وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة يحي فارس بالمدية
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال

دور شبكات التواصل الاجتماعي في تحفيز العمل التطوعي
- دراسة مسحية لمساهمي "جمعية كافل اليتيم" لولاية البليدة -
عبر الفايسبوك

مذكرة تخرّج لنيل شهادة ماستر
تخصص: اتصال وعلاقات عامة

من اعداد :
- ولد علي فاطمة الزهراء
- إيرس نبيل

الأستاذ المشرف :
رابح بلقاسمي

السنة الجامعية : 2017 / 2018 م

شكر وعرفان

نشكر المولى عزوجل ونحمده حمدا يليق بجلال وجهه وعظيم سلطانه، على نعمه التي لاتعد ولا تحصى، أنه تبارك أمدنا بالصحة والقوة لإتمام هذا العمل، و نحمده على توفيقه و إعانته لنا.

يطيب لنا بكثير من الاحترام أن نتقدم بالشكر الجزيل إلى جميع الأستاذة بجامعة يحي فارسقسم علوم الاعلام والاتصال الذين بفضل الله ثم بفضل جهدهم المتواصل و الوقوف على كل كبيرة وصغيرة، أفادتنا كثيرا نصائحهم وإرشاداتهم وتوجيهاتهم تم إنجاز هذا العمل ، فلهم منا كل الشكر

و الوفاء و الاحترام.... كما نتمنى أن يوفقهم الله ويجزيهم كل خير. كما لا ننسى أن نتقدم بشكرنا الخاص إلى كل موظفين خزينة مابين البلديات بموزاية وجمعية كافل اليتيم بالبليدة.

وفي الأخير نتوجه بالشكر لكل من ساهم في إتمام هذا العمل من قريب أو بعيد متمنيين لهم النجاح والتوفيق.

الإهداء

أهدي هذا العمل إلى الشمعة التي أنارت دربي..... أبي العزيز .

إلى التي جعل الله الجنة تحت أقدامها.... أمي الحنون.

الى اخواتي الأعزاء حفظهم الله

وجدي وجدتي أطال الله في عمرهما.

وإلى كلفرد من عائلة ايرس صغيرا و كبيرا.

وإلى كل أصدقائيوزملائي في الجامعة.

إلى كل طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال دفعة" 2017-2018"

إلى كل من حملتهم ذاكرتي ولم تحملهم مذكرتي.

ايرس نبيل

الإهـــداء:

إلى اللذين حضورهما طهارة وفراقهما مرارة ،إلى زهور الورد الممتلئ بندى الصباح

إلى الأحضان الدافئ ،والنبع الصافي والبلسم الشافي ،إلى منبع الحنان والطيبة وأعذب ما تتحدث به الشفاه البشرية ،إلى رمز المحبة والعطاء ،إلى سر وجودي في البقاء ،إلى أحن وأرق والدين تحزنان لحزني ويفرحان لفرحي إليكماأمـــي و أبي الأعزاء.

إلى جوهرة الامة ومنبع الحنان والبيت الواسع، وأغلى وأعز شخصين على قلبي إلى "ماني و جدي"

إلى حب حياتي وروحي وبه أرى الحياة وأستنشقها بنفسه ابني "محمد وسيم" حبيبي الذي أدعو الله أن يطيل في عمره وأتمنى له دوام النجاح .

إلى أختي وحبيبتي"فادية" وصديقة عمري"ميرة"والتي تقاسمت معي أفراحي وأحزاني "أميرة" والتي لن تلدها لي أمي مرة ثانية "جيهان".

إلى بلسم جراحي وسر أفراحي وتاج رأسيأخواي :" محمد" و "حمزة".

للذي أكن له كل الاحترام والتقدير زوجي "أحمد "و عائلته.

إلى أجمل وأروع خالة في الكون خالتي الصغيرة "لامية "واحن وأطيب خالة "سميرة" وأرق خالة "حكيمة" وإلى كل أزواجهم وأبنائهم.

الى أخوالي الأعزاء:"محمد"، "عمر" ، "ابراهيم" وزوجاتهم.

والى أبنائهم:"هديل" "رفيق" "اسلام" "محمد"

الى البراعم الصغيرة :"عبد المالك،أنس،محمد،صرور،رنيم،ضياء،سرين،جواد".

إلى حبيبة قلبي وصديقة دربي:"لبنى" وكل عائلتها "طهراوي".

ورفيقات عملي: "سماء" ،"أمينة لكحل"،"نسرين"،"أمينةواجنية"،"نسرين"،"فطيمة"،"صبرينة"

وزملائي في العمل خزينة مابين البلديات بموزاية ولاية البليدة.

الى جميع أساتذة جامعة يحي فارس اللذين أكن لهم كل الاحترام والتقدير.

إلى كل طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال الفوج "01"و"02" دفعة "2017-2018".

فاطمة الزهراء

خطـــة الدراســـة:

المقدمـــة

الاطـــار المنهـــجي

1. اشكاليـــة الدراسة
2. اسباب اختيار الموضوع
3. اهمية الدراسة
4. اهداف الدراسة
5. حدود الدراسة
6. منهج الدراسة
7. ادوات الدراسة
8. مجتمع البحث والعينة
9. تحديد المصطلحات والمفاهيم
10. الدراسات السابقة

الاطـــار النظـــري

الفصل الأول : شبكـات التواصل الاجتماعي

المبحث الأول : ماهية شبكات التواصل الاجتماع

المطلب الاول: التعريف بشبكات التواصل الاجتماعي

المطلب الثاني: نشأة شبكات التواصل الاجتماعي ومراحل تطورها

المطلب الثالث: خصائص شبكات التواصل الاجتماعي

المطلب الرابع: اهم مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الخامس: دور وفوائد مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الثاني: أهم مواقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك"

المطلب الاول: تعريف ونشأة "الفايسبوك"

المطلب الثاني: تطبيقات "الفايسبوك" وأهم خصائصه

المطلب الثالث: كيفية الاشتراك وألية التواصل بين مستخدمي "الفايسبوك"

المطلب الرابع: أثر "الفايسبوك" على العلاقات الاجتماعية

المطلب الخامس: سلبيات وايجابيات "الفايسبوك"

الفصل الثاني : تفعيل مواقع التواصل الاجتماعي لخدمة الجمعيات الخيرية

المبحث الاول: ماهية العمل التطوعي

المطلب الاول: مفهوم العمل التطوعي

المطلب الثاني: أهمية، دوافع وأهداف العمل التطوعي

المطلب الثالث: فوائد العمل التطوعي

المطلب الرابع: أثار العمل التطوعي

المطلب الخامس: معوقات العمل التطوعي

المبحث الثاني: الجمعيات الخيرية في الجزائر

المطلب الاول: نشأة الجمعيات الخيرية وتطورها في الجزائر

المطلب الثاني: استثمار الجمعيات الخيرية لمواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الثالث: عوامل تعزيز أعمال الجمعية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الرابع: طرق زيادة التفاعل مع نشاطات الجمعيات الخيرية

الاطــار التطبيــقي

الفصل الثالث : "الفايسبوك" وتحفيز العمل التطوعي في جمعية "كافل اليتيم" بالبليدة

المبحث الأول: جمعية كافل اليتيم بالبليدة

المطلب الاول: لمحة عن تأسيس الجمعية " الشعار، الرسالة، التمويل "

المطلب الثاني: أهداف الجمعية

المطلب الثالث: لجان الجمعية ومهامها

المطلب الرابع: الأعمال التطوعية لصفحة الجمعية على "الفايسبوك"

المبحث الثاني :تفريغ و تحليل بيانات الدراسة الميدانية

المطلب الأول: عرض وتحليل البيانات

المطلب الثاني: نتائج الدراسة

الخـــاتمـــــة

قائمـــة المراجـــع

قائمة الملاحـــق

الفهـــرس

عرفت التطورات التي طالت الحياة الاجتماعية بفعل التكنولوجيا الحديثة للاتصال لابد له أن يلاحظ التغير الكبير في العلاقات الاجتماعية في مجتمعاتنا، فمما لا شك فيه أن العلاقات الاجتماعية قد تأثرت بطريقة ما بالتطورات الهائلة المتتالية التي حدثت في المجتمعات في ظل العولمة، وبدل الاتصال وجها لوجه دخل الاتصال الوسيطي على الخط الذي تغلغل في كل منحي من 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 مثل تعابير الوجه والإيماءات وغيرها من طرق الاتصال التي عرفتها البشرية منذ الأزل، ليصبح الاتصال الوسيطي نقطة تحول هامة في مجال الاتصال الاجتماعي.

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 الوسيطي ومساهمتها في بناء الشبكات الاجتماعية الافتراضية، ومن بينها موقع "الفايسبوك"، "تويتر"، "ماي سبيس" وغيرها.

وقد بات التطوع من الأعمال البارزة اليوم في مجتمعاتنا وخاصة مع وجود الأزمات والمحن التي تصيب البشرية، نتيجة الحروب والكوارث وصارت الأمم والشعوب والجماعات يتسابقون إليه وقامت من أجله المؤسسات والجمعيات الخيرية، ويعتبر العمل التطوعي من بين المجالات التي أدخلت نشاطها على شبكات التواصل الاجتماعي وحاولت استغلالها كوسيلة لنشر الأعمال التطوعية، من خلال انشاء صفحات ومجموعات تعني بالعمل التطوعي ومساعدة الآخرين ومد يد العون للمحتاجين.

وعلى موقع "الفايسبوك" تجد آلاف المجموعات التي تعني بالعمل الخيري والتوعوي بأوجهه المختلفة، منها على سبيل المثال لا الحصر نشطاء "الفايسبوك" الجزائريون يحدثون حركية جديدة في العمل الخيري التطوعي، بحيث تحولت شبكات التواصل الاجتماعي والتقنيات الحديثة للاتصال إلى ظاهرة حقيقية في المجتمع الجزائري، وخلقت حركية جديدة في العمل الخيري والتطوعي، ولهذا تحتاج هذه النشاطات إلى دراسة عميقة لفهم مدى تأثيرها وانتشارها، خصوصا حركة ناس الخير، بحيث لا يجمع هؤلاء الشباب على "الفايسبوك" أي تيار سياسي، بل يجمعهم هدف واحد هو العمل الخيري التطوعي فقط.

ويزداد العمل الخيري أكثر في شهر رمضان والدخول المدرسي، والأكثر من هذا، صار "الفايسبوك" الوسيلة الوحيدة التي استبدلت دور البراح قديما، فما عاد هذا الأخير يمشي في الأسواق ويعلم الناس بطبيعة العمل الذي يتعاونون عليه والوقت والمكان، لأن الجيل الجديد للجمعيات الخيرية تنظم مبادرات باستعمال الوسائل الحديثة في الاتصال، ومنها جمعية كافل اليتيم التي أصبحت تعم 48 ولاية تعمل وفق مبدأ النشاطات التطوعية وتحديد الحاجيات لكل من الأرامل والأيتام.

ومن المهم أن ندرك أن التطوع عبر مواقع التواصل الاجتماعية، خصوصا مع تطور التكنولوجيا الاتصالية الهائل، يكمّل التطوع الميداني ويدعم وظائفه، وقد يتمكن المتطوع عبر هذه المواقع من أن يحقق ما لا يستطيع المتطوع العادي القيام به، سواء على مستوى طرح الأفكار أو المشاريع، أو حشد الدعم أو التأييد لها، أو تقديم الدورات والاستشارات، أو نشر الخير وتعميمه.. وفي كل خير.

فنحن من خلال هذه الدراسة نحاول أن نتعرف على كيفية استخدام المساهمين لجمعية كافل اليتيم بالبليدة لمواقع التواصل الاجتماعي خاصة موقع "الفايسبوك" الذي خصصناه كنموذج في دراستنا، كما سنحاول معرفة مدى مساهمة هذا الأخير في مختلف الأعمال التطوعية التي يقومون بها، مستخدمي الموقع، والدور الذي يلعبه في جمع التبرعات، ومحاولتا منا الكشف عن مختلف مجالات العمل التطوعي التي يرغب المستخدم المشاركة فيها، ومعرفة أنماط استخدام موقع "الفايسبوك"، معتمدين في ذلك على خطة تناولنا في جانبها المنهجي الإشكالية وإجراءاتها المنهجية، وصولا إلى أسباب اختيار الموضوع، ثم أهداف وأهمية الدراسة وحدود الدراسة، وفي جانب الإجراءات المنهجية تطرقنا كذلك إلى منهج الدراسة وهو المنهج المسحي ،تليه أدوات الدراسة ومجتمع الدراسات السابقة التي لها علاقة بموضوع بحثنا، وفي الجانب النظري فقد قسمناه إلى ثلاثة فصول انطلقنا فيه من العام إلى الخاص، بحيث قسم الفصل الأول إلى مبحثين، فخصصنا المبحث الأول حول ماهية شبكات التواصل الاجتماعي، وذكرنا أهم المواقع، كما تحدثنا كذلك عن خصائص وخدمات مواقع التواصل الاجتماعي، ودور وفوائد مواقع التواصل الاجتماعي، وفي المبحث الثاني كان لنا الحديث عن مفهوم ونشأة موقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك"، وأهم التطبيقات والخصائص التي يتمتع بها، كما قمنا بشرح كيفية الاشتراك وآلية التواصل بين مستخدمي "الفايسبوك"، بالإضافة إلى ذكر آثار "الفايسبوك" على العلاقات الاجتماعية وأيضا سلبيات وايجابيات "الفايسبوك".

أما الفصل الثاني فكان الحديث فيه عن العمل التطوعي وأهميته، وتحدثنا، عن فوائد التطوع التي تعود على المجتمع وعلى المتطوع في حد ذاته، وآثار ومعوقات العمل التطوعي.اما المبحث الثاني فقد خصص لتعريف بالجمعيات الخيرية

إضافة إلى ذلك، تطرقنا إلى الجانب التطبيقي وهو الجزء التحليلي لدراستنا الميدانية حسب متغير الجنس ومتغير السن والمستوى المعيشي، حيث تضمن المبحث الأول التعريف بجمعية كافل اليتيم بالبليدة وأهداف الجمعية ولجانها ومهامها، بالإضافة إلى وضع بعض الأعمال التطوعية لصفحة الجمعية على "الفايسبوك".

وفي المبحث الثاني تحليل الجداول البسيطة ومحاولة التعرف على درجة تعرض المساهمين لمواقع التواصل الاجتماعي، ودرجة تعرضهم للفايسبوك خاصة، والعلاقة بين هذا الأخير والعمل التطوعي، لتحليل الجداول المركبة والتعرف على درجة تعرض المساهمين لمواقع التواصل الاجتماعي ودرجة تعرضهم للفايسبوك، وعلاقة الفايسبوك بالعمل التطوعي حسب متغير الجنس ومتغير السن و المستوى المعيشي كل واحد على حدى.

1- اشكالية الدراسة :

حققت التكنولوجيا خاصة في قطاع الاتصال نقلة نوعية وثورة حقيقة ، حيث ظهرت شبكة الانترنت وأصبحت تنتشر بسرعة في كافة ارجاء المعمورة ، وأصبح العالم مترابط فيما بينه في مختلف المجالات ومهد للبشرية نطاقا واسعا لتبادل الافكار والآراء كما استفاد كل متصفح لهذه الشبكة من الوسائل المتاحة من مواقع الكترونية والمدونات الشخصية بالإضافة الى شبكات التواصل الاجتماعي مثل : "الفايسبوك" و"التويتر" و"اليوتوب" والتي أتاح البعض منها تبادل مقاطع الفيديو والصور ومشاركة الملفات وإجراء المحادثات الفورية صوتا وصورة والتواصل والتفاعل المباشر ، ومن بين اهم مواقع التواصل الاجتماعي وأكثرهم انتشارا موقع "الفايسبوك" والذي انشاه الامريكي "جركربيرغ" عام 2004 للتواصل بين طلاب الجامعة ليمكنهم من تبادل أخبارهم وصورهم وآرائهم ، أضحى اليوم يفوق 2 مليار مشترك وبالتالي متربع على عرش مواقع التواصل الاجتماعي نظرا للخدمات المتنوعة التي يقدمها وطبيعة التواصل الاجتماعي التي يتيحها ، ان استخدام هذه المواقع وان كان يعبر عن التطور التكنولوجي اللافت في مجال الاتصال ساهمت بشكل كبير في ربط العديد من العلاقات الانسانية والاجتماعية والتي كانت في وقت مضى ملغاة بداعي عامل المسافة ، اما في الوقت الراهن اضحى للإنترنت دور كبير تقوم به في التواصل بين افراد المجتمع وكسر عامل المسافة وربط العلاقات بينهم ، كما ساهم في تطوير العمل التطوعي كممارسة انسانية ارتبطت ارتباطا وثيقا لكل معاني الخير والعمل الصالح عند كل المجموعات البشرية منذ الازل ولكنه يختلف في حجمه وشكله واتجاهاته ودوافعه من مجتمع الى آخر ومن بين اهم الجمعيات التي تبادر بالتطوع والعمل الخيري خاصة في السنوات الاخيرة "**جمعية كافل اليتيم**" والتي تنشط في مختلف ارجاء الوطن من بينها جمعية كافل اليتيم بالبليدة والتي أنشأت موقع عبر "الفايسبوك" لتنشر نشاطاتها. ومن خلال هذه الجمعية يمكن ان نسلط الضوء على الاعمال التطوعية عبر الجمعيات الخيرية وكيف تساعد وسائل التواصل الاجتماعي في نشر أعمالها .

ومن خلال ما سبق تتمحور اشكالية الدراسة الرئيسية في التساؤل الجوهري الآتي:

ما مدى استخدام "الفايسبوك" في تحفيز العمل التطوعي لدى المساهمين في"جمعية كافل اليتيم"بالبليدة؟

ومن اجل توضيح الدراسة نطرح التساؤلات التالية:

- ماهي أهم أنواع مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخدام؟
- ماهي الخدمات التي يوفرها موقع "الفايسبوك"
- ماهي علاقة "الفايسبوك" بالعمل التطوعي؟

- الى أي مدى تساهم صفحة "الفايسبوك "للجمعية الخيرية "كافل اليتيم بالبليدة"؟

2 – اسباب اختيار الموضوع :

من اصعب مراحل البحث هو اختيار الباحث الموضوع بحث يساهم في اثراء المجال المعرفي وهناك مجموعة من الاسباب دفعت الباحثان للخوض في هذا الموضوع :

- محاولة التعرف على اهمية مواقع الشبكات الاجتماعية في حياة الافراد
- الرغبة في معرفة مدى تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت في استمالة اكبر عدد ممكن من المستخدمين
- الأهمية والدور الذي أخذته مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج لمختلف الأعمال التطوعية.
- انتشار الصفحات الاجتماعية التطوعية على مواقع التواصل الاجتماعي .
- انتشار استخدام شبكة "الفايسبوك" بشكل كبير ومختلف
- اهمية العمل التطوعي وما يجسده من سمو للأخلاق الانسانية
- الانتماء الشخصي لجمعية الخيرية كافل اليتيم بالبليدة ومبادراتها التطوعية.

3– اهمية الدراسة :

اصبح لمواقع التواصل الاجتماعي اهمية كبيرة في حياة كل شخص منا كوسيلة اتصال حديثة تضمن التواصل الدائم والمباشر بين الأفراد ومساهمة في ترقية الفكر الإنساني من خلال الاستخدام الامثل لها بشكل اصبح التواصل امر سهل حدوثه كما مهد الطريق لانتشار العمل التطوعي وساهم بشكل كبير في التكفل بالفئات الأرامل الأيتام في صورة تؤكد أصالة المجتمع الجزائري، وتمسكه بتقاليد التضامن والتكافل بطريقة عصرية وما تقوم به جمعية كافل اليتيم بالبليدة من خلال توظيف التكنولوجيات الحديثة خاصة على صفحة "الفايسبوك".

4– اهداف الدراسة :

تهدف الدراسة الى :

- تبيان اهمية "الفايسبوك" كوسيلة العصر
- تبيان اهمية تحفيز العمل التطوعي على "الفايسبوك"
- الربط بين شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة اتصال والعمل التطوعي كمستفيد من هاته الوسيلة .
- سهولة انتشار العمل التطوعي بشكل كبير عبر شبكات التواصل الاجتماعي .

- التعرف على الفوائد التي يخلفها العمل التطوعي في المجتمع .
- معرفة مساهمة "الفايسبوك" في العمل التطوعي الذي تقوم به جمعية كافل اليتيم

5- حدود الدراسة :

حتى نتمكن من الاشكالية المطروحة بدقة من الضروري وضع بعض الحدود التي تتقيد بها الدراسة:

البعد الموضوعي: حيث يتم التركيز على مواقع التواصل الاجتماعي والعمل التطوعي والربط بينهما من خلال نشاط جمعية كافل اليتيم البليدة المنشورة عبر صفحة الفايسبوك

البعد الزمني: تمتد فترة الدراسة من نهاية شهر جانفي 2018 الى حدود شهر جوان من نفس السنة

البعد المكاني: من الجانب النظري تعتمد الدراسة على جمع المعلومات من مختلف المكتبات المتواجدة في ولاية المدية وكذا مكتبة جامعة بن عكنون والمقر الرئيسي لجمعية كافل اليتيم بالبليدة اما الجانب التطبيقي فقد قمنا بدراسة مسحية لمساهمي جمعية كافل اليتيم بالبليدة عبر صفحة "الفايسبوك" .

6- منهج الدراسة :

المنهج العلمي : هو عبارة عن اخضاع الباحث لنشاطه البحثي الى تنظيم دقيق ، في شكل معلومة يحدد فيها مساره البحثي من حيث نقطة الانطلاق وخط السير ونقطة الوصول وعرفه **عبد الرحمن بدوي** من جهته المنهج بأنه : " الطريق المؤدي الى الكشف عن الحقيقة في العلوم ، بواسطة طائفة من القواعد العامة ، تهيمن على سير العقل ، وتحدد عملياته حتى يصل الى نتيجة معلومة " [1]

ويرتبط اختيار المنهج المتبع في الدراسة بناء على الاشكالية التي تم تحديدها ، وبما اننا في دراستنا هذه نسعى الى جمع معلومات حول كيفية استغلال مواقع الشبكات الاجتماعية وكيف أثر هذا الاستخدام على العمل التطوعي فإن هذه الدراسة تتدرج ضمن البحوث الوصفية التي تهتم بشرح وتوضيح الاحداث والمواقف المختلفة المعبرة عن ظاهرة او مجموعة ظواهر مهمة ومحاولة تحليل الواقع الذي تدور عليه تلك الاحداث والوقائع

وقمنا نحن الباحثان بتطبيق المنهج المسحي من خلال عملية المسح التي تتضمن اهم المفاهيم المتعلقة بشبكات التواصل الاجتماعي وتحفيز العمل التطوعي والتعقيب عليها ، ويعرف على أنه: أبرز المناهج المستخدمة في مجال

[1] أحمد بن مرسلي، **مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال**، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، ط2، 2005، ص 211.

الدراسات الاعلامية، حيث يهتم بدراسة الظروف الاجتماعية والسياسية والاقتصادية وغيرها في مجتمع معين بقصد تجميع الحقائق واستخلاص النتائج اللازمة لحل مشاكل هذا المجتمع [1]

7- أدوات الدراسة:

ان الأداة الوحيدة التي وظفت في هذه الدراسة هي الاستمارة التي يمكن تعريفها كما يلي :

الاستمارة : تعتبر الاستمارة اداة هامة من الادوات التي تستعمل في جمع المعلومات والبيانات المتعلقة لموضوع الدراسة ،وتعرف بأنها :"تلك القائمة من الأسئلة التي يحصرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث، في اطار الخطة الموضوعية لتقدم الى المبحوث من أجل الحصول على اجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة".

وهي أيضا عبارة عن مجموعة من الأسئلة تدور حول موضوع معين يقدم لعينة من الأفراد الاجابة عليها، وتعد هذه الأسئلة في شكل واضح، بحيث لا تحتاج الى شرح اضافي وتجمع في شكل استمارة. [2]

وتشمل استمارة الدراسة مجموعة من الأسئلة موجهة إلى جميع أفراد العينة ، تم توزيعها على فئات مجتمع البحث، تضمنت أسئلة الاستمارة (19) سؤالا مقسمة إلى أربعة محاور تم ترتيبها كما يلي:

المحور الأول: درجة تعرض المساهمين لمواقع التواصل الاجتماعي.

يتضمن هذا المحور (2) من الأسئلة إذا كان المساهم من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي وماهي المواقع التي يزورها.

المحور الثاني: درجة تعرض المساهمين لموقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك".

تضمن هذا المحور تعرض المساهمين لموقع "الفايسبوك"، والمدة التي يقضونها في استخدامه والميزة واللغة التي يفضلونها، بحيث شمل هذا المحور (5) أسئلة.

المحور الثالث: علاقة "الفايسبوك" بالعمل التطوعي.

تضمن هذا المحور (6) أسئلة ، هل للفايسبوك دور في صناعة العمل التطوعي ،وكذلك هل يساهم الفايسبوك في جمع الاعانات المدعمة للعمل التطوعي وما الفائدة جراء المشاركة على صفحة الفايسبوك لتنشيط العمل التطوعي لدى الجمعيات الخيرية.

---

[1] احمد بدر، **أصول البحث العلمي ومناهجه**، وكالة المطبوعات للنشر، الكويت، 1979، ص 279.

[2] عامر مصباح، **منهجية البحث العلمي في العلوم السياسية والاعلام**، ديوان المطبوعات الجامعية،الجزائر،1998،ص147.

المحور الرابع: خدمة موقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" لمساهمي "جمعية كافل اليتيم" بالبليدة.

تضمن هذا المحور على (6) أسئلة حول إذا ما كان الفايسبوك يقوم بتنشيط الحملات التطوعية لجمعية كافل اليتيم بالبليدة.

وقد اتسمت أسئلة الاستمارة بالوضوح والبساطة والبعد عن الغموض حتى يستطيع فهمها من طرف الفئة المستخدمة.

8 – مجتمع البحث والعينة :

- **مجتمع البحث:**

وعليه يقصد بمجتمع البحث كما ذكر الباحثون هو جميع المفردات ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة [1]

وفي هذه الدراسة التي نحن بصدد القيام بها، فإن مجتمع البحث ينحصر في المساهمين الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي خاصة موقع "الفايسبوك" في مختلف الأعمال التطوعية لجمعية كافل اليتيم بالبليدة لجميع الفئات المجتمع لخدمة فئات الأرامل والأيتام.

- **العينة:**

نظرا لاستحالة القيام بالمسح الشامل في دراستنا حول مواقع التواصل الاجتماعي والعمل التطوعي لدى جميع مساهمين جمعية كافل اليتيم ،وكذلك ضخامة عدد أفراد مجتمع البحث ، استوجب علينا اختيار عينة من المجتمع المدروس من المساهمين لفروع الجمعية "كافل اليتيم" لولاية البليدة .

وتعرف العينة في البحث العلمي على أنها: هي جزء من المجتمع الكلي المراد تحديد سماته ممثلة بنسبة مئوية، يتم حسابها طبقا للمعايير الإحصائية وطبيعة مشكلة البحث ومصادر بياناته. [2]

وقد تم اختيار "العينة القصدية": وهي تلك العينة التي يختارها الباحث اختيارا مقصودا من بين وحدات المجتمع الأصلي،وذلك تبعا لما يراه الباحث من صفات أو سمات أو خصائص تتوفر بهذه الوحدات أو المفردات وتخدم أهداف البحث، وبحيث تكون الوحدات قريبة الشبه من المجتمع الاصلي وتترك الباحث في الميدان حرية اختيار وحداتها.[3]

---

[1] دلال القاضي، محمود البياني، **منهجية أساليب البحث العلمي وتحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي**، ط1،دار حامد للنشر والتوزيع، عمان،2007، ص158.

[2] محمد عبد الحميد، **تحليل المحتوى في البحوث الإعلام**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر،1979، ص91 .

[3] محمد عبد الحميد، **دراسات الجمهور في بحوث الاعلام**، عالم الكتب، القاهرة،1993، ص183.

وعليه فلقد اخترنا عينة تتكون 100 من أفراد العينة وقد تمت عملية التوزيع الاستمارة في الفترة الممتدة ما بين بداية شهر أفريل إلى نهايته على عينة من المساهمين المستخدمين لموقع "الفايسبوك" في العمل التطوعي لدى جمعية كافل اليتيم بالبليدة على بعض فروع الجمعية كل من فرع الرئيسي لكافل اليتيم بالبليدة وفرع شفة، موزاية، العفرون، وكانت عينة الدراسة موزعة حسب متغير الجنس ومتغير السن والمستوى المعيشي.

9 – مصطلحات ومفاهيم الدراسة :

تكتسب الحقائق والاشياء قيمتها المعاني والصور المشتركة التي يرسمها الافراد لها في البنية الواحدة وهذه المعاني والصور تصاغ في شكل رموز ذات دلالة بحيث تستدعي هذه الرموز بمجرد ذكرها المعاني والصور التي تعبر عنها .

الشبكة : هي نظام لربط جهازين أو اكثر باستخدام احدى تقنيات نظم الاتصالات من اجل تبادل المعلومات والموارد والبيانات بينها المتاحة للشبكة مثل الالة الطابعة او البرامج التطبيقية أيا كان "نوعها وكذلك تسمح المباشر بين بين المستخدمين".

شبكات التواصل الاجتماعي : منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع اعضاء آخرين لديهم الاهتمامات نفسها او جماعة من اصدقاء الجامعة او الثانوية [1]

الفايسبوك : هو موقع الكتروني للتواصل مع المستخدمين حول العالم او الانضمام الى مجموعات مختلفة على شبكة الويب ، ويمكن للمشتركين في الموقع الاشتراك في شبكة او اكثر مثل : المدارس او اماكن العمل او المناطق الجغرافية او المجموعات الاجتماعية وهذه الشبكات تتيح للمستخدمين الاتصال بالأعضاء الذين هم في نفس الشبكة، ويمكن لهم ان يضيفوا اصدقاء لصفحاتهم ويتيحوا لهم رؤية صفحاتهم الشخصية [2]

يتضمن "الفايسبوك" عددا من السمات التي تتيح للمستخدمين إمكانية التواصل مع بعضهم البعض، ومن بين هذه السمات سمة WALL أو لوحة الحائط وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم. [3]

---

[1] راضي زاهر، **واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي**، مجلة التربية عدد15، جامعة عمان،2003، ص23.

[2] حجور ثيللي، **دور موقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" في الترويج للعلامة التجارية**، مذكرة لنيل شهادة الماستر، الدفعة2012، سنة،2015،ص25.

[3] د فيصل محمد عبد الغفار، **شبكات التواصل الاجتماعي**، الجنادرية لنشر والتوزيع، ط1، 2016، ص47.

