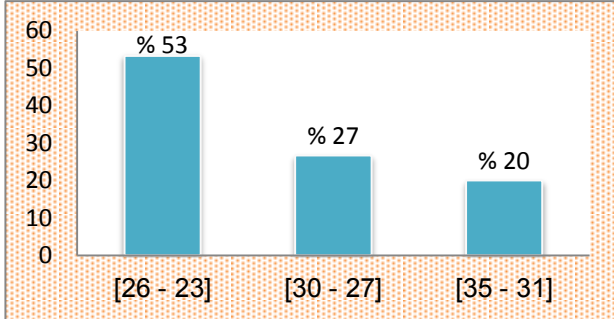


الجنس	التكرار	النسبة %
ذكر	48	80
أنثى	12	20
المجموع	60	100

التحليل والتفسير

من خلال الجدول رقم (01) وتمثيله البياني توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس، والملاحظ من خلاله تفوق نسبة الذكور على الإناث بفارق كبير حيث بلغت نسبة الذكور 80% وبلغت نسبة الإناث 20%. وهذا ما يعكس تباعد في النسب من الجنسين حيث نجد أن نسبة الذكور تفوق بكثير عن نسبت الإناث وهذا عائد إلى طبيعة العمل التطوعي وكذا عادات وتقاليد المنطقة.

جدول رقم (02) يبين توزيع العينة حسب السن



السن	التكرار	النسبة %
[26 - 23]	32	53
[30 - 27]	16	27
[35 - 31]	12	20
المجموع	60	100

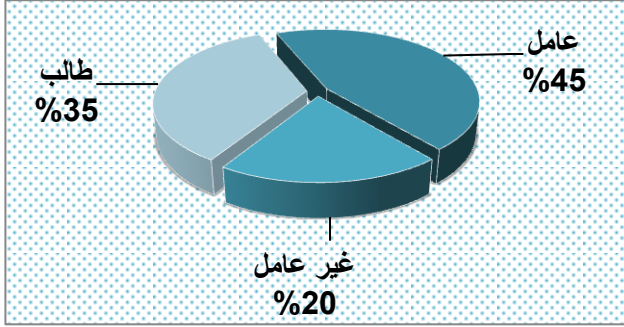
التحليل والتفسير

من خلال الجدول رقم (02) وتمثيله البياني يتبين لنا أن مختلف الفئات العمرية لأفراد عينة البحث، والتي تتراوح بين 23 الى 26 سنة، هم الأكثر استخداما للفيس بوك، حيث قدرت نسبتهم بـ53%، ثم تليها مباشرة الفئة العمرية من 27 إلى 30 سنة بنسبة تقدر بـ 27 % وأخيرا الفئة من فوق 30 الى 35 سنة بنسبة تقدر بـ 20% والتي تمثل أقل فئة استخداما للفيس بوك.

وتعتبر هذه النتائج منطقية ذلك أن أغلبية الدراسات أثبتت أن الشباب أكثر استخداما للإنترنت ومواقع الدردشة والشبكات الاجتماعية نظرا لتعدد حاجاتهم ورغباتهم التي يسعون لتلبيتها والتي قد لا نجدها لدى الفئات العمرية الأخرى.

وما يثبت منطقية هذه النتائج وسدادها كذلك هو ان أغلبية المتطوعين في مجتمع البحث تراوح أعمارهم ما بين 23 و 26 سنة وهذه الفئة تمثل فئة الشباب وهذا يعني أن الجمعية تعتمد اعتماد كبير على الشباب لكونهم أكثر نشاط وقوة وجهد و الصبر في تحمل المسؤولية إضافة إلى كونهم مصدر الطاقة المحركة للمجتمع ككل والعماد الذي يقوم عليه المجتمع وكذلك محاولة غرس الحس التطوعي وتنقله عبر الأجيال

الجدول رقم (03) يوضح توزيع أفراد العينة حسب طبيعة الوظيفة أو النشاط



النشاط	التكرار	النسبة
عامل	27	45
غير عامل	12	20
طالب	21	35
المجموع	60	100

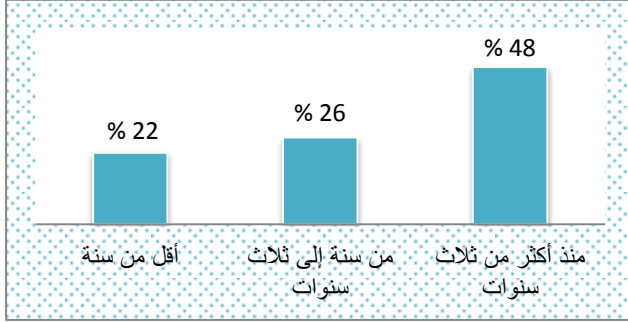
التحليل والتفسير

من خلال الجدول رقم (03) وتمثيله البياني توزيع أفراد العينة حسب طبيعة العمل يتبين ان معظم أفراد العينة الدراسة عمال حيث قدرت نسبتهم بـ45% بمجموع 27 عامل، ثم تليها فئة الطلبة والتي قدرت نسبتهم بـ35% أم نسبة 20 % فمثلة باقي أفراد العينة الغير عمّل (البطالين)

ومن خلال النتائج التي بينها الجدول رقم (03) أن الجمعية تستقطب العمال بالدرجة الاولى وهذا راجع لما يطلبه العمل التطوعي من موارد بشرية ومادية كما أنها تستهدف كذلك الطلبة وذلك نظراً لمستواهم العلمي و الثقافي .

المحور الأول عادات وأنماط استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك

الجدول رقم (04) : يوضح توزيع أفراد العينة حسب مدة استخدام "الفيس بوك" .



مدة الاستخدام	التكرار	النسبة %
منذ أقل من سنة	13	22
من سنة إلى ثلاث سنوات	18	30
منذ أكثر من ثلاث سنوات	29	48
المجموع	60	100

التحليل و التفسير

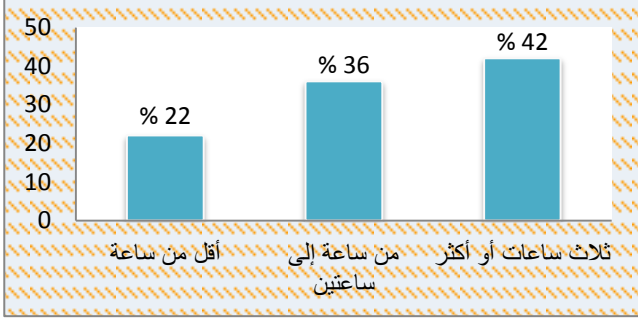
تشير النتائج الجدول رقم (04) وتمثيله البياني إلى أن نصف افراد العينة تقريبا بدأوا باستخدام موقع الفيس بوك منذ أكثر من ثلاث سنوات والتي قدرت نسبتهم بـ 48% ثم تليها الفئة التي بدأت باستخدام الفيس بوك من سنة إلى ثلاث سنوات حيث قدرت نسبتها بـ 30% وفي الاخير نجد أن الاقلية من أفراد العينة بدأوا باستخدام الفيس بوك منذ سنة .

وما يثبت منطقية هذه النتائج وسدادها كذلك هو ان :

في السنوات الأخيرة ازدادت شهرة الموقع الفيس بوك، وتتنوع أدواره وخدماته مما جعله يستميل العديد من الشباب وخاصة المتطوعين منهم.

تركيز وسائل الإعلام التقليدية لموضوع الشبكات الاجتماعية بكثرة وتحديدا "الفيس بوك" في السنوات الأخيرة، مما جعل العديد من الشباب يسجلون في الموقع.

الجدول رقم (05) يوضح توزيع أفراد العينة حسب الوقت المستغرق في استخدام "الفيس بوك" بشكل يومي



عدد ساعات التصفح	التكرار	النسبة %
أقل من ساعة	13	22
من ساعة إلى ساعتين	22	36
ثلاث ساعات أو أكثر	25	42
المجموع	60	100

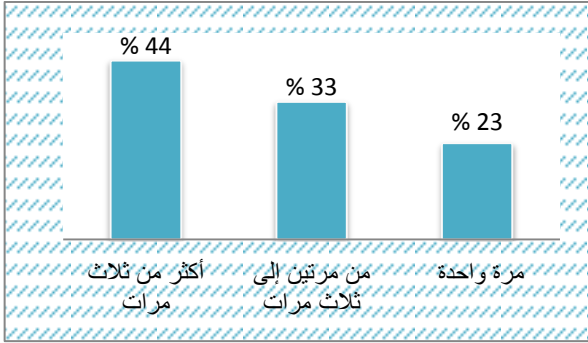
التفسير و التحليل

من خلال الجدول رقم (05) وتمثيله البياني يتبين لنا أن الوقت المستغرق في استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك ونلاحظ أن أغلبهم أفراد العينة يستخدمون يقضون في تصفحهم للفيس بوك ثلاث ساعات أو أكثر ، وذلك بنسبة تقدر بـ 42 ، في حين يقضي 36% منهم من ساعة إلى ساعتين في تصفح لموقع الفيس بوك وتليها نسبة 22% حيث تمثل فئة الافراد الذين لا يتجاوز ساعة في تصفحهم للموقع

ويمكن تفسير قضاء المتطوع أكثر من ثلاث ساعات في تصفح موقع التواصل الاجتماعي بالاستغراق في عالم "الفيس بوك"، وشعور المتطوع بالمتعة أثناء استخدامهم للموقع ومشاركة أصدقاءهم مختلف الأفكار والآراء يجعلهم لا يعيرون أهمية للوقت الذي يقضونه في تصفح الموقع بالإضافة إلى الخدمات التي يقدمها الموقع مما يجعل المستخدمين يبحرون في هذه الشبكة، وهي نفس النتيجة التي توصلت إليها مريم نريمان نومان في استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية¹ وهذا من شأنه أن يؤدي إلى تضييع الكثير من الوقت ، وإهمال الكثير من الواجبات والأعمال، و يحقق للمتطوع بذلك ما يسمى بالألفة مع الوسيلة.

¹ مريم نريمان نومان، مرجع سبق ذكره، ص111.

الجدول رقم (06): يوضح توزيع أفراد العينة حسب عدد مرات تصفح "الفييس بوك" في اليوم الواحد.



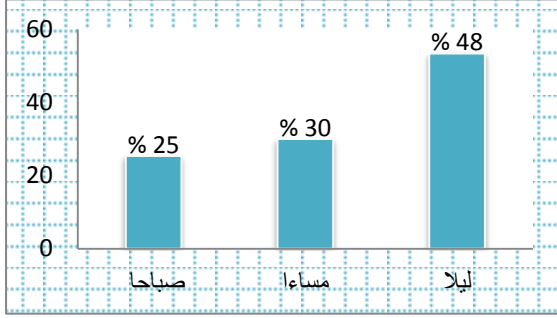
التكرار	النسبة %	التصفح في اليوم
14	23	مرة واحدة
20	33	من مرتين إلى ثلاث مرات
26	44	أكثر من ثلاث مرات
60	100	المجموع

التحليل والتفسير

أفرزت نتائج الجدول رقم (06) وتمثيله البياني أن أغلبية أفراد العينة يتصفحون "الفييس بوك" أكثر من ثلاث مرات في اليوم، وذلك بنسبة قدرت بـ 44% ، في حين يتصفحها 33% من مرتين إلى ثلاث مرات ، وبنسبة 23% مرة واحدة.

وتبين هذه النتائج أن العديد من المتطوعين يستخدمون "الفييس بوك" مرارا تصل إلى درجة الإدمان عليه، بسبب التواصل مع الآخرين والأصدقاء. وما يحققه فضاء "الفييس بوك" من خلال ما يكتب على الحائط وتتبعه لذلك وهوسه بقراءة التعليقات ومتابعتها، ورغبته الملحة في أن يفتح صفحته لمعرفة جديد التعليقات وكذا الأشخاص المتصلين وربما هذه من بين الأسباب التي تجعل المتطوع يتصفح صفحته من مرتين إلى ثلاث مرات في اليوم.

الجدول رقم (07) : يوضح توزيع أفراد العينة حسب فترات الاستخدام المفضلة لاستخدام الفيس بوك.



فترات الاستخدام	التكرار	النسبة %
صباحا	17	25
مساء	18	27
ليلا	32	48
المجموع	67	100

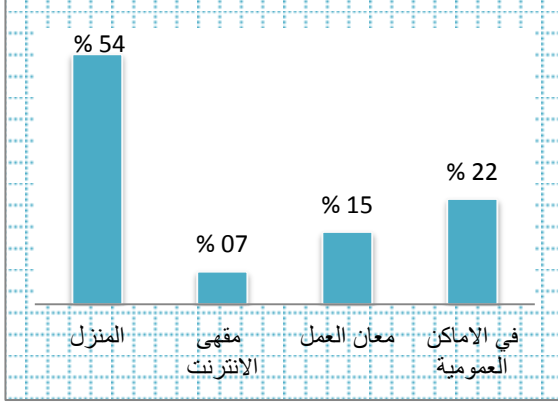
التحليل و التفسير :

من خلال الجدول رقم (07) وتمثيله البياني، يتبين لنا تقريبا أن نصف أفراد العينة يفضلون استخدام "الفيس بوك" ليلا و ذلك بنسبة قدرت بـ 47%، في حين يفضل البعض الآخر استخدامه مساء بنسبة تقدر بـ 27% وبنسبة متقارب تقدر بـ 25% تفضل استخدامه صباحا.

ويبدو هذا الترتيب منطقيا، حيث أن والفترة الليلية هي الوقت المناسب الذي يتفرغ فيه أغلبية أفراد العينة للإنترنت وذلك راجع لكون أغلبية أفراد العينة هم عمال و طلبة وبالتالي يكون في أطار العمل أو الدراسة في الفترة الصباحية و المسائية، ضف إلى ذلك أن الإنترنت تتيح للمتطوع فرصة اختيار الوقت المناسب للاستخدام عكس بقية الوسائل الإعلامية،

ويمكن تبرير قلة الاستخدام في الفترة الصباحية؛ ذلك أن الوقت غير مناسب للمتطوعين بحكم العمل والدراسة في هذه الفترة؛ ولأن اتصال الأصدقاء قد يكون قليلا مقارنة بالفترات السابقة الأكثر استقطابا وملاءمة للأفراد العينة.

الجدول رقم (08) : يوضح توزيع أفراد العينة حسب أماكن استخدام "الفييس بوك".



أماكن التصفح	التكرار	النسبة %
المنزل	38	54
مقهى الإنترنت	05	07
مكان العمل	11	16
في الأماكن العمومية	16	23
المجموع	70	100

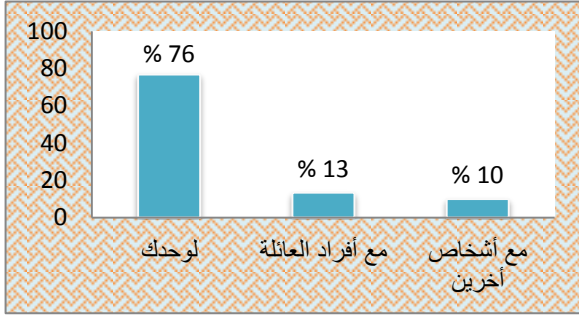
التحليل و التفسير

تبين نتائج الجدول رقم (08) وتمثيله البياني، أن أكثر من نصف أفراد العينة يلجؤون لموقع الفيس بوك من المنزل وذلك بنسبة 54% ثم تليها نسبة 23% يلجؤون للموقع من الأماكن العمومية، ثم تليها نسبة 16% يلجؤون للموقع من مكان العمل، وبنسبة ضئيلة تقدر بـ 07% من يلجؤون للموقع مقهى الإنترنت.

ويمكن تفسير هذه النتائج، بالتطور الكبير التي شهدته الإنترنت في السنوات الأخيرة، فشهدت اشتراكات الإنترنت في البيوت ارتفاعا كبيرا في الجزائر مما يجعل المستخدم أكثر تواجدا بالشبكة، فميول المتطوع لاستخدام الموقع ليلا يدل على وجود الإنترنت في البيت ذات التدفق العالي.

في حين كانت نسبة الدخول إلى الموقع من مقهى الإنترنت والأماكن الأخرى ضئيلة جدا وذلك لان معظم أفراد العينة كانوا طلبة وعمال وربما كان هذا سبب قل التردد على مقاهي الإنترنت فيفضلون استخدام الشبكة من البيت، دون أماكن أخرى ورغم ذلك نشير إلى أن الإنترنت في الجزائر اليوم أصبحت متوفرة، وفي مختلف المؤسسات، وهذا ما يتيح استخدامها في أي مكان .

الجدول رقم (09) : يوضح توزيع أفراد العينة حسب طريقة استخدام "الفييس بوك".



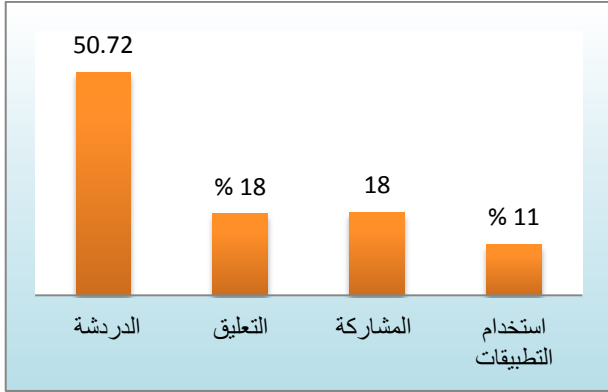
طريقة الاستخدام	التكرار	النسبة %
لوحدهم	46	77
مع الاصدقاء	06	10
مع أفراد العائلة	08	13
المجموع	60	100

التحليل و التفسير :

يبدو لنا من خلال الجدول رقم (09) وتمثيله البياني توزيع أفراد العينة حسب طريقة الاستخدام، حيث يتبين لنا أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون "الفييس بوك" لوحدهم إي بشكل فردي، وذلك بنسبة 77%، ثم تليها نسبة 13% من يستخدمون الموقع مع أفراد العائلة، ثم تليها في الاخير نسبة 10% من يستخدمون الفييس بوك مع أشخاص آخرين.

ويمكن تفسير ذلك، إلى طبيعة الاستخدام الفردي لجهاز الكمبيوتر، حيث يتطلب مستخدما واحدا، ضف إلى ذلك انتشار استخدام الكمبيوتر المحمول، والهاتف النقال الذي يتيح الاتصال بالإنترنت، وأصبح لكل فرد هاتفه الخاص. ويمكن تبرير استخدام المتطوعين لموقع "الفييس بوك" رفقة الأصدقاء في الاستخدام لكونهم يفضلون المشاركة في الموقع للبحث عن المعلومات والأصدقاء و التسلية أو غيرها. ويشير العديد أن استخدام الموقع يتسم بالخصوصية لذا يرون أنه من غير اللائق أن يجلس معهم أحد وقت الاستخدام. بحيث أنهم يشعرون، بالراحة وقت الاستخدام الفردي.