العمل التطوعي : جاء في قاموس علم الاجتماع أن العمل التطوعي هو :إصلاح يصف الطرق النظامية التي تستعمل في تقديم العون والمساعدة للمحتاجين الذين لا يستطيعون بأنفسهم التغلب على المشاكل والأزمات الحياة التي تواجههم.[1]

ويشير معجم مصطلحات الخدمة الاجتماعية إلى أن التطوع هو: تعبئة الأفراد واستخدامهم بدون أجر في خدمة المجتمع بعيدا عن المؤسسات الحكومية.[2]

10 – الدراسات السابقة :

أ- اتجاهات الشباب الجامعي الذكور نحو العمل التطوعي [3]: هدفت هذه الدراسة الى الكشف عن اتجاهات الشباب الجامعي نحو ممارسة العمل التطوعي وماهية الاعمال التطوعية التي يرغبون في ممارستها وكذلك تحديد المعوقات التي تحول دون التحاق الشباب الجامعي بالأعمال التطوعية، وقد استخدم الباحث مدخلين من مداخل المنهج الوصفي هما: مدخل الدراسات الوثائقية لتوضيح الخلفية النظرية لعمل التطوعي، ومدخل المسح الاجتماعي بالعينة لاستقصاء اتجاهات الشباب الجامعي نحو العمل التطوعي من خلال تطبيق استبانة على عينة عشوائية طبقية مكونة من (373طالبا) من الطلاب الذكور بجامعة الملك سعود.

وتم تطبيق تحليل التباين الاحادي لتحديد دلالة الفروق بين استجابة أفراد عينة الدراسة نحو أبعاد العمل التطوعي باختلاف الكليات والتخصص ، اختبار شيفيه لتحديد اتجاه صالح الفروق لأي فئة من فئات المتغير، وقد أسفرت نتائج الدراسة عن ان متوسط ممارسة الشباب الجامعي للعمل التطوعي مستوى ممارسة ضعيف جدا ، وأوضحت نتائج الدراسة اتجاهات ايجابية نحو العمل التطوعي ، حيث جاءت مساعدة ورعاية الفقراء والمحتاجين ويليها زيارة المرضى ثم المشاركة في الاغاثة الإنسانية ورعاية المعوقين، والحفاظ على البيئة ومكافحة المخدرات والتدخين، في صدر المجالات التي يرغب الشباب الجامعي المشاركة فيها، وان أقل مجالات العمل التطوعي جاذبية لمشاركة الشباب الجامعي هي الدفاع المدني وتقديم العون للنوادي الرياضية ورعاية الطفولة، وأوضحت نتائج الدراسة أن اكتساب مهارات جديدة، وزيادة الخبرة وشغل وقت الفراغ بأمور مفيدة والمساعدة في خدمة المجتمع والثقة بالنفس، وتنمية الشخصية الاجتماعية تأتي في مقدمة الفوائد التي يجنيها الشباب جراء مشاركتهم في العمل التطوعي ويرونها ذات أهمية مرتفعة جدا.

---

[4] ميشيل دنبكن، **معجم علم الاجتماع، ترجمة احسان محمد الحسن**، دار الطليعة، بيروت، لبنان، 1986، ص49.

[5] يحي حسن درويش، **معجم مصطلحات الخدمة الاجتماعية**، ط1، الشركة المصرية العالمية للنشر، القاهرة، 1998، ص172.

[6] عثمان غانم، **دور مواقع التواصل الاجتماعي في التحسيس بالأعمال التطوعية**،مذكرة لنيل شهادة الماستر 2015/2014،ص169.

وأشارت نتائج الدراسة الى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الشباب الجامعي نحو ممارسة العمل التطوعي، والمعوقات التي تحول دون مشاركة الشباب الجامعي في العمل التطوعي، والاساليب والآليات اللازمة لتفعيل مشاركة الشباب في العمل التطوعي تعزي الى اي من متغير الكلية او التخصص.

الدراســة الثانيــة:

استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية. دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر. مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجيستر في علوم الاعلام والاتصال تخصص الاعلام وتكنولوجيا الاتصال والحديثة من اعداد الطالبة مريم نريمان جامعة باتنة سنة 2012/2011

تمثلت إشكالية الدراسة في: ما أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية ؟

وقامت من خلال هذه الدراسة بالبحث في أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على المستخدمين الجزائريين من خلال دراسة عينة منهم لمعرفة مدى تأثير الاستخدام المفرط لمواقع الشبكات الاجتماعية. وقامت بطرح تساؤلات فرعية التالية:

1- ماهي عادات وأنماط استخدام موقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" لدى الجزائريين؟

2- ماهي الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الجزائريين لموقع الفايسبوك؟

3- كيف يؤثر استخدام "الفايسبوك" على العلاقات الاجتماعية لدى الجزائريين؟

توصلت الى النتائج التالية:

-أغلب افراد العينة يستخدمونه منذ سنة إلى ثلاث سنوات 52.07 % ويقضي 27.16% منهم أكثر من ثلاث ساعات في استخدامهم للموقع وتشير النتائج أن أغلب المبحوثين يتصفحون الموقع من مرتين الى ثلاث مرات في اليوم بنسبة 42.64% ويفضل 61.50%منهم الفترة الليلية لاستخدامه.

-يدخل أغلب أفراد العينة ل "الفايسبوك" من المنزل بنسبة61.50% ويميل87.92% منهم الى الاستخدام الفردي للموقع في حين يستخدمه 06.41%مع أصدقائهم.

-يفضل 25.18% من المبحوثين خدمة التعليقات في "الفايسبوك" ثم الدردشة 22.17% تليها خدمة الدردشة مع الاصدقاء بنسبة 23.37%.

-تبين من إجابات أفراد العينة أن أغلبهم يستخدمونه بدافع التواصل مع الاهل والاصدقاء الى جانب التثقيف بنفس النسبة 14.75%ثم زيادة المعلومات والمعارف بنسبة 13.84% يليه الترفيه والتسلية 12.71%.

كما توصلت الدراسة أن أغلب المبحوثين يدخلون لموقع "الفايسبوك" بهويتهم الحقيقية بنسبة 66.03% فيما يدخل 33.33% بهوية مستعارة ويستخدم هؤلاء الهوية الحقيقية حتى يجدهم معارفهم بسهولة نسبة 60.57% فيما يستخدمها 39.42%حتى يحظو بثقة المتفاعلين معهم. [1]

[1] عثمان غانم،مرجع سبق ذكره،ص170.

تمهيـــــد:

قدمت النظريات والدراسات الإعلامية كثيرا من الاجتهادات حول مفهوم الإعلام الاجتماعي ودائرة التأثير، ومنها نظرية التسويق الاجتماعي التي تتناول كيفية ترويج الأفكار التي تعتنقها النخبة في المجتمع، لتصبح ذات قيمة اجتماعية معترف بها.

ووفر ظهور شبكات التواصل الاجتماعي فتحاً ثورياً، نقل الإعلام إلى آفاق غير مسبوقة، وأعطى مستخدميه فرصا كبرى للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا قيود ولا رقابة إلا بشكل نسبي محدود. إذ أوجد ظهور وسائل التواصل الاجتماعي قنوات للبث المباشر من جمهورها في تطور يغير من جوهر النظريات الاتصالية المعروفة، ويوقف احتكار صناعة الرسالة الإعلامية لينقلها إلى مدى أوسع وأكثر شمولية، وبقدرة تأثيرية وتفاعلية لم يتصوّرها خبراء الاتصال.

المبحث الأول: ماهية شبكات التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي

شهد العالم في السنوات القليلة الماضية نوعا من التواصل الاجتماعي بين البشر في فضاء إلكتروني افتراضي لم تشهده البشرية من قبل، قرب المسافات بين الشعوب وألغى الحدود الجغرافية، وزوج بين الثقافات، ويسمى هذا النوع من التواصل بين الناس بالتواصل الاجتماعي عبر الشبكات، ويتمثل في عملية التواصل بين عدد من الناس (أقارب، زملاء، أصدقاء ... إلخ) عن طريق مواقع وخدمات إلكترونية توفر سرعة توصيل المعلومات على نطاق واسع، فهي مواقع لا تتوقف في إعطاء المعلومات فقط، بل تتزامن وتتفاعل معك أثناء إمدادك تلك المعلومات بشكل فوري عن طريق شبكة الانترنت. [1]

وتعتبر أعوام التسعينات الأولى من القرن الماضي هي البداية الحقيقية لظهور المواقع الاجتماعية، والتي تسمى شبكات التواصل الاجتماعي على الانترنيت، ظهرت مع الجيل الثاني للويب، أو ما يعرف باسم (ويب 2.0)، تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، شركة ... إلخ)، وكل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض. [2]

وتصنف مواقع الشبكات الاجتماعية ضمن مواقع الويب 2.0 لأنها بالدرجة الأولى تعتمد على مستخدميها في تشغيلها وتغذية محتوياتها، كما تتنوع أشكال وأهداف تلك الشبكات الاجتماعية، فبعضها عام يهدف إلى التواصل العام وتكوين الصدقات حول العالم، وبعضها الآخر يتمحور حول تكوين شبكات اجتماعية في نطاق محدد ومنحصر في مجال معين مثل شبكات المحترفين وشبكات المصورين ومصممي الجرافيكس.

وتقوم الفكرة الرئيسية للشبكات الاجتماعية على جمع بيانات الأعضاء المشتركين في الشبكة ويتم نشر هذه البيانات على الشبكة حتى يتجمعون الأعضاء ذو المصالح المشتركة والذين يبحثون عن ملفات أو صور ... إلخ، أي أنها شبكة مواقع تعمل على تسهيل الحياة والاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى

---

[1] www.alitthad.ae/php?id:61761 تم تصفحه في 2018/04/28 على الساعة 11:33

[2] وائل مبارك خضر فضل الله، **أثر الفايس بوك على المجتمع**، ط1، دار شمس النهضة، السودان، 2010، ص 7.

الاتصال بعضهم البعض وبعد طول سنوات، وتمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطد العلاقة الاجتماعية بينهم. [1]

وشبكات التواصل الاجتماعي هي صفحات الويب التي يمكن أن تسهل التفاعل بين الأعضاء المشتركين في هذه الشبكة الاجتماعية الموجودة على الانترنت، وتهدف إلى توفير مختلف وسائل الاهتمام والتي من شأنها أن تساعد على التفاعل بين الأعضاء بعضهم ببعض، ويمكن أن تشمل هذه المميزات (المراسلة الفورية، الفيديو، الدردشة، تبادل الملفات، مجموعات النقاش، البريد الإلكتروني ... إلخ)، حيث تبنى هذه المواقع الاجتماعية على قواعد بيانات ضخمة "سير فرات" لتمكن التواصل بين مختلف المستخدمين، وتتيح تبادل الملفات، وإجراء المحادثات الفورية بالإضافة إلى العديد من الخدمات الأخرى. [2]

وتعتبر شبكات التواصل الاجتماعي ضرورة للتواصل ومعرفة ما يدور حولنا في العالم، فهي تتيح لمستخدميها نشر معلوماتهم الشخصية في حسابات خاصة بهم وإنشاء قوائم حسابات أصدقائهم، أفراد عائلتهم، ومعارفهم والمشتركين كذلك في نفس الشبكة بالتوصل بين الأفراد في بيئة افتراضية ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم. [3]

تعـدد واختلفت التعريفات حول مواقع شبكات التواصل الاجتماعي غير أن التعريف الذي قدمه كل من Ellison and Boyd عرف انتشارا كبيرا في الدراسات المهتمة بالموضوع، بحيث يقترحان التعريف التالي: "مواقع الشبكات الاجتماعية هي خدمات توجد على شبكة الويب Ed Services web Bas تتيح للأفراد بناء بيانات شخصية Profile عامة أو شبه عامة خلال نظام محدد، ويمكنهم وضع قائمة لمن يرغبون في مشاركتهم الاتصال ورؤية قوائمهم أيضا للذين يتصلون بهم وتلك القوائم التي يصنعها الآخرون خلال النظام". [4]

الشبكات الاجتماعية "Social Networking": هو استخدام تطبيقات الإنترنت للتواصل والاتصال بالغير.

---

[1] أمينة عادل سليمان السيد، هبة محمـد خليفة عبد العال، **الشبكات الاجتماعية وتأثيرها في الأخصائي والمكتبة**، دار شاملة لتواجد والاستخدام لموقع الفايس بوك، حلوان، 2011، ص 11.

[2] www.ahyahaoui.org/réseaux.sociaux.danois.htm تم تصفحه في 2018/04/28 على الساعة 12:30

[3] أماني جمال مجاهد، **الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة**، دراسات المعلومات، العدد الثامن، مايو 2011، جامعة الملوغية، ص 8.

[4] D.Boyd and N.Ellison, **social network. Sites, définition, history, and schoolarship, school of information**, university of california, berkly, 2007, p2.

أو هي: المواقع الالكترونية التي توفر فيها تطبيقات الإنترنت خدمات لمستخدميها تتيح لهم إنشاء صفحة شخصية معروضة للعامة ضمن موقع أو نظام معين، وتوفر وسيلة اتصال مع معارف منشِئ الصفحة أو مع غيره من مستخدمي النظام، وتوفر خدمات لتبادل المعلومات بين مستخدمي ذلك الموقع أو النظام عبر الإنترنت.

أما مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي "Social Media Webs": هي مواقع الإنترنت التي يمكن للمستخدمين المشاركة والمساهمة في إنشاء أو إضافة صفحاتها وبسهولة. [1]

المطلب الثاني: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي ومراحل تطورها

ظهرت مواقع التواصل الاجتماعي في الولايات المتحدة الأمريكية على مستوى التفاعل بين بعض زملاء الدراسة، وأول موقع للتواصل الاجتماعي لطلاب المدارس الأمريكية ظهر عام 1995م وهو موقع Classmates.com، وهذا الموقع قسم المجتمع الأمريكي إلى ولايات، وقسم كل ولاية إلى منطقة، وقسم كل منطقة لعدة مدارس، وجميعها تشترك في هذا الموقع ويمكن للفرد البحث في هذا القسم حول المدرسة التي ينتسب إليها ويجد زملائه.

وتتبع ذلك محاولة ناجحة لموقع تواصل اجتماعي آخر وهو موقع Sixdegrees وكان في خريف عام 1997م، وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص بغض النظر عن انتماءاتهم العلمية أو العرقية أو الدينية، وكان ذلك بداية للانفتاح على عالم التواصل الاجتماعي بدون حدود، وقد أتاح ذلك الموقع للمستخدمين مجموعة من الخدمات من أهمها: إنشاء الملفات الشخصية وإرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء، وبالرغم من ذلك فقد تم إغلاق الموقع لعدم قدرته على تمويل الخدمات المقدمة من خلاله، وتبع ذلك ظهور مجموعة من مواقع التواصل الاجتماعي خلال الفترة (1977-1999)، وكان محور اهتمامها هو تدعيم المجتمع من خلال مواقع تواصل اجتماعية مرتبطة بمجموعات معينة مثل موقع الأمريكيين الأسيويين Asianavenue.com، وموقع البشر ذوي البشرة السمراء Blackplanet.com، وبعد ذلك ظهرت مجموعة من مواقع التواصل الاجتماعي والتي لم تستطيع أن تحقق النجاح الكبير بين العامين (1999-2000)، وقد اعتمدت هذه المواقع في نشأتها خلال الفترة الأولى على تقنيات الويب في مراحله الأولى. [2]

المرحلة الأولى: شهدت هذه المرحلة مواقع متعددة من أشهرها موقع Journal Live وموقع Cyworld 1999م الذي أنشئ في كوريا، وموقع Ryze الذي تبلور الهدف منه في تكوين شبكات اجتماعية لرجال الأعمال

[1] د. خالد غسان يوسف المقدادي، **ثورة الشبكات الاجتماعية** ، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، سنة 2013، ص 24.

[2] http://kenanonline.com/users/oshor-gaper/posts/51288/ تم تصفحه في 2018/05/02 على الساعة 11:00.

لتسهيل التعاملات التجارية، وتجدر الإشارة في الطرح التالي أن أبرز ما ركزت عليه مواقع الشبكات الاجتماعية في بدايتها هي خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء، وعلى الرغم من أنها وفرت بعض خدمات الشبكات الاجتماعية الحالية، إلا أنها لم تستطيع أن تدر ربح على مؤسسيها ولم يكتب لكثير منها البقاء.

المرحلة الثانية: يمكن وصف المرحلة الثانية بأنها مرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية، ويمكن التأريخ للمرحلة الثانية للويب Web 2، والمقصود هنا أنها ارتبطت بتطور خدمات الشبكة، ويمكن أن نؤرخ لهذه المرحلة بانطلاق موقع التواصل الاجتماعي starFriend.com، وقد تم تصميمه ليكون وسيلة للتعارف والصدقات المتعددة بين مختلف فئات المجتمع العالمي، وقد نال هذا الموقع شهرة كبيرة في تلك الفترة، وفي النصف الثاني من نفس العام ظهر في فرنسا موقع Skyrock.com كمنصة للتدوين، ثم تحول بعد ذلك إلى شبكة تواصل اجتماعي مع ظهور تقنيات الجيل الثاني للويب.

وفي بداية عام 2003 ظهر موقع التواصل الاجتماعي الشهير Myspace.com، وهو من أوائل مواقع التواصل الاجتماعي المفتوحة وأكثرها شهرة على مستوى العالم، كما ظهرت بالتوازي العديد من مواقع التواصل الاجتماعي مثل Linkedin، والتي انطلقت رسميا في الخامس من مايو عام 2003، والذي وصل عدد مستخدميه إلى 250 مليون مشتركا بنهاية شهر ديسمبر 2012، ثم كانت النقلة الكبيرة في عالم شبكات التواصل الاجتماعي بانطلاق موقع التواصل الاجتماعي الشهير الفايسبوك Facebook.com، حيث انطلق رسميا في الرابع من فبراير عام 2004، وقد بدأ هذا الموقع أيضا في الانتشار الموازي مع شبكات التواصل الأخرى على الساحة حتى تطور الفايسبوك من المحلية إلى الدولية.

وتشهد المرحلة الثانية من تطور الشبكات الاجتماعية على الإقبال المتزايد من قبل المستخدمين لمواقع الشبكات العالمية وكل ما تتيحه تقنية الويب 2.0، ويتناسب ذلك الإقبال المتزايد مع تزايد مستخدمي الإنترنت على مستوى العالم. [1]

وأمام هاتين المرحلتين بدا واضحا اختلاف الآراء حول أول شبكة اجتماعية عبر الإنترنت، حيث يرى البعض أن أول موقع خاص بالشبكات الاجتماعية هو موقع Sixdegrees، الذي ظهر عام 1997 وسمح للمستخدمين بوضع معلوماتهم الشخصية وكذا وضع قائمة أصدقائهم. [2]

[1] http://kenanonline.com op cit.

[2] حجور ثيللي، **مرجع سبق ذكره**، ص 89.

وقد ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في جذب العديد من المتفاعلين على مستوى العالم، وتعد هذه المواقع وسيلة التواصل والتقاطع بين العالمية والمحلية إذ أن الفكرة الأساسية التي تقوم عليها الشبكات الاجتماعية هي عالمية الاهتمامات ومحلية المردود، فالتفاعلات تتم على خلفية السياق العالمي وتتبلور متغيراتها على الصعيد المحلي، وذلك عبر عدة متغيرات يمكن الوقوف عليها في النواحي التالية:

1- المتغيرات الاجتماعية: تتلخص المتغيرات الاجتماعية للشبكات في محورين، يتمثل المحور الأول في تكوين الصدقات، بينما يتمثل المحور الثاني في عضوية الجماعات، ويمكن طرحها من خلال السياق التالي:

- **تكوين الصدقات:** سهلت الشبكات الاجتماعية من تكوين الصدقات حيث تجمع الشبكات بين الصدقات الواقعية والصدقات الافتراضية، والفرضية الأساسية التي تتواكب مع تكوين الصدقات هي مشاركة الاهتمامات، فلقد نجحت الشبكات الاجتماعية في الجمع بين أصحاب الاهتمامات عبر الفضاء المعلوماتي، وإمكانية تفعيل هذه الصدقات واردة، ويمكن تبلورها في تأسيس رأس مال اجتماعي يمكن أن يتيح الإمكانية لفرص تتأرجح مداها بين السياق الواقعي والسياق الافتراضي، كما أنها تتيح التواصل ليس فقط في إطار السياقات المحلية ولكن على الصعيد العالمي.

- **عضوية الجماعات:** سمحت الشبكات الاجتماعية أن تجمع في طياتها الجماعات الاجتماعية ذات الاهتمامات المتجانسة، ومن الممكن أن تؤسس هذه الجماعات بين أفراد المجتمع المحلي أو يتم الاشتراك فيها على الصعيد العالمي، والمتأمل واقع الفايسبوك وانتشاره في مصر – على سبيل المثال – يدرك من خلال ملاحظاته انتشار الجماعات الأثينية المصرية على الفايسبوك التي تخص جماعات محلية، فهناك جماعات لمعظم المحافظات، بل هناك مدارس أسست جماعات على الفايسبوك، كما أن هناك جماعات مرتبطة بالجماعات المصرية وجماعات للكليات المختلفة، وجماعات لأصحاب الاهتمامات وغيرها.

والمراد الوصول إليه في هذه النقطة أن منشأ الشبكات الاجتماعية عالمي ومردوده الاجتماعي محلي، حيث تقع هذه الجماعات على متصل العالمية والمحلية.

2- المتغيرات السياسية: إن عضوية الأفراد سواء في الجماعات المتشكلة عبر الشبكات الاجتماعية فتح الباب للممارسة السياسية في الفضاء المعلوماتي، فالشأن السياسي أصبح متغير أساسي بالنسبة للشبكات الاجتماعية إذ أن هذه الأخيرة ساهمت في تأرجح التفاعلات السياسية بين عاملين الأول هو العالم الواقعي، والثاني هو العالم الموازي المتمثل في الشبكات الاجتماعية المنتشرة عبر الفضاء الرمزي.

إن المردود البارز للشبكات الاجتماعية يتجلى في النواحي السياسية ويمكن التدليل على ذلك في ثلاث محاور وهي:

- **تعبئة الرأي العام:** تلعب الجماعات المنتشرة في الشبكات الاجتماعية دورا فعالا في تعبئة الرأي العام تجاه بعض القضايا السياسية.

- **ظهور المواطنة الافتراضية:** إن الشبكات الاجتماعية فتحت المجال أمام ممارسة قضايا المواطنة الافتراضية zenshipVirtual citi، فهناك ممارسة لحقوق المواطنة في المجتمع الافتراضي، وهناك أيضا قضايا يتم سحبها من الواقع إلى المجتمع الافتراضي الذي يعد بوابة جديدة لعبور وتحقيق المواطنة مع الأخذ في الاعتبار أن قضايا المواطنة الافتراضية عالمية النشأة ومحلية المردود.

- **تفعيل دور المجتمع المدني:** تسهم الشبكات الاجتماعية وتناميها في السياقات العالمية ومردودها المحلي في زيادة تفعيل دور المجتمع المدني، حيث أن هناك العديد من منظمات المجتمع المدني منه على سبيل المثال الأحزاب السياسية على الصعيد القومي قد بنت لها قواعد في المجتمع الافتراضي عبر الشبكات الاجتماعية تروج من خلالها هذه الشبكات.

المطلب الثالث: خصائص الشبكات الاجتماعية

الشبكات الاجتماعية هي المواقع الإلكترونية التي تتمتع بالخصائص [1] الفريدة بها التالية:

- **المشاركة "Participation"**: وسائل المواقع الاجتماعية تشجع المساهمان وردود الفعل من الأشخاص المهتمين، حيث إنها تطمس الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والجمهور.

- **الانفتاح "Openness"**: معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة، أو الإنشاء والتعديل على الصفحات، حيث إنها تشجع التصويت والتعليقات وتبادل المعلومات، بل نادرا ما توجد أية حواجز أمام الوصول والاستفادة من المحتوى.

- **المحادثـة "Conversation"**: حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الاجتماعية عن التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة في اتجاهين، أي المشاركة والتفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروضة.

[1] د. خالد غسان يوسف المقدادي، **مرجع سبق ذكره**، ص 26.

- **المجتمـع "Community"**: وسائل الإعلام الاجتماعية تسمح للمجتمعات المحلية لتشكيل مواقعها الخاصة بسرعة والتواصل بشكل فعال، ومن ثم ترتبط تلك المجتمعات في العالم أجمع حول مصالح أو اهتمامات مشتركة، مثل حب التصوير الفوتوغرافي، أو قضية سياسية، أو للتعلم، أو برنامج تلفزيوني مفضل، ويصبح العالم بالفعل قرية صغيرة تحوي مجتمعا الكترونيا متقاربا.

- **الترابـط "Connectedness"**: تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة بعضها مع بعض، وذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع والتي تربطك بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي أيضا، مثل خبر ما على مدونة يعجبك فترسله إلى معارفك على الفايسبوك وهكذا، مما يسهل ويسرع من عملية انتقال المعلومات. [1]

للبرامج والسياسات التي تتبنها، وهناك النقابات والجمعيات الأهلية استغلت الشبكة في زيادة التواصل بين أفرادها ودعوة المستفيدين إلى برامجها ومشروعها. [2]

ويعمل الخبراء حاليا على مشروع Web Semantique أو Internet des objet والذي أعيد تسميته Web 3.0، الذي سيسمح مستقبلا باختيار وتحديد وجمع المعلومات ليس على مستوى صفحات Web، وإنما من خلال التحليل الذكي لمحتويات المفصلة لهذه الصفحات، أين ستكون كل المحتويات متوفرة في شبكة مستقلة عن المواقع الأصلية لها، كما يشير Fayon في كتابة إلى neuronal web أو Web 4.0 المستقبلي. [3]

المطلب الرابع: أهم أنواع مواقع التواصل الاجتماعي

تعددت واختلفت مواقع شبكات التواصل الاجتماعي على الصعيد العالمي، فهناك ما يجمع أصدقاء الدردشة وأخرى تجمع أصدقاء العمل، بالإضافة إلى شبكات المدونات، ومن أشهر شبكات التواصل الاجتماعي التي لها مكانة هامة في أوساط المجتمعات نجد موقع "الفايسبوك"، "يوتيوب"، "ماي سبيس" و "تويتـــر".

1- ماي سبيس "My Space":

هو موقع يقدم خدمات الشبكات الاجتماعية ويتيح التفاعل بين الأصدقاء، إضافة إلى تقديم خدمات تفاعلية أخرى كالمدونات ونشر الصور والموسيقى وأفلام الفيديو.

---

[1] د. خالد غسان يوسف المقدادي، **مرجع سبق ذكره**، ص 27.

[2] وليد رشاد زكي، **نظرية الشبكات الاجتماعية من الايديولوجيا إلى الميثودولوجيا، سلسلة قضايا استراتيجية**، المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني، مارس 2012، ص 7.

[3] David fayon , **le web 2.0, l'internet participatif**, MEDEALOG, n68, France, décembre 2008, p6.

ويعتبر "ماي سبيس" سادس أكبر موقع على الويب الإنجليزية شعبية في العالم، وثالث موقع شعبية في الولايات المتحدة الأمريكية، وكان موقع "ماي سبيس" أقوى مواقع الشبكات الاجتماعية قد حاز على اهتمام الكثيرين عام 2006، ولكن شعبية الموقع بدأت بالتراجع بعد أن قامت شركة "نيوز كويب" –والتي يملكها إمبراطور الإعلام روبرت مردوخ– بشرائه بمبلغ 580 مليون دولار.

واستمرت شعبية الموقع بالتراجع خاصة بعد ظهور موقع "الفايسبوك" الذي اجتذب الملايين من المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي. [1]

على موقع "ماي سبيس" يستطيع الناس من جميع أنحاء العالم صنع ملفات إلكترونية عن حياتهم والالتحاق بمجتمع خاص وتحديد مواعيد الالتقاء والتشابك المهني والترويج للأعمال ومشاركة الاهتمامات والعثور على أصدقاء الدردشة القدامى والأصحاب، كما يمد الموقع مستخدميه بمساحة للخصوصية والاندماج الثقافي، حيث يتحاور الملايين من الشباب مع الإعلام من خلاله، ويعبرون عن قيمهم الشخصية والثقافية من خلال شبكة "ماي سبيس" الاجتماعية. [2]

وقد اضطرت شركة "نيوز كويب" إلى بيع موقع "ماي سبيس" بسعر زهيد جدا قياسا بالمبلغ الذي أشترته به، حيث قامت ببيع هذا الموقع بمبلغ 35 مليون دولار. [3]

2- موقع "الفايسبوك" Facebook:

يعتبر موقع "الفايسبوك" واحد من أهم مواقع التشبيك الاجتماعي، وهو لا يمثل منتدى اجتماعيا فقط وإنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء. [4]

وترجع فكرة نشأة موقع "الفايسبوك" إلى صاحبه "مارك زوكيربرج" "Zuckerberg Mark" حيث أخذ على عاتقه تصميم موقع جديد على شبكة الإنترنت ليجمع زملاؤه في الجامعة (جامعة هارفارد الأمريكية)، ويمكّنهم من تبادل أخبارهم وصورهم وآرائهم، ولم يعتمد في تصميمه إلى أن يكون موقع تجاري يجتذب الإعلانات أو موقع يهتم بنشر الأخبار.

---

[1] أ. علي خليل شقرة، **مرجع سبق ذكره**، ص 80.

[2] محمد منصور، **تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية، العربية نموذجا**، كلية الأدب والتربية، جامعة القاهرة، 2012، ص 84.

[3] أ. علي خليل شقرة، **نفس المرجع السابق**.

[4] عباس مصطفى صادق، **الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات**، دار الشروق للنشر والتوزيع، 2008، ص 218.

وفي عام 2004م أطلق "مارك" الفايسبوك وكان في البداية عبارة عن شبكة تواصل اجتماعي بين الأصدقاء في جامعة هارفارد حيث اكتسب شعبية واسعة بينهم، الأمر الذي شجع "Zuckerberg" على توسيع قاعدة من يحق لهم الدخول إلى الموقع لتشمل طلبة جامعات أخرى أو طلبة مدارس ثانوية يسعون إلى التعرف على الحياة الجامعية، واستمر موقع الفايسبوك قاصرا على طلبة الجامعات والمدارس الثانوية لمدة سنتين ثم قرر "Zuckerberg" أن يخطوا خطوة أخرى للأمام وهي أن يفتح أبواب موقعه أمام كل من يرغب في استخدامه، وكانت النتيجة طفرة في عدد مستخدمي الموقع إذ ارتفع من 12 مليون مستخدم في شهر ديسمبر من عام 2006 إلى أكثر من 40 مليون مستخدم في بداية عام 2007، أما التسمية "Facebook" فمرجعها ينسب إلى اسم الدليل الذي تسلّمه بعض الجامعات الأمريكية لطلابها المستجدين وفيه أسماء وصور زملائهم القدامى، ومعلومات مختصرة عنهم حتى لا يشعر المستجدون بالاغتراب، والفايسبوك هو موقع تواصل اجتماعي يعمل على تكوين الأصدقاء ويساعدهم على تبادل المعلومات والملفات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو والتعليق عليها، وإمكانية المحادثة أو الدردشة الفورية، ويسهل إمكانية تكوين علاقات في فترة قصيرة، وكذلك إمكانية التقاء الأصدقاء القدامى والجدد وتبادل المعلومات وآخر الأنباء والتطورات معهم، وبالاستطاعة القول أن "الفايسبوك" يقدم مجموعة من الخدمات الأساسية لزواره تتمثل بالدرجة الأولى في الرسائل وهي خاصية يتيحها الفايسبوك بشكل مبسط وسهل للغاية لكل الأصدقاء، كذلك بإمكان أي شخص لديه صفحة شخصية على الفايسبوك أن يثبت المناسبات الهامة التي تخصه وعائلته، ويرغب في حضور أو مشاركة الأصدقاء معه فيها. [1]

والفايسبوك من أهم وأشهر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يمكن للعضو في هذا الموقع أن يقوم بإعداد نبذة شخصية عن حياته تكون بمثابة بطاقة هوية وتعارف لمن يريد أن يتعرف عليه ويتواصل معه، ولذلك يشترط في هذا الموقع استعمال الأسماء الحقيقية ويمنع الأسماء المستعارة أو الألقاب.