الجدول رقم (10): يوضح توزيع أفراد العينة حسب خدمات "الفييس بوك" المفضلة



خدمات الفييس بوك	التكرار	النسبة %
دردش	35	51
تعليق	13	19
المشاركة	13	19
استخدام تطبيق	09	11
المجموع	60	100

التحليل و التفسير:

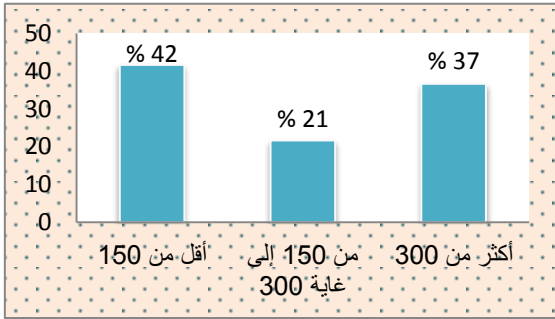
بالنظر إلى نتائج الجدول رقم (10) وتمثيله البياني يتبين لنا أن أكثر من نصف أفراد العينة يفضلون خدمة "الردشة" وذلك بنسبة تقدر بـ 51% ثم تليها خدمة المشاركة والتعليق بنسب متساوية حيث قدرت بـ 19%. أما في الأخير نجد خدمة "التطبيقات" والتي قدرت بنسبة 11%.

ويمكن تفسير تفضيل المتطوعين "لخدمة الدردشة" ربما لأنها أكثر الخدمات التي تسهل لهم التواصل مع بعضهم البعض وبناء العلاقات الافتراضية التي تسمح لهم بالتعرف أكثر على أصدقاءهم عبر "الفييس بوك" و تساعدهم كذلك على توسيع علاقاتهم الاجتماعية، والاندماج أكثر في المجتمع الافتراضي الذي تنتجه الشبكة.

ويمكن تفسير تفضيل المتطوعين لخدمة المشاركة بعد خدمة "الردشة"، ربما لمشاركة المتطوعين في مجموعة من المنشورات التي تحمل نفس الاهتمام. ورغبة المتطوعين في أن يشاركوا في الأعمال الخيرية وكذا حب التعاون والتضامن تبادل الخبرات والمهارات مع الآخرين والتكافل مع بعضهم البعض وتكوين علاقات اجتماعية بين الأفراد توسع في نشر هذه الأفكار النبيلة و المساعدة في حل مشاكل المجتمع وكذلك التعليق عليها بكل حرية وفسح مجال التعبير عن الرأي و كذلك نشر صور تحمل ذكريات مشتركة أو تعرفهم ببعضهم البعض ورغبتهم في الاطلاع والتعليق عليها. ويمكن تبرير النسبة الضئيلة من

المتطوعين الذين يفضلون خدمة "التطبيقات" ربما لقلة الاهتمام بهذا المجال ويتضح أن نسبة تفضيل "التطبيقات" قليلة رغم تنوعها وتعددتها، وكما تشير الإحصائيات، إلى أن 20 مليون تطبيقاً جديداً يسجل يوميا في موقع "الفييس بوك".

الجدول رقم (11) يبين عدد أصدقاء أفراد العينة في موقع "الفييس بوك"



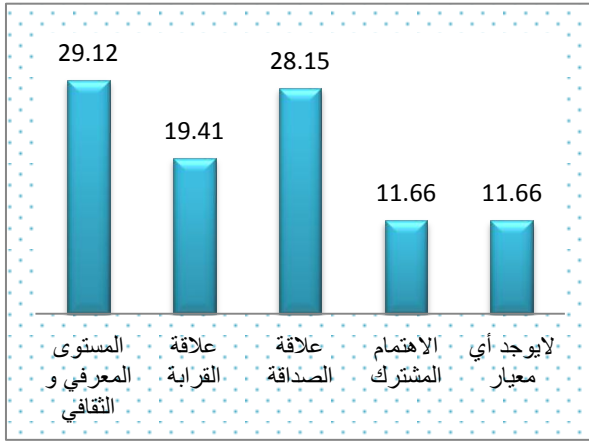
النسبة %	التكرار	
41,67	25	أقل من 150
21,66	13	من 150 إلى غاية 300
36,67	22	أكثر من 300
100	60	المجموع

التحليل و التفسير:

نلاحظ من خلال الجدول رقم (11) أن الفئة التي أصدقاءها أقل من 150 قد احتلت المرتبة الأولى حيث بلغت نسبتها 41,67 بتكرار 25 مفردة ثم تليها الأكثر من 300 مفردة وذلك بنسبة تقدر بـ 36,67 في حين تحتل الفئة التي حصر عدد أصدقاءها من 150 إلى غاية 300 صديق المرتبة الأخيرة بنسبة 21,66 بتكرار 13 مفردة

وما يؤكد على مصدقية هذه النتائج هو أن معظم المبحوثين لديهم أقل من 150 لكون الإنسان اجتماعي بطبعه ويختلف عن غيره في الاخلاق و العادات و هذا مما يصعب من مأمورية اختيار الاصدقاء وفقا للمعايير الصداقة والزمالة الانسانية كما أن العمل الخيري يتطلب وجود أصدقاء في المستوى ; متفاهمين و واعين بالمسؤولية

الجدول رقم (12) بين توزيع أفراد العينة على معايير أختار أصدقاءهم في موقع "الفيس بوك"



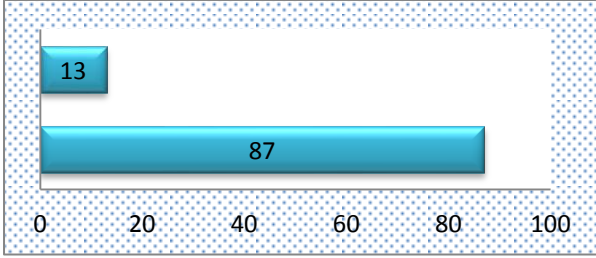
أسس اختيار الصداقة	التكرار	النسبة %
المستوى المعرفي والثقافي	30	29
علاقة القرابة	20	19
علاقة الصداقة	29	28
الاهتمام المشترك	12	12
لا يوجد أي معيار	12	12
المجموع	103	100

التحليل والتفسير :

من خلال الجدول رقم (12) وتمثيله البياني يتضح لنا أن نسبة الافراد العينة يختارون أصدقاءهم بناءً على "المستوى المعرفي و الثقافي" وذلك بنسبة 29 % ثم تليها مباشرة الفئة التي كان اختيارهم للأصدقاء مبني على أساس علاقة الصداقة وللتي قدرت نسبتها ب 28 % في حين يختار 19 % منهم أصدقاءهم على أساس علاقة القرابة أما بالنسب المرتبة الاخيرة فكانت على أساس "الاهتمام المشترك" و " لا يوجد إي معيار" على حد سوى وذلك بنسبة 12%.

نستنتج من خلال تحليلنا للجدول رقم (12) وتمثيله البياني أن أغلب أفراد العينة المبحوثين يختارون اصدقاءهم على المستوى المعرفي و الثقافي مراعيًا في ذلك شروط و متطلبات العمل التطوعي ولما هذا المستوى من أهمية لهذا المجال كما أن العمل التطوعي ولقد أشرنا لها سابقا يتطلب أصدقاء واعين بالمسؤولية ولا يتأتى إلا من خلال مستواهم المعرفي و الثقافي.

الجدول رقم (13) يوضح توزيع أفراد العينة حسب مشاركة مجموعات في "الفييس بوك".

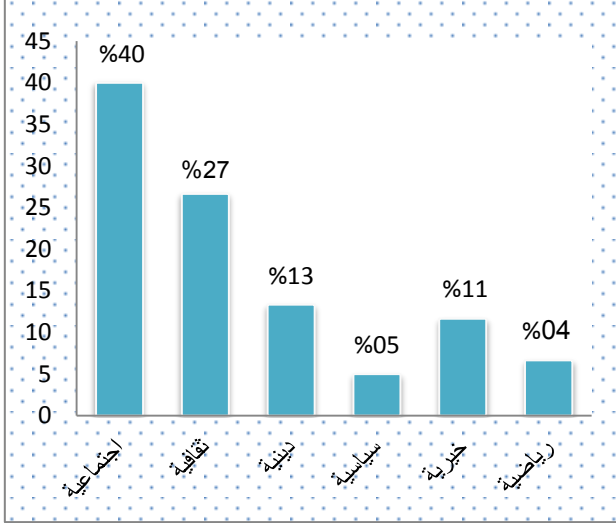


المشاركة في المجموعات	التكرار	النسبة %
نعم	52	87
لا	08	13
المجموع	60	100

التحليل و التفسير :

تبين نتائج الجدول أن أغلبية أفراد العينة ينتمون إلى مجموعات افتراضية على "الفييس بوك" وذلك بنسبة 77%، وفي المقابل 13% من أفراد العينة لم ينتموا إلى المجموعات، ويأتي الانتماء إلى المجموعات من بين أهم النشاطات التي يقوم بها مستخدم "الفييس بوك"، ذلك لما تتيحه للفرد الافتراضي أن يجتمع بآخرين من مختلف أرجاء العالم يشاركونه الاهتمام، ويناقش معهم مختلف المواضيع والقضايا سوى كانت اجتماعية ثقافية اقتصادية ...

الجدول رقم (14) : يوضح توزيع أفراد العينة حسب نوعية المجموعات المشاركة فيها.



نوعية المجموعة	التكرار	النسبة %
اجتماعية	24	40
ثقافية	16	27
دينية	08	13
سياسية	03	05
خيرية	07	11
رياضية	04	04
المجموع	62	100

التحليل و التفسير:

بعد أن أكدت لنا نتائج الجدول السابق رقم (13) ، أن أغلبية أفراد العينة وبنسبة 90% هم أعضاء في مجموعات على "الفيس بوك"، يتضح لنا من خلال كل من نتائج الجدول رقم (14) وتمثيله البياني، أن أغلب أفراد العينة مشاركون في مجموعات اجتماعية وذلك بنسبة 40%، ثم تليها المجموعات الثقافية بنسبة 27% بمجموع 16 مبحوثاً، ثم تليه من هم مشتركون في المجموعات الدينية وذلك بنسبة تقدر بـ 08% ثم تليها مباشرة نسبة 07% والتي تمثل أفراد العينة الذين هم مشتركون في المجموعات الخيرية. ثم المجموعات الرياضية وذلك بنسبة 04%، ثم تليها مباشرة نسبة 03% والتي تمثل أفراد العينة الذين هم مشتركون في المجموعات السياسية.

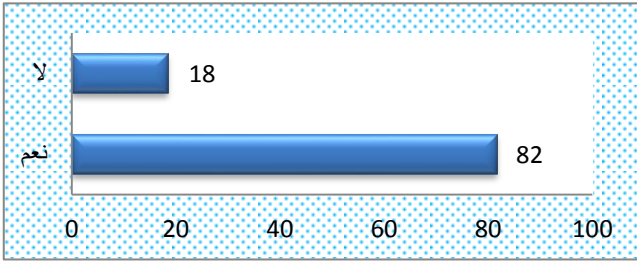
ويمكن تفسير هذه النتائج من خلال، ما يتيح موقع "الفيس بوك" لمستخدميه من اختيار أصدقاءهم بدقة، وكذا اختيار الصفحات والمجموعات التي يمكن أن تحقق لهم الاشباعات التي يسعون لتحقيقها من خلال استخدامهم للموقع، وهذا ما يحدد اختيارهم لنوع المجموعات التي ينتمون إليها، سواء كانت

اجتماعية، ثقافية، ترفيهية أو غيرها. وهذا من شأنهم أن يساعدهم في توسيع شبكة العلاقات الافتراضية التي يجمعهم فيها الاهتمام المشترك.

ويميل أغلبية المتطوعين، إلى الاشتراك في المجموعات الاجتماعية والثقافية، وقد يكون الهدف التواصل الاجتماعي من خلال توطيد وربط علاقات اجتماعية مع الأصدقاء والأهل. وتبادل ومناقشة الأفكار ومختلف القضايا الاجتماعية. وكذلك من ذلك رفع المستوى الثقافي ومتابعة مستجدات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في حين نلاحظ عزوف أغلبية أفراد العينة عن المشاركة في المجموعات السياسية.

1. المحور الثاني : دوافع استخدام الجمعية الخيرية لموقع التواصل الاجتماعي – فيس بوك – و الإشباعات المحققة

الجدول رقم (15) يوضح توافق أفراد العينة مع طلبات الصداقة من الاشخاص الغرباء

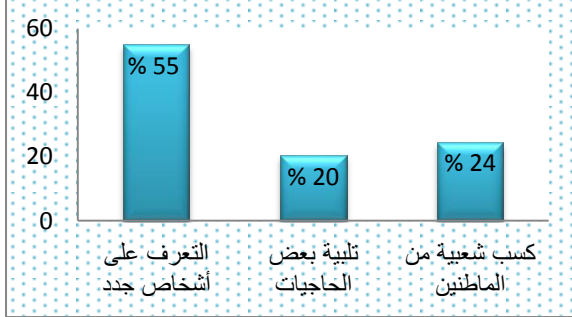


دوافع الصداقة	التكرار	النسبة %
نعم	49	82
لا	11	18
المجموع	60	100

التحليل والتفسير :

الجدول رقم (15) وتمثيله البياني يوضح لنا أغلبية أفراد العينة يتقبلون طلبات الصداقة من الاشخاص الغرباء بنسبة قدرت بـ 82 % بمجموع 49 مفردة ام بالنسبة للفئة التي كانت أجابتها بـ لا فكانت نسبتها 18% وما يمكن استخلاصه من النتائج هو ان معظم أفراد مجتمع عينة البحث يوافقون على طلبات الصداقة من الاشخاص الغرباء وذلك من أجل اتساع نطاق الجمعية والسعي إلى تلبية بعض الحاجيات

الجدول رقم(16) بوضوح توزيع أفراد العينة دوافع قبول طلبات الصداقة من الاشخاص الغرباء

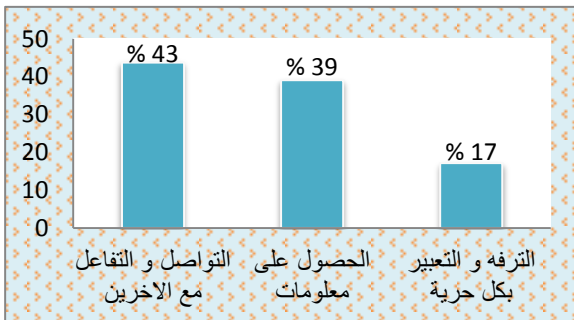


دوافع قبول طلبات الصداقة	التكرار	النسبة %
التعرف على أشخاص جدد	27	55
تلبية بعض الحاجيات	13	20
كسب شعبية من المواطنين	18	25
المجموع	58	100

التحليل و التفسير :

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (16) وتمثيله البياني أن دوافع قبول طلبات الصداقة كانت من أجل التعرف على أشخاص جدد وذلك بنسبة تقدر بـ 55 % ثم تليها 20,4 % والتي كانت تعبر عن الأفراد الذين كانت دوافعهم من أجل كسب شعبية من المواطنين أم بالنسب للذين كانت دوافعهم تلبية بعض الحاجيات فقدرت نسبتهم بـ 20 %

الجدول رقم (17) يوضح توزيع أفراد العينة حسب الحاجيات التي يلبيها لهم موقع الفيس بوك



الحاجيات	التكرار	النسبة %
التواصل و التفاعل مع الاخرين	28	44
الحصول على معلومات	25	39
الترفيه و التعبير بكل حرية	11	17
المجموع	64	100

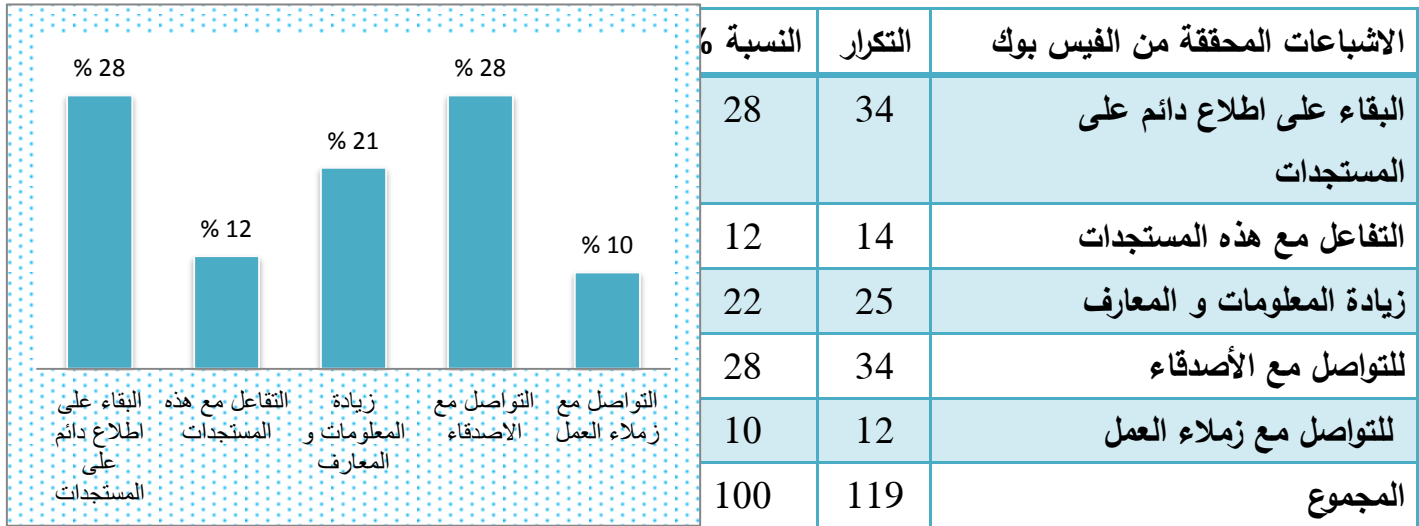
التحليل و التفسير

يتبين من خلال الجدول رقم (17) وتمثيله البياني أن الأفراد الذين كان استخدامهم للموقع من أجل "التواصل و التفاعل مع الاخرين" احتل المرتبة الاولى وذلك بنسبة تقدر بـ 44%، أما بالنسبة للأفراد الذين كان استخدامهم للموقع من أجل "الحصول على المعلومات " جاءت في المرتبة الثانية وذلك نسبة

قدرت بـ 39% وفي الاخير في حين كان البعض الاخر يستخدم الموقع من أجل "الترفيه و التعبير بكل حرية" كأقل نسبة وحتلت بذلك المرتبة الاخيرة حيث قدرت نسبتها بـ 17% .

يمكن استخلاصه أن أفراد العينة يستخدمون الفيس بوك من أجل تحقيق واشباع حاجاتهم و رغباتهم وخاصة في تحقيق التفاعل مع أفراد المجتمع والحصول على المعلومات لان الفيس بوك ومواقع التواصل الاجتماعي يجدون فيه أكثر فسحة للتعبير عن آرائهم في مواضيع معينة .