3- موقع "يوتيوب" Youtube:

هو ظاهرة ثقافية عالمية اتصالية انطلقت منه عشرات الأفكار باستخدام كلمة "Tube" مقترنة بالعديد من المسميات لمواقع فيديو دينية وسياسية. [2]

[1] محمد منصور، **مرجع سبق ذكره**، ص ص 78،76.

[2] أ. علي شقرة، **مرجع سبق ذكره**، ص ص 64،90.

وقد اختلفت الآراء حول موقع "يوتيوب" وما إذا كان هذا الموقع شبكة اجتماعية أو لا، حيث تميل بعض الآراء إلى اعتباره موقع مشاركة الفيديو Video Sharing Site، غير أن تصنيفه كنوع من مواقع الشبكات الاجتماعية نظرا لاشتراكه معها في عدد من الخصائص جعلنا نتحدث عنه كأهم هذه المواقع نظرا للأهمية الكبيرة التي يقوم بها في مجال نشر الفيديوهات واستقبال التعليقات عليها ونشرها بشكل واسع.

تأسس "يوتيوب" كموقع مستقل في الرابع من فبراير من عام 2005 بواسطة ثلاثة موظفين هم الأمريكي "تشاد هيرلي" والتايواني "تشين" والبنغالي "جاود كريم" الذي يعملون في شركة Pay Pal المتخصصة في التجارة الإلكترونية، بيد أن "جاود كريم" ترك رفقاءه للحصول على الدرجة علمية من كلية ستانفورد، ليصبح الفضل الحقيقي في ظهور "يوتيوب" الذي نراه اليوم للثنائي الآخرين اللذان نجحا في تكوين أحد أكبر الكيانات في عالم الويب في الوقت الحالي. [1]

ويقوم موقع "يوتيوب" على فكرة مبدئية هي: بث لنفسك أو ذع لنفسك Broadcast Youself يوضع هذا الشعار في الصفحة الأولى، وهو يعتبر أهم مكان في شبكة الإنترنت للمشاركة في الفيديو المجاني الشعبي، إذ تحمل عليه يوميا أفلام من صنع الهواة من حول بعضها تم تصويره بكاميرا جهاز الهاتف المتحرك لنقل حدث ما غريب أو مضحك أو مثير، وكثير منها تم انتاجه لدواع فنية أو سياسية أو اجتماعية أو جمالية أو حتى لإيصال رسالة شخصية حول مسألة ما تهم منتج الفيلم، ويتضمن الموقع أنواعا لا حصر لها من كليبات الفيديو التلفزيونية والأفلام الغنائية المصورة ومدونات الفيديو اليومية أو ما يطلق عليها "الفيديو بلوغين" Video Blogging. [2]

4- موقع "تويتر" Twitter:

موقع "تويتر" هو شبكة اجتماعية يستخدمها ملايين من الناس في جميع أنحاء العالم للبقاء على اتصال مع أقاربهم وأصدقائهم وزملاء العمل من خلال أجهزة الكمبيوتر الخاصة بهم والهواتف النقالة، وتسمح واجهة "تويتر" بنشر رسائل قصيرة تصل إلى 140 حرفا، ويمكن قراءتها من طرف مستخدمي الموقع ويمكن للمستخدم أن يعلن متابعة لأحد الشخصيات، وفي هذه الحالة يبلّغ هذا الشخص في حال ما إذا هذه الشخصيات قد وضعت مشاركة جديدة.

[1] عبد الرزاق محمد الدليمي، **الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية**، ط1، دار وائل للنشر، الأردن، 2011، ص 194.

[2] عباس مصطفى صادق، **نفس المرجع السابق**، ص 220.

ويمثل "تويتر" شبكة معلومات آنية مدعومة من الناس في جميع أنحاء العالم تسمح بمشاركة واكتشاف "ماذا يحدث الآن"، حيث يطرح الموقع في واجهته السؤال: ماذا يحدث الآن؟ What's now happenings، ويجعل الإجابة تنتشر إلى الملايين عبر العالم على الفور.

المطلب الخامس: دور وفوائد مواقع التواصل الاجتماعي

– تلعب شبكات التواصل الاجتماعي أدوارا عديدة، أهمها سياسية واقتصادية واجتماعية في حياة الشعوب في كافة أنحاء العالم، وبات تأثيرها يتصدر أحداث الساعة: "نظرا لارتباط قطاع كبير من الأفراد بتلك الشبكات، وأصبح تأثير تلك الشبكات الاجتماعية على النواحي السياسية والاقتصادية والاجتماعية واضحا مشيرا إلى أن الرئيس (أوباما) نجح في انتخابات الرئاسة الأخيرة من خلال القاعدة الكبيرة التي حصل عليها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي".

– لقد أصبح بإمكان أي فرد أن ينشأ موقعه الخاص على شبكات التواصل الاجتماعي بسهولة ويسر والالتقاء بالأصدقاء القدامى وزملاء الدراسة، ويأتي هذا من إدراك الناس لأهمية هذه الشبكات، بصرف النظر عن كونها خاصة أو تابعة لمؤسسة أو شركة أو حتى دولة، لأن الهدف واحد من إنشاء هذه الشبكات، مع الأخذ بعين الاعتبار الاستخدام السيء لبعض الناس في هذه الشبكات. [1]

– يحسب لشبكات التواصل الاجتماعي إنها تتعامل مع المعلومة والخبر والحدث لحظة وقوعها، ويمكن تبادل هذه المعلومات بين الأصدقاء معززة بالصور ومقاطع الفيديو والتعليق والرد على بعضها، وهذا ما لم تتمكن منه وسائل الإعلام الحديثة، فإنها ولو قدمت الخبر تحت مسمى (عاجل أو مباشر)، فإنها تقوم فقط بدور المرسل من خلال وسيلتها الإعلامية كالفضائيات مثلا، ولم تتمكن من أن تجعل المشاهد يتفاعل معها في لحظة بثها لتلك الأحداث، إلا بعد فترة من الوقت عندما تكون تلك الأخبار قد نشرت على موقعها الإلكتروني، وبهذه الحالة يمكن لمتصفح تلك المواقع للقنوات الفضائية أن يرد أو يعلق على تلك الأخبار.

– ويرى أحد المتخصصين في قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال محمد محسن البهري: "إن الأحداث الأخيرة في كل من تونس ومصر أكدت الدور القوي لتلك الشبكات على الصعيد السياسي، كما أن الفترات الماضية الخاصة بالاحتجاجات الإيرانية على الانتخابات الماضية شهدت رفض الإدارة الأمريكية، لقيام مؤسسي تويتر عملية صيانة الموقع بهدف مساعدة معارضي الثورة، وبغض النظر عن الهدف من هدف الحكومة الأمريكية فإن ذلك يظهر مدى أهمية شبكات التواصل الاجتماعية على الصعيد السياسي".

[1] محمد المنصور، **تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين**، رسالة ماجستير، الأكاديمية العربية، الدانمارك، 2012، ص 88.

– لم يقتصر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الأفراد أو المؤسسات بأشكالها المختلفة فقط، ولا استخدامها من قبل بعض المسؤولين والسياسيين في دول عديدة في العالم فحسب، وإنما أصبحت الكثير من الجامعات والمعاهد العلمية في العالم أجمع تتواصل مع طلابها عبر الشبكات الاجتماعية والمواقع الإلكترونية، ونتيجة لإقبال الناس على التسويق الإلكتروني، فقد زادت نسبة الإعلانات على المواقع الإلكترونية، مما حقق بالتالي ارتفاعا خياليا في أرباحها. [1]

– تسمح للمستخدمين بالتفاعل مع الأصدقاء عبر المدونات والألعاب وتبادل الصور، وأوضح علماء نفس ألمان أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت يجعل المستخدم أكثر انفتاحا وصراحة.

– تعمل على تهيئة خدمة وضع المحاضرات الجامعية من خلال تحديد أحد المواقع الاجتماعية على الشبكة والتي تمنح للطلاب الفرصة للاستفادة من تلك الخدمات. [2]

[1] محمد المنصور، **مرجع سبق ذكره**، ص 89.

[2] زهير عابد، **دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي**، مجلة جامعة النجاح للأبحاث، فلسطين، 2012، ص1396.

المبحث الثاني : أهم مواقع التواصل الاجتماعي ''الفايسبوك''

المطلب الأول: تعريف ونشأة الفايسبوك

1- تعريف موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك:

الفايسبوك هو موقع ويب Web للتواصل الاجتماعي ويمكن الاشتراك به مجانا، تديره شركة "فايسبوك" محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها، فالمستخدمين بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم ... إلخ، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم، ويمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال إليهم، وأيضا تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم.

وتعود تسمية فكرة الموقع بـ "فايسبوك" أو "كتاب الوجه" إلى دليل الصور الذي تقدمه الكليات والمدارس التمهيدية في الولايات المتحدة لأعضاء هيئات التدريس والطلبة الجدد، والذي يتضمن تعريفا لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعارف، حيث يعرف هذا الدليل في الولايات المتحدة أيضا هذا الاسم. [1]

وشعار هذه الشبكة هو "الفايسبوك شبكة اجتماعية مجانية وسيبقى كذلك" (tl's free and always will be). [2]

2- نشأة موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك:

انطلق موقع "الفايسبوك" Facebook كانتاج غير متوقع من موقع "فيس ماتش" (Face Match) التابعة لجامعة هارفارد، وهو يعتمد على نشر صور hot or not نوع لمجموعة من الأشخاص ثم اختيار رواد الموقع للشخص الأكثر جاذبية.

يعتبر "الفايسبوك" Facebook من أكبر وأشهر المواقع العلمية المتخصصة في العلاقات الاجتماعية، والتعارف وبناء الصدقات على الإطلاق، فالموقع ليس حكرا على أحد، فالتسجيل فيه مجانا وسهل ويستطيع أي شخص أن يستخدمه، ويعد هذا الموقع آلة إعلامية ضخمة لطالما استخدمها الكثيرون في تنفيذ حملات إعلامية والترويج لمنتجات معينة كالتسويق، وأكبر الأحداث التي تم الاستفادة منه هو قيام رجال السياسة الأمريكيين لاجتذاب أصوات الناخبين في

[1] سحر ناصر، **حرب بيانات بين "غوغل" و "فايسبوك"**، موقع إسلام أون لاين.

[2] http://www.islamonline.net/arabic/new/shtml? تم تصفحه في 2018/05/10 على الساعة 10:00

الانتخابات، فيكفي أن أنصار مرشح الرئاسة الأمريكية وقتها (باراك أوباما) استخدموا الفايسبوك ليجتذبوا أصوات الشعب الأمريكي. [1]

وتعود نشأة الفايسبوك (Facebook) إلى فبراير 2004م، حيث كان ظهوره في غرفة جامعية بهارفارد على يد الجامعي "مارك زوكربيرج" " Mark Zuckerberg"، الذي كان يبلغ من العمر آنذاك تسعة عشر عاما، وقد كان الموقع في البداية متاحا فقط لطلاب الجامعة الأمريكية هارفارد، ليتم فتحه تدريجيا لطلاب الجامعات الأخرى، وفي ديسمبر 2004م بلغ عدد مستخدميه مليون مستعمل، ليتم بعد ذلك فتحه لطلاب الثانوية ولعدد محدود من الشركات، ثم أخيرا فتحه لأي شخص يبلغ أكثر من ثلاثة عشر عاما ويرغب في فتح حساب خاص به. [2] وربما لا يشعر الزائر باختلاف كبير بين "الفايسبوك" وباقي مواقع التواصل الاجتماعي، إلا أنه يختلف في أنه يتحتم على الزائر الاشتراك كي تتاح له القدرة على التصفح بسهولة، وبإمكان المستخدم الجديد بعد ذلك الاشتراك في المجموعات التي يشكلها الأصدقاء في فضاء الموقع، وبإمكان المستخدم حجب الآخرين عن الدخول لحسابه وأن يعرض ما يشاء ويخفي ما يشاء، لكن يبقى الأكثر إثارة هو تكوين علاقات داخل هذا المجتمع الافتراضي.

خلال الشهر الأول من إتاحة الموقع للاستخدام قام أكثر من نصف الطلبة الذين لم يتخرجوا بعد من الجامعة بالتسجيل في هذه الخدمة، وبعد فترة وجيزة انضم كل من "إدوارد سافرين" (المدير التنفيذي للشركة) و "داستين موسكوفيتز" (مبرمج) و "أندرومان كولهام" (رسام جرافيك) إلى "زوكر بيرج" لمساعدته في تطوير الموقع، وفي شهر مارس من عام 2004 فتح "الفايسبوك" أبوابه أمام جامعات ستانفورد وكولومبيا وبيل، بعد ذلك اتسع الموقع أكثر وفتح أبوابه أمام جميع كليات مدينة بوسطن، وشيئا فشيئا أصبح متاح لعديد من الجامعات في كندا والولايات المتحدة الأمريكية، وفي شهر يونيو من عام 2004م تم نقل مقر "الفايسبوك" إلى مدينة "بالو آلتوا" في ولاية كاليفورنيا، وقد قامت الشركة بإسقاط كلمة "The" من إسمها بعد شراء اسم النطاق facebook.Com عام 2005م، وفي 26 سبتمبر 2006م، فتح الموقع أبوابه أمام جميع الأفراد البالغين من العمر ثلاثة عشر عاما فأكثر كما سبق وأن قلنا هذا، والذي لديهم عنوان بريد إلكتروني صحيح، وفي أكتوبر 2008م أعلن القائمون على إدارة "الفايسبوك" اتخاذ مدينة "دبلين" عاصمة ايرلندا مقر دولي له. [3]

---

[1] أشهرالمواقع الاجتماعية على الإنترنت/ماذا تعرف على الفايسبوك،www.techno4com.com تم تصفحه في2018/05/10 على 11:00

[2] http://www.islamonline.net/arabic/new/shtml? تم تصفحه في 2018/05/10 على الساعة 09:30

[3] شادي نصيف، **فضائح Facebook**، ط1، دار الكتاب العربي، دمشق، 2009، ص 24.

أما من الناحية المالية فقد تلقى موقع "الفايسبوك" أول عرض استثماري بمبلغ 500.000 مليون دولار أمريكي في يونيو من عام 2004م من "بيتر ثييل" أحد مؤسسي شركة "باي بال"، ثم أعقب ذلك الأمر استثمار آخر بعد عام واحد بلغ 12.7 مليون دولار من رأس مال مخاطر من شركة "أكسيل بارتنرز" ثم 27.5 مليون دولار أخرى من شركة "جرايلوك بارتنرز" وفي 24 أكتوبر 2007م أعلنت شركة "مايكروسوفت" أنها قامت بشراء حصة من موقع "الفايسبوك" بقيمة 240 مليون دولار، وفي نوفمبر قام "لي كاشينج" باستثمار 60 مليون دولار في موقع "الفايسبوك"، وفي أكتوبر من عام 2008م، صرّح "زوكر بيرج" أنه لا يعتقد أنه يمكن أن يمكن النظر إلى الشبكات الاجتماعية باعتبارها وسيلة للربح بالطريقة نفسها التي يتم من خلالها عمليات البحث على الإنترنت وفي غضون ثلاث سنوات من الآن علينا أن نفكر في الشكل الذي ينبغي أن يكون عليه النموذج الأمثل للموقع، ولكن لا يمكن القول أن ذلك الأمر يمثل أولى اهتمامنا في الوقت الراهن. [1]

المطلب الثاني: تطبيقات ''الفايسبوك''وأهم خصائصه

أصبح موقع "الفايسبوك" يستقطب أعدادا جديدة من المستخدمين على مدار الساعة، وهناك سبب جوهري وهو أنه يقدم للمستخدم الخيار بين عدد من الخيارات التي يقدمها، للمستخدم وما يتيحه ذلك من أدوات وتطبيقات وخيارات أخرى قد تغنيه عن المواقع والمنتديات والمدونات العامة، فقد استطاع موقع "الفايسبوك" أن يستحوذ على الملايين من المستخدمين حول العالم يتواصلون معا عبر صفحة شخصية خاصة بكل منهم ويتشابكون بشكل يكاد يكون هلاميا، ويبدو أن أكثر مستخدمي الموقع من الشباب وطلبة الجامعة والمراحل الدراسية المختلفة الذين يسعون إلى التعارف وتكوين المجموعات والتجمعات التي تعبر عن آرائهم في الحياة، فعلى حائط "الفايسبوك" يمكن للأصدقاء أن يكتبوا ويعلقوا عما يريدون ويمكنهم أن يستمعوا إلى وسيقاه المفضلة وفيلمه المفضل وصوره الخاصة. [2]

ذلك من خلال التطبيقات التي يتميز بها "الفايسبوك" والتي تم انشائها كاستبيانات أو مسابقات من السهل تنفيذها، فهناك حاليا عدد كبير منها منشأ من قبل شركات والبعض الآخر منشأ من قبل مستخدمين عاديين، وعند استخدامك لمعظم التطبيقات يتم تنبيهك بأن تنفيذ هذا التطبيق يتطلب الدخول إلى بياناتك الشخصية، ولا يمكن إجراء التطبيقات من دون هذه الخطوة، حيث يكون للمشترك ملف يتضمن صورة ومعلومات أخرى عنه، ويكون لديه جدار (صفحة) يكتب فيها ما يشاء ولديه ألبوم صور وملفات أخرى ولديك قائمة الأصدقاء الذين تضيفهم أو يضيفونك، وبالتالي يستطيعون مشاهدة ملفك وكل ما تعرضه في مساحتك، بل وقائمة أصدقائك بحسب ما تسمح لهم

[1] www.aum.edu.eg/forum/index.php?1178 تم تصفحه في 2018/05/12 على الساعة 12:00
[2] www.ahram.org.eg.aspx?serial:952815 تم تصفحه في 2018/05/12 على الساعة 12:30

بالخصوصيات المتاحة عبر صاحب الصفحة نفسها، ويسهل عملية توزيع الصلاحيات للمشاهدة والتعليق عبر تقسيم الأصدقاء على مجموعات مثل: زملاء العمل، العائلة، دفعة الجامعة وهكذا، وكذلك من خلال:

1- المجموعات Groupes:

يمكن لأي مشترك في الموقع أن ينشئ مجموعة عبر تسميتها وكتابة تعريف عن الفكرة ثم إيمايل مدير admin الجروب، ويتم ابتداء مجموعات الاهتمامات مشتركة أو لأعضاء نادي معين أو لحملة فكر اجتماعي كان ديني أو سياسي.

والمجموعات لديها نفس عناصر وأدوات الصفحة (Wall) وهي صفحة يسمح بها لجميع أعضاء الجروب، وألبوم الصور ومساحة الحوار (discussion) وملفات فيديو كل ذلك عبر صلاحيات المنح التي يشرف عليها مدير المجموعة.

2- الصفحات Pages:

الصفحات ولها نفس ميزات واستخدامات المجموعة فيما عدا أنها أكثر تفاعلا عبر ظهورها في الصفحة الرئيسية (home) لكل المستخدمين، وغالبا ما يكون هذا التطبيق لـ (fan clubs) معجبين ومشاهير ونجوم بحيث تكون الصفحة وسيلة للتواصل مع الشخصية المعنية.

3- الصفحة الرئيسية Home:

يظهر بهذه الصفحة كل جديد تعليقات وصور وروابط أصدقائك الذين أضفتهم إليك.

4- الألعاب Games:

بالفايسبوك العديد من الألعاب المختلفة يستطيع المستخدم أن يستخدمها ويختار مراحلها مرحلة تلوى الأخرى، والمثير في هذه الألعاب والأكثر أهمية هو أنه يمكن للمستخدم أن يدعو عدد من أصدقائه لممارسة لعبة معينة (جماعية).

5- المناسبات Event:

يمكن من إقامة دعوة لأصدقائك أو لأعضاء مجموعة معينة لحدث مهم أو عمل جماعي أو اجتماعي على أرض الواقع، توضح فيه عنوان الحدث وتاريخ بدايته ونهايته وتحديد الأعضاء المدعوين له، وبعض المناسبات évent تكون مفتوحة لأي عضو في الفايسبوك. [1]

[1] وائل مبارك خضر فضل الله، **مرجع سبق ذكره**، ص ص 16،15.

وللفايسبوك كشبكة اجتماعية عدة خصائص يتميز بها يمكن أن نلخصها فيما يلي:

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

2- خاصية Pokes: أو نكزة "غمزة" والتي تتيح إرسال نكزة افتراضية لإثارة انتباه المستخدمين إلى بعضهم البعض، وهي عبارة عن إشهار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.

3- خاصية Photoes: أو الصورة التي تمّكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من أجهزتهم إلى الموقع.

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

5- خاصية News Feed: أو التغذية الإخبارية التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين حين يقوم بتميز بعض البيانات مثل التغيرات التي تحدث في الملف الشخصي، وكذلك الأحداث المرتقبة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم.

6- خاصية Notes: أو التعليقات وهي سمة متعلقة بالتدوين وتسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها وقد تمكن المستخدم من جلب أو ربط المدونات.

7- خاصية Gifts: أو الهدايا التي تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم وتظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدايا.

8- خاصية Market Place: أطلقها موقع الفايسبوك في 14 ماي 2007 وتتيح للمستخدمين نشر إعلانات مبوبة مجانية. [1]

[1] www.blogspot.fr//blog.post.htm تم تصفحه في 12/05/2018 عى الساعة 14:00

المطلب الثالث: كيفية الاشتراك وآلية التواصل بين مستخدمي موقع ''الفايسبوك''

يعـد الفايسبـوك شبكـة اجتماعيـة استأثرت بتجارب عـدد كبير من الناس خصوصا فئة الشباب في جميع أنحـاء العالم.

وأظهرت نتائج دراسة نشرتها شركة "كوم سكور" أن موقع الفايسبوك تفوق على نظيره "ماي سبيس" ليصبح أكثر المواقع الاجتماعية شعبية في العالم، بدخول 132 مليون زائر في شهر يونيو 2008، وأوضحت الدراسة أن زوار الفايسبوك يزدادون بصورة أوسع من "ماي سبيس" بـ 153% سنويا مقارنة بـ 3% فقط بـ "ماي سبيس".

وحين ننظر لإحصائيات دخول موقع الفايسبوك نجد حوالي 35% من زوار الموقع من الولايات المتحدة الأمريكية، وتليها المملكة المتحدة بنسبة 9.40% ثم تأتي في المرتبة الثالثة تركيا بنسبة 3%، فجنوب إفريقيا بنسبة 2.8% ثم الهند وأستراليا وفرنسا وكولومبيا، ثم تأتي في المرتبة العاشرة مصر بنسبة 1.06% وتليها باكستان فألمانيا والصين فاليابان ... إلخ. [1]

إلا أن هذه المدونة لم تحقق تميزا على المواقع الاجتماعية الأخرى حتى عام 2007، حيث حقق القائمون على الموقع إمكانيات جديدة لهذه الشبكة ومنها إتاحة الفرصة لمطورين مما زادت هذه الخاصية من شهرة الفايسبوك، بحيث تجاوز حدود الولايات المتحدة الأمريكية إلى كافة دول العالم وتجاوز عدد المسجلين في هذه الشبكة في الأول من تموز 2010 النصف مليار شخص، يزورونها باستمرار ويتبادلون فيما بينهم الملفات والصور ومقاطع الفيديو على ما ينشر في صفحاتهم من آراء وأفكار ومواضيع متنوعة وجديدة يضاف إلى ذلك المشاركة الفعالة وغالبا ما تكون المحادثات والدراسات. [2]

وأمام زيادة شعبية الموقع كام من المنطقي أن يفتح التسجيل والمشاركة في الموقع لكل من يرغب في ذلك، ومنذ ذلك الحين والأرقام تقفز سريعا بعدد المشتركين حتى أصبح ترتيبه الثامن في العالم، ويأتي قبله فقط شبكة "ماي سبيس" و "اليوتيوب" اللتان تركزان بشكل أساسي على الفيديو. [3]

حيث لا يتطلب إنشاء حساب "برفيل" على موقع الفايسبوك أكثر من "ايميل" صالح تتلقى عليه رابطا لتفعيل الاشتراك وذلك لتحقق من هوية المستخدم، بعدها يمكنك أن تدخل بيسر وسهولة إلى الموقع فهو لا يتيح الدخول سوى

---

[1] شادي ناصيف، **مرجع سبق ذكره**، ص 46.

[2] مزري تش بن، **قصبة الفايسبوك، ثورة وثروة**، ترجمة الهلالي وائل محمود محمد، ص 132.

[3] فرغلي ابراهيم، **الفايسبوك العربي، من الثورة إلى الرقابة الشعبية**، مجلة العربي، العدد 630، الكويت، 2011، ص 142.

لأعضائه ومنذ البداية يجعلك تصل إلى أصدقائك ومعارفك بسهولة فهو يعطيك الخيار أن تدعو الأشخاص الذين عناوينهم البريدية محفوظة لديك في "دفتر العناوين" في الايميل الذي استخدمته للتسجيل سواء بشكل جماعي أو فردي، ويتيح لك أن تدعوا وتبحث عن الأشخاص الذين تعرف ايميلاتهم من خارج قائمتك أو أسمائهم وكل ما عليك أن تجدهم هو أن تستخدم إيقونة Add as Friends ويتيح لك أيضا خيار مراسلتهم ليقرروا هم قبول دعوتك أو تجاهلها. [1]

وعبر التشبيك مع مختلف الشبكة باختلاف اهتماماتهم ستكون قد توصلت وكونت شبكة كبيرة وهكذا يتم مع جميع المستخدمين، فتتكون بالتالي في فترة بسيطة العديد من الشبكات للمستخدمين وتتم آلية التواصل بينهم من خلال الخصائص التالية:

1- التعليقات:

خاصية التعليقات متاحة بين الأصدقاء والمجموعات في الصفحات المنضمين لها، وذلك يعتمد أيضا على الصلاحيات الممنوحة حيث يمكن للمستخدم أن يكتب تعليق في مساحة التعليقات والضغط على زر COMMENT، إضافة تعليق وفي نفس المساحة يمكن أن نضيف رابط موقع أو صورة.

2- الإشارة Tags:

خاصية الإشارة متاحة في الصورة والفيديو بحيث يمكن أن تلفت انتباه أصدقائك عبر الإشارة لهم في صورتك أو في مقطع الفيديو المحمل عبر الفايسبوك بالتالي سترسل لهم تنبيهات لأي تحديث جديد في الصورة.

3- الإعجاب Like:

خاصية معجب أيضا متاحة لنفس آلية التعليقات ومتاحة بين الأصدقاء والمجموعات والصفحات المنضمين لها، وذلك يعتمد أيضا على الصلاحيات الممنوحة التي تمكن المستخدم أن يقوم بعمل معجب Like لأي صورة أو فيديو لأصدقائك.

4- Poke:

تحدث فقط للأصدقاء فيما بينهم بحيث يقوم المستخدم بتنفيذ ذلك على أحد أصدقائك ويعمل الآخر برد Poke لصديقه.

[1] شادي ناصيف، **مرجع سبق ذكره**، ص 30.

فمسألة أن يشارك الشخص بيومياته وبرامجه خلال اليوم فرصة جيدة للتقييم والتناصح والدعم من مجموعة أصدقائه، فالأدوات التي يوفرها الموقع من نظام الرسائل ونافذة المحادثات جعل معدل استخدام الفايسبوك في اليوم بالنسبة للمستخدم العادي يكون كبيرا، وقد ساهم هذا التواجد الكثيف طوال اليوم في انتشار الأخبار بشكل كبير وبسرعة. [1]

المطلب الرابع: أثر الفايسبوك على العلاقات الاجتماعية

تعتبر العلاقات الاجتماعية عبر الفايسبـوك من أهم المواضيع التي يسعى الباحثون إلى دراسة وتحليل ماهيتها، وما قد تتضمنه من فرص كامنة أو في المقابل مخاطر مستترة، يمكن القول بأن ثمة نقاشات محتدمة في الآونة الأخيرة حول الدور الخطير الذي تلعبه الإنترنت في عزل الأفراد اجتماعيا وتفكيك العلاقات بين الأفراد في المجتمع، فالأفراد وخاصة منهم المراهقين أصبحوا يقضون وقتا طويلا في التعامل مع الكمبيوتر والإنترنت بطريقة لافتة تستدعي الاهتمام، بما ينطوي عليه ذلك في كثير من الأحيان من حاجة إلى العزلة عن الآخرين خلال فترة الاستخدام، الأمر الذي يؤدي بدوره إلى إشاعة حالة من العزلة الاجتماعية، وبالتالي إيجاد نوع من التفكك الاجتماعي، خاصة في ظل انتشار أنماط جديدة من القيم والسلوكيات المستحدثة في المجتمع العربي كله. ويشير المتخصصون في هذا الصدد إلى ما بات يطلق عليه انطوائية الكمبيوتر "Computer Phyliac" وتوجد هذه الحالة عندما يستمر الشخص في الجلوس أمام الحاسوب ساعات طويلة كل يوم بشكل يشبه مدمني القمار، طبعا مع استثناء الأشخاص الذين يستدعي عملهم ذلك، وقد توجد هذه الحال لدى الأفراد الانعزاليين ذوي الشخصيات الانطوائية أو الأشخاص الذين يرغبون في الهروب من ظروفهم ومشكلاتهم الحياتية فيلجئون إلى الحاسوب ليفرغوا فيه طاقتهم وهمومهم، فضلا عن الإجهاد والتوتر النفسي الذي ينتج من استخدام الحاسوب لفترات طويلة. [2]

ونحن بصدد تحليل العلاقات الاجتماعية عبر "الفايسبوك"، وكذا انعكاسات هذه التقنية على العلاقات الاجتماعية المتبلورة اعتمادا عليها ومستفيدة من مزاياها فبمجرد التسجيل بموقع "الفايسبوك" سوف تطاردك عبارة Add as a friend، والتي بمجرد أن تضغط عليها سوف يصبح لك أصدقاء من الجنسين (الرجال والنساء) ومختلف دول العالم، كل ما عليك فعله هو أن تختار ما يناسبك. ولكن مستخدم الفايسبوك – خاصة في سن المراهقة – لا يدرك

---

[1] وائل مبارك خضر فضل الله، **مرجع سبق ذكره**، ص 18.

[2] بن طيب ياسمينة، درياسة رتيبة، **دور شبكات التواصل الاجتماعي في تغير العلاقات الاجتماعية**، مذكرة تخرج لنيل شهادة ليسانس في علوم الاعلام والاتصال، سنة 2011/ 2012، ص 42.

– في أغلب الأحيان – أن هذه الصداقة قد تتطور إلى علاقة مشبوهة ذات أبعاد مغايرة وتتزايد خطورة الأمر في عالمنا العربي الإسلامي عندما يتذرع مستخدمو الفايسبوك من الذكور والإناث على حد السواء أن لهم أصدقاء من الجنس الآخر، متناسيين بذلك أنه بمجرد أن يصبح لديهم أصدقاء من الجنس الآخر، فقد كسرت جميع الضوابط والحدود الشرعية والاجتماعية التي يعتقدون أنها تعترض انجرافهم عبر عالم الإنترنت وشبكات العلاقات الاجتماعية المتبلورة اعتمادا على تقنياته. فإذا كان الدخول لموقع الفايسبوك تعبيرا عن صيحة علمية وتكنولوجية باهرة، فإنها في وجهها الآخر تعبير عن فراغ عاطفي ونفسي ووجداني لدى بعض المستخدمين، وخصوصا في هذا العصر الذي يغلب عليه الطابع المادي، كما أن الإقبال الشديد على هذا الموقع يعبر – في أحيان عديدة – عليه عن غياب الضبط الأسري والهروب من العلاقات الاجتماعية المباشرة والواضحة إلى علاقات محكومة بالسرية ومحاطة بالكتمان ومأمونة العواقب في ظاهرها إلا أنها قد تقود في النهاية إلى مزالق خطيرة تعصف بحياة الأفراد ومستقبلهم.

فظاهرة الفايسبوك التي صارت منتشرة بشكل يكاد يكون مرضيا تؤدي تدريجيا إلى الخلل في العواطف وتوجيه المشاعر في غير وجهتها الطبيعية، مما يقود الأسر إلى علاقات أخرى منحرفة. وعليه فإن الإفراط في استخدام هذا الموقع قد يؤثر على العلاقات داخل الأسرة والمجتمع، وتحليل محتوى العلاقات التي تتم عبر الفايسبوك يبين بجلاء أن من الأمور الخاطئة التي يقع فيها الكثيرون خلال تعاملهم مع هذا الموقع، عدم تمييزهم بين العلاقات الاجتماعية عبر هذه المحادثات وبين نظيرتها الواقعية، أو بين العالم الافتراضي والعالم الحقيقي؛ حيث يفعلون ويقولون أشياء عبر العالم الافتراضي لا يفعلونها أو يقولونها في العالم الواقعي، وعلى الأفراد أن يتفهموا أن الفايسبوك عالم حقيقي، حتى وإن كانت العلاقات التي يقيمونها افتراضية؛ فتجاهل هذا قد يؤدي بهم إلى المتاعب.

ومن ثم فمستخدم الفايسبوك عليه أن يعامل الناس بالاحترام نفسه الذي يعاملهم به وجها لوجه، أو في أثناء الحديث معهم من خلال الهاتف، وعلى الرغم من ذلك هناك بعض الاختلافات، فعندما يحادث مستخدم الفايسبوك شخصا بشكل مباشر ووجها لوجه فهو يرى جيدا حركات وجهه ولغة جسده بما فيها من حركة وصوت، وخصوصا أن هذه الإشارات تشكل نسبة مؤثرة من الاتصال البشري، أما المحادثة عبر الفايسبوك فهي تتم سرا، وهذا يعني أن تلك النسبة المؤثرة من الاتصال المتعلقة بلغة الجسد مفتقدة، وبالتالي فالمستخدم يتواصل عن طريق التخاطب فقط، وهذا ما قد يسبب سوء تفاهم على الفايسبوك، أو يخلق مشاكل يمكن تجنبها. [1]

[1] بن طيب ياسمينة، درياسة رتيبة ، **مرجع سبق ذكره**، ص ص 43، 44.

المطلب الخامس: ايجابيات وسلبيات الفايسبوك

* ايجابيات الفايسبوك:

يعتبر الفايسبوك من الوسائل الحديثة للتواصل، ولكنه سلاح ذو حدين، كما له ايجابيات كذلك له الكثير من السلبيات، فمن إيجابياته نذكر:

- يمكن أن يكون الفايسبوك باب للدعوة لله والتعريف بالإسلام ومحاربة البدع والرد على الشبهات والزود عن الدين، ومتابعة العلماء والاستفسار عن الفتاوى ومتابعة أحوال المسلمين في كل مكان والتكاتف معهم.
- نشر العلم والخبرات. [1]
- الموقع وببساطة يوفر لنا اشتراكا مجانيا، ومن خلاله يمكننا أن نراسل كل المشتركين أفرادا أو مجموعات ونتبادل معهم المعلومات والصور، وبالإمكان أن ننشأ مجموعة خاصة بنا وبأفكارنا. [2]
- طريقة سهلة للتواصل الاجتماعي مع الأهل والأصدقاء، ومعرفة الجديد في عالمهم.
- إمكانية التواصل حول العالم وتكوين صداقات جديدة ومهم جدا أن الفايسبوك يتيح للكل المجال أو المساحة للمناقشة في أمور ومواضيع مختلفة.
- إمكانية الوصول لأصدقاء قدامى لم تكن تصل لهم في يوم من الأيام.
- إيصال معلومات عن مجموعتك وعن نفسك بسرعة هائلة.
- الإعلام يحمل الصورة بينما هو ينقلها بشكل واقعي شعبي.
- معرض الصور.
- وسيلة للتسلية.
- وسيلة لعبت دورا في الثورات العربية. [3]
- صورة لشباب ثورة 25 جوان في ميدان التحرير يشكلون "احنا رجال الفايسبوك".
- التعرف على عادات وتقاليد مجتمع جديد والانفتاح على العالم الخارجي.
- وسيلة لتواصل الأشخاص الذين عزلوا عن الحياة الاجتماعية بسبب عجزهم (Disability).

---

[1] (د.م) الفايس بوك إيجابياته وسلبياته، www.islamme.com، تم تصفحه في 2018/04/30 على الساعة 11:00.

[2] (د.م) الفايس بوك إيجابيات أم مجرد سلبيات، www.balochrise.com، تم تصفحه في 2018/04/30 على الساعة 11:30.

[3] (د.م) إيجابيات وسلبيات الفايس بوك، www.alamin-sy.com، تم تصفحه في 2018/04/30 على الساعة 11:30.

- تطوير المهارات اللغوية عن طريق الاحتكاك مع أشخاص من ثقافات مختلفة.
- إجراء صفقات تجارية وشركات من خلال موقع الفايسبوك.
- حدوث قصص حب قد تنتهي بالزواج. [1]

- متابعة الشخصيات المشهورة، فالكثير من المشاهير والدعاة والمصلحين في المجتمعات أصبح لديهم صفحات خاصة بهم في الفايسبوك، وهذه الصفحات يمكن الاشتراك فيها بالنقز على زر الإعجاب ثم يصبح كلما ينشره صاحب الصفحة من أقوال وحكم وما ينزله من صور وفيديوهات موجودة أمامنا في الصفحة الرئيسية، فنكون بذلك مطلعين على أنشطة صاحب الصفحة، فعن طريق الصفحة المعجبين سنكون أكثر قربا من الشخصية المشهورة.

- معرفة أخبار العالم وأهم الأحداث على المستوى الاجتماعي والسياسي والرياضي والديني والفني وجميع المجالات الأخرى. [2]

- من خلال الفايسبوك، يؤسسون فيه العديد من الجمعيات التي تساعد الشباب على ممارسة نشاطاتهم وحل مشكلاتهم، ومن هذه المجموعات الثقافية والفكرية والأدبية والرياضية وغيرها الكثير، وهناك بعض المجموعات التي تحث الشباب على العمل التطوعي كالحفاظ على البيئة والتبرع بالدم ومساعدة الأيتام وما هناك من الأعمال الخيرية والاجتماعية. [3]

وفقا لما ذكرته شركة "كومسكور"، يعد الفايسبوك من أشهر مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك استنادا على عدد المستخدمين الجدد الذين يرتادون شهريا. ووفقا للإحصائيات التي قام بها موقع "اليكسا" فإن ترتيب الموقع بين جميع المواقع المتاحة قد ارتفع من مركز الستين ليحتل المركز السابع من حيث مدى إقبال المستخدمين عليه على مستوى العالم، وذلك في الفترة من سبتمبر 2006 وحتى سبتمبر 2007، ويحتل الموقع حاليا المركز الثاني، وتضع مؤسسة كوانتكاست لتقييم المواقع الالكترونية، الفايسبوك في المركز الخامس عشر في الولايات المتحدة وفقا لإقبال المستخدمين عليه.

ويعد الفايسبوك من أشهر المواقع من حيث تحميل الصورة، [4] حيث يتم تحويل 136 ألف صورة جديدة يتم إضافتها إلى الفايسبوك كل دقيقة، و800 مليون هو عدد مستخدمي الفايسبوك، هذا الرقم يزيد طبعا ومن المتوقع أن

---

[1] (د.م) نشأة الفايس بوك ، www.marefa.com، تم تصفحه في 2018/04/30 على الساعة 12:00.

[2] عمر الحمدي، خمسة فوائد من الفايس بوك غير التواصل مع الأصدقاء، www.thawratelweb.com ، تم تصفحه في 2018/05/02 على الساعة 09:00.

[3] (د.م) نشأة الفايس بوك، www.marefa.org، تم تصفحه في 2018/05/02 على الساعة 10:30.

[4] (د.م) ماهية الفايس بوك ، www.wikipedia.org/wiki، تم تصفحه في 2018/05/02 على الساعة 10:45.

يصل إلى المليار مستخدم، هذا الرقم يعني أن أكثر من ثلث مستخدمي الانترنت هم يستخدمون الفايسبوك، ويعني أيضا 11% من سكان العالم هم موجودون في الفايسبوك و 50% من مستخدمي موقع الفايسبوك يدخلون الموقع كل يوم، فهو فعلا موقع اجتماعي يجعل المستخدم يرتبط بشكل كبير ويزوره بشكل متكرر، وكذلك 510 ألف تعليق كل دقيقة داخل فضاء الفايسبوك و 350 مليون من مستخدمي الفايسبوك يدخلون الموقع ويشاركون باستخدام هواتفهم المحمولة. [1]

وقد نال الموقع العديد من الجوائز، حيث كان واحد من بين "أفضل 100 موقع كلاسيكي" وهي المسابقة التي نظمتها مجلة بي سي عام 2007، كما نال جائزة "People's voice Award" إحدى جوائز ويبي عام 2008.

وفي دراسة أجرتها مؤسسة ستيودنت مونيتور عام 2006، وهي شركة متخصصة في دراسة توجهات الطلبة في الجامعات، تتخذ من ولاية نيوجيرسي مقرا لها، وجد أن الفايسبوك يحتل المرتبة الثانية في الشعبية بين طلاب الجامعات. [2]

*** ايجابيات الفايسبوك:**

الفايسبوك حاله حال الكثير من الاختراعات والتقنيات التي أثرت في حياة البشر، فإلى جانب الفوائد التي ساعدت الشباب على النهوض وتحقيق الكثير من الأهداف، هناك الكثير من الآثار السلبية على مستخدميه، منها:

– إضاعة الوقت: بمجرد دخول المستخدم للموقع حتى يبدأ بالتنقل من صفحة لأخرى ومن ملف لآخر، ولا يدرك الساعات التي أضاعها في التعليق على صور أصدقائه دون أن يزيد أي منفعة له أو لغيره، فالفايسبوك يهدر الكثير من وقت الشباب هذه الأيام دون فائدة تجنى.

فهناك 16% من طالبات الجامعة يقضينا كثر من ثلاث ساعات في تصفح الفايسبوك فقد لقضاء وقت الفراغ، فإذا ما جمعنا هذه الساعات على مدار العام لوجدناها تعادل وقت كبير لو وظف بشكل سليم لفتح لهن أبواب كبيرة في المستقبل.

– الإدمان وإضعاف مهارة التواصل: هي من أهم الآثار التي قد تشكل خطرا على مستخدمي الشبكة الاجتماعية خصوصا الشباب والمراهقين، فإن قضاء الوقت الطويل أمام شاشة الكمبيوتر وهدره في تصفح المواقع يؤدي إلى عزلهم عن واقعهم الأسري وعن مشاركتهم في الفعاليات التي يقيمها المجتمع.

---

[1] عمر الحمدي، احصائية الإنترنت والشبكات الاجتماعية، www.thawratelweb.com ، تم تصفحه في 2018/05/02 على الساعة 12:00.

[2] (د.م) ماهية الفايس بوك ، www.wikipedia.org/wiki، تم تصفحه في 2018/05/02 على الساعة 12:30.

وبما أن التواصل بين الناس بشكل مباشر يؤدي إلى تطوير المهارات التي تساعد الشباب في مجالات الاتصال الإنساني، حيث تنمي عندهم الحس بالمسؤولية اتجاه الغير وتقوي سرعة البديهة لهم، فيستطيعون التعامل مع المراهق بحدق وحنكة (وهذا ما تفتقد المواقع الاجتماعية)، فإن إدمان الشباب على التواصل الإلكتروني يؤدي بهم إلى العزلة الاجتماعية وفقد مهارة التواصل المباشر مع الناس، والكثير من الشباب اليوم يعاني من صعوبة تغيير طريقة حياته بعد اشتراكه في عالم الفايسبوك، فقد أدمن الكثير منهم عليه ولا يستطيعون الاستغناء عنه إن أرادوا ذلك.

– ظهور لغة جديدة بين الشباب: ظهرت لغة جديدة بين فئة الشباب يستخدمونها في جميع اتصالاتهم بين رسائل الجوال أو محادثات عبر الإنترنت، وباستخدام التواصل عبر المواقع الاجتماعية انتشرت هذه اللغة بشكل أكبر وهي ليست بالعربية ولا بالإنجليزية، بل تجمع حروف اللغتين بالإضافة إلى أرقام ورموز لا يفهمها إلا طائفة الشباب ومن يعاشرهم بصفة مستمرة، وإن الاستمرار في تداول هذه اللغة يؤدي إلى تهديد لغتنا العربية وإلى ضياعها مع مرور الوقت.

فقد تحولت لغة القرآن إلى رموز صعبة الفهم إلى من الفئة التي تستخدمها، فمثلا أصبحت كلمة "محمد" تكتب "Mo7amade" وكلمة "أخبار" تكتب "a5bar"، ويزداد الخوف مع مرور الوقت من غزو هذه المفردات، وبالتالي ترسخ هذه اللغة بين الجيل الجديد، مما يزيد الهوة بين الأجيال الناشئة والأجيال السابقة.

– انعدام الخصوصية: تواجه المواقع الاجتماعية مشكلة انعدام الخصوصية، مما تسبب بالكثير من الأضرار المعنوية والنفسية على الشباب، وقد تصل في بعض الأحيان لأضرار مادية، فملف المستخدم على هذه الشبكة يحتوي على جميع معلوماته الشخصية إضافة إلى ما يبثه من هموم ومشاكل التي قد تصل بسهولة إلى يد أشخاص يستغلونها بغرض الإساءة والتشهير، فهناك من الشباب من وجد في الفايسبوك وغيره من المواقع الاجتماعية مكانا للتسلية والعبث، وانعدام الرقابة جعلت البعض يسيء الأدب ولا يهتم للعواقب.

فالمواقع الاجتماعية ستكون مفيدة بشكل أكبر إذا ما تم استخدامها بشكل سليم من أجل التواصل مع الأصدقاء وتطوير بعض المهارات للوصول إلى أرقى النتائج، وقد تتحول إلى عدو يضيع الشباب ويهدم المجتمعات إذا أسأنا استخدامها، فالمواقع الاجتماعية كالبندقية التي هي أداة ليست سيئة ولا تقتل الناس، فالناس هم من يقتلون بعضهم البعض.[1]

كما له أضرار نفسية واجتماعية، تتخلص فيما يلي:

[1] (د.م) نشأة الفايس بوك، www.marefa.org، **مرجع سبق ذكره.**

– أضرار نفسية: حيث أن أي عضو يستطيع نشر المعلومات والصور التي تتيح للأصدقاء مشاهدتها وطبعا تستطيع أن تضيف أي عضو إذا وافقت على صداقته، وطبعا مدى فظاظة الكثير من هذه الصور التي انحدر أصحاب هذه الصفحات إلى الحضيض في الأخلاق وانعدام الحياء لدى الكثير منهم، وهو موقع لنشر الصور الإباحية.

– أضرار اجتماعية: ويعبر عنها البعض بالقول: أنه يمكن لأي شخص وضع اسم مستعار وإضافة اسم عائلة يريد تشويه سمعتها، ووضع معلومات أو صور مخلة بالأدب مما يؤدي إلى الكثير من المشاكل ...، فتخيل لو أن هذا الشخص وضع صورة فتاة على جسد آخر وهذا حدث فعلا، فكم هي المآسي التي تحدث ورمي المحصنات الغافلات، ناهيك عن المجموعات التي تحدث عن الرذيلة وشرب الخمر بتزيينها لشبابا بأسلوب رخيص هابط، والترويج للفساد بكل أشكاله والدعوة للإباحة والكلام السيء، وتعدد الأصحاب من الجنسين أو الجنس والزنا والزواج العرفي. [1]

يعتمد الكثير من المراهقين على موقع الفايسبوك، ولكن إدمان استعمال الموقع يمكن أن يسبب أثار جانبية غير صحيحة مثل:

– الكآبــة: هذه وقد وصف تقرير صادر عن الأكاديمية لطب الأطفال هذه الظاهرة الجديدة باسم "كآبة الفايسبوك"، حتى يقضي الأطفال والمراهقين ساعات منتظمة وطويلة من الوقت على مواقع وشبكة التعارف الاجتماعية ثم يطورون أعراض الكآبة.

يضيف "كاميل" مع زيادة عدد الأطفال الذين ينضمون إلى موقع الفايسبوك للتعارف على أطفال في مثل سنهم، يجب أن يبقى الآباء خطوط الاتصال مع أطفالهم مفتوحة دائما لمعرفة ما يجري في حياتهم الاجتماعية سواء على الإنترنت أو في الحياة العادية.

– الجانب المظلم للفايسبوك: يقول الدكتور "مايكل بردوي" طبيب نفساني للأطفال، تصبح العلاقات مع الأصدقاء حرجة في سنوات المراهقة بينما يسمح موقع الفايسبوك بالتعرف والتحدث مع الأصدقاء دون قيود، ولكن حتى هذا السلوك يمكن أن يتحول إلى حسد، ويضيف "يصبح الأطفال متنافسين جدا، فهم يرغبون في أن يكونوا محبوبين ومشهورين بين أقرانهم".

يسمح الفايسبوك للمراهقين برؤية نجاحات أصدقائهم، بالإضافة إلى عدد صداقات أولئك الأصدقاء، يقول برودي: "يبدأ الشعور التنافسي بالظهور عند الأطفال عندما يشعرون بأنهم أقل شعبية، مما يثير فيهم الحسد أو الغيرة".

[1] (د.م) أضرار الفايس بوك، www.dreamcity.net، تم تصفحه في 2018/05/03 على الساعة 10:00.

- وأضيف إلى أن الدراسة أظهرت أن الأشخاص الذين يقضون وقتا أطول على هذا الموقع، يخصصون وقت أقصر للدراسة مشيرا إلى أن لكل جيل أشياء تجذبه، وإن هذا الموقع يتيح للمستخدم الدردشة وحل الفوازير وإبداء رأيه في الكثير من الأمور ... [1]

- ومن سلبيات الموقع، نجد:

- احتماليــة أن تصبح الخدمات الأساسية مقابل مبالغ مالية في المستقبل، رغم عدم وجود خطط للشراكـة بذلك.

- هناك احتمالية لبيع المواقع بمعلوماته لأي جهة، كما قد حصل سابقا مع MySpace.

- تدمير العلاقات والمهارات الاجتماعية الفعلية واستبدالها بالتواصل الالكتروني.

- تجنيد العملاء. [2]

- انتشار الصفحات والقروبات غير الأخلاقية.

- إشاعة الخمول والكسر بين الشباب، وعدم التفاعل مع الأسرة والمجتمع.

- الانسياق وراء الخيال والخداع، وتبادل قصص الحب الوهمية من خلال نشر الفتاة لصورها.

- نشر الأخبار الكاذبة.

- شعور زائف بالخصوصية.

- الهروب من واقع الحياة. [3]

- نقص في النشاط البدني بذلك يؤثر على الصحة.

- خلق فراغ بين عالم الفايسبوك والعالم الحقيقي. [4]

- إن موقع الفايسبوك شأنه كشأن الأشياء الأخرى التي تؤثر في حياة البشر بالإيجاب والسلب، وعندما نتحدث عن سلبيات الفايسبوك نجد أشياء كثيرة لعل أهمها وأخطرها اكتساب عادات وتقاليد غريبة بعيدة كل البعد عن عاداتنا وتقاليدنا، فمثل ما كان مصدرا للثقافة والانفتاح المعرفي يقابل ذلك أنه مصدر لنشر الأفكار المسيئة، وكما كان وسيلة

---

[1] (د.م) دراسة تحذر من تأثير شبكة الفايس بوك على التحصيل الدراسي، www.mashy.com، تم تصفحه في 2018/05/03 على الساعة 13:00.

[2] (د.م) سلبيات الفايس بوك، www.tadwen.net . تم تصفحه في 2018/05/03 على الساعة 13:15.

[3] (د.م) إيجابيات وسلبيات الفايس بوك، www.alamin-sy.com، مرجع سبق ذكره.

[4] (د.م) الفايس بوك إيجابياته وسلبياته، www.islamme.com، مرجع سبق ذكره.

للتواصل الإيجابي بين الأشخاص، فهو وسيلة للتواصل السلبي بين الأشخاص وذلك ما يجعله مظهرا من مظاهر العولمة بين الدول، فالفايسبوك سلاح سلبي فتاك يهدم صاحبه، إذا لم يحسن استخدامه، وسيظل الفايسبوك علامة من علامات العولمة بين إيجابيتها وسلبياتها. [1]

[1] (د.م) سلبيات موقع الفايس بوك، www.hardiscussion.com. تم تصفحه في 2018/05/04 على الساعة 14:00.

الخلاصة:

أصبحت لمواقع التواصل الاجتماعي أهمية كبيرة لدى مستخدميها وانتقلت من مجرد وسيلة اتصال إلى أداة تستخدم في تطوير ودعم العمل التطوعي في المجتمع، بحيث أصبحت الجمعيات ومنظمات المجتمع المدني تستخدمها من أجل خدمة وتحقيق الأهداف العامة التي أنشأت من أجلها.

تمهيد

إن التطوع هو حركة اجتماعية تهدف إلى تأكيد قيم التعاون، وإبراز الوجه الإنساني للعلاقات الاجتماعية، وإبراز أهمية التفاني في البذل والعطاء عن طيب خاطر في سبيل سعادة الآخرين، وجاءت الجمعيات الخيرية لتعزيز وإحياء التكافل بين فئات المجتمع من خلال السهر الدائم على توفير عيش كريم وحياة فاضلة.

المبحث الأول: ماهية العمل التطوعي

المطلب الأول: مفهوم العمل التطوعي

كغيره من المفاهيم فإنه لا يوجد اتفاق تام على مفهوم واحد للعمل التطوعي بين المختصين بهذا المجال، ولكن أغلب التعريفات تتفق على الأقل بأن أحد الجوانب التالية تشكل عنصرا مهما في مفهوم العمل التطوعي.

– إن العمل التطوعي هو الجهد الذي يبذله المواطن مع أجله مجتمعه، أو من أجل جماعة معينة دون توقع جزاء مادي مقابل جهوده، سواء كان هذا الجهد مبذولا بالنفس أو المال.

– إن العمل التطوعي يعكس وعي المواطن وإدراكه لدوره في المجتمع، وبالتالي انتماءه لهذا المجتمع.

– إن العمل التطوعي هو جهد إرادي يقوم به الفرد أو جماعة من الناس طواعية واختيارا بتقديم خدماتهم للمجتمع أو لإحدى فئاته.

إذ يمكن الاستنتاج بأن التطّوع هو حركة اجتماعية تهدف إلى تأكيد قيم التعاون وإبراز الوجه الإنساني للعلاقات الاجتماعية، وإبراز أهمية التفاني في البذل والعطاء عن طيب خاطر في سبيل سعادة الآخرين، ولكن يجب ألا ينظر للعمل التطوعي بمنظور مثالي من حيث أهداف ودوافع الأفراد الذين ينخرطون بالعمل التطوعي، حيث قد تكون هناك أهداف غائية وإن كانت غير مباشرة للأفراد والتي قد تؤثر على العمل التطوعي بالاتجاه السلبي أحيانا. [1]

يتضمن التطوع جهودًا إنسانية، تبذل من أفراد المجتمع، بصورة فردية أو جماعية، ويقوم بصفة أساسية على الرغبة والدافع الذاتي سواء كان هذا الدافع شعوريًا أو لا شعوريًا، ولا يهدف المتطوع تحقيق مقابل مادي أو ربح خاص بل اكتساب شعور الانتماء إلى المجتمع وتحمل بعض المسؤوليات التي تسهم في تلبية احتياجات اجتماعية ملحة أو خدمة قضية من القضايا التي يعاني منها المجتمع. [2]

ويعرّف أيضا: هو المجهود القائم على مهارة وخبرة معينة، والذي يبذل عن رغبة واختيار بفرض أداء واجب اجتماعي وبدون توقيع جزاء مالي بالضرورة. [3]

---

[1] د. موسى شتيوي، **التطوع والمتطوعون في العالم العربي**، دار نوبار للطباعة، الشبكة العربية للمنظمات الأهلية، 2000، ص 20.

[2] اسماعيل محمد الأفندي، **دور المدرسة في تعزيز ثقافة العمل التطوعي**، جامعة القدس المفتوحة، ص 7.

[3] حسين، سيد أبو بكر، **طريقة الخدمة الاجتماعية في تنظيم المجتمع**، مكتبة الانجلو، القاهرة، 1985م، ص 495.

لذا فإن "التطوع في مفهومه الشامل يعني البذل والتضحية من أجل الآخرين، إذ ينطوي على معانٍ سامية وأهداف خيرة لدى أصحابه، كما أنه يتدرج من حيث مستوى التضحية فنجده يبدأ بأداء أعمال بسيطة كالتضحية بالزمن لمن لا يملك سوى الوقت وتقديمه لمن يستحق ولو على حساب نفعه الشخصي، ومنه ما قد يكون بالفكر أو بالعلم أو بالجهد أو بالمال إلى أن تصل التضحية إلى ذروة العمل التطوعي ألا وهو الفداء بالروح والنفس عندما يستوجب الأمر ذلك كتهديد كيان الأمة أو التهديد المباشر للعرض والأرض". [1]

"والعمل التطوعي في مجمله غير ربحي وغير وظيفي أو مهني، يقوم به فرد أو مجموعة من الأفراد في سبيل تقديم أية مساعدة لأية شريحة من شرائح البشر وتنمية مستواها المعيشي بغض النظر عن مكان تواجدها، وهو في نفس الاتجاه معين زاخر للمنظمات الخيرية حيث إن التطوع يوفر لتلك المنظمات قدرا من المالكان سيتم صرفه لغير المتطوعين مما جعل البعض يطلق على التطوع في مثل هذه الحالة (الاستثمار في رأس المال الاجتماعي)". [2]

ويعرف المتطوع بأنه "المواطن الذي يعطي وقتا وجهدا بناءً على اختياره الحر ومحض إرادته لإحدى منظمات الرعاية الاجتماعية، وبدون أن يحصل، أو يتوقع أن يحصل، على عائد مادي نظير جهده التطوعي". [3]

المطلب الثاني: أهمية، دوافع وأهداف العمل التطوعي

أولا: أهمية العمل التطوعي:

أهمية العمل التطوعي يبرز دوره في العديد من جوانب المجتمع الحديث لعل من أهمها:

الجانب الاقتصادي: لما يساهم به في توفير كثير من المبالغ المالية التي تصرف لبعض الخدمات التي يتطلبها المجتمع خصوصا في حالة صعوبة استحداث وظائف جديدة في أجهزة الدولة نتيجة الظروف الاقتصادية العامة.

الجانب الأمني: فالعمل التطوعي له دور بارز في غرس روح العطاء والانتماء في نفوس الأفراد المتطوعين وبالذات الشباب ما يعزز قيم الانتماء والولاء لديهم، وبالتالي إحساسهم بالمسؤولية واستنفاذ كل طاقاتهم في البناء والمحافظة على مجتمعاتهم.

---

[1] العمري علي أحمد الصريصري، دخيل الله حمد، **مفهوم الخدمة التطوعية ومجلاتها**، بحث منشور، مقدم للمؤتمر العلمي الأول للخدمات التطوعية بالمملكة العربية السعودية، جامعة أم القرى، مكة المكرمة، 1418هـ/1997م، ص 196.

[2] حسين ابراهيم، **العمل التطوعي في المنظور العالمي**، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر الثاني للتطوع، الشارقة: الإمارات العربية المتحدة، 2001، 55ص.

[3] فهد سلطان، **اتجاهات الشباب الجامعي الذكور نحو العمل التطوعي**، دراسة تطبيقية على جامعة الملك سعود، 2009م، ص 14.

كما يؤدي العمل التطوعي في **جانب الخبرات** دورين رئيسيين أحدهما **موجه للشباب** فهو يساعد في تنمية مهاراتهم وقدراتهم بما يكسبهم خبرة مهمة في العديد من المجالات، والآخر موجه **نحو المؤسسات** والوزارات فهو يمكنها من الاختيار بين المتطوعين الأشخاص المميزين لشغل الوظائف التي تتطلب معرفة بشخصية.

الناحية الدينية: فالعمل التطوعي له أهمية كبرى في تعميق مفاهيم الإسلام في الحث على أعمال الخير والبر لكافة البشر وإن اختلفت دياناتهم بما يعكس صورة حسنة عن الدين الإسلامي ورعايته للإنسانية، وبما يحقق التكافل والتكامل الاجتماعي بين أفراد المجتمع. [1]

ثانيا: دوافعالعمل التطوعي:وتتمثل في:

* العمل من أجل الصالح العام.
* حب العمل مع الآخرين.
* الرغبة في كسب شعبية بين المواطنين.
* الحصول على مركز الهيئات أو الجمعيات أو الأحزاب.
* كسب احترام وتقدير الآخرين.
* تكوين الأصدقاء.
* الحصول على كسب مادي.
* تلبية بعض الاحتياجات.
* وجود حوافز مادية ومعنوية للمشاركة.[2]

ثالثا: أهدافالعمل التطوعي:وتتمثل في:

يسعى العمل التطوعي لتحقيق العديد من الأهداف تتدرج من أهداف عامة ذات علاقة مباشرة بالوظائف الأساسية للعمل التطوعي، وتزداد عمقا وخصوصية عندما تتخذ الأعمال التطوعية أشكالا مختلفة في مجالات متفرعة، ولعل من أهم الأهداف العامة للأعمال التطوعية ما يلي:

* يسعى إلى تخطي الحواجز السلبية والانعزالية في المجتمع.

[1] سمر بنت محمد، **مدى ادراك طالبات الدراسات العليا بجامعة أم القرى لمجالات العمل التطوعي للمرأة في المجتمع السعودي**، مذكرة ماجستير، جامعة أم القرى، السعودية، ص 44.

[2] عمر رحال، **الشباب والعمل التطوعي في فلسطين**، مؤسسة الحياة للإغاثة والتنمية، 2006، ص 33.

* إعداد وتوجيه الطاقات البشرية والمادية وتحويلها إلى عمل اجتماعي.

* توفير أسباب التقدم والرفاهية لأفراد المجتمع بالوسيلة الأيسر وصولا والأسلوب الأفضل أداء والأكثر نفعا.

* سد الفراغ في الخدمات وتوسيع قاعدتها تحقيقا لمبدأ الكفاية الاجتماعية بتحويل الطاقات الخاملة إلى طاقات قادرة وعاملة ومنتجة.