الجدول رقم (18): يوضح توزيع مفردات العينة حسب الاشباعات المحققة وراء الاستخدام الموقع.

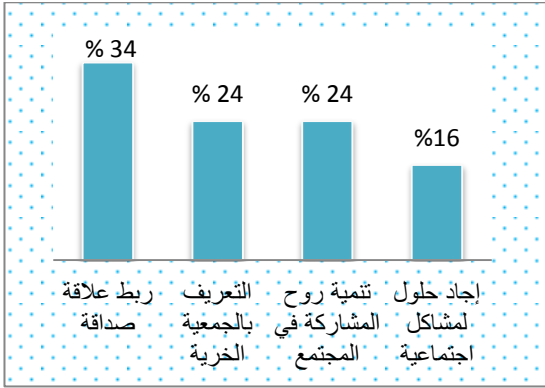


التحليل و التفسير:

من خلال نتائج الجدول رقم (18) وتمثيله البياني يتضح لنا أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون "الفيس بوك" من أجل البقاء على اطلاع دائم على المستجدات وكذلك التواصل مع الاصدقاء وذلك بنسبة تقدر بـ 28% ، ثم تليهما نسبة 22% والتي تمثل الفئة الافراد الذين يستخدمون الفيس بوك لأجل "زيادة المعلومات والمعارف" ثم تليها بنسبة 12% يستخدمونه للتفاعل مع هذه المستجدات أي ما يعادل تكرار 14 مرة ، لتأتي في الاخير نسبة 10% والتي كانت تمثل عدد الافراد الذين يستخدمون الفيس بوك من أجل التواصل مع زملاء و يبلغ عددهم 12.

نستنتج أن معظم المتطوعون يجدون من خلال الموقع فرصة للتواصل مع الاصدقاء والبقاء على اطلاع دائم على المستجدات عبر الفيس بوك. والبعض يستخدم الموقع من أجل زيادة المعلومات والمعارف ، وكذا التفاعل مع المستجدات ، والتواصل مع زملاء العمل .

الجدول (19): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الاشباكات الاجتماعية التي يحققها استخدام "الفيس بوك".



النسبة %	التكرار	الإشباكات التي المحققة
35	27	ربط علاقة صداقة
24	19	التعريف بجمعيتك الخيرية
24	19	تنمية روح المشاركة في المجتمع
17	13	إيجاد حلول لمشاكل اجتماعية
100	78	المجموع

التحليل و التفسير :

من خلال نتائج الجدول رقم (19) وتمثيله البياني يتضح لنا أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون موقع "الفيس بوك" من أجل ربط علاقات صداقة وذلك بنسبة قدرت بـ 35% ، في حين نجد البعض الآخر من المتطوعون يستخدمونه من أجل "التعريف بالجمعية" وكذا "تنمية روح المشاركة في المجتمع" وذلك بنسبة قدرت بـ 24% في حين نجد بأن البعض الآخر يسعون في ذلك لإيجاد حلول للمشاكل الاجتماعية.

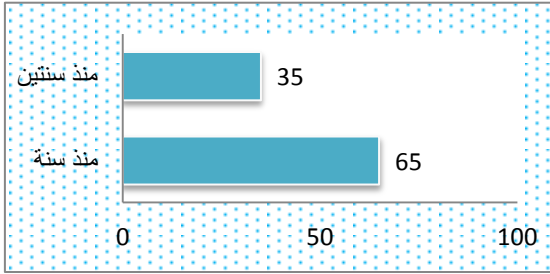
ويمكن تفسير هذه النتائج، بأن المتطوعون يسعون إلى التواصل الدائم والتشارك مع الأصدقاء، وهي من أهم الخصائص التي يوفرها الموقع لمستخدميه، وهي خاصية التواصل والتفاعل مع الآخرين. وتبادل الأفكار والتعارف الجديد.

في حين أن بعض المتطوعون يجدون من خلال الموقع فرصة لطرح مشاكلهم الاجتماعية عبر الموقع، قد لا يستطيعون مواجهتها في الواقع والتعبير عنها صراحة، فيلجؤون لمناقشتها مع أشخاص آخرين قد يصلون إلى حل لهذه المشاكل. والبعض يستخدم الموقع من أجل ربط علاقات مع الجنس

الآخر، ويمكن تفسير هذا الانجذاب، بالنظر إلى ما يتيح الموقع من خدمات توفر نوع من الجاذبية تتنوع فيها أدوات التفاعل بين الجنسين كتبادل الصور والرسائل والدرشة وغيرها.

المحور الثالث | مساهمة الفيس بوك في تنمية و دعم العمل التطوعي

الجدول رقم (20) يبين توزيع أفراد العينة حسب مدة الالتحاق بالجمعية



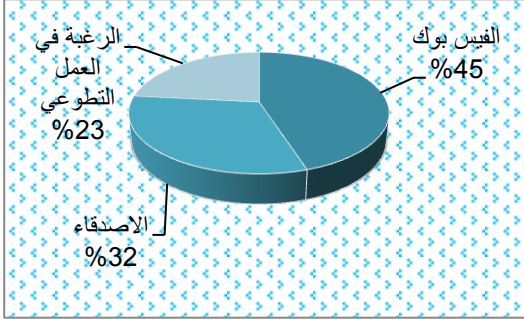
النسبة %	التكرار	مدة الالتحاق بالجمعية
65	39	منذ سنة
35	21	من سنتين
100	60	المجموع

التحليل و التفسير:

من خلال نتائج الجدول رقم (20) وتمثيله البياني ، يتضح أن أغلبية أفراد العينة التحقوا بالجمعية منذ سنة وذلك بنسبة تقدر بـ 65 % أم بالنسب للبعض الاخر فكان ألتحاقهم بالجمعية التحقوا بالجمعية منذ سنتين وذلك بنسبة تقدر بـ 35 % .

نستخلص من هذه الارقام أن غالبية أفراد العينة التحقوا بالجمعية منذ سنة وهذا يعني الجمعية تحاول تجديد أعضائها من غرس الحس التطوعي الخيري وتنقله عبر الاجيال .

الجدول رقم (21) : طريقة الإتحاف بالجمعية لأفراد عينة البحث



سبب الإلتحاق بالجمعية	التكرار	النسبة %
الفيس بوك	27	45
الاصدقاء	19	32
رغبتك في العمل التطوعي	14	23
المجموع	60	100

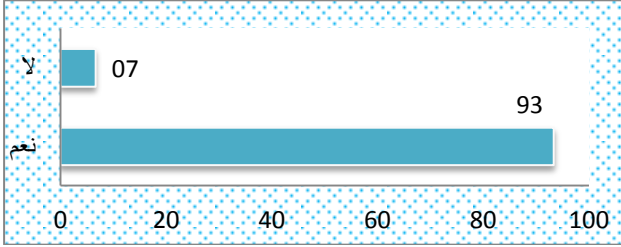
التحليل و التفسير:

من خلال الجدول رقم(21) وتمثيله البياني نلاحظ أن أغلب أفراد العينة كان ألتحاقهم بالجمعية من خلال الفيس بوك وذلك بنسبة قدرت بـ45 %، ثم تليها 32 % والتي مثلت نسبة الافراد الذين كان ألتحاقهم بالجمعية من خلال الاصدقاء ، ثم تليها 23% التي عبرت عن الافراد الذين ألتحاقهم بالجمعية من خلال رغبتهم في العمل التطوعي .

تعتبر هذه النتائج منطقية لان أغلب أفراد العينة بدأوا باستخدام الفيس بوك منذ كثر من سنتين وما نثبت وكذا أن أغلبهم مشترك في مجموعات ذات أهداف اجتماعية.

وباعتبار أنه من أهم مواقع التواصل الاجتماعي والذي يشهد اقبال كبير من المجتمع بالاختلاف مستوياتهم ، مما يؤدي يفسح لهم حرية المشاركة وكذا حرية الرأي والتعبير عن مختلف آرائهم وأفكارهم حول موضوع معين ، اذ أنه يعتبر المتنفس الوحيد للتفاعل.

الجدول رقم (22) يوضح نسبة الافراد الذين قاموا بالتعريف بالجمعية



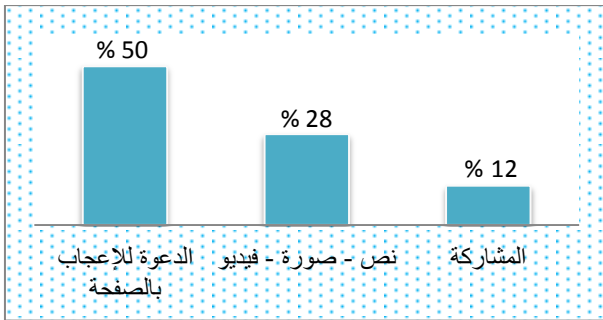
التعريف بالجمعية	التكرار	النسبة %
نعم	56	93
لا	04	07
المجموع	60	100

التحليل والتفسير

يتبين من خلال الجدول رقم (22) وتمثيله البياني أن جل الاعضاء قاموا بالتعريف بالجمعية حيث بلغت نسبتهم 93 % أم بالنسبة للذين لم يعرف بالجمعية كانت نسبتهم 07 %.

يمكن تفسير هذه النتائج ان طبيعة العمل الخيري الذي تقوم به الجمعية يتطلب جهود بدنية ومادية ولا يتأتى ذلك إلا من خلال تكاتف أيادي الجميع في مثل هذه الاعمال ، فكان لابد على أعضاء جمعية الخير والاحسان بورقلة التعريف بالجمعية من أجل توسيع نطاقها الجماهيري والجغرافي.