المطلب الثالث: فوائد العمل التطوعي

إن للتطوع فوائد متنوعة على المستوى الاجتماعي والاقتصادي، فنجد أن الأعمال التطوعية يمكن أن ينتج عنها تكوين مجموعات من الأفراد لها نفس الاهتمامات وتعمل معا مما يدعم العادات والتقاليد ويقوي الإحساس بالمسؤولية لدى هؤلاء المجموعات نحو مجتمعاتهم، وبالإضافة إلى هذا البعد الاجتماعي فإن للتطوع بعد اقتصادي على المجتمع كما هو على الأفراد المتطوعين ذاتهم، إذ أن الأعمال والأنشطة التطوعية التي يشاركون بها تضيف الكثير لخبراتهم وتصقل مهاراتهم كما أنها تعرفهم بفرص العمل المتاحة في المجتمع وتزيد من ثقتهم بأنفسهم وإيمانهم بقدراتهم مما يخلق كوادر متميزة من الأفراد فينعكس ذلك على البعد الاقتصادي[1]

ويمكن أن نقسم فوائد التطوع بناء على الفوائد على المجتمع وعلى مؤسساته وعلى المتطوع كما يلي:

- **فوائد التطوع على المجتمع:**

1- المجتمع والمتطوعين من أفراده سيصبحون أكثر إدراكا لحجم المشاكل والاحتياجات وحجم الإمكانات المحلية المتاحة فتتولد أفكار جديدة لتشبيك الموارد والفرص مع الاحتياجات

2- يساهم التطوع بشكل كبير في سرعة التنمية لما له من جدوى اقتصادية واجتماعية كبيرة

3- بالمشاركة التطوعية يمكن تغيير بعض الاتجاهات أو التقاليد السائدة التي قد تقف عقبة في سبيل التنمية فحينما يختار المواطنون بأنفسهم التغيير ويحددون اتجاهه ويرسمون وسائل إحداثه ويشاركون بجهودهم التطوعية في تنفيذه تزال تلك العقبات

4- يؤدي التطوع إلى التقارب بين فئات المجتمع وتماسكها وتنمية الروابط بينها.

5- مساعدة غير القادرين في المجتمع.

6- التعرف على الفجوات الموجودة في المجتمع.

7- الدور التطوعي يساعد في سد العجز والثغرات في بعض التخصصات النادرة في المجتمع.

[1] عمر رحال، **الشباب والعمل التطوعي في فلسطين**،مرجع سبق ذكره، ص 34.

8- توفير الجهد الحكومي لما هو أهم من المسؤوليات الكبرى على المستوى القومي.

- **فوائد التطوع على المتطوع:**

1- اكتساب خبرات جديدة وتنمية مهارات المتطوع، الحصول على شهادة خبرة.

2- تكوين صداقات ومجموعات من الأفراد لها نفس الاهتمامات.

3- الشعور بتقدير الذات والثقة بالنفس، يساعد الفرد على التخلص من الخجل والرهبة.

4- الولاء للمجتمع وإدراك أهمية عملية التنمية، ومعرفة ما يدور في المجتمع من مؤتمرات وفعاليات.

5- يساعد الشباب على اكتساب مكانة اجتماعية في المجتمع.

6- يساعد على استثمار وقت الفراغ بشكل إيجابي.

7- يساعد على ترجمة مشاعر الولاء والانتماء إلى واقع ملموس.

8- قد يحصل على مقابل مادي من بعض المؤسسات نظير عمله كمتطوع.

- **ماذا يريد المتطوع؟**

1- الشعور بالاحترام والثقة من قبل المؤسسة (الجماعة).

2- التعامل معه بشفافية وديمقراطية.

3- مساعدته على إبراز مواهبه وصقلها.

4- اطلاعه بطريقة صحيحة وواضحة على مناخ المؤسسة – الجماعة وتنظيماتها.

5- إدماجه في إطار العمل، واستغلال طاقاته وإمكاناته استغلالا مفيدا ومؤثرا.

6- أن تكون المؤسسة جدية في تعاملها مع المتطوعين.

7- الحصول على شهادة خبرة ومشاركة في الفعاليات.

- **فوائد التطوع للهيئات والمؤسسات المحلية:**

1- سد النقص في عدد المهنيين الذي تعاني منه الهيئة أو المؤسسة.

2- مساعدة الهيئات والمؤسسات للتعرف على احتياجات المجتمع وكيفية إشباعها عن طريق تعريف الهيئة أو المؤسسة بالمجتمع وبالعكس.

3- الدّفاع عن وترويج الأفكار التي تقوم عليها المؤسسات الاجتماعية في المجتمع وجذب المساندة والمساعدة المادية للهيئات والمؤسسات.

- **ماذا تريد المؤسسة من المتطوع؟**

1- الالتزام بالتعهدات (تحديد نمط المشاركة والتقيد بها).

2- استيعاب واضح لأهداف المؤسسة وتطلعاتها.

3- عدم توريط المؤسسة في مواقف شخصية.

4- عدم محاولة استغلال التطوع لأهداف أخرى.

5- الاندماج الفعلي في المؤسسة (عدم النظرة الفوقية أو اتخاذ موقف دوني).

6- المشاركة في الإعداد والتدريب.

7- الجدية والمصداقية في العمل الذي يقوم به. [1]

المطلبالرابع: آثار العمل التطوعي

وتنعكس آثار العمل التطوعي على الفرد والمجتمع وتتثمل في:

أولا: آثار تتعلق بالفرد: "ينال الفرد الأجر العظيم والثواب الجليل من الله عز وجل مما يجعله قريبا منه، ويعود عليه (ذلك) بالشعور بالسعادة والرضا؛ فحينما يقدم لإخوانه المحتاجين في الضراء، ويعمل على تخفيف آلامهم ومعاناتهم؛ فإنه يشعر بالسعادة وبالراحة النفسية نتيجة لما قدم" [2]، كما أن الفرد يمكنه أن يشغل "وقت فراغه بالأعمال والأنشطة التطوعية التي تنمي شخصيته، وتحقق له ذاته". [3]

ونلخصها فيما يلي:

- شعور الفرد بالراحة النفسية عند قيامه بأي عمل تطوعي.
- شعور الفرد بتحقيق مكسب ديني وهو الأجر والثواب من الله.
- شعور الفرد بأهمية الترابط بين أفراد المجتمع فيسعى إلى المشاركة.
- إقناع الفرد بأن ما يؤديه هو خدمة وطنية إنسانية لأفراد مجتمعه.
- زيادة وتقوية الانتماء الوطني بين الأفراد.
- القضاء على أوقات الفراغ ووجود ما يشغل ذلك الفراغ.
- تحقيق الظهور والوجاهة التي يسعى إليها بعض الأشخاص.

---

[1] منتدى جنرال العين http://al-3in.com/vb/showthread.php?t=54943#ixzz3fnZECpHO

[2] لافي إحسان محمد، **العمل التطوعي من منظور التربية الإسلامية**، رسالة ماجستير، جامعة اليرموك، 2003، ص 60.

[3] لافي إحسان محمد، **مرجع سبق ذكره**، ص 61.

- زيادة الإحساس بذات الفرد وأهميته في المجتمع فيود رد المعروف لمن ساعده.

مرور الفرد بحادثة قُدم فيها العون والمساعدة.

التأثير المباشر وغير المباشر على أفراد الأسرة والأصدقاء بالمشاركة في هذه الأعمال.[1]

ثانيا: آثار تتعلق بالمجتمع: إن الأعمال التطوعية "إن وجدت بين المسلمين؛ فإنها تعمل على إشاعة الألفة والمحبة بينهم، وبذلك ينشأ المجتمع متآلفا متكاملا تنتشر بين أفراده المحبة والإخاء والتعاون، فإذا وُجد مثل هذا في المجتمع المتواد المتراحم المتلاحم؛ فإنه سيكون قادرا على مواجهة الأعداء" [2]، كما أن الأعمال التطوعية تسهم في "تنمية العلاقات الأخوية التي تعمل على تقوية دعائم المجتمع الإسلامي وتماسكه، مما يجعله وحدة إنسانية واحدة يشد بعضه بعضا كالبنيان المرصوص". [3]

ونلخصها فيما يلي: [4]

- تقوية الترابط والتكاتف بين أفراد المجتمع.
- شعور الجماعة بحاجة الفرد وشعور الفرد بحاجة المجتمع.
- تشكيل جماعات عفوية تقدم المعونة الفورية.
- تنمية روح التنافس بين الجماعات التطوعية بما يعكس جودة الخدمات.
- زيادة أماكن تقديم الخدمات وتوفرها في كل مدينة.
- توفير المبالغ المالية التي تصرف على القوى البشرية وصرفها في مجالات أخرى.

[1] اللحياني مساعد بن منشط، **التطوع مفهومه وأهميته وآثاره الفردية والاجتماعية وعوامل نجاحه ومعوقاته**، بحث منشور مقدم للمؤتمر العلمي الأول للخدمات التطوعية بالمملكة العربية السعودية، جامعة أم القرى، ص 188.

[2] الجليل، عبد العزيز بن ناصر، **وقفات تربوية في ضوء القرآن الكريم**، دار طيبة، السعودية، ط2، 1998، ص 352.

[3] العلي، سليمان بن علي، **تنمية الموارد البشرية والمالية في المنظمات الخيرية**، ط1، 1996، ص 35.

[4] اللحياني مساعد بن منشط، **مرجع سبق ذكره**،ص 189.

المطلبالخامس: معوقات العمل التطوعي

أولا: على مستوى الفرد:وتتعلق بالعوامل التالية:

- **عوامل تتعلق بالمتطوع**: عدم وجود فراغ لدى الإنسان بسبب انشغاله بأمور حياته الشخصية، أو الخبرة السلبية السابقة للمتطوع والتي يجعله يتراجع عن المشاركة.
- **عوامل تتعلق بالمؤسسات الاجتماعية**: عدم إعلان المؤسسة عن حاجاتها للمتطوعين ووجود تنافس بين المتطوعين والموظفين قد يؤثر على مستوى أداء الأعمال المرتبكة بالرعاية أو التنمية الاجتماعية.
- **عوامل تتعلق بالمجتمع**: يعتقد البعض أن قضاء أبنائهم وقتهم في أعمال التطوع يبعدهم عنهم وبالتالي قد تضعف علاقاتهم بأسرهم، عدا عن وجود قصور معرفي لدور المتطوعين في المجتمع.[1]

ثانيا: على مستوى المؤسسات: وتتمثل في:

- غياب مصادر الدعم الرسمي الحكومي.
- غياب التنسيق بين مؤسسات المجتمع المدني في العمل التطوعي.

الظروف الاقتصادية السائدة وضعف الموارد المالية للمنظمات التطوعية.[2]

ثالثا: على مستوى المجتمع: وتتمثل في:

- معوقات ازدهار ثقافة المتطوع.
- معوقات تواجه بناء الفرد الراغب والقادر والمستعد للتطوع.

غياب الدور الإعلامي عن التوعية بأهمية التطوع وبمؤسساته وبالأدوار التي يمكن أن يقدمها للمجتمع بقلة الإقبال على التطوع. وعدم تفاعل وسائل الإعلام مع برامج التطوع.[3]

---

[1] حسن فخري، **معوقات مشاركة المرأة في العمل التطوعي من وجهة نظر المتطوعين والعاملين في مؤسسات المجتمع المدني في محافظة نابلس**، رسالة ماجستير، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين،2014، ص 17.

[2] حسن فخري، **مرجع سبق ذكره**، صص20،21.

[3] حسن فخري، **مرجع سبق ذكره**، صص24،25.

المبحث الثاني: الجمعيات الخيرية في الجزائر

المطلب الأول: نشأة الجمعيات الخيرية وتطورها في الجزائر

من خلالها نتطرق إلى نشأة الجمعيات الخيرية وتطورها باعتبارها أحد أوجه العمل التطوعي معرجين إلى الحركة الجمعوية في الجزائر، أليات تفعيلها ومدى استخدام الجمعيات الخيرية لمواقع التواصل الاجتماعي.

لقد عاش الانسان منذ القدم حياة بسيطة، معتمدا على ما تجود به الطبيعة، وعندما تقدمت العصور وطرأ التطور على المجتمع الإنساني، وتغير بناؤه الاجتماعي من البسيط إلى المركب، وأخذ تيار المدينة طريقه إلى المجتمع، ظهرت بعض المشكلات الاجتماعية التي لم يكن يعرفها الإنسان في السابق كانتشار الفقر والبطالة بصورة كبيرة، ولقد أثرت هذه المشكلات على الحياة الاجتماعية، الأمر الذي حدا بالإنسان إلى التفكير في القضاء عليها وذلك تارة بالتخفيف من حدتها، وتارة أخرى بحلها حلا جذريا ووضع حد لها، وكان ذلك عن طريق الخدمات الاجتماعية، والتي يعتبر التطوع والخير أحد أدواتها الأساسية.

– وبعد الانفتاح السياسي في الجزائر ظهرت موجة كبيرة من الجمعيات في شتى الميادين الاجتماعية والثقافية والرياضية والصحية والبيئية وغيرها، استحقت عليها وصف الحركة الجمعوية نظرا للديناميكية التي خلقتها في المجتمع، فعرفت انطلاقة هائلة باعتبارها أهم مكونات المجتمع المدني وأقربها إلى قضايا المجتمع وشرائحه المختلفة ومنها الشباب، وبذلك أصبحت الحركة الجمعوية مصدرا للحراك الاجتماعي والتحول الديمقراطي على المستويين السياسي والمجتمعي، في الحي وفي المدينة والوطن ككل. ومن بين الميادين مجال رعاية الشباب. وقد وصل العدد الإجمالي للجمعيات سنة 2001 إلى حوالي 75 ألف جمعية وطنية ومحلية، وفي سنة 2005 بلغ عددها أكثر من 80 ألف جمعية مما يدل على زيادة الرغبة في الاعتماد على الذات بدل الاتكال على الدولة، في عصر بدأ يسيطر فيه شعار جديد وهو "دولة أقل ومجتمع مدني أكثر". وبما أن الشباب هو القاعدة العريضة في البناء الديمغرافي للمجتمع الجزائري فإن الأمر يفرض على المجتمع المدني التكفل به ورعايته باستمرار، مع التركيز على آليات الوقاية من أخطار الآفات الاجتماعية والعنف والانحراف والتطرف وكذلك تنمية وتحسين قدراته وظروف حياته الاقتصادية والاجتماعية والنفسية، لأن هذه الشريحة تمر بفترة عمرية صعبة وحاسمة لمستقبلها ولمستقبل المجتمع ككل، وأي تفريط في رعايتها والتكفل بإشباع حاجياتها تنقلب من قوة بناء وتغيير إيجابي مرغوب إلى أداة تزيد في التخلف وتعيق التنمية، فالشباب له خصائصه البيولوجية والنفسية والاجتماعية المتميزة، تجعل منه سلاحا ذو حدين، فإذا عرف المجتمع رعايته وتوجيهه واستثمار طاقاته وتحقيق مطالبه كان القوة المحركة

الأساسية للإنتاج وإدارة عجلة التنمية، وطليعة التطور والابتكار والتجديد في زمن التغير السريع، ومن بين الآليات المتاحة لرعاية الشباب هي مهنة الخدمة الاجتماعية، وهي تلك الجهود المنظمة لتقديم المساعدة للأفراد والجماعات بهدف علاج آلامهم أو المنع والوقاية من حدوث كوارث وأزمات أو تحسين ورفع مستوى معيشتهم وتنمية قدراتهم الإنتاجية، ويتم ذلك في كل المؤسسات حيث يتواجد الشباب كالمدارس والجامعات ومراكز الشباب وفي أماكن العمل والأحياء وفي مقرات الجمعيات الشبانية ... ولهذا تسعى هذه الجمعيات لتفعيل وترقية أسس ومبادئ الخدمة الاجتماعية، من خلال تطبيق طرقها الثلاثة الرئيسية: طريقة خدمة الفرد وطريقة خدمة الجماعة وطريقة تنظيم المجتمع.[1]

المطلبالثاني: استثمار الجمعيات الخيرية لمواقع التواصل الاجتماعي

وفيه تطرقنا إلى كيفية استثمار مواقع التواصل الاجتماعي، عوامل تعزيز العمل الجمعوي من خلاله، بالإضافة إلى طرق زيادة التفاعل مع نشاطات الجمعيات الخيرية.

* كيفية استثمار مواقع التواصل الاجتماعي

ويتم ذلك من خلال: [2]

- المشاركة بخبر أو بصورة للفعاليات أو الخدمات التي تقدمها الجمعيات لجذب اهتمام الناس.
- وضع الأخبار والإشارة إلى أي محتوى تتم كتابته تتعلق بنشاط الجمعية.
- الرد على جميع التعليقات والتغريدات التي تتحدث عن نشاطات الجمعية.
- وضع الصورة مع الخبر.
- اختيار الوقت المناسب للنشر.

بالإضافة إلى ما سبق يمكن الإشارة إلى النقاط التالية: [3]

- تحسين جودة العمليات الداخلية والتطوعي وتوفير نظم فاعلة للمعلومات تساعد عملية التخطيط والتنظيم عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- الاستفادة من هاته المواقع في عملية الانتشار والوصول إلى العديد من شرائح المجتمع المدني، كما يمكن استقبال الشكاوي والحالات المحتاجة الكترونيا ودراستها وتحليلها للتحقق من مصداقية الحالة.

---

[1] عبد الله بوصنوبرة ، **الحركة الجمعويةفي الجزائر ودورها في طرق الخدمة الاجتماعية في مجال رعاية الشباب**، أطروحة دكتوراه، الجزائر، 2011/2010، ص ص 09، 10.

[2] إدارة خدمة المجتمع، **الجمعيات الخيرية واستثمار وسائل الاعلام الاجتماعي**، إصدارات الغرفة التجارية الصناعية، السعودية، ص ص 12،13.

[3] أحمد كردي، **مهارات إدارة العمل الخيري**، مؤسسة الهادي للطباعة والنشر، القاهرة، مصر، 2011، ص 44.

- الاستقطاب الالكتروني وإدارة المتطوعين.
- الاستفادة من التقنية كنشاط يسهم في تطوير وتنمية المجتمع.
- جمع وتوصيل وتخزين واسترجاع وتحليل المعلومات الخاصة بالعمل الخيري والتطوعي، حيث أن استخدام المواقع الاجتماعية في إدارة نظم المعلومات يجعل المعلومات متاحة في الوقت المناسب وبالجودة الفاعلة بحسب كفاءة البيانات المتاحة.

المطلبالثالث: عومل تعزيز أعمال الجمعية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي

ومن عوامل تعزيز العمل الجمعوي:

- التخصص بعنوان حساب أو صفحة للجمعية.
- متابعة كل المستجدات التي تهم الجمعية.
- المصداقية.
- الاستمرارية وعدم الانقطاع ولو برسائل مكررة ومناسبة.
- تنوع الرسالة (خبر+توجيه+تقرير+تجربة+صورة).

وتستعمل في التسويق من خلال:

- اكتشاف الداعمين والمتعاطفين مع الجمعية.
- تطوير مجموعة من الخدمات التي تحقق رغباتهم وتحقق للجمعيات الخيرية أهدافها.
- تحديد الجمهور المستهدف مع تحديد الفترة الزمنية وقياس مدى نجاح الخطة التسويقية لأنشطة الجمعية على مواقع التواصل الاجتماعي.

المطلب الرابع: طرق زيادة التفاعل مع نشاطات الجمعيات الخيرية

يضاف إلى هذا بعض العوامل التي تساعد على تفاعل المتابعين لنشاطات الجمعيات الخيرية:

- الانضمام إلى المواضيع والموضوعات التي لها علاقة مع نشاط الجمعية.
- إضافة رابط تغذية خلفي للمواقع الاجتماعية الأخرى.
- البقاء على تواصل دائم مع الأفراد الداعمين لنشاط الجمعية.
- تتبع المحادثات التي تتعلق بنشاط الجمعية الخيري.
- عمل استفتاءات ونشاطات تخص نشاط الجمعية.

- إعداد رسائل شكر لجميع المتتبعين لأنشطة الجمعية على مواقع التواصل الاجتماعي.

كما يمكن استخدامها في تحسين صورة الجمعية من خلال: [1]

- متابعة كل ما يكتب ضد الجمعية والرد فورا مع إبراز الانجازات التي تتحقق بصورة مستمرة.
- تحليل ما ينشر عن الجمعية وتصحيح ما يرد خطأ عنها.
- تجميع وتحليل المعلومات المتصلة بها.
- تحسين الخدمات المقدمة ومعرفة الأولويات من خلال الاستقصاء عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- رصد الانطباعات عن أي خدمة جديدة تنوي الجمعية إدراجها لقياس الرأي حولها.
- التفاعل مع الجمهور.
- التحدث عن قصص نجحت الجمعية في حلها أو إنجازات اجتماعية أو خدمية تعتز بها.
- القيام بحملات إعلانية، توعوية، تسويقية، حسب نشاط أو فعالية الجمعية.
- الانتباه لكل ما يخص الثور والتصاميم الخاصة بالجمعية.
- الاهتمام بالتصميم المشوق والمبسط للرسائل التي تمررها الجمعية.
- اختار الوقت المناسب لإرسال الرسائل.
- استبيان عن ما يرغبه أو جس نبض لبعض القرارات أو فعاليات الجمعية مستقبلا.
- تحليل نتائج عمل الجمعية من خلال صفحات الجمعية على مواقع التواصل الاجتماعي.

[1] إدارة خدمة المجتمع، **الجمعيات الخيرية واستثمار وسائل الاعلام الاجتماعي**، إصدارات الغرفة التجارية الصناعية، السعودية، ص ص 12، 13.

الخلاصة

أضحى العمل التطوعي له دور بارز في غرس روح العطاء والانتماء في نفوس الأفراد المتطوعين وإحساسهم بالمسؤولية واستنفاذ كل طاقاتهم في البناء والمحافظة، وباءت الجمعيات الخيرية بتوفير الظروف اللازمة والملائمة لرعاية وتنشئة المحتاجين والفقراء نشأة سليمة ومتكاملة من خلال الأنشطة التربوية والثقافية والعلمية.

الفصل الثالث:"الفايسبوك"و تحفيز العمل التطوعي في"جمعية كافل اليتيم" بالبليدة

المبحث الأول: جمعية كافل اليتيم

المطلب الأول: لمحة عن تأسيس الجمعية ''الشعار، الرسالة، التمويل''

كان للبذرة الطيبة التي زرعت في مدينة الورود سنة 1989 وعممت خيراتها لكل الأرامل واليتامى بولاية سهل المتيجة الخصب (البليدة)، صدى طيبا لدى المواطنين والرسميين في المنطقة وفي البلاد عامة، فالتف المحسنون وأهل الخير والصلاح بعد أن تأكدوا من حسن النوايا ووقفوا على صدق ومصداقية رجالها الذين لم يرضوا ببقاء الأمر محليا، فاجتهدوا في تعميم النشاط لتعم فضائله ربوع الوطن، فكان توسيع الجمعية الخيرية "كافل اليتيم" الوطنية وفق الشروط القانونية المذكورة أعلاه. تهدف الجمعية إلى تنمية الاعتزاز بثوابت الأمة وإحياء قيم التعاون والتكافل بين فئات المجتمع من خلال السهر الدائم على توفير عيش كريم وحياة فاضلة لكل يتيم ويتيمة عبر التراب الوطني، كما تسهر على حماية حقوق اليتامى المدنية والاجتماعية لدى الهيئات العمومية التي تعد الشريك الأول للقيام بهذه المهمة. ومن بين أولويات الجمعية، العمل على إحياء صور التماسك المتين للأسرة الجزائرية من خلال التحسيس والتوعية بالخيرات والنعم التي يجنيها المتكفل باليتيم.

1- التسمية والشعار:

طبقا لنص المادة الثانية من القانون الاساسي، تسمى الجمعية بـ: الجمعية الخيرية "كافل اليتيم" الوطنية وتدعى في صلب النص الجمعية. للجمعية شعار موحد تحدد أوصافه في النظام الداخلي ويتم تسجيله وفقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما، يستعمل الشعار إجباريا من طرف جميع هياكل الجمعية، الوطنية منها والإقليمية ولا يجوز تعديله أو اتخاذ شعار آخر إلا بموافقة الجمعية العامة. شعار الجمعية دائري، أعلاه عبارة "الجمعية الخيرية كافل اليتيم" وفي الوسط حرفي "ج خ" وأدناه تسمية "كافل اليتيم" ثم الوطنية. يحمل الشعار اللونين الأخضر والأصفر فوق رقعة بيضاء. ترفق صورة منه كملحق بالقانون الأساسي يتم صياغته في النظام الداخلي. [1]

[1] http://www.kafelelyatim-blida.org تم تصفحه 2018/05/16 على الساعة 10:15



شعار "جمعية كافل اليتيم" لولاية البليدة

2- رسالتـــهـــا:

انطلاقا من طبيعتها ومبادئها، تتمثل رسالة الجمعية التي تأخذ زادها المستقبلي من تاريخ هذا البلد العريق ومن قيم ديننا الحنيف وكل القيم الإنسانية الهادفة إلى حماية حق الإنسان في الحياة الكريمة وخاصة الضعفاء الذين يفقدون الكافل والمعين ويحرمون من حنان الأبوة في وقت يكونون فيه في أمس الحاجة إلى الحضن الدافئ والرعاية اللازمة لنمو عقلي وبدني سليم.

3- مصـــادر التمويـــل:

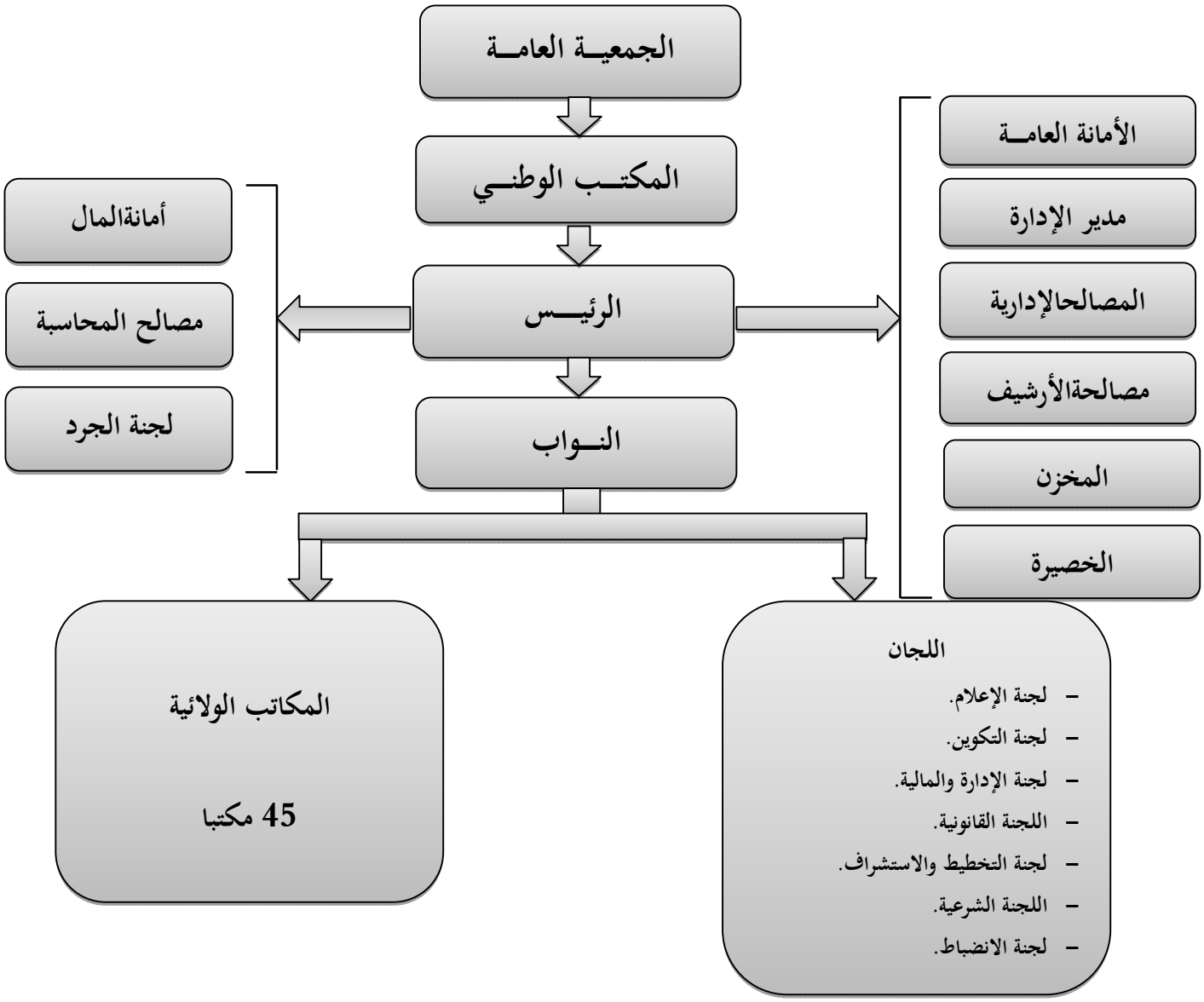
لا تملك الجمعية في الوقت الراهن مصادر خاصة لتمويل مشاريعها وأنشطتها. فهي تعتمد كليا على المحسنين وتسعى إلى انجاز مشاريع مدرة للثروة تخدم اليتامى أولا ثم تمكن الجمعية من تغطية تكاليف أنشطتها المختلفة، غير أن هذا لا يمنعها الاستفادة مستقبلا من المساعدات التي تقدمها مصالح الدولة والسلطات الرسمية بدعم الجمعيات الخيرية للقيام بواجبها الوطني.[1]

تنشط الجمعية وفق هيكل تنظيمي حديث ومرن يستمد قواعده الأساسية من قانون الجمعيات الوطني، وقد كيفت مواده الخاصة ليسهل أداء المهام الميدانية ويمكن إقامة علاقات وطيدة مع المحيط العام الذي تنشط فيه. تعتبر الجمعية العمومية هي الهيئة القيادية العليا ولها جهاز تنفيذي متمثل في المكتب الوطني الذي يتابع النشاط اليومي ويشرف على تنظيم ومتابعة نشاط المكاتب الولائية واللجان المتخصصة التي تساعد الجمعية في وضع برامجهـا وتصوراتها المستقبلية.[2]

[1] http://www.kafelelyatim erouna.com تم تصفحه في 2018/05/01 على الساعة 09:15

[2] ibid

الهيكـــل التنظيمـــي



المطلب الثاني: أهداف الجمعية

1- على مستوى المجتمع:

- المساهمة في التنمية الثقافية والتطوعية والاجتماعية واحترام القيم الدينية والوطنية والحضارية.
- بث روح التسامح والإخاء والتكافل لدى أفراد المجتمع.

2- على مستوى المنتفعين (اليتيم والكافل)

- توفير الظروف اللازمة والملائمة لرعاية وتنشئة الأيتام نشأة سليمة متكاملة من خلال الأنشطة التربوية والثقافية والعلمية والتكوينية.
- توفير أوجه العطف والحنان مع الرعاية المادية والمعنوية.
- صرف إعانة شهرية لليتيم ومن يكفله.
- تقديم المساعدات لمواجهة المشاكل التي تعترض اليتيم في الدراسة بجميع مراحل التعليم المختلفة.
- العمل على إنشاء البرامج والمشاريع والمراكز الإيوائية وإدارتها إدارة علمية سليمة بما يتفق وأهداف الجمعية والأطر البيداغوجية.[1]

المطلب الثالث: لجان الجمعية ومهامها

أولا: لجان الجمعية:

- **اللجنة الشرعية:**

هي لجنة متخصصة تتمثل مهمتها في السهر على تطبيق نصوص الشريعة الإسلامية المتعلقة بتسيير أموال اليتامى والوقوف إلى جانب العاملين في الميدان بالإجابة على الأسئلة التي تواجههم وتتطلب الفتوى الشرعية السريعة. تجتمع اللجنة بانتظام وتقدم نتائج اشغالها واستطلاعاتها الميدانية إلى المكتب الوطني للمصادقة عليها ووضعها محل لتنفيذ.

- **لجنة التربية والتكوين:**

لجنة متخصصة تسمى لجنة التربية والتكوين. تتمثل مهمتها في التخطيط لعمليات التكوين والتربية الخاصة بالعاملين في خدمة الأرامل واليتامى ووضع البرامج التربوية المناسبة لكل اليتامى وفق ما تقتضيه حالاتهم النفسية والبدنية.

[1] http://www.djazairess.com elmassa تم تصفحه في 2018/05/03 على الساعة 11:15

تضع اللجنة بالتعاون مع بقية اللجان برنامجا تكوينيا سنويا يشمل مختلف جوانب النشاط التي تدخل في مجال تخصص الجمعية. تجتمع اللجنة بانتظام وتقدم نتائج أشغالها إلى المكتب الوطني للمصادقة عليها ووضعها محل لتنفيذ.

- **لجنة الشؤون الاجتماعية والصحة والرياضة:**

تتولى اللجنة برمجة وتخطيط وتنظيم العمل الموجه للأرامل واليتامى وتبحث عن السبل المثلى لإيصال المساعدات لمن يستحقها في أحسن الظروف والأحوال التي تحمي كرامة اليتيم والأرملة وتعيد لهم الأمل في الحياة العادية ضمن مكونات المجتمع.

تجتمع اللجنة بانتظام وتوضع برنامجا سنويا تحدد فيه رزنامة اجتماعاتها الدورية ومقترحات نشاطها على المكتب الوطني.[1]

- **لجنة الإعلام والثقافة:**

تشكل على مستوى المكتب الوطني لجنة متخصصة تسمى لجنة الإعلام والاتصال والثقافة تتولى مهمة التعريف بالجمعية ونشاطاتها وأهدافها لدى الرأي العام الوطني وتسعى من خلال استغلال المحيط الاتصالي العام بكل وسائله وتقنياته إلى تبليغ الرسالة لكل الهيئات الوطنية والدولية وإلى كل المحسنين والخيرين لمساندة الجمعية في أداء مهمتها الإنسانية النبيلة خدمة لفئة الأرامل واليتامى التي تحتاج إلى من يقف بجانبها ويوفر لها جو النمو السليم والحياة المطمئنة، كما تهتم اللجنة بتوحيد طرق التبليغ على المستوى الوطني وتسهر من خلال بوابة الجمعية الالكترونية بتجميع كل الأنشطة الميدانية التي تقوم بها المكاتب الولائية بهدف توحيد الرسالة واختيار ما يصلح للنشر والتعميم، تجتمع اللجنة بانتظام وتتقدم نتائج إشغالها واستطلاعاتها الميدانية إلى المكتب الوطني للمصادقة عليها ووضعها محل لتنفيذ.

- **لجنة الإدارة والمالية:**

تتكفل لجنة الإدارة والمالية بمتابعة تسيير وتطوير العمل الإداري والمالي في الجمعية بما يتماشى وقوانين الجمهورية السارية في الميدان وخاصة قانون الجمعيات، القانون الأساسي والنظام الداخلي للجمعية ووضع مخططات العمل المستقبلية للتطوير بالتنسيق مع بقية اللجان والمكاتب الولائية وتسهر على تحسين أداء أعوان الجمعية على المستوى الوطني والولائي بالتنسيق الدائم مع اللجنة المكلفة بالتكوين وفق تخصصات كل وظيفة.

[1] www.ouarsenis.com elmassa تم تصفحه في 2018/05/03 على الساعة 14:00

- **لجنــة الشؤون القانونية:**

تتمثل مهمة لجنة الشؤون القانونية في السهر على تطبيق النصوص القانونية المتعلقة بتسيير شؤون الجمعية وفق نصوص قانونها الأساسي ونظامها الداخلي والقانون الوطني المتعلق بالجمعيات. توجيه الجمعية في حالة وجود نقص قانوني في التسيير وتتولى إجراء التعديلات اللازمة على القانون الأساسي والنظام الداخلي كلما اقتضت الضرورة ذلك. تجتمع اللجنة بانتظام وتقدم نتائج أشغالها واقتراحاتها إلى المكتب الوطني للمصادقة عليها ووضعها محل لتنفيذ.

- **لجنــة الانضباط:**

لجنة متخصصة تتمثل مهمتها في السهر على تطبيق نصوص القانون الأساسي والنظام الداخلي المتعلقة بسلوك وتصرفات كل الأعضاء أثناء أدائهم لمهامهم الخيرية.

- **لجنة التخطيط والإشراف:**

تشكل على مستوى المكتب الوطني لجنة متخصصة تسمى لجنة التخطيط الاستراتيجي والاستشراف تتكفل بالاستشراف ومتابعة تنفيذ مشاريع الجمعية وتجهيزها ووضع مخططات العمل المستقبلي بالتنسيق مع بقية اللجان والمكاتب الولائية.[1]

مجال النشاط والتدخل:

بخلاف الجمعيات المدنية الوطنية المخصصة، فإن مجال نشاط جمعيتنا، واسع ويشمل كل مناحي الحياة التي تعني اليتيم (الاجتماعية، الصحية–النفسية، البدنية والثقافية والترفيهية وغيرها ...) يبدأ نشاط الجمعية تجاه الأسرة اليتيمة من خلال التقرب إليها ومعرفة حالتها العامة والخاصة لتصنيفها بين الأسر المستهدفة بالخدمة والتعرف عن قرب عن طبيعة المساعدات العاجلة التي هي في حاجة إليها، الفئات المستهدفة بالخدمة والتي تم ضبطها مقدمتها الفئة التي تحددها والشريعة والقانون وتضمنها نصوص الجمعية وتستمر الجمعية في رعاية اليتيم حتى سن البلوغ ومع اليتيمة حتى الزواج أو دخول مجال الحياة المهنية ويكون تدخل الجمعية من خلال مكاتبها الولائية والبلدية المنتشرة عبر ربوع الوطن، في مرافقة اليتامى ومساعدتهم طيلة السنة وفي الأعياد والمناسبات وفي كل الأحوال من خلال حملات مناسبة لكل فترة تقدم فيها إعانات مختلفة للأسر المحتاجة.

[1] www.ouarsenis.com elmassaop cit.

ثانيــا: مهامها:

تهدف الجمعية إلى التكفل باليتيم والأرملة في المجالات الآتية:

- **الرعايــة الاجتماعية:**

تقدم الرعاية والدعم والمساعدة لتحقيق تماسك أسرة اليتيم واستقلالها المادي (تحقيق الاكتفاء الذاتي) واندماجها الايجابي والمتميز في المجتمع، وتتمثل هذه الرعاية في:

-البحث الدقيق في ظروف أسرة اليتيم لمعرفة نوعية المساعدة التي تحتاجها.

-معرفة الوضعية السابقة للعائلة قبل وفاة العائل وطبيعة شغله.

- تمكين أسرة اليتيم من حقوقها الاجتماعية لدى الإدارة.

- ثم تحديد الأولويات التي يجب اتخاذها تجاه كل عائلة.[1]

- **الرعايـة الصحيـة والنفسيـة:**

توفر الجمعية الرعاية الصحية المناسبة لليتيم والأرملة من خلال:

- معرفة الحالة الصحية لكل فرد من أفراد الأسرة.

- إجراء الفحوصات الطبية لكل مريض بانتظام على مستوى الطب العام والاختصاصي مع تيسير الكشوف الإشعاعية والتحاليل الطبية.

- الرعاية النفسية تتم عن طرق عدم منها المباشرة ومنها غير المباشرة، يتكفل السادة الأطباء النفسانيون ومساعدوهم في رسم هذه الطرق وتنفيذها.

-توفير وسائل الإسعاف لنقل المرضى العاجزين عن التنقل للعلاج.

-التعاقد مع أطباء عامين ومختصين لعلاج اليتامى.

-التعاقد مع صيدليات لاقتناء الأدوية بطرق تضمن كرامة اليتيم المريض.

-متابعة حالة اليتامى المرضى في المستشفيات.

- **التربية والتعليم والتكوين:**

تتم المتابعة التعليمية والتكوينية لليتامى من خلال:

- معرفة عدد المتمدرسين وتزويدهم باللوازم المدرسية المناسبة وفق المستوى الدراسي.

[1] www.ouarsenis.com elmassa op cit.

- العمل على إقامة علاقات تعاقدية منتظمة مع المكتبات لتزويد اليتامى بكل اللوازم على مدار الموسم الدراسي.

- مرافقة اليتيم في دراسته عندما يكون متمدرسا عن طريق الاتصال بالمؤسسة التي يدرس بها بكيفية تراعي أحاسيسه ومشاعره.

- تدعيم اليتيم بالمواد التي يشكو ضعفا فيها وعادة ما تكون مادة الرياضيات واللغات الأجنبية عن طريق أساتذة متخصصين تختارهم الجمعية لأداء هذا الدور.

- تسعى الجمعية لربط الصلة بمراكز التكوين المهني ومعاهدة لتسهيل التحاق الأيتام بها والمثابرة لتوظيفهم عند التخرج.

* أما التربية فمجالاتها واسعة تركز الجمعية على تنمية وتخريج أرامل واعيات بأدوارهن، وبفضل رعايتهن لأبنائهن الأيتام والقيام بحاجاتهم التربوية والنفسية على غرار العظيمات التي يزخر بهن تاريخ الأمة الإسلامية.

- **النشاط الثقافي والرياضي:**

تنعكس الصحة البدنية على الصحة النفسية لان العقل السليم في الجسم السليم: فالطاقة البدنية ككل الطاقات الإنسانية الأخرى إن روضتها نمت وقويت وإن أهملتها ضعفت وضمرت ولذلك فالجمعية من أهدافها في هذا المجال حماية صحة اليتيم البدنية والنفسية من خلال: [1]

- تشجيعه على الممارسة الرياضية من الصغر تعمل على تكوين فرق رياضية في كامل التخصصات بالتعاون مع الجمعيات والمراكز المتخصصة.

- **التسلية والترفيه:**

ليس هناك ما يقتل المواهب البشرية أكثر من الفراغ والتقوقع المادي والمعنوي، فالإنسان بطبعه ينفر من المألوف وتتطلع نفسه إلى الجديد الذي لم يألفه من قبل ومن هنا اختارت الجمعية الآتي:

-الرحلات الترفيهية كأسلوب تربوي لمحاربة الركود ،وغذتها ببرامج تسلية عالية تنسي اليتيم همومه وتنمي ثقافته.

- أما المخيم فقد حرصت الجمعية على اعتماده منذ البداية لما له من دور ترفيهي وتربوي فرق المسرح التي يدمج فيها اليتيم فان عليها المعول الأكبر في رسم الخطوط العريضة لما سيكون عليها اليتيم في المستقبل، وهي أداة فعالة في محاربة الآفات الاجتماعية وبناء الشخصية الإنسانية على أسس أخلاقية عالية.

[1] www.ouarsenis.com elmassaop cit.

- **حماية المصالح المدنية لليتامى:**

قد تكون لليتيم مصالح مدنية عددية لا تساعده إمكانياته على نيلها، يأتي دور ممثلي الجمعية لاستغلال الكفاءات والقدرات لتحقيق مصالح اليتيم وحفظها باعتبار الجمعية هي الناطق الرسمي لليتيم الذي سيجد من خلالها السند المناسب الذي يشجعه على معرفة حقوقه والسعي لنيلها كاملة، وأخيرا فإن تنمية التنسيق والتعاون وتبادل الخبرة بين الجمعية وهيئات الدولة المعنية، كوزارات، الداخلية، التربية، التضامن، والشباب والرياضة عبر الشراكة والتشريك من شأنه المساهمة في توحيد وتكامل الجهود لنرقى بالعمل الخيري إلى المستوى المطلوب.[1]

[1] www.ouarsenis.com elmassaop cit.

المطلب الرابع: الأعمال التطوعية على صفحة "الفايسبوك":

يمكن التواصل مع صفحة الجمعيةعلى :

الموقع الرئيسي : www.kafele lyatim.com

المجتمع : جار هذا الاعجاب 66900 من الأشخاص.

تتم متابعة هذا بواسطة 66877 من الأشخاص.

يوفر موقع الفايسبوكمتابعة صفحة جمعية" كافل اليتيم "لولاية البليدة بشكل دائم ودوري متابعا بذلك أهم النشاطات التي تقوم الجمعية بالإعلان عنها عبر صفحة ويمكن للمتصفح العادي أن يلاحظ الأشياء التالية في الصفحة :

- رمز الجمعية.
- خلفية الصورة : تحتوي على معلومات عامة حول الجمعية.
- متابعة تطور عدد المتابعين والمتصفحين للصفحة.
- المعلومات العامة عن الجمعية كالعنوان والهاتف.
- بعض التطبيقات التي يوفرها الفايسبوك.
- جانب مخصص للصور الموضوعة من طرف الجمعية.
- متابعة أخر نشاطات الجمعية وأخر مايضعه المشرفون على الصفحة بترتيب زمني محدد.
- جانب مخصص للإعلانات.

وبصدد التعريف بالجمعية وأعمالها التطوعية لولاية البليدة قمنا بوضع صور للجمعية موضوعة من طرف المشرف على صفحة الفايسبوك من سنة 2018.

و تحمل هذه الصور أسمى معاني الأخوة والترابط والتضامن في أوساط المجتمع، وكل الأعمال التطوعية لجمعية كافل اليتيم من إعانات للأرامل والأيتام.وتؤدي صفحة الفايسبوك بدور كبير في جمع الاعانات وهمزة وصل بين الجمعيات والمساهمين.[1]

[1] أنظر الى الملحق رقم 03 المتعلق بصور الأعمال التطوعية لجمعية كافل اليتيم بالبليدة.

المبحث الثاني : تفريغ وتحليل بيانات الدراسة الميدانية

نتناول في هذا الجانب من دراستنا تحليل بيانات الدراسة الميدانية استنادا للمعطيات المحصل عليها من استمارات الاستبيان التي تم توزيعها على المبحوثين، وجمعها، ومن ثم تبويب الإجابات في شكل جداول تتركب من تكرارات ونسب مئوية ثم التعليق عليها كما وكيفا، وإيجاد تفسيرات ذات دلالات لأجوبة المبحوثين، مرفقين ذلك بنتائج الدراسة التي تم استخلاصها.

ونشير إلى أننا قمنا بتوزيع 100 استمارة على مجموعة من المساهمين لجمعية كافل اليتيم بالبليدة و يستخدمون موقع الفايسبوك في تحفيز العمل التطوعي، وقد تم استرجاع 80 استمارة تم تفريغها ومعالجة بياناتها وتقديم القراءة لكل الجداول كالآتي :

المطلب الاول : عرض و تحليل بيانات الدرسة

- حسب متغير الجنس.
- حسب متغير السن
- حسب متغير المستوى المعيشي .

أ– درجة تعرض المساهمين لمواقع التواصل الاجتماعي.

ب– درجة تعرض المساهمين لموقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك".

ج- علاقة"الفايسبوك" بالعمل التطوعي.

د- موقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" وتحفيزه على العمل التطوعي لدى جمعية كافل اليتيم بالبليدة.

البيانات الشخصية:

توضح الجداول التالية تشخيص للعينة المدروسة من حيث الجنس والسن و المستوى المعيشي.

الجدول (01): توزيع أفراد العينة حسب الجنس

الجنـس	التكـرار	النسبـة
ذكـر	57	%71.25
أنثى	23	%28.75
المجمـــــوع	**80**	**%100**

- **تحليـل كمـي**

– يمثل الجدول توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس، وقد بلغ عدد الذكور منهم 57 مستخدم أي نسبته 71.25%، ما بلغ عدد الإناث 23 مستخدمة أي نسبتها 28.75%.

- **تحليـلكيفي**

– يظهر من خلال الجدول أن غالبية أفراد العينة كانوا من الذكور، وهذا راجع لكون أنالمساهمين يستخدمون صفحة الفايسبوك أكثر من الإناث اللواتي ربما لهم انشغالات أخرى ، وكذا لقدرة الذكور الاحتكاك مع المجتمع الخارجي في التدخل في العديد من الانشغالات.

الجدول (02): توزيع أفراد العينة حسب السن

السـن	التكـرار	النسبـة
25-18	14	%17.5
26 فمافوق	66	%82.5
المجمـــــــــوع	**80**	**%100**

- **تحليل كمـــي**

-يعد تحديد السن من أهم محددات خصائص العينة المدروسة، ذلك راجع إلى أن كل مرحلة عمرية لها اهتمامات وحاجات محددة، وعليه نلاحظ في الجدول التالي أن الأفراد الذين تتراوح أعمارهم ما بين 26 فما فوق سنة يحتلون أكبر نسبة بلغت82.5%وهذا ما أكده 66 مبحوث، بينما تأتي في المرتبة الموالية فئة 18-25 سنة وذلك بنسبة 17.5%، وهذا راجع لكون أن هذه الفئة من العمر لهم اهتمامات أخرى عن العمل التطوعي.

- **تحليـلكيفي**

- نلاحظ اختلاف بين أفراد العينة الخاص بالمبحوثين لكن بنسب متفاوتة، كون أن الفئة العمرية من الشباب المراهقين لهم اهتمامات أخرى عن العمل التطوعي بينما الفئة العمرية 26سنة فما فوق لهم جاذبية أكثر في المشاركة و تحفيز الاعمال التطوعية.

الجدول (03): توزيع أفراد العينة حسب المستوى المعيشي

المستوى المعيشي	التكـــرار	النسبـــة
ضعيف	06	%7.5
متوسط	52	%65
جيد	22	%27.5
المجمـــــــــــوع	**80**	**%100**

- **تحليل كمـــي**

-نجد من خلال الجدول أن نصف العينة كان مستواهم المعيشي متوسط بنسبة 65% ثم تليها نسبة 27.5%للمستوى الجيد و7.5%كانت للمستوى ضعيف.

- **تحليلكيـفي**

– وعليه نلاحظ تنوع واختلاف بين أفراد العينة فيما يخص المستوى المعيشي الخاص بالمبحوثين لكن بنسب متفاوتة، كون أن كل من المستوى المعيشي المتوسط والجيد لديهم إمكانيات توصيل شبكة الإنترنت بالمنزل مقارنة بالمستوى المعيشي ضعيف ليست لديهم القدرة المادية الكافية لتوصيل شبكة الإنترنت.

تحليل الجداول:

أ- درجة تعرض المساهمين لمواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول (04): يوضح مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.

الإجابات / المتغيرات		نعم		لا		المجمـــوع	
		التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
الجنس	ذكر	49	%61.25	08	%10	57	%71.25
	أنثى	22	%27.5	01	%1.25	23	%28.75
المجمـــوع		71	%88.75	09	%11.25	80	%100
السن	25-18	14	%17.50	00	00	14	%17.5
	26فمافوق	57	%71.25	09	11.25	66	%82.5
المجمـــوع		71	%88.75	9	%11.25	80	%100
المستوى المعيشي	ضعيف	06	%7.50	00	%00	06	%7.5
	متوسط	43	%53.75	09	%11.25	52	%65
	جيد	22	%27.5	00	%00	22	%27.5
المجمـــوع		71	%88.75	09	%11.25	80	%100

- **تحليـــل كمـــي**

حسب متغير الجنس:

- نلاحظ 61.25% من الذكور يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، أما الاناث بنسبة 27.50% من المستخدمين، فيما تأتي نسبة الذكور10% لايستخدمون، تليها نسبة 1.25% من الاناث.

حسب متغيرالسن:

- نجد26 فمافوق بنسبة 71.25% من المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، أمانسبة المبحوثين الذين أعمارهم تتراوح مابين 18-25 كانت النسبة 17.5%، اما بالنسبة لعدم استخدامهم للمواقع فكانت منعدمة، تأتي نسبة قليلة ب 11.25% للفئة التي تفوق 26 سنة.

حسب المستوى المعيشي:

- نلاحظ نسبة المتوسط53.75% كانت اجابتهم بنعم ب 43 مستخدم، ونسبة 27.50% من المستوى المعيشي الجيد، وتأتي نسبة 7.50%من المبحوثين فئة ضعيف، أما بالنسبة للمبحوثين الذين لايستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي فكانت النسبة 11.25% للمتوسطي الدخل، ولاتوجد أي نسبة للمستوى المعيشي جيد وضعيف.

- **تحليلكيفـــي**

- يتبين لنا من خلال النتائج الموضحة في الجدول أن نسبة كبيرة من المبحوثين أو معظم أفراد العينة يستخدمون كواقع التواصل الاجتماعي، وذلك لأهمية هذه المواقع، فهي تعطي إمكانية التواصل مع العالم الخارجي، وطرح الأفكار وتبادلها وكذا القيام بأنشطة مختلفة التي تساهم في التقرب من الآخرين والتواصل معهم وعرض المشاريع، و الابداعات التي تساعد على نمو المجتمع و إزدهاره.

الجدول (05): مواقع التواصل التي يزورها المبحوثين.

الإجابات / المتغيرات		الفايسبوك		تويتر		يوتيوب		المجمـــوع	
		التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
الجنس	ذكر	30	%37.50	08	%10	19	%23.75	57	%71.25
	أنثى	09	%11.25	04	%5	10	%12.50	23	%28.75
المجمـــوع		39	%48.75	12	%15	29	%36.25	80	%100
السن	18-25	06	%7.50	02	%2.50	06	%7.50	14	%17.5
	26فمافوق	33	%41.25	10	%12.50	23	%28.75	66	%82.5
المجمـــوع		39	%48.75	12	%15	29	%36.25	80	%100
المستوى المعيشي	ضعيف	03	%3.75	01	%1.25	02	%2.50	06	%7.5
	متوسط	30	%37.50	04	%5	18	%22.50	52	%65
	جيد	06	%7.50	07	%8.75	09	%11.25	22	%27.5
المجمـــوع		39	%48.75	12	%15	29	%36.25	80	%100

- **تحليل كمي**

حسب متغير الجنس:

- يتبين لنا من خلال تحليلنا للجدول نرى أن نسبة 37.5% من الذكور يرتادون على الفايسبوك، في حين نسبة 23.75% يوتيوب، و 10% يزرون التويتر، أما الاناث كانت نسبة اليوتيوب 12.50% أكثر من نسبة تصفحهم لموقع الفايسبوك التي جاء بنسبة 11.25%، ويأتي التويتر في أخر نسبة ب 5%.

حسب متغير السن:

- جاءت أكبر نسبة زيارة المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي هي صفحة الفايسبوك بنسبة41.25% تليها نسبة اليوتيوب ب 28.75% و 12.50% للذين أعمارهم 26سنة فمافوق، تليها نسبة متساوية للسن 18-25 بنسبة 7.50% الذين يزرون موقع الفايسبوك واليوتيوب، و 2.50% لموقع التويتر.

حسب المستوى المعيشي:

- نلاحظ أن جميع أفراد عينة البحث كان توجههم اكثر لصفحة الفايسبوك وجاءت أكبر نسبة للمستوى المعيشي متوسط ب 37.50%، و نسبة 7.50% للمستوى الجيد و3.75% ضعيف وهذا راجع لقلة عينة المستوى المعيشي ضعيف، وجاء في المرتبة الثانية موقع اليوتيوب بنسبة 22.50% لمتوسطي الدخل و11.25% للجيد و 2.50% للمستوى المعيشي ضعيف، أما موقع تويتر كان في المرتبة الثالثة بنسبة 15% لجميع أفراد العينة المستوى المعيشي.

- **تحليـــلكيفـي**

- يتبين لنا من خلال معطيات الجدول أن معظم المبحوثين يزرون موقع الفايسبوك بكثرة مقارنة بمواقع التواصل الاجتماعي الاخرى، وهذا راجع لسهولة استعمالاته وانتشاره في أوساط المجتمعات.

ب-درجة تعرض المساهمين لمواقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك".

الجدول(06): الفترة التي يفضلها مستخدم موقع "الفايسبوك"

الإجابات / المتغيرات		صباحا		مساءا		ليلا		المجمـــوع	
		التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
الجنس	ذكر	14	%17.50	04	5.00	39	%48.75	57	%71.25
	أنثى	09	%11.25	05	%6.25	09	%11.25	23	%28.75
المجمـــوع		23	%28.75	09	%11.25	48	%60.00	80	%100
السن	25-18	05	%6.25	03	%3.75	06	%7.50	14	%17.5
	26فمافوق	18	%22.50	06	%7.50	42	%52.50	66	%82.5
المجمـــوع		23	%28.75	09	%11.25	48	%60.00	80	%100
المستوى المعيشي	ضعيف	02	%2.50	01	%1.25	03	%3.75	06	%7.5
	متوسط	11	%13.75	04	%5.00	37	%46.25	52	%65
	جيد	10	%12.50	04	%5.00	08	%10.00	22	%27.5
المجمـــوع		23	%28.75	09	%11.25	48	%60.00	80	%100

- **تحليل كمي**

حسب متغير الجنس:

- من خلال تفحص نتائج الجدول يتبين لنا أن أغلبية أفراد العينة (ذكور-إناث) يفضلون استخدام موقع "الفايسبوك" ليلا بنسبة 60%، في حين يفضل 28.75% منهم استخدامه في الفترة الصباحية، و 11.25% مساءا.

حسب متغير السن:

- من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 52.5% ومن المبحوثين التي تتراوح أعمارهم 26سنة فمافوق، ونسبة 7.50% لي فئة 18-25 ممن يستخدمون الفايسبوك ليلا، في حين يفضل 22.50% و 6.25% استخدامه صباحا ، ونسبة 7.50% و نسبة 3.75% لكلا الفئتين يستخدمون موقع الفايسبوك مساءا.

حسب المستوى المعيشي:

- نلاحظ أن جميع أفراد عينة البحث يستخدمون الفايسبوك ليلا بنسبة 46.20% للمستوى المعيشي متوسط، و نسبة 13.7% صباحا، ونسبة 5% للمستوى متوسط وجيد مساءا، فيما تأتي الفترة الصباحية للمستوى المعيشي جيد بنسبة 12.50% و 10% ليلا، و المستوى المعيشي ضعيف كانت أحسن فترة استخدامهم لصفحة الفايسبوك الفترة الليلية بنسبة 3.75% من مجموع عدد أفراد عينة ضعيف، تليها 2.50% صباحا و 1.25% مساءا.
- يتبين لنا من خلال معطيات الجدول أن معظم المبحوثين يزرون موقع الفايسبوك بكثرة مقارنة بمواقع التواصل الاجتماعي الاخرى، وهذا راجع لسهولة استعمالاته وانتشاره في أوساط المجتمعات.

- **تحليل كيفي**

- يبدو هذا الترتيب منطقيا حيث أن الفترة الليلية هي الأوقات التي يتفرغ فيها أغلبية الأشخاص للإنترنت، ضف إلى ذلك أن الأنترنت تتيح فرصة اختيار الوقت المناسب للاستخدام عكس الوسائل الاعلامية الأخرى، ونجد عدد أقل من المستخدمين يفضلون الموقع صباحا، وقد يكون ذلك الوقت الأنسب لمن يدخلون للموقع من أماكن العمل مثلا أو باعتبار الفترة الصباحية هي وقت فراغ للبعض،أما الفترة المسائية هي أقل عددا وربما راجع لانشغالات أخرى لمستخدمي الموقع.

الجدول(07): اللغة المستعملة في "الفايسبوك" من طرف المبحوثين.

الإجابات / المتغيرات		العربية		الفرنسية		الانجليزية		المجمـــوع	
		التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
الجنس	ذكر	21	%26.25	29	%36.25	07	%8.75	57	%71.25
	أنثى	08	%10	09	%11.25	06	%7.5	23	%28.75
المجمـــوع		29	%36.25	38	%47.5	13	%16.25	80	%100
السن	25-18	02	%2.50	08	%10	04	%5	14	%17.5
	26فمافوق	27	%33.75	30	%37.50	09	%11.25	66	%82.5
المجمـــوع		29	%36.25	38	%47.50	13	%16.25	80	%100
المستوى المعيشي	ضعيف	02	%2.50	02	%2.50	02	%2.50	06	%7.5
	متوسط	24	%30	25	%31.25	03	%3.75	52	%65
	جيد	03	%3.75	11	13.75	08	%10	22	%27.5
المجمـــوع		29	%36.25	38	%47.50	13	%16.25	80	%100

- **تحليل كمي**

حسب متغيرالجنس:

- إن اللغة الأكثر استعمالا في الفايسبوك هي اللغة الفرنسية بنسبة 36.25% ذكور، ونسبة 11.25% إناث، تليها اللغة العربية بنسبة (26.25% ذكور) و(10% إناث) ثم اللغة الانجليزية بنسبة 16.25% لكلا الجنسين.

حسب متغير السن:

- (18-25) اللغة أكثر استعمالا هي اللغة الفرنسية بنسبة 37.5%، تليها اللغة الانجليزية بنسبة 5% ثم اللغة العربية بنسبة 2.50%، أما السن الذي 26 فمافوق كانت لغتهم المفضلة اللغة الفرنسية بنسبة 37.50%، تليها اللغة العربية 33.75% والانجليزية 11.25%.

حسب المستوى المعيشي:

جاء المستوى المعيشي متوسط بنسبة 31.25% لاستعمال أفراد العينة للغة الفرنسية وبنسبة 13.75% الجيد، تليها اللغة العربية بنسبة 30% للمستوى المعيشي متوسطي الدخل و نسبة 3.75% الجيد، أما بالنسبة للمتوسط المعيشي ضعيف كانت اختيار المبحوثين للغة متساوي بنسبة 2.50%.

- **تحليل كيفي**

- وعليه فقد احتلت اللغة الفرنسية المرتبة الأولى وهذا كان متوقعا كون أن العينة من المجتمع الجزائري المتأثر باللغة الفرنسية، وهذا نتيجة الاستعمار الفرنسي تليها اللغة العربية وهذا أمر منطقي فهناك العديد من الأفراد يفضلون لغة الأم، كذلك اللغة الانجليزية كانت لها مكانتها على صفحة الفايسبوك، ولكن بنسبة أقل مقارنة باللغتين العربية والفرنسية.

الجدول(08): الخدمة التي يفضلها المبحوثين على موقع "الفايسبوك".