الجدول رقم (23) بين طريقة التعريف بالجمعية حسب أفراد عينة البحث



التعريف بالجمعية من خلال	التكرار	النسبة %
الدعوة للإعجاب بالصفحة	28	55
نص - صورة - فيديو	16	31
المشاركات	12	14
المجموع	56	100

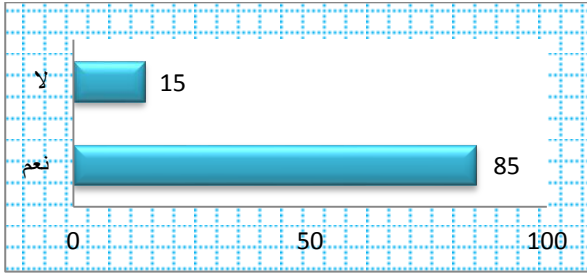
التحليل والتفسير:

بعد أن أكدت لنا نتائج الجدول السابق رقم (22) ، أن أغلبية أفراد العينة وبنسبة 93% قاموا بالتعريف بالجمعية من خلال موقع "الفيس بوك".

يبين الجدول رقم (23) أن أغلب افراد العينة اعتمدوا في تعريفهم بالجمعية من خلال دعوتهم للإعجاب بصفحة الجمعية وذلك بنسبة تقدر بـ 55% ثم تليها الفئة التي أعتمده في تعريفهم بالجمعية من خلال نشر مشور و صور وذلك بنسبة قدرت بـ 31% في حين نجد بأن البعض الآخر أكتفى بمشاركة منشورات الجمعية حيث قدرت نسبتهم بـ 14%.

هذا يعني أن أفراد العينة تهتم في تعريف بالجمعية وذلك في المساهمة في زيادة اتساع نطاقها الجمعية وكذا المورد البشرية و المادية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) وذلك من خلال الدعوة للإعجاب بالصفحة بالإضافة الى المنشورات والصور والفيديوهات وفي بعض الاحيان الاستعانة بالمشاركات

الجدول رقم (24) : يبين ما إذا كان هناك تفاعل مع ما تنشره الجمعية على صفحاتها في الفيس بوك

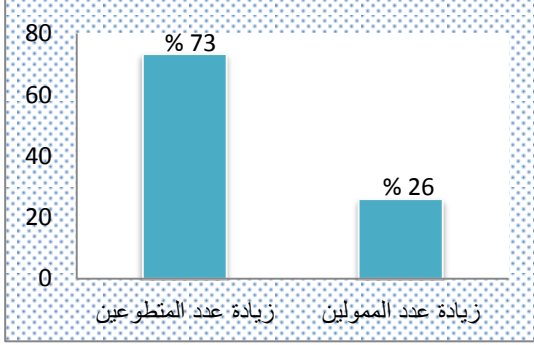


النسبة %	التكرار	
85	51	نعم
15	09	لا
100	60	المجموع

التحليل والتفسير:

يبين لنا الجدول رقم (24) أن معظم أفراد العينة أكدوا على وجود تفاعل مع ما تنشره الجمعية على صفحاتها في "الفيس بوك" أم بقيت افراد العينة فنفوا جود ذلك التفاعل حيث قدر نسبتهم بـ 15% وهذا يعني أن أفراد العينة ألتمسوا تفاعلا مع ما تنشره الجمعية على صفحاتها في الفيس بوك وهذا راجع الى طبيعة المواضيع التي تنشرها الجمعية.

الجدول رقم (25): يوضح مساهمة الفيس بوك في زيادة كل من عدد المتطوعين والممولين



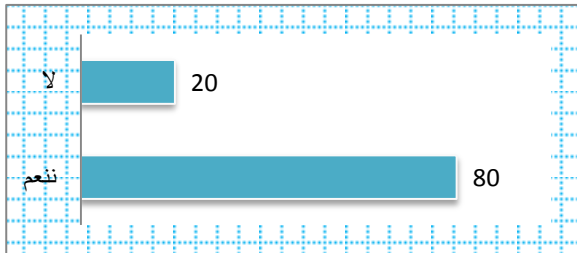
النسبة %	التكرار	مساهمة الفيس بوك
73	44	زيادة عدد المتطوعين
27	16	زيادة عدد الممولين
100	60	المجموع

التحليل و التفسير:

من خلال الجدول رقم (25) وتمثيله البياني نلاحظ أن أغلب أفراد العينة أكدوا بأن الفيس بوك يساهم في زياد عدد المتطوعين وذلك بنسبة قدرت بـ 73 % في حين يرى البعض الخر بأن الفيس بوك ساهم في زيادة عدد الممولين للجمعية والتي قدرت نسبتهم بـ 27%

من خلال نتائج الجدول نستنتج بأن الفيس بوك يساهم في زيادة عدد المتطوعين بنسبة كبيرة وهذا راجع لكون الانخراط في العمل التطوعي لدى جمعية الخير و الاحسان غير خاضع لشروط محددة فهي موجه للعام والخاص

الجدول رقم (26) يوضح توزيع أفراد العينة حسب مدى مساهمة الفيس بوك في توسيع نطاق الجمعية



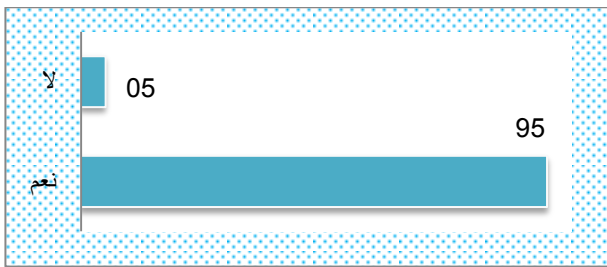
النسبة %	التكرار	
80	48	نعم
20	12	لا
100	60	المجموع

التحليل و التفسير

من خلال الجدول رقم (26) وتمثيله البياني نلاحظ أن أغلبية أفراد العينة يعتقدوا بان الفيس بوك يساهم في توسع نطاق الجمعية ويخرج الجمعية من نطاقها المحلي وحيث قدرت نسبتهم بـ 80 % من مجتمع البحث في حين يرى البعض الاخر عكس ذلك بحيث قدرت نسبتهم بـ 20 % من أفراد العينة.

وما يمكن أن استنتجه أن أغلبية أفراد العينة أكدوا على أن الفيس بوك يخرج الجمعية من نطاقها المحلي و ارتفاع هذه النسبة يعود الى كونها جمعية خيرية بالدرجة الاولى مهما كان نطاقه ، بالإضافة الى أن الفيس بوك وسع من نطاقها الجغرافي مما ساعدها على استقبال الرسائل من كل مكان وزمان .

الجدول رقم (27) : يوضح مدى مساعدة خاصية الوسائط المتعددة "الملتيميديا" على نشاط الجمعية



خاصية الملتيميديا	التكرار	النسبة %
نعم	57	95
لا	03	05
المجموع	60	100

التحليل و التفسير:

من خلال الجدول رقم (27) وتمثيله البياني نلاحظ أن أغلبية أفراد العينة يؤكد بأن خاصية الوسائط المتعدد "الملتيميديا" تساعد على نشاط الجمعية من خلال موقع الفيس بوك ، حيث قدرت نسبتهم

ب 95 % من مجتمع البحث في حين يرى البعض الاخر عكس ذلك والتي قدرت نسبتهم ب 05 % من أفراد العينة.

وما يؤكد على مصداقية هذه النتائج أن معظم أفراد العينة أكدوا على أن الوسائط المتعددة تساعد الجمعية على أداء نشاطاتها ، وهذا يعود الى كونها ضرورية لما لها من أهمية كبرى أذ أنها تقرب المسافات وتقصّر الوقت والجهد .

دور صفحة الجمعية ومساهمتها في تنمية ودعم العمل التطوعي

تهدف صفحة الجمعية لـ

- 1- حيث تعد بمثابة همزت وصل بين أفراد المجتمع وتحقيق التعاون والتوصل بين أفراد المجتمع دعم القيم الاجتماعية
- 2- لها دور حساس في بناء المجتمع الراقي وزرع ثقافة التكافل و التضامن الاسري و الاجتماعي
- 3- تهدف إلى جلب عدد أكبر من المتطوعين و لم شمل ابناء المجتمع التواصل مع الاعضاء
- 4- تلعب الفيس بوك دورا كبيرا وهاما في
- 5- التعريف بالجمعية وكسب شعبية في المجتمع من خلال المبادرات الخيرية
- 6- يعدوا بمثابة الاعلان في نشر اعمال ونشاطات الجمعية
- 7- المساهم في النشاط الجمعي والتنسيق بين الجمعيات العمل على تحسين صورة الجمعية

المبحث الثاني : النتائج العامة للدراسة

لقد أسفرت نتائج الدراسة الميدانية على ما يلي:

- 1- تبين من خلال الدراسة أن أغلب المتطوعين من جنس الذكور حيث كانت فئاتهم العمرية محصورة ما بين (23 سنة و 26 سنة).
- 2- أشارت لنا نتائج الدراسة إلى أن نصف أفراد العينة تقريبا بدأوا باستخدام موقع الفيس بوك منذ أكثر من ثلاث سنوات.
- 3- من خلال دراستنا هاته يتبين لنا أن أغلب أفراد العينة يستخدمون الفيس بوك أكثر من ثلاث مرات في اليوم بمعدل ثلاث ساعات أو أكثر وأغلبها تستخدم في الفترة الليلية.
- 4- الدراسة التي قمنا بها أفرزت نتائج بينت لنا أن أغلب أفراد العينة مشاركون في مجموعات اجتماعية و الثقافية. يفضل أغلبهم خدمة الدردشة عن غيرها في الفيس بوك. كما أنهم يختارون أصدقاءهم بناءاً "على المستوى المعرفي و الثقافي".
- 5- أفرزت لنا الدراسة أن أغلب أفراد العينة كان استخدامهم للموقع من أجل ربط علاقات صداقة "التواصل والتفاعل مع الآخرين" والسعي لتنمية روح المشاركة في المجتمع.
- 6- الدراسة أكدت لنا أن جل أفراد العينة التحقوا بالجمعية منذ سنة، حيث كان إلتحاقهم بالجمعية من خلال الفيس بوك وأن أغليبيتهم عرفوا بالجمعية من خلال موقع "الفيس بوك" وذلك بإرسال دعوات للإعجاب بصفحة الجمعية .
- 7- أظهرت لنا نتائج الدراسة أن معظم أفراد العينة أكدوا على وجود تفاعل مع ما تنشره الجمعية على صفحتها في "الفيس بوك"، معتمدين في ذلك على خاصية الوسائط المتعدد "الملتيميديا" .
- 8- من خلال نتائج الدراسة نلاحظ أن أغلب أفراد العينة أكدوا بأن الفيس بوك يساهم في زيادة عدد المتطوعين كذا توسيع نطاق الجمعية.

9- أثبتت لنا هذه الدراسة أن الجمعية تهدف لـ جلب عدد أكبر من المتطوعين و لم شمل ابناء المجتمع والتواصل مع الأعضاء حيث تعد بمثابة همزت وصل بين أفراد المجتمع وتحقيق التعاون والتوصل بين أفراد المجتمع ودعم القيم الاجتماعية كما لها دور حساس في بناء المجتمع الراقى وزرع ثقافة التكافل والتضامن الأسري والاجتماعي.

10- يعلب الفيس بوك دورا كبيرا وهاما في التعريف بالجمعية وكسب شعبية في المجتمع من خلال المبادرات الخيرية يعد بمثابة الاعلان في نشر اعمال ونشاطات الجمعية يساهم في النشاط الجمعي والتنسيق بين الجمعيات وكذا العمل على تحسين صورة الجمعية



خاتمة

لقد احدثت الشبكات الاجتماعية تغييرا جذريا في وسيلة الاتصال والتعارف والمشاركة بين الاشخاص والمجتمعات، ومن هاته الشبكات موقع الفيس بوك الذي احتل شعبية كبيرة خاصة وانه ساهم في تسهيل عملية التواصل بين الافراد في كل مكان، كما عمل على تعزيز أواصر العلاقات الاجتماعية وتميبتها ، وكذا تعزيز نطاق التعاون والعمل الخيري والانساني.

لقد حاولنا من خلال دراستنا إظهار دور شبكات التواصل الاجتماعي في تفعيل وتميية العمل التطوعي في المجتمع من خلال جمعية الخير والإحسان ورقلة، اعتمادا على موقع الفيس بوك. حيث استنتجنا أن هذا الموقع كان له الأثر الكبير في نشر ثقافة جديدة ألا وهي ثقافة التطوع الإلكتروني، وسهل أيضا على الأفراد نقل آرائهم وأفكارهم، وأوضحت الدراسة أن موقع الفيس بوك ساهم في إعادة الاعتبار للعلاقات الاجتماعية من خلال ذلك التفاعل الذي يحدث بين الأفراد عن طريق الدردشة.

وفي الاخير يمكن القول أن هاته الدراسة من بين الدراسات التي تناولت أثر مواقع التواصل الاجتماعي و أهميتها في حياة الفرد في مختلف جوانب الحياة من بينها الجوانب الإنسانية والذي تمثل في العمل التطوعي ، لكن البحث في مثل هاته الدراسات يبقى متوصلا للوصول إلى نتائج جديدة تفيد البحث

المراجع

قائمة المراجع

الكتب

- 1- ابن منظور، لسان العرب، دار احياء التراث العربي ، بيروت ، لبنان ، 711هـ. الجزء 1.
- 2- ارمان ماتلار، ميشال ماتلار ، تاريخ نظريات الاتصال (ترجمة: نصر الدين العياضي ، الصادق رايح) المنظمة العربية للترجمة ، بيروت، ط، 2005، 3.
- 3- السيد أحمد مصطفى عمر، البحث العلمي (إجراءاته ومناهجه)، مكتبة الفلاح، القاهرة، 2002.
- 4- بسام عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الإعلام ،دار اسامة للنشر والتوزيع ، الاردن ، ط 1 2011.
- 5- حسن عماد مكايوي ، ليلي حسين السيد ،الاتصال ونظرياته المعاصرة ، دار المصرية ،اللبنانية ، 2004. 2006 .
- 6- حسن عماد مكايوي، نظريات الإعلام ، الدار العربية للنشر والتوزيع ، مصر، ط1، ط2، 2009، 2012.
- 7- خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة شبكات الاجتماعية، ط1، دار النفائس، عمان - الأردن، 2013.
- 8- صالح محمد الفوال، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية ،مكتبة غريب، القاهرة، 1982.
- 9- رضا عبد الواحد أمين ، الصحافة الالكترونية ، دار الفجر ، القاهرة ، مصر ، ط1 . 2007.
- 10- عثمان بن صالح العامر، ثقافة التطوع لدى الشباب السعودي ، دراسة ميدانية بمنطقة حائل ، 1425هـ.
- 11- علي غربي، ابجديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية ، دار الفائز قسنطينة ، الجزائر ، ط1
- 12- علي خليل شقرة ، الإعلام الجديد ، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع ، الأردن ، 2009 2014.
- 13- فاطمة عوض صابر و مرفت علي خفاجة ،اسس ومبادئ البحث العلمي ، مكتبة ومطبعة الاشعاع الفنية، الاسكندرية، ط1، 2002.

14- محمد محمد الصاوي محمد مبارك، البحث العلمي أسسه و طريقة كتابته، ط1، المكتبة الأكاديمية،

القاهرة، 1992

15- عبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، عالم الكتب ، القاهرة ، ط1، 1993.

16- محمد عبيدات، محمد أبو نصار، عقلة مبيضين، منهجية البحث العلمي، قواعد و المراحل و التطبيقات،

ط2، دار وائل للطباعة و النشر، الأردن، 1999.

17- محمد منير حجاب، المعجم الاعلامي ، دار الفجر ،مصر عام 2004،ص 4874.

18- منال هلال المزاهرة ، نظريات الاتصال ، دار المسيرة للنشر والتوزيع الاردن ، ط1 ، 2012.

19- مي عبد الله ، نظرية الاتصال ، دار النهضة العربية ، بيروت ، ط1، 2006.

المجلدات

زياد أحمد الطويسي، مجلد (مجتمع الدراسة و العينات)، مديرية تربية لواء البتراء، 2001/2000.

الدوريات

- هريرت شيللر، المتلاعبون بالعقول، (ترجمة عبد السلام رضوان) عالم المعرفة ، العدد 234، المجلس

الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، مارس 1999.

المذكرات

1- أحمد يونس محمد حمودة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في

القضايا المجتمعية، دراسة مقدمة لنيل درجة الماجستير من قسم البحوث والدراسات الاعلامية، سنة

2013.

2- سعيد بومعيزة، اثر استخدام وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، دراسة استطلاعية

بمنطقة البلدية ، رسالة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال ، جامعة الجزائر، 2005، 2006 .

- 3- عبد الوهاب بوخنوفة ، المدرسة ، التلميذ ، المعلم وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، اطروحة دكتوراه ، كلية العلوم السياسية، جامعة الجزائر .
- 4- سميشي وداد، الصحفيون الجزائريون و مصادر المعلومات الإلكترونية (أطروحة ماجستير)، جامعة منتوري -قسنطينة-، 2009-2010
- 5- فريد بن زايد، واقع استخدام التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في الصحافة المكتوبة الجزائرية (مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص علاقات عامة)،جامعة منتورية قسنطينة 2009/2010.
- 6- قويدر بن دبله، دور الاتصال وتأثيره على الجمعيات، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماجستير ، تخصص اتصال في المنظمات ، 2010.
- 7- مريم ناريمان نومار، رسالة ماجستير بعنوان "استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيرها في العلاقات الاجتماعية" ، في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر بباتنة ، 2011 / 2012.
- 8- ملفين ديلفير ، ساندرابول روكيتش، نظريات وسائل الإعلام (ترجمة : كمال عبد الرؤوف) الدار الدولية للنشر والتوزيع. القاهرة، 1993.
- 9- منال قدواح، اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الصحافة الالكترونية، مذكرة ماجستير غير منشرة ، قسم علوم الإعلام والاتصال ، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة منتوري ، قسنطينة ، الجزائر ، 2007.2008

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة الدور الفعال لمواقع التواصل الاجتماعي "الفييس بوك" في دعم وتنمية العمل التطوعي في الجمعيات الخيرية وقمنا بختيار جمعية الخير والإحسان بورقلة كنموذج لدراسة، وذلك من خلال استخدام موقع الفييس بوك ، ومعرفة انماط عادات الاستخدام و الإشباعات المحققة. واجرية هذه الدراسة خلال الفترة الممتدة من شهر مارس 2016 إلى غاية شهر ماي 2016، و قد تمت الدراسة على أعضاء جمعية الخير و الاحسان بورقلة كمجتمع بحث، وتصنف هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية و اعتمدنا في دراستنا هذه على المنهج المسحي (العييني) بدراسة 20% من مفردات مجتمع البحث، معتمدين على استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات من المبحوثين، حيث تم تقسيم الاستمارة إلى أربعة محاور؛ أما المحور الأول فيضم البيانات الشخصية، ثم يليه المحور الثاني الذي يضم بيانات أولية حول عادات استعمال المتطوعين للفييس بوك؛ وأما المحور الثالث فيضم بيانات حول الدوافع و الإشباعات التي تكمن وراء استخدام الفييس بوك وأخيرا تطرقنا إلى جمع البيانات التي ساهم في دعم العمل التطوعي بالجمعية.