الإجابات / المتغيرات		السرعة		تبادل المعارف		سهولة الاستعمال		المجمـــوع	
		التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
الجنس	ذكر	**10**	**%12.50**	16	**%20**	31	**%38.75**	57	**%71.25**
	أنثى	**04**	**%5**	11	**%13.75**	08	**%10**	23	**%28.75**
المجمـــوع		**14**	**%17.50**	**27**	**%33.75**	**39**	**%48.75**	**80**	**%100**
السن	25-18	**03**	**%3.75**	08	**%10**	03	**%3.75**	14	**%17.5**
	26فمافوق	**11**	**%13.75**	19	**%23.75**	36	**%45**	66	**%82.5**
المجمـــوع		**14**	**%17.50**	**27**	**%33.75**	**39**	**%48.75**	**80**	**%100**
المستوى المعيشي	ضعيف	**01**	**%1.25**	01	**%1.25**	04	**%5**	06	**%7.5**
	متوسط	**09**	**%11.25**	19	**%23.75**	24	**%30**	52	**%65**
	جيد	**04**	**%5**	07	**%8.75**	11	**%13.75**	22	**%27.5**
المجمـــوع		**14**	**%17.50**	**27**	**%33.75**	**39**	**%48.75**	**80**	**%100**

- **تحليل كمي**

حسب متغير الجنس:

- من خلال نتائج الجدول يتبين لنا أن أغلبية أفراد العينة (ذكور) يفضلون استخدام موقع "الفايسبوك" لسهولة الاستعمال بنسبة 38.70% وللإناث نسبة 10%، في حين جاء استخدام الموقع لتبادل المعارف نسبة 20%للذكور 13.75% إناث، أما بالنسبة للسرعة بنسبة 12.50% ذكر، و 5% إناث.

حسب متغير السن:

- من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 45% من المبحوثين التي تتراوح أعمارهم 26سنة فما فوقيفضلون الموقع لسهولة استعماله، تليها نسبة 23.75% تبادل المعارف و 13.70% السرعة، أما الذين أعمارهم من 18-25 كانت اجابتهم متساوية بنسبة 3.75% في السرعة وسهولة استخدام الموقع، وكان اختيار المبحوثين لهذه الفئة العمرية خدمة تبادل المعارف بنسبة10% معظم إجابتهم.

حسب المستوى المعيشي:

- نلاحظ مجمع أفراد عينة البحث يستخدمون الفايسبوك لسهولة استعماله خاصة المستوى المعيشي المتوسط بنسبة 30% و نسبة 13.75% للجيد، فيما تأتي نسبة 23.75% لتبادل المعارف للمستوى المتوسط و11.25% لعامل السرعة، وكانت نسبة تبادل المعارف للمستوى الجيد ب8.75%، حيث جاءت النسب متساوية في عامل السرعة وسهولة الاستعمال للمستوى المعيشي الجيد وضعيف بنسبة 5%، وايضا جاءت متساوية في المستوى المعيشي الضعيف بنسبة 1.25% لكل من عامل السرعة وتبادل المعارف.

- **تحليل كيفي**

- من خلال تحليلنا للجدول نلاحظ أن معظم أفراد العينة يفضلون استخدام موقع الفايسبوك لكونه يتميز بسهولة الاستعمال، تليهم فئة تفضل ميزة تبادل المعارف بينهم وبين أشخاص مجهولين الهوية أو الشخصية، ثم تأتي فئة تفضله لعامل السرعة التي يتمتع بها موقع الفايسبوك في نقل المعلومات والتعرف على الأخبار الأنية.

الجدول(09): طبيعة وكيفية استخدام المبحوثين لموقع "الفايسبوك"

الإجابات / المتغيرات		انشاء مواضيع		انشاء علاقات مع الغير		حرية التعبير والرأي		المجمـــوع	
		التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
الجنس	ذكر	15	%18.75	11	%13.75	31	%38.75	57	%71.25
	أنثى	11	%13.75	04	%5	08	%10	23	%28.75
المجمـــوع		26	%32.50	15	%18.75	39	%48.75	80	%100
السن	25-18	03	%3.75	07	8.75	04	%5	14	%17.5
	26فمافوق	23	%28.75	08	%10	35	%43.75	66	%82.5
المجمـــوع		26	%32.50	15	%18.75	39	%48.75	80	%100
المستوى المعيشي	ضعيف	02	%2.50	01	%1.25	03	%3.75	06	%7.5
	متوسط	15	%18.75	06	%7.50	31	%38.75	52	%65
	جيد	09	%11.25	8	%10	5	%6.25	22	%27.5
المجمـــوع		26	%32.50	15	%18.75	39	%48.75	80	%100

- **تحليل كمي**

حسب متغير الجنس:

- يمكننا القول أن غالبية المبحوثين الذكور 38.75% يستخدمون موقع الفايسبوك من أجل حرية التعبير والرأي، تليها انشاء مواضيع بنسبة 18.75%، ثم انشاء علاقات مع الغير بنسبة 13.75%، أما المبحوثين الاناث بنسبة 13.75% يستخدمون الفايسبوك من اجل انشاء مواضيع، و ب 10% من اجل حرية التعبير و 5% لإنشاء علاقات مع الغير.

حسب متغير السن:

- 26 فمافوق43.75%يتخدمون الموقع من أجل حرية الرأي والتعبير، تليها انشاء مواضيع بنسبة 28.75% و 10% انشاء علاقات مع الغير،أما متغير السن للفئة العمرية من 18-25 سنة ف 8.75% يستخدمونه

لانشاءعلاقات مع الغير وهذا طبيعي لأنهم مراهقين، وبنسبة 5% من أجل حرية التعبير وفي الأخير نسبة 3.75%لانشاء مواضيع معظمها ترفيهية ثقافية اجتماعية.

حسب المستوى المعيشي:

- نلاحظ أن متوسط دائما تأتي النسبة عالية، وهذا راجع لأن معظم المجتمع الجزائري متوسط الدخل وكانت معظم اجابتهم حرية الرأي والتعبير بنسبة 38.75% و 18.75% إنشاء مواضيع، ونسبة 7.50% من أجل إنشاء علاقات مع الغير، يليها مستوى المعيشي الجيد بنسب متقاربة ب 11.25% من أجل إنشاء مواضيع، و 10% لإنشاء علاقات مع الغير و بنسبة 6.25% حرية الرأي والتعبير، أما المستوى المعيشي المبحوثين ضعيف بنسبة 3.75% يستخدمونه من أجل حرية التعبير والرأي، و 2.50% لإنشاء مواضيع و 1.25% لأجل إنشاء علاقات مع الغير.

- **تحليل كيفي**

- من خلال النتائج يمكننا القول أن غالبية المبحوثين يستخدمون موقع الفايسبوك من أجل حرية التعبير والرأي، كونه الفضاء الذي يسمح لهم بالتعبير عن أرائهم بكل حرية وأريحية، بعيدا عن كل الرقابة والقيود التي قد تفرض عليهم، تليها إنشاء مواضيع والتي يمكن أن يستفيد منها المتصفح و الإطلاع على التعليقات التي تنشر في الصفحة الرئيسية، بالإضافة إلى فئة معينة من الأفراد يستخدمون الفايسبوك من أجل إنشاء العلاقات مع الغير.

الجدول (10): اجابة المبحوثين حول ماإذا كان للفايسبوك تأثير في خلق علاقات جديدة في المجتمع الجزائري.

الإجابات / المتغيرات		نعم		لا		المجمـــــوع	
		التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
الجنس	ذكر	49	%61.25	08	%10	57	%71.25
	أنثى	18	%22.5	05	%6.25	23	%28.75
المجمـــــوع		67	%83.75	13	%16.25	80	%100
السن	25-18	05	%6.25	09	%11.25	14	%17.5
	26فمافوق	62	%77.50	04	%5.00	66	%82.5
المجمـــــوع		67	%83.75	13	%16.25	80	%100
المستوى المعيشي	ضعيف	04	%5.00	02	%2.50	06	%7.5
	متوسط	50	%62.50	02	%2.50	52	%65
	جيد	13	%16.25	09	%11.25	22	27.5%
المجمـــــوع		67	%83.75	13	%16.25	80	%100

- **تحليل كمي**

حسب متغير الجنس:

- نلاحظ بالنسبة للذكور نسبة 61.25% وبنسبة 22.50% للإناث يرون أن للفايسبوك تأثير في خلق علاقات جديدة في المجتمع الجزائري، و بنسبة 10% كانت إجابتهم "لا" بالنسبة للذكور، أما الاناث بنسبة .6.25%

حسب متغير السن:

- 26 سنة فمافوق يقولون "نعم" بنسبة 77.50% له تأثير في خلق علاقات جديدة في المجتمع و 11.25% للفئة العمرية 18-25، وجاءت نسبة 16.25% من مجموع 80/13 عدد أفراد العينة المبحوثين يقولون "لا".

حسب المستوى المعيشي:

- نجد المستوى المعيشي متوسط مؤيدين بنسبة 62.50% تليها نسبة المستوى المعيشي الجيد ب 16.25% و 5% للمستوى الضعيف بنفس الاجابة "نعم"، تأتي النسب المعارضة "لا" ب 11.25% للمستوى المعيشي الجيد، و 2.5% متساوية بين المستويين المعيشي متوسط الدخل وضعيف.

- **تحليل كيفي**

- من خلال النتائج يتبين لنا أن للفايسبوك تأثير كبير في خلق علاقات جديدة في المجتمع الجزائري وهذا بشهادة المبحوثين الذين استشهدوا بنماذج من الواقع كالصداقة، الزواج.....الخ.

ج- علاقة الفايسبوك بالعمل التطوعي.

الجدول (11): اجابة المبحوثين اذا كان "الفايسبوك" يساهم في تحفيز العمل التطوعي.

الإجابات / المتغيرات		نعم		لا		المجمـــــوع	
		التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
الجنس	ذكر	55	%68.75	02	%2.5	57	%71.25
	أنثى	23	%28.75	0	%00	23	%28.75
المجمـــــوع		78	%97.50	02	%2.5	80	%100
السن	18-25	14	%17.50	0	%00	14	%17.5
	26فمافوق	64	%80	02	%2.5	66	%82.5
المجمـــــوع		78	%97.50	02	%2.5	80	%100
المستوى المعيشي	ضعيف	05	%6.25	01	%1.25	06	%7.5
	متوسط	51	%63.75	01	%1.25	52	%65
	جيد	22	%27.50	00	%00	22	%27.5
المجمـــــوع		78	%97.50	02	%2.5	80	%100

- **تحليل كمي**

حسب متغير الجنس:

- نرى نسبة 68.75% من المبحوثين الذكور يرون أن الفايسبوك يساهم في العمل التطوعي، 2.50% يرون عكس ذلك، أما الإناث كانت إجابتهم "نعم" بنسبة 28.75%، فيما لاتوجد أي نسبة للذين يرون عكس ذلك.

حسب متغير السن:

- 26 سنة فمافوق يقولون "نعم" بنسبة 80% و 17.50% للفئة العمرية 18-25، وجاءت نسبة 2.5% من مجموع 80/02 عدد أفراد العينة المبحوثين يقولون "لا".

حسب المستوى المعيشي:

- نجد متوسطي الدخل مؤيدين بنسبة 63.75% تليها نسبة المستوى المعيشي الجيد ب 27.50% من مجموع كل المبحوثين و 6.25% للمستوى الضعيف بنفس الاجابة على أن الفايسبوك يساهم في تحفيز العمل التطوعي، تأتي النسب المعارضة "لا" بنسبة 1.25% متساوية بين المستويين المعيشي متوسط وضعيف.

- **تحليل كيفي**

- يتضح لنا من خلال الجدول أن نسبة كبيرة من أفراد العينة يرون أن الفايسبوك كموقع للتواصل الاجتماعي، يساهم بشكل كبير في تحفيز العمل التطوعي والدليل على ذلك أن كل المجموعات الخيرية لها صفحات على موقع التواصل الاجتماعي، مايسهل عملية التواصل بين أفرادها.

الجدول(12): اجابة المبحوثين حول ماساهم "الفايسبوك" في التعريف بالجمعيات الخيرية المدعمة للعمل التطوعي.

الإجابات / المتغيرات		نعم		لا		المجمـــــوع	
		التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
الجنس	ذكر	40	%50.00	17	%21.25	57	%71.25
	أنثى	16	%20.00	07	%8.75	23	%28.75
المجمـــــوع		56	%70.00	24	%30.00	80	%100
السن	25-18	11	%13.75	03	%3.75	14	%17.5
	26فمافوق	45	%56.25	21	%26.25	66	%82.5
المجمـــــوع		56	%70.00	24	%30.00	80	%100
المستوى المعيشي	ضعيف	02	%2.50	04	%5.00	06	%7.5
	متوسط	39	%48.75	13	%16.25	52	%65
	جيد	15	%18.75	07	%8.75	22	%27.5
المجمـــــوع		56	%70.00	24	%30.00	80	%100

- **تحليل كمي**

حسب متغير الجنس:

- نجد نسبة 50% من المبحوثين الذكور يرون أن الفايسبوك يساهم في التعريف بالجمعيات الخيرية، 21.25% يرون عكس ذلك، أما الإناث كانت إجابتهم "نعم" بنسبة 20%، و بنسبة 8.75% للذين يرون العكس.

حسب متغير السن:

- 26 سنة فمافوق يقولون "نعم" بنسبة 56.25% و 13.75% للفئة العمرية 18-25، وجاءت نسبة 26.25% من يقولون "لا" لسن 26 فمافوق و 3.75%عدد أفراد العينة 25-18سنة.

حسب المستوى المعيشي:

- نجد مستوى المعيشي المتوسط مؤيدين بنسبة 48.75% تليها نسبة المستوى المعيشي الجيد ب 18.75% و 2.50% للمستوى ضعيف بنفس الاجابة على أن الفايسبوك يساهم في التعريف بالجمعيات الخيرية المدعمة للعمل التطوعي،فيما تأتي الاجابات "لا" بنسبة 16.25% للدخل المتوسط، تليها 8.75% للمستوى المعيشي الجيد ونسبة 5% لإجابة المبحوثين مستوى ضعيف.

- **تحليل كيفي**

- من خلال النتائج يتبين لنا أن نسبة مرتفعة من أفراد العينة يرون أن للفايسبوك دور كبير في التعريف بالجمعيات الخيرية المدعمة للعمل التطوعي، في حين نسبة قليلة يرون عكس ذلك، ويمكن تفسير هذه النتائج بمختلف المبادرات التطوعية التي قامت بها العديد من الجمعيات الخيرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي خاصة صفحة "الفايسبوك"، هذا الأخير الذي كان له الدور الكبير في جمع الاعانات و همزة وصل بين الجمعيات والمساهمين.

الجدول(13): انضمام المبحوثين في مجموعات تساهم في العمل التطوعي على"الفايسبوك".

الإجابات / المتغيرات		نعم		لا		المجمـــــوع	
		التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
الجنس	ذكر	36	%45	21	%26.25	57	%71.25
	أنثى	09	%11.25	14	%17.50	23	%28.75
المجمـــــوع		45	%56.25	35	%43.75	80	%100
السن	18-25	05	%6.25	09	%11.25	14	%17.5
	26فمافوق	40	%50	26	%32.50	66	%82.5
المجمـــــوع		45	%56.25	35	%43.75	80	%100
المستوى المعيشي	ضعيف	2	%2.50	04	%5	06	%7.5
	متوسط	27	%33.75	25	%31.25	52	%65
	جيد	16	%20	06	%7.50	22	%27.5
المجمـــــوع		45	%56.25	35	%43.75	80	%100

- **تحليل كمي**

حسب متغير الجنس:

- نرى نسبة 45% من المبحوثين الذكور يرون أن انضمام المبحوثينفي مجموعات تساهم في العمل التطوعي على الفايسبوك، 26.25% يرون عكس ذلك، أما الإناث كانت أكثر إجابة "لا" بنسبة 17.5%، وذلك راجع أن لهم انشغالات أخرى عن الانضمام للمجموعات الخيرية، فيما جاءت نسبة الاجابة "بنعم" ب11.25%.

حسب متغير السن:

- 26 سنة فمافوق يقولون "نعم" بنسبة 50% والاجابة ب "لا" بنسبة 32.50%، أما فئة المبحوثين الذين أعمارهم مابين 18-25 سنة يقولون "لا" بنسبة 11.25% وب "نعم" بنسبة 6.25% هذه الفئة من العمر معظمهم منشغلين بالدراسة.

حسب المستوى المعيشي:

- نجد متوسطي الدخل بنسب متقاربة حول انضمام المبحوثين لمجموعات مساهمة للعمل التطوعي على صفحة "الفايسبوك" بنسبة 33.75% أجابت "نعم" و نسبة 31.25% ب "لا"، تليها نسبة المستوى المعيشي الجيد ب 20% متطوع و7.50% غير متطوع، 2.50% للمستوى ضعيف "نعم"، وتأتي نسبة 5% ب"لا" من المبحوثين الغير منظمين في المجموعات الخيرية على موقع الفايسبوك.

- **تحليل كيفي**

- يبين لنا الجدول من خلال النتائج أن أكثر من نصف العينة يرون أن انضمامهم في مجموعات تساهم في العمل التطوعي على الفايسبوك، ويأتي الانتماء إلى المجموعات من بين أهم النشاطات التي يقوم بها مستخدم "الفايسبوك" ذلك أنها تتيح للفرد الافتراضي أن يجتمع بآخرين من مختلف أرجاء العالم يشاركونه الاهتمام ذاته.

الجدول(14): اجابة المبحوثين حول ما إذا قامو بنشر ملصقات ومواضيع تخص الاعمال التطوعية على صفحاتهم "الفايسبوك".

الإجابات / المتغيرات		نعم		لا		المجمـــوع	
		التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
الجنس	ذكر	33	%41.25	24	%30	57	%71.25
	أنثى	13	%16.25	10	%12.50	23	%28.75
المجمـــوع		46	%57.50	34	42.50	80	%100
السن	25-18	09	%11.25	05	%6.25	14	%17.5
	26فمافوق	37	%46.25	29	%36.25	66	%82.5
المجمـــوع		46	%57.50	34	%42.50	80	%100
المستوى المعيشي	ضعيف	6	%7.5	00	00	06	%7.5
	متوسط	20	%25	32	%40	52	%65
	جيد	20	%25	02	%2.50	22	%27.5
المجمـــوع		46	%57.50	34	%42.50	80	%100

- **تحليل كمي**

حسب متغير الجنس:

- من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 57.50% من أفراد العينة الذكور والإناث، كانت اجابتهم نشر ملصقات ومواضيع حول الأعمال التطوعية على صفحة الفايسبوك، أما باقي العينة الذين كانت اجابتهم "لا" بنسبة 42.50%.

حسب متغير السن:

- نلاحظ أن نسبة 46.25% من المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم من26 سنة فما فوق كانت اجابتهم ايجابية، بينما الذين تتراوح أعمارهم ما بين 18-25 سنة قدرت نسبتهم بـ11.25%، أما المبحوثين الذين كانت إجابتهم سلبية قدرت 36.25% من 26 فمافوق سنة، أما من 18-25 سنة قدرت نسبتهم بـ6.25%.

حسب المستوى المعيشي:

- نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة المستوى المعيشي المتوسط و الجيد كانت 25% للذين يستخدمون موقع الفايسبوك لنشر مواضيع حول الاعمال التطوعية، تليها نسبة 7.5%للمستوى المعيشي الضعيف، أما الذين لا يستخدمون الموقع للنشر كانت نسبتهم 40% بالنسبة للمستوى المعيشي متوسط، في حين 2.5%بالنسبة للمستوى المعيشي الجيد، ولم تسجل أي نسبة بالنسبة للمستوى ضعيف.

- **تحليل كيفي**

- نستنتج أن أغلبية أفراد العينة يقومون بنشر ملصقات ومواضيع تخص الاعمال التطوعية بهدف مساعدة الأخرين وفعل الخير، وتشجيع القائمين على المبادرات التطوعية التي تعم فائدتها على الفقراء والايتام .

الجدول (15): اجابة المبحوثين عن شكل المساهمة على صفحة "الفايسبوك".

الاجابات	التكرار	النسبة المئوية
صور	17	%21.25
مقالات	14	%17.50
أخبار	08	%10
تعليقات	14	%17.50
فيديوهات	23	%28.75
دعوات	04	%5
المجمـــــوع	80	%100

- **تحليل كمي**

- يبين الجدول أن المبحوثين يقومون بالمساهمة في نشر الأعمال التطوعية بشتى أنواعها إلا أن النسب تختلف،حيث اختلفت النسب بين الاجابات حيث تصدرت المرتبة الأولى الفيديوهات بنسبة 28.75%، تليها الصور بنسبة 21.25%، ثم في نفس المرتبة المقالات والتعليقات بنسبة 17.50%،ثم الأخبار بنسبة 10%،وفي الأخير الدعوة بنسبة 5%.

- **تحليل كيفي**

- نستنتج أن المبحوثين يساهمون بكل الأشكال من أجل المساهمة في الأعمال التطوعية ونشرها، وعليه كل مساهمة تؤثر بشكل كبير على المشاهدين من فيديوهات وصور وأخبار لأنها تمتاز بالصوت والصورة لجلب الانتباه.

الجدول (16): توضيح حول الفائدة جراء المشاركة المبحوثين على صفحة الفايسبوك في تنشيط الاعمال التطوعية.

الاجابات	التكرار	النسبة المئوية
اكتساب مهارات جديدة	12	%15
المساهمة في خدمة المجتمع	26	%32.50
كسب الوقت بأشياء مفيدة	21	%26.25
التعرف على أشخاص لديهم نفس الاهتمامات	05	%6.25
تنمية المهارات التواصل الاجتماعي	09	%11.25
مساعدة الأخرين	07	%8.75
المجمـــــوع	**80**	**%100**

- **تحليل كمي**

- يبين الجدول أعلاه لتوضيح النسب نجد أن غالبية أفراد العينة بنسبة 32.50% أنهم يفضلون المساهمة في خدمة المجتمع ،يليها 26.25% كسب الوقت بأشياء مفيدة ،ثم اكتساب مهارات جديدة بنسبة 15% في حياتهم الاجتماعية ، و 11.25%منهم من يشارك من أجل تنمية مهارات التواصل الاجتماعي، كذلك 8.75%من أجل الأعمال الخيرية لمساعدة الأخرين ، وأخيرا فإن 6.25%يفضلون التعارف وإقامة العلاقات مع أصدقاء جدد لديهم نفس الاهتمامات.

- **تحليل كيفي**

- يتضح لنا من خلال الجدول أن غالبية المبحوثين يفضلون المشاركة في مختلف الأعمال التطوعية من أجل المساهمة في خدمة المجتمع، وأغلبيتهم يشاركون في المبادرات التطوعية على صفحة الفايسبوك في سبيل الله وهذا شيء مستحسن ومفيد لاستغلال وقت الفراغ في أشياء ترضي الله عزوجل.

د- موقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" وتحفيزه على العمل التطوعي لدى"جمعية كافل اليتيم بالبليدة.

الجدول(17): جواب المبحوثين إذا ماكانو متتبعي صفحة جمعية كافل اليتيم بالبليدة.

الإجابات / المتغيرات		نعم		لا		المجمـــوع	
		التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
الجنس	ذكر	51	%63.75	06	%7.50	57	%71.25
	أنثى	20	%25	03	%3.75	23	%28.75
المجمـــوع		71	88.75	09	%11.25	80	%100
السن	25-18	12	%15	02	%2.50	14	%17.5
	26فمافوق	59	%73.75	07	%8.75	66	%82.5
المجمـــوع		71	%88.75	9	%11.25	80	%100
المستوى المعيشي	ضعيف	06	%7.50	00	00	06	%7.5
	متوسط	44	%55	08	%10	52	%65
	جيد	21	%26.25	01	%1.25	22	%27.5
المجمـــوع		71	%88.75	09	%11.25	80	%100

- **تحليل كمي**

حسب متغير الجنس:

- من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 63.75% من أفراد العينة الذكور متتبعي صفحة جمعية "كافل اليتيم بالبليدة" أما الإناث بنسبة 25%، أما باقي العينة الذين كانت اجابتهم "لا" بنسبة11.25%.

حسب متغير السن:

- نلاحظ أن نسبة 73.75% من المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم من26 سنة فما فوق كانت اجابتهم من متتبعي الجمعية، بينما الذين تتراوح أعمارهم ما بين 18-25 سنة قدرت نسبتهم بـ 15%، أما المبحوثين الذين كانت إجابتهم سلبية قدرت 8.75% من 26 فمافوق سنة، أما من 18-25 سنة قدرت نسبتهم2.50%

حسب المستوى المعيشي:

- نلاحظ أن نسبة المستوى المعيشي المتوسط كانت55% للذين يتتبعون جمعية كافل اليتيم، تليها نسبة 26.25% للمستوى المعيشي الجيد، وتأتي نسبة 7.50% بالنسبة للمستوى المعيشي ضعيف، في حين 10% بالنسبة للمستوى المعيشي متوسط الذين هم ليسو متتبعي الجمعية و نسبة 1.25% للمستوى المعيشي الجيد ولم تسجل أي نسبة بالنسبة للمستوى الضعيف.

- **تحليل كيفي**

- نستنتج أن معظم المبحوثين لديهم شعور متبادل نحو جمعية كافل اليتيم حيث أن معظمهم كانو متتبعي الاعمال التطوعية للجمعية بحسن النية ودعمها للمواصلة لأن هدفها سامي بغية مساعدة الارامل والايتام الذين ليس لهم دخل لإعانتهم.

الجدول(18): رأي المبحوثين حول ما إذا ساهم مستخدمي الفايسبوك بتنشيط العمل التطوعي لجمعية كافل اليتيم بالبليدة.

الإجابات / المتغيرات		نعم		لا		المجمـــــوع	
		التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
الجنس	ذكر	38	%47.50	19	%23.75	57	%71.25
	أنثى	20	%25	03	%3.75	23	%28.75
المجمـــــوع		58	%72.50	22	%27.50	80	%100
السن	25-18	10	%12.50	04	%5	14	%17.5
	26فمافوق	48	%60	18	%22.50	66	%82.5
المجمـــــوع		58	%72.50	22	%27.50	80	%100
المستوى المعيشي	ضعيف	04	%5	02	%2.50	06	%7.5
	متوسط	34	%42.50	18	%22.50	52	%65
	جيد	20	%25	02	%2.50	22	%27.5
المجمـــــوع		58	%72.50	22	%27.50	80	%100

- **تحليل كمي**

- يتضح لنا من خلال الجدول أن غالبية المبحوثين بنسبة 72.50% يرون ان مستخدمي الفايسبوك يقومون بتنشيط العمل التطوعي لجمعية كافل اليتيم بالبليدة، بينما تأتي نسبة 27.50%معاكسة للغالبية.

ومع اختلاف المتغيرات الخاصة بالمبحوثين سجلت النسب كالأتي:

حسب الجنس:

- نلاحظ أن نسبة 47.50% من الذكور جعلهم موقع الفايسبوك يقومون بتنشيط الحملات للجمعية، وكذلك بالنسبة للإناث حيث قدرت نسبتهم بـ 25%بينما المبحوثين الغير مساهمين كانت نسبتهم 23.75%بالنسبة للذكور و 3.75%بالنسبة للإناث.

حسب السن:

- من خلال الجدول تبين لنا نسبة 60% كانت لكل من المبحوثين الذين أعمارهم من 26 فمافوق، أما المبحوثين من 18-25 قدرت نسبتهم بـ 12.50% وهذا بالنسبة لإجابتهم بنعم، أما فيما يخص بالإجابة "لا"بنسبة 5% وب 22.50% للسن26 فمافوق.

حسب المستوى المعيشي:

-تضح لنا من خلال الجدول أن كل مبحوثين المستوى المعيشي المتوسط بنسبة 42.50% تليها نسبة 25% للمستوى المعيشي الجيد،أما المستوى المعيشي ضعيف فكانت نسبتهم 5%، أما بالنسبةللمبحوثين الذين كان لرأيهم مخالف بعدم تنشيط صفحة الفايسبوك العمل التطوعي لجمعية كافل اليتيم فكانت للمستوى الدخل المتوسط بنسبة 22.50%، وكانت نسبة 2.50% للمستوى المعيشي الجيد وضعيف.

- **تحليل كيفي**

- يتبين لنا من خلال تفريغ البيانات أكثر من نصف العينة تمكنوا على أن مستخدمي الفايسبوك يقومون بتنشيط العمل التطوعي "لجمعية كافل بالبليدة"، وذلك على اختلاف متغير الجنس والسن وكذا المستوى المعيشي، ويتضح لنا أن كل المبحوثين من الجنسين قام الفايسبوك بتفعيل علاقاتهم خاصة في هذه المرحلة الحساسة والتي يكون فيها بأمس الحاجة إلى كسب العديد من المتطوعين الجدد، كما أن تنشيط الحملات التطوعية على صفحة الفايسبوك أكثر جدية واحترافية وسرعة تبادل الافكار والآراء وسهولة تواصل "جمعية كافل اليتيم" مع المساهمين،

في المقابل لا نجد أي صدى لبعض المبحوثين ربما لانهم لاتستهويهم مواقع التواصل الاجتماعي ويفضلون العمل على ارض الميدان لإبراز قدراتهم اكثر في الحملات التطوعية ودعم للجمعية.

الجدول(19): رؤية المبحوثين للحملات التطوعية لجمعية كافل اليتيم بالبليدة عبر موقع "الفايسبوك"

الإجابات / المتغيرات		واسع		ضيق		المجمـــوع	
		التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
الجنس	ذكر	53	%66.25	04	%5	57	%71.25
	أنثى	21	%26.25	02	%2.50	23	%28.75
المجمـــوع		74	%92.50	06	%7.5	80	%100
السن	25-18	13	%16.25	01	%1.25	14	%17.5
	26فمافوق	61	%76.25	5	%6.25	66	%82.5
المجمـــوع		74	%92.50	06	%7.5	80	%100
المستوى المعيشي	ضعيف	06	%7.50	00	00	06	%7.5
	متوسط	48	%60	04	%5	52	%65
	جيد	20	%25	02	%2.50	22	%27.5
المجمـــوع		74	%92.50	06	%7.5	80	%100

- **تحليل كمي**

حسب متغير الجنس:

- من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 92.50% من أفراد العينة الذكور والإناث، كانت رؤيتهم للحملات واسعة لجمعية كافل اليتيم حول الأعمال التطوعية على صفحة الفايسبوك، أما باقي مبحوثين كانت نسبة ضئيلة بتضييق العمل التطوعي بنسبة 7.50%.

حسب متغير السن:

- نلاحظ أنأغلبية الاجابات بنسبة 76.25% من المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم من26 سنة فما فوق كانت اجابتهم مؤيدة لتوسيع الحملات عبر موقع الفايسبوك، بينما الذين تتراوح أعمارهم ما بين 18-25 سنة قدرت نسبتهم ب16.25%، أما المبحوثين الذين كانت إجابتهم معارضة قدرت 6.25% من 26 فمافوق سنة، أما من 18-25 سنة قدرت نسبتهم ب1.25%.

حسب المستوى المعيشي:

- نلاحظ أن نسبة المستوى المعيشي متوسط كانت 60% للذين يستخدمون موقع الفايسبوك لتوسيع الاعمال التطوعية، تليها نسبة 25% للمستوى المعيشي جيد، في حين كانت نسبة للمستوى المعيشي ضعيف ب7.50%، أما الذين لا يرون الموقع له شعبية في توسيع الحملات كانت نسبتهم 5% بنسبة للمستوى المعيشي متوسط الدخل، في حين 2.5% بالنسبة للمستوى المعيشي الجيد، ولم تسجل أي نسبة بالنسبة للمستوى الضعيف.