أما فيما يخص الجانب التطبيقي للدراسة، تطرقنا فيه إلى إبراز أهم نشاطات وأهداف الجمعية، ثم بعد ذلك إلى عرض الجداول وتوضيحها بأشكال بيانية، ومن ثم تحليلها وتفسيرها وصولا إلى نتائج الدراسة .

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي؛ موقع الفييس بوك؛ جمعية الخير والإحسان ورقلة؛ الجمعيات الخيرية؛ العمل التطوعي ؛ المتطوعون.

Résumé de l'étude:

Cette étude vise à déterminer le rôle actif des sites de réseautage social «Facebook» dans le soutien et le développement du travail bénévole dans les organismes de bienfaisance et nous Bakhtiar Bonne Société et Charité Ouargla comme un modèle pour l'étude, et par l'utilisation de Facebook, et d'apprendre les habitudes d'utilisation des habitudes et Alachaabaat atteint. Les Cubs de cette étude au cours de la période allant de Mars 2016 et jusqu'en mai 2016, et a été l'étude aux membres de la bonne société et de la charité Ouargla comme une recherche communautaire, cette étude et classé comme la recherche descriptive, et nous avons adopté dans cette étude sur la méthode d'enquête (en nature) étudier 20% du vocabulaire de la communauté de recherche, en se fondant sur un questionnaire comme un outil pour recueillir les données des répondants, où le questionnaire a été divisé en quatre thèmes: le premier axe équipé de données à caractère personnel, suivi par le deuxième axe, qui comprend des données préliminaires sur les habitudes de l'utilisation de bénévoles à Facebook, et les données troisième axe équipé sur les motifs et Acbaat qui sous-tendent l'utilisation de Facebook et enfin nous avons traité les données qui ont contribué au soutien de bénévoles de collecte de l'Assemblée de travail.

En ce qui concerne le côté pratique de l'étude, dans laquelle nous avons parlé de mettre en évidence les activités les plus importantes et les objectifs de l'association, puis les tableaux d'affichage et de clarifier les formes graphiques, puis l'analyse et l'interprétation à la hauteur des résultats de l'étude.

Mots clés: sites de réseautage social, Facebook, la bonté et la spiritualité Ouargla, les .organismes de bienfaisance, travail bénévole, les bénévoles

الملاحق



جامعة قاصدي مرباح ورقلة
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
قسم علوم الاعلام والاتصال
ماستر تكنولوجيا الاتصال الجديدة
مذكرة بعنوان

استخدام الجمعيات الخيرية لموقع التواصل الاجتماعي- الفيس بوك- في دعم عملها التطوعي
دراسة ميدانية على عينة من المتطوعين في جمعية الخير و الإحسان بورقلة

استمارة استبيان

أخي / أختي

في إطار إنجاز مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر ، نضع بين أيديكم هذا الاستبيان الذي يحوي مجموعة من العبارات. نرجو منكم الإجابة بكل صراحة وذلك بوضع علامة (x) في الخانة التي تنطبق عليكم دون أن تنسوا أيا من هذه العبارات مع الإجابة بأسلوبكم الخاص عن الأسئلة المفتوحة التي تتبعها نقاط

مع العلم أن إجاباتكم ستحظى بالسرية التامة ولا تستعمل إلا لغرض البحث العلمي، ونشكرك مسبقا على تعاونك معنا.

تحت إشراف الأستاذ :

عبد الرحمان صالح

من إعداد الطالبين :

بوغرارة مفتاح

بن حمد عمورة

البيانات الشخصية :

- (1) الجنس : ذكر - أنثى
- (2) السن : من [26 - 23] - [30-27] - [30 فما فوق...]
- ما طبيعة العمل: عامل طالب غير عامل

المحور الاول : عادات وأنماط استخدام المتطوعون لموقع الفيس بوك في جمعية الخير و الاحسان بورقلة

(1) منذ متى و أنت تستخدم موقع التواصل الاجتماعي - فيس بوك - ؟

- منذ أقل من سنة
- من سنة إلى ثلاث سنوات
- منذ أكثر من ثلاث سنوات

(2) ما هو عدد الساعات التي تقضيها أمام موقع التواصل الاجتماعي - فيس بوك - في كل مرّ / أو في كل جلسة؟

- أقل من ساعة
- من ساعة إلى ساعتين
- ثلاث ساعات أو أكثر

(3) كم من مرة في اليوم الواحد تتصفح فيها حسابك على موقع التواصل الاجتماعي - فيس بوك - ؟

- مرة واحدة
- من مرتين إلى ثلاث مرات
- أكثر من ثلاث مرات

(4) ما هي الفترة التي تفضل فيها تصفح حسابك على موقع التواصل الاجتماعي - الفيس بوك - ؟

- صباحا مساء ليلا

(5) من أين تقوم بتصفح لموقع التواصل الاجتماعي - فيس بوك - عادةً؟

- المنزل مقهى الإنترنت مكان العمل في الأماكن العمومية

(6) حين تستخدم موقع التواصل الاجتماعي - الفيس بوك - هل تكون ؟

- لوحدك - مع أفراد العائلة - مع أشخاص آخرين

(7) ما هي خدمة الفيس بوك المفضلة لديك؟

- دردش - تعليق - المشاركة - استخدام تطبيق

..... أخرى اذكرها

(8) كم عدد أصدقاؤك على الفيس بوك ؟

- اقل من 150 - من 150 إلى غاية 300 - أكثر من 300

(9) على أي ساس تختار أصدقاؤك؟ يمكنك اختيار أكثر من خيار واحد

- المستوى المعرفي و الثقافي - علاقة القرابة - لا يوجد أي معيار
- الاهتمام المشترك - علاقة الصداقة

..... أخرى اذكرها

(10) هل أنت نشط ضمن مجموعة معينة على موقع التواصل الاجتماعي - الفيس بوك - ؟

- نعم - لا

إذا كانت إجابتك بنعم فما أهداف هذه المجموعات هي ؟

- اجتماعية - ثقافية - دينية - سياسية

..... أخرى أذكرها

المحور الثاني: دوافع استخدام الجمعية الخيرية لموقع التواصل الاجتماعي - فيس بوك - و الاشباعات المحققة

هل توافق طلبات الصداقة من أشخاص غرباء؟ - نعم - لا

(11) إذا كانت إجابتك بنعم فما هي دوافع موافقتك على الطلبات صداقة من الغرباء؟

- التعرف على أشخاص جدد

- تلبية بعض الحاجيات

- كسب شعبية من المواطنين

(12) ما هي الحاجيات التي يلبها لك موقع التواصل الاجتماعي - الفيس بوك- ؟

- التواصل والتفاعل مع الآخرين

- الحصول على معلومات

- الترفيه والتعبير بكل حرية

(13) ما هي الاشباعات التي يلبها لك لموقع التواصل الاجتماعي - فيس بوك - ؟ يمكنك اختيار أكثر من

خيار واحد

- البقاء على اطلاع دائم على المستجدات - التفاعل مع هذه المستجدات

- زيادة المعلومات و المعارف - للتواصل مع الأصدقاء

- للتواصل مع زملاء العمل

أخرى اذكرها

(14) ما هي الاشباعات التي يحققها الفيس بوك للجمعية؟

- ربط علاقة صداقة

- التعريف بجمعيتك الخيرية

- تنمية روح المشاركة في المجتمع

- إيجاد حلول لمشاكل اجتماعية

المحور الثالث : مساهمة الفيس بوك في دعم العمل التطوعي

(15) منذ متى التحقت بالجمعية ؟

 - منذ سنة - من سنة إلى ثلاث سنوات - أكثر من ثلاث سنوات

(16) هل كان إلتحاقك بالجمعية من خلال ؟

 - الأصدقاء - الفيس بوك - رغبتك في العمل التطوعي

- أخرى اذكرها

(17) هل سبق لك وأن عرّفت بجمعيّتك من خلال حسابك على الفيس بوك؟

 نعم لا

إذا كانت إجابتك بنعم فكيف ذلك؟

 - الدعوة بالإعجاب بالصفحة - من خلال منشور أو صورة أو فيديوهات - المشاركات

(18) هل التمتت تفاعل مع ما تنشره الجمعية على صفحتها في الفيس بوك؟

 نعم لا

(19) هل تعتقد بأن الفيس بوك يساهم في

 - زيادة عدد المتطوعين - زيادة عدد الممولين للجمعية

- أخرى ذكرها

(20) هل تعتقد بأن الفيس بوك يخرج الجمعية من نطاقها المحلي نعم لا

(21) هل تساعد خاصية الوسائط المتعدد "الملتيميديا" - الصورة - الصوت - النص - الفيديوهات - على نشاط

عمل جمعية الخير و الإحسان بورقلة.

 نعم لا

(22) عموماً ما هو تقييمك لدور صفحة الجمعية لمساهمتها في دعم وتنمية العمل التطوعي

-
-
-
-
-