- **تحليل كيفي**

- نستنتج أن معظم المبحوثين ترى موقع الفايسبوك له انتشار واسع للحملات التطوعية لجمعية كافل اليتيم، ولها صدى كبير تحققه بمشاركة كبيرة من قبل الناس بمختلف الشرائح العمرية، ويرون أن الموقع له سرعة في تحقيق أهداف الجمعية أكثر من أرض الواقع، وجلب أكبر عدد ممكن من الامدادات والإعانات لليتامى والأرامل.

الجدول(20): الأعمال التطوعية التي لفتت انتباه المبحوثين لجمعية كافل اليتيم عبر موقع "الفايسبوك".

الاجابات	التكرار	النسبة المئوية
الزواج الجماعي	**16**	**%20**
قفة رمضان	**21**	**%26.25**
الاعانات المدرسية	**14**	**%17.50**
مساعدة المرضى	**15**	**%18.75**
الاعياد والمناسبات	**14**	**%17.50**
المجمـــــوع	**80**	**%100**

- **تحليل كمي**

- يبين هذا الجدول أن نسبة 26.25% يؤيدون قفة رمضان، تليها نسبة 20%الزواج الجماعي، ثم مساعدة المرضى بالنسبة 18.75%، وفي الأخير كانت اختيار العينة متساوي النسب ب 17.50%للإعانات المدرسية والاعياد والمناسبات.

- **تحليل كيفي**

- نرى من هذه النتائج أن معظم المبحوثين كانت اجابتهم قفة رمضان وذلك لأنه شهر عظيم ويعم الخير وجمعية كافل اليتيم تنظم أكبر مائدة افطار في شهر رمضان بالبليدة ونشرها على صفحتها الرئيسية "الفايسبوك" لذلك كان الشهر الفضيل نسبته عالية، وأيضا الزواج الجماعي للشباب وذلك لكسب الأجر وزرع المحبة والتضامن في أوساط المجتمع وكل الأعمال التطوعية للجمعية هي فرحة للأيتام والأرامل وكل من ساهم من بعيد أو قريب.

الجدول (21): توضيح اجابة المبحوثين عن السؤال المفتوح حول المناسبة التي وجب على الجمعية التركيز عليها في عملها التطوعي.

يرى افراد العينة أن كل المناسبات يجب التركيز عليها ومعظم الاعمال التطوعية والخيرية مد العون لليتامى والأرامل، حيث يرى المبحوثين ان الحملات والمبادرات الخيرية للجمعية كافل اليتيم بالبليدة تبرز أكثر في الشهر الفضيل شهر رمضان لأنه كل سكان ولاية البليدة يتبرعون لقفة رمضان، وأيضا ملابس العيد للأطفال اليتامى، وهذه المناسبة ركز عليها العديد من المستجوبين على أن الجمعية يجب التركيز عليها في عملها التطوعي وأجر الله على كل متطوع لهذه الحملات الخيرية و ابراز أهمية التفاني في سبيل العطاء عن طيب خاطر لسعادة الأخرين.

الجدول (22): جواب أفراد العينة للسؤال المفتوح على أهم نشاطات للجمعية بمناسبة شهر رمضان وعيد الفطر التي تلائم .

تبين لنا من خلال تحليلنا للسؤال ان جميع أفراد العينة كانت إجاباتهم حول اهم نشاط تقوم به الجمعية هي مائدة الإفطار الجماعي للفقراء الايتام والأرامل، ومن بين أولويات الجمعية العمل على إحياء صور التماسك المتين للأسرة الجزائرية من خلال التحسيس والتوعية بالخيرات والنعم التي يجنيها المتكفل باليتيم، وتقوم الجمعية بجمع أكبر عدد ممكن من ملابس العيد وأموال، ويكون تدخل الجمعية من خلال مكاتبها الولائية والبلدية لولاية البليدة، في مرافقة اليتامى ومساعدتهم وتقديم مختلف الاعانات لإدخال فرحة العيد والبهجة للمحتاجين .

المطلب الثاني : نتائج الدراسة

جاءت هذه الدراسة بجملة من النتائج أهمها:

- أظهرت بيانات الدراسة أن إقبال فئة الذكور على موقع "الفايسبوك" أكثر من الإناث.
- أظهرت أن الفئة العمرية 26 سنة فما فوق لهم جاذبية أكثر في المشاركة والتحفيز للأعمال التطوعية
- لاحظنا جميع المبحوثين على اختلاف مستوياتهم المعيشية (فقراء، متوسطي الدخل، أغنياء) لديهم شبكة الإنترنت ولو بنسب متفاوتة.
- أظهرت أن المساهمين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي.
- أظهرت أن المساهمين يفضلون موقع "الفايسبوك" أكثر من موقع التواصل الاجتماعية الأخرى (يوتيوب، تويتر).
- الكثير من المساهمين يفضلون الدخول لموقع "الفايسبوك" في الفترة الليلية.
- لاحظنا أن المساهمين الذكور هم الذين يفضلون الدخول لموقع "الفايسبوك" في الفترة الليلية أكثر من الإناث.
- معظم المساهمين يفضلون اللغة الفرنسية ويعتمدون عليها كلغة أولى أثناء الدردشة على موقع "الفايسبوك".
- لاحظنا أن سهولة استعمال موقع "الفايسبوك" جعل من المساهمين يقبلون عليه بكثرة بالإضافة إلى تبادل المعارف.
- أكثر المساهمين المبحوثين الذين يفضلون استخدام "الفايسبوك" لسهولة استعماله هم ذكور.
- أظهرت النتائج أن المساهمين المبحوثين يفضلون استخدام "الفايسبوك" من أجل حرية التعبير والرأي.
- لاحظنا أن المساهمات (الاناث) يفضلن أكثر استخدام "الفايسبوك" من أجل إنشاء مواضيع.
- معظم المبحوثين يرون أن للفايسبوك تأثير في خلق علاقات جديدة في المجتمع الجزائري.
- أظهرت النتائج أن 97,5% من أفراد العينة المدروسة يرون بأن "الفايسبوك" يساهم في تحفيز العمل التطوعي.
- المساهمون يمجدون الدور الكبير الذي يلعبه "الفايسبوك" في تحفيز العمل التطوعي.

* أظهرت النتائج أن الفايسبوك ساهم في التعريف بالجمعيات الخيرية المدعمة للعمل التطوعي.

- استنتجنا أن درجة الوعي بالعمل التطوعي لدى المساهمين في تزايد مستمر.

- أظهرت النتائج أن 56,25% من المساهمين يفضلون الانضمام في مجموعات تساهم في العمل التطوعي على الفايسبوك فيما نسبة معتبرة تقدر بـــ 43,75% لا يفضلون ذلك.

- استنتجنا أن الفوائد التي يتوقعونها المساهمين المبحوثين جراء مشاركتهم في الأعمال التطوعية هي المساهمة في خدمة المجتمع بالدرجة الأولى وكذا شغل وقت الفراغ بأشياء مفيدة وتنمية مهارات التواصل الاجتماعي، واكتساب مهارات جديدة يرونها ذات أهمية أقل من المساهمة في خدمة المجتمع والنهوض بالدولة في مختلف المجالات.

- لاحظنا أن المبادرات التطوعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة، وموقع "الفايسبوك" بصفة خاصة أنها مبادرات مستحسنة مكملة للنقص الذي تعاني منه الدولة الجزائرية في مختلف المجالات، وهي بحاجة إلى التطور والسير إلى الأحسن.

- إن أغلبية أفراد العينة يقومون بنشر ملصقات ومواضيع تخص الأعمال التطوعية بهدف مساعدة الآخرين وفعل الخير، وتشجيع القائمين على المبادرات التطوعية.

- معظم المبحوثين يقومون بالمساهمة في نشر الأعمال التطوعية بشتى أنواعها من صور وفيديوهات وأخبار ومقالات وتعليقات ... إلخ.

- أظهرت النتائج عند تبويبهانسبة 63,75% من أفراد العينة البحث متتبعي صفحة جمعية "كافل اليتيم بالبليدة".

- واستنتجنا أن معظم متتبعي الأعمال التطوعية للجمعية "كافل اليتيم" بحسن نية هدفهم مساعدة الأرامل واليتامى.

- من خلال تفريغ البيانات استنتجنا أن تنشيط الحملات التطوعية للجمعية على صفحة الفايسبوك أكثر جدية واحترافية وسرعة تبادل الأفكار والآراء وسهولة تواصل جمعية "كافل اليتيم" مع المساهمين.

- كما استنتجنا أنه يوجد بعض المبحوثين لا تستهويهم مواقع التواصل الاجتماعي ويفضلون العمل على أرض الميدان لإبراز قدراتهم في العمل التطوعي.

- لاحظنا أن معظم المبحوثين لفتت انتباههم الأعمال التطوعية على صفحة الفايسبوك "لجمعية كافل اليتيم بالبليدة" قفة رمضان بنسبة 26,25%.

- ولاحظنا أن أهم نشاط للجمعية بمناسبة شهر رمضان الفضيل وعيد الفطر من خلال تحليلنا للسؤال، هي مائدة الإفطار الجماعي لليتامى والأرامل ومساعدتهم وتقديم مختلف الإعانات لإدخال فرحة العيد والبهجة.

- أظهرت النتائج أن كل أفراد العينة المبحوثة يرون أن "الفايسبوك" ساهم بشكل كبير في إبراز الجمعية الخيرية "كافل اليتيم بالبليدة" التي تدعم العمل التطوعي.

- وفي الأخير نستنتج أن المبادرات التطوعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة، وموقع "الفايسبوك" بصفة خاصة، هي مبادرات خيرية مكملة للنقص الذي تعاني منه الدولة الجزائرية في مختلف المجالات، وتقصيرها في حق المجتمع الذي لا يستطيع تلبية حاجاته من أكل وشرب وملبس، وهنا تعمل الجمعية المساهمة في خدمة الأرامل والأيتام لتعميم الخيرات على الجميع.

من خلال دراستنا استطعنا التوصل إلى أن مواقع التواصل التي تتصدر قائمة المواقع الأخرى في الجزائر هي الفايسبوك، حيث أن طبيعة استخدامها قد تختلف باختلاف المستوى الفكري والثقافي، فإن مواقع التواصل الاجتماعي دخلت من بابها الواسع في الحياة المجتمع تضم فوائد متعددة.

ولهذا لا أحد يستطيع أن ينكر مدى أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في حياتنا المعاصرة، فتلك المواقع خاصة "الفايسبوك" لم تعد مجرد شبكات اجتماعية من أجل التواصل والحديث مع الأصدقاء والأقرباء في البلاد البعيدة فقط، بل باتت جزء لا يتجزأ من منظومة الطلبة الجامعيين الجزائريين الذين يعتبرون أن "الفايسبوك" بمثابة قناة مفتوحة لتفعيل الأنشطة الخيرية التطوعية، لذلك فإن العمل التطوعي لم يبقى فعلا ارتجاليا أو ثانويا، إنما هو فعل يعبر عن سلوك حضاري راق، وهو ما يحتاج من القائمين على العمل التطوعي التفكير الجدي في إعداد برامج لزيادة وعي الشباب بأهمية الأنشطة التوعوية خدمة لمجتمعاتنا ودفعهم نحو الانخراط المتزايد في هذه الأنشطة.

وفي الختام ندعوا الناس جميعا وخاصة المسلمين منهم إلى المبادرة والمسارعة في تقديم النفع والخير للآخرين وخاصة المتضررين منهم. ونسأل الله أن يؤلف على الخير قلوبنا، ويجمع شملنا، ويبعد الشرور عنا، ويحفظ عباده من المحن والمصائب، اللهم نسألك أن ترزق كل محتاج وتغني كل فقير وتسعد كل حزين وتفرج عن كل مهموم.

"والحمد لله رب العالمين".

1- المراجع باللغة العربية:

1- الأفندي اسماعيل محمد، **دور المدرسة في تعزيز ثقافة العمل التطوعي**، جامعة القدس المفتوحة.

2- بدر أحمد، أصول البحث العلمي ومناهجه، وكالة المطبوعات للنشر، الكويت، 1979.

3- بن مرسلي أحمد، **مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال**، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، ط2، 2005.

4- بن ناصر الجليل عبد العزيز ،**وقفات تربوية في ضوء القرآن الكريم**، دار طيبة، السعودية، ط2، 1998.

5- جمال مجاهد أماني، **الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة**، دراسات المعلومات، العدد الثامن، مايو 2011، جامعة الملوغية.

6- حسين ابراهيم، **العمل التطوعي في المنظور العالمي**، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر الثاني للتطوع، الشارقة: الإمارات العربية المتحدة، 2001م.

7- حسين، سيد أبو بكر، **طريقة الخدمة الاجتماعية في تنظيم المجتمع**، مكتبة الانجلو، القاهرة، 1985م.

8- الدليمي عبد الرزاق محمد، **الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية**، ط1، دار وائل للنشر، الأردن، 2011.

9- رخال عمر، **الشباب والعمل التطوعي في فلسطين**، مؤسسة الحياة للإغاثة والتنمية، 2006.

10- شتيوي موسى ، **التطوع والمتطوعون في العالم العربي**، دار نوبار للطباعة، الشبكة العربية للمنظمات الأهلية، 2000.

11- عابد زهير، **دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي**، مجلة جامعة النجاح للأبحاث، فلسطين، 2012.

12- عادل سليمان السيد أمينة ، هبة محمــد خليفة عبد العال، **الشبكات الاجتماعية وتأثيرها في الأخصائي والمكتبة**، دار شاملة لتواجد والاستخدام لموقع الفايس بوك، حلوان، 2011.

13- عباس مصطفى صادق، **الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات**، دار الشروق للنشر والتوزيع، 2008.

14- عبد الحميدمحمد ،**تحليل المحتوى في البحوث الإعلام**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر،1979.

15- عبيداتمحمد ، **منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات**، كلية الاقتصاد، الاردن، 1999.

16- العلي، سليمان بن علي، **تنمية الموارد البشرية والمالية في المنظمات الخيرية**، ط1، 1996.

17- فهد سلطان ،**اتجاهات الشباب الجامعي الذكور نحو العمل التطوعي**، دراسة تطبيقية على جامعة الملك سعود، 2009م.

18- فيصل محمد عبد الغفار فيصل، **شبكات التواصل الاجتماعي**، الجنادرية لنشر والتوزيع، ط1، 2016.

19- القاضي دلال، محمود البياني، **منهجية أساليب البحث العلمي وتحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي**، ط1،دار حامد للنشر والتوزيع، عمان،2007.

20- مزري تش بن، **قصبة الفايسبوك، ثورة وثروة**، ترجمة الهلالي وائل محمود محمد.

21- مساعد بن منشط اللحياني ، **التطوع مفهومه وأهميته وآثاره الفردية والاجتماعية وعوامل نجاحه ومعوقاته**، بحث منشور مقدم للمؤتمر العلمي الأول للخدمات التطوعية بالمملكة العربية السعودية، جامعة أم القرى.

22- مصباح عامر، **منهجية البحث العلمي في العلوم السياسية والاعلام**، ديوان المطبوعات الجامعية،الجزائر،1998.

23- المقدادي خالد غسان يوسف، **ثورة الشبكات الاجتماعية** ، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، سنة 2013.

24- المنصور محمد ،**تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية، العربية نموذجا**، كلية الأدب والتربية، جامعة القاهرة، 2012.

25- ناصر سحر، **حرب بيانات بين "غوغل" و "فايسبوك"**، موقع إسلام أون لاين.

26- نصيف شادي، **فضائحFacebook**، ط1، دار الكتاب العربي، دمشق، 2009.

27- النعيمي محمد عبد العال ، عبد الجبار توفيق البياتي، غازي جمال خليفة، طرق ومناهج البحث العلمي، ط1، 2009.

28- وائل مبارك خضر فضل الله، **أثر الفايس بوك على المجتمع**، ط1، دار شمس النهضة، السودان، 2010.

29- وليد رشاد زكي، **نظرية الشبكات الاجتماعية من الايديولوجيا إلى الميثودولوجيا، سلسلة قضايا استراتيجية**، المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني، مارس 2012.

2-الرسائل والاطروحات :

30- بن طيب ياسمينة، درياسة رتيبة، **دور شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير العلاقات الاجتماعية**، مذكرة تخرج لنيل شهادة ليسانس في علوم الاعلام والاتصال، سنة 2011، 2012.

31- حجور ثيللي، **مذكرة دور موقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" في الترويج للعلامة التجارية**، لنيل شهادة الماستر، الدفعة2012، سنة 2015.

32- سمر بنت محمـد، **مدى ادراك طالبات الدراسات العليا بجامعة أم القرى لمجالات العمل التطوعي للمرأة في المجتمع السعودي**، مذكرة ماجستير، جامعة أم القرى، السعودية.

33- غانم عثمان، **مذكرة دور مواقع التواصل الاجتماعي في التحسيس بالأعمال التطوعية**، لنيل شهادة الماستر 2015/2014.

34- فخري حسن، **معوقات مشاركة المرأة في العمل التطوعي من وجهة نظر المتطوعين والعاملين في مؤسسات المجتمع المدني في محافظة نابلس**، رسالة ماجستير، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2014.

35- لافي إحسان محمد، **العمل التطوعي من منظور التربية الإسلامية**، رسالة ماجستير، جامعة اليرموك، 2003.

36- المنصور محمـد ، **تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين**، رسالة ماجستير، الأكاديمية العربية، الدانمارك، 2012.

3- المجلاتوالمنشورات:

37- راضي زاهر، **واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي**، مجلة التربية عدد15، جامعة عمان،2003.

38- العمري علي الصرصيري أحمد ، دخيل الله حمد، **مفهوم الخدمة التطوعية ومجلاتها**، بحث منشور، مقدم للمؤتمر العلمي الأول للخدمات التطوعية بالمملكة العربية السعودية، جامعة أم القرى، مكة المكرمة، 1418هـ/1997م.

39- فرغلي ابراهيم، **الفايسبوك العربي، من الثورة إلى الرقابة الشعبية**، مجلة العربي، العدد 630، الكويت، 2011.

4- المعجم باللغة العربية:

40- درويشيحي حسن ،**معجم مصطلحات الخدمة الاجتماعية**، ط1، الشركة المصرية العالمية للنشر، القاهرة، 1998.

41- دنبكنميشيل ، **معجم علم الاجتماع، ترجمة احسان محمد الحسن**، دار الطليعة، بيروت، لبنان، 1986.

2- المراجع باللغة الفرنسية:

42- D.Boyd and N.Ellison: **social network. Sites, définition, history, and schoolarship, school of information**, university of california, berkly, 2007.
43- David fayon: **le web 2.0, l'internet participatif**, MEDEALOG, n68, France, décembre 2008.

3- مواقع الإنترنت

www.alitthad.ae/php?id:61761

www.ahyahaoui.org/réseaux.sociaux.danois.htm

http://kenanonline.com/users/oshor-gaper/posts/51288/

http://www.islamonline.net/arabic/new/06.02.2010/13.shtml?

www.techno4com.com، أشهر المواقع الاجتماعية على الإنترنت/ماذا تعرف على الفايسبوك

www.aum.edu.eg/forum/index.php?1178

www.ahram.org.eg.aspx?serial:952815

www.blogspot.fr/blog.post.html.

www.islamme.com (د.م) الفايس بوك إيجابياته وسلبياته،

www.balochrise.com (د.م) الفايس بوك إيجابيات أم مجرد سلبيات،

www.alamin-sy.com (د.م) إيجابيات وسلبيات الفايس بوك،

www.thawratelweb.com عمر الحمدي، خمسة فوائد من الفايس بوك غير التواصل مع الأصدقاء،

www.marefa.org (د.م) نشأة الفايس بوك،

www.wikipedia.org/wiki (د.م) ماهية الفايس بوك ،

.www.dreamcity.net (د.م) أضرار الفايس بوك،

http://al-3in.com/vb/showthread.php?t=54943#ixzz3fnZECpHO منتدى جنرال العين

http://www.kafelelyatim-blida.org

ملحق رقم (1): استمارة استبيانية

جامعة الدكتور يحي فارس بالمدية

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال

تخصص اتصال وعلاقات عامة

استمارة استبيانيه

عنـــــوان البحـــــث:

دور شبكات التواصل الاجتماعي في تحفيز العمل التطوعي

–دراسة مسحية لمساهمي جمعية "كافل اليتيم بالبليدة"–

عبر "الفايسبوك"

هذه الاستمارة استبيان لبحث ميداني يندرج ضمن بحث لرسالة ماستر في علوم والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة ،لهذا نرجو منكم مساعدتنا بالإجابة على الاسئلة ونحيطكم علما ان المعلومات التي تدلو بها لن تستعمل إلا في اطار البحث العلمي،لكم مني جزيل الشكر والامتنان.

ملاحظة: ضع علامة (×) داخل اطار الاجابة المناسبة.

اعداد الطالبان:

* ولدعلي فاطمة الزهراء
* ايـــــرس نبيل

تحت اشراف الاستاذ:

رابح بلقاسمي

السنة الجامعية: 2018/2017

البيانات الشخصية

الجنس : ذكر ☐ أنثى ☐

السن : 18-25 ☐ 26 فما فوق ☐

المستوى المعيشي :

فقير ☐ متوسط الدخل ☐ غـــني ☐

المحور الاول : درجة تعرض المساهمين لمواقع التواصل الاجتماعي

1/ هل أنت مستخدم لمواقع الاجتماعي ؟

نعم ☐ لا ☐

2/ ما هو الموقع الذي تستخدمه ؟

الفايسبوك ☐ تويتـــر ☐ يوتيـــوب ☐

المحور الثاني : درجة تعرض المساهمين لموقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك"

3/ ماهي الفترة التي تفضلها في استخدامك لموقع "الفايسبوك" ؟

صباحا ☐ مساءا ☐ ليلا ☐

4/ ماهي اللغة التي تستخدمها في "الفايسبوك" ؟

العربية ☐ الفرنسية ☐ الانجليزية ☐

أخرى .....

5/ ماهي الخدمات التي تفضلها على موقع "الفايسبوك" ؟

السرعة ☐ تبادل المعارف ☐ سهولة الاستعمال ☐

6/ ماهي طبيعة وكيفية استخدامك لموقع "الفايسبوك" ؟

انشاء المواضيع ☐ انشاء علاقات مع الغير ☐ حرية التعبير والرأي ☐

استعمالات أخرى

.....

7/ هل يؤثر "الفايسبوك" في خلق علاقات جديدة في المجتمع الجزائري ؟

نعم ☐ لا ☐

المحور الثالث : علاقة "الفايسبوك" بالعمل التطوعي

8/ هل ترى أن "الفايسبوك" يساهم في تحفيز العمل التطوعي ؟

نعم ☐ لا ☐

9/ بالنسبة لك هل ساهم "الفايسبوك" في التعريف بالجمعيات الخيرية المدعمة للعمل التطوعي ؟

نعم ☐ لا ☐

10/ هل انضممت الى مجموعة تساهم في العمل التطوعي على "الفايسبوك" ؟

نعم ☐ لا ☐

11/ هل سبق لك وقمت بنشر ملصقات ومواضيع تخص الاعمال التطوعية على صفتحك "الفايسبوك" ؟

نعم ☐ لا ☐

12/ اذا كانت اجابتك بنعم فهل مساهمتك كانت بشكل ؟

صور ☐ مقالات ☐ أخبار ☐ تعليقات ☐ فيديوهات ☐ دعوات ☐

13/ ماهي الفائدة التي تتوقعها جراء مشاركتك على صفحة "الفايسبوك" في تنشيط الأعمال التطوعية ؟

مساعدة الأخرين ☐

اكتساب مهارات جديد ☐

المساهمة في خدمة المجتمع ☐

كسب الوقت بأشياء مفيدة ☐

التعرف على أشخاص لديهم نفس الاهتمامات ☐

تنمية مهارت التواصل الاجتماعي ☐

فوائد أخرى

.....

المحور الرابع : موقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" وتحفيزه على العمل التطوعي لدى "جمعية كافل اليتيم بالبليدة

14/ هل تتابع صفحة الجمعية الخيرية كافل اليتيم بالبليدة ؟

نعم ☐ لا ☐

15/ حسب رأيك هل ساهم مستخدمي الفايسبوك بتنشيط العمل التطوعي لجمعية كافل اليتيم بالبليدة ؟

نعم ☐ لا ☐

16/ كيف ترى الحملات التطوعية لجمعية كافل اليتيم بالبليدة عبر موقع الفايسبوك ؟

واسع ☐ ضيق ☐

اشرح

.....

.....

17/ماهي الأعمال التطوعية التي تقوم بها جمعية كافل اليتيم بالبليدة عبر موقع "الفايسبوك" والتي لفتت انتباهك؟

الزواج الجماعي ☐

قفة رمضان ☐

الاعانات المدرسية ☐

مساعدة المرضى ☐

الاعياد والمناسبات ☐

اعمال أخرى

.....

.....

18/ حسب رأيك ماهي المناسبة التي وجب على الجمعية التركيز عليها في عملها التطوعي؟

.....

.....

19/ توجد بعض المناسبات على الأبواب كشهر رمضان وعيد الفطر ماهي النشاطات التي تراها تلائم هذه المناسبات ؟

.....

.....

ملحق رقم (2): فهرس جداول الاستمارة

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	73
02	توزيع أفراد العينة حسب السن	74
03	توزيع أفراد العينة حسب المستوى المعيشي	75
04	يوضح مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.	76
05	مواقع التواصل التي يزورها المبحوثين.	78
06	الفترة التي يفضلها مستخدم موقع "الفايسبوك"	80
07	اللغة المستعملة في "الفايسبوك" من طرف المبحوثين.	82
08	الخدمة التي يفضلها المبحوثين على موقع "الفايسبوك".	84
09	طبيعة وكيفية استخدام المبحوثين لموقع "الفايسبوك"	86
10	اجابة المبحوثين حول ما إذا كان للفايسبوك تأثير في خلق علاقات جديدة في المجتمع الجزائري.	88
11	اجابة المبحوثين اذا كان "الفايسبوك" يساهم في تحفيز العمل التطوعي.	90
12	اجابة المبحوثين حول ماساهم "الفايسبوك" في التعريف بالجمعيات الخيرية المدعمة للعمل التطوعي.	92
13	انضمام المبحوثين في مجموعات تساهم في العمل التطوعي على"الفايسبوك".	94

14	اجابة المبحوثين حول ما إذا قامو بنشر ملصقات ومواضيع تخص الاعمال التطوعية على صفحاتهم "الفايسبوك".	96
15	اجابة المبحوثين عن شكل المساهمة على صفحة "الفايسبوك".	98
16	توضيح حول الفائدة جراء المشاركة المبحوثين على صفحة الفايسبوك في تنشيط الاعمال التطوعية.	99
17	جواب المبحوثين إذا ماكانو متتبعي صفحة جمعية كافل اليتيم بالبليدة.	100
18	رأي المبحوثين حول ما إذا ساهم مستخدمي الفايسبوك بتنشيط العمل التطوعي لجمعية كافل اليتيم بالبليدة.	102
19	رؤية المبحوثين للحملات التطوعية لجمعية كافل اليتيم بالبليدة عبر موقع "الفايسبوك"	104
20	الأعمال التطوعية التي لفتت انتباه المبحوثين لجمعية كافل اليتيم عبر موقع "الفايسبوك".	106



K.E.Y
Kafil El Yatim
BLIDA

كافل اليتيم البليدة

Annuler l'invit... Abonné(e) Contacter

A travaillé à الجمعية الخيرية كافل اليتيم - البليدة

Habite à **Blida**

De **Blida**

Suivi par **2 845 personnes**


و السيد والي ولاية البليدة
نادي المقاولين والصناعيين للمتيجة
CLUB DES ENTREPRENEURS
& INDUSTRIELS DE LA MITIDJA
257
3

الجمعية الخيرية كافل اليتيم - البليدة a ajouté 280 photos à l'album **#أكبر_إفطار_رمضان_على_شرف_الأيتام_بالعا**

لم تحت شعار: الجزائر بيتنا — à **Stade Mustapha-Tchaker**.

25 mai à 22:56 • Blida •

عندما تتجلى صور الإبداع و التميز في أبهى صورها في العمل الخيري و التضامني

نكون عندها نتحدث عن :

الجمعية الخيرية كافل اليتيم لولاية البليدة

تحت رعاية ... Lire la suite



كافل اليتيم البليدة a changé sa photo de couverture.

14 mai à 00:19 •

حملة #سنابل_الخير_7

لجمع قفة رمضان و كسوة العيد لفائدة الأيتام

كلنا معا. يد واحدة من الى الله سرور تدخله على قلب مسلم، فما بالك و ذلك المسلم طفل يتيم بحاجة ماسة لمساعدتك .

يمكنك التبرع و المساهمة في الحملة عبر المعلومات التالية :

الهاتف النقال: 0780803718/0780803724

C.C.P: 59/ 2523533 / BDL: 005001814180139100 12

#حملة_سنابل_الخير_7

#الجمعية_الخيرية_كافل_اليتيم_لولاية_البليدة

#بدعمكم_نرعاهم_ونصنع_فرحتهم



.ajouté 6 nouvelles photos

22 avr. à 11:06 • Blida •

صباح الخيرات و البركات 😃
صور لبرنامج التكوين و التدريب لفائدة الأيتام، حيث يجتمع الأيتام بمؤطريهم كل يوم سبت بمقر الجمعية ببني مراد من أجل حضور ورشات... Lire la suite











الجمعية الخيرية كافل اليتيم - البليدة

لجمع 10.000 كتاب لفائدة الأيتام #مشروع_خير_جليس

: الكتاب

عالم آخر:نعيش بين سطوره، فنكتشف، و نتعلم، و نحلم... ونقرأ.. و نرقى

و لأن العناية باليتيم، لا يمكن اختصارها في الماديات المجردة ..من مأكل و ملبس

كان #مشروع_خير_جليس لتوفير 10.000 كتاب لفائدة اليتيم

وكنا نحن #الجمعية_الخيرية_كافل_اليتيم_لولاية_البليدة هنا

.

صلة بينك و بينه

كل دينار تهبه=ورقة من كتاب

كل ورقة من كتاب..أسطر من العلم و المعرفة، و المتعة..و الأمل

كل كتاب تهديه،،طفل يقرأ..بل أطفال

كل يتيم يقرأ حلم جميل بغد أفضل..له، و لنا

معا...نضع10000 كتاب بين أيديهم

معا نصنع أملهم

الجمعية_الخيري_ة_كافل_اليتيم_ل_ولاية_البليدة#

#بدعمكم_نرعاهم_ونصنع_فرحتهم

Photos de couverture · 10 avril ·

تكريم الأيتام من طرف مؤسس...
https://m.facebook.com



الجمعية الخيرية كافل اليتيم - البليدة

mai, à 15:52 · تكريم الأيتام من طرف مؤسسة اتصالات الجزائر · 2

Afficher en taille réelle · Plus d'options



الجمعية الخيرية كافل اليتيم - البليدة

Photos de couverture · 9 mars ·

Afficher en taille réelle · Plus d'options



الجمعية الخيرية كافل اليتيم - البليدة

-جامعة علي لونيسي-البليدة2

كلية العلوم الإقتصادية و التجارية و علوم التسيير

مخبر تسيير الجماعات المحلية و دورها في تحقيق التنمية

و بالتعاون مع #الجمعية_الخيرية_كافل_اليتيم_لو
لاية_البليدة

: ينظمون #الملتقى_العلمي_الدولي حول

بين الرهانات الإقتصادية و - #الإقتصاد_العادل_والتضامني
-مستلزمات العدالة الإجتماعية

وذلك يومي 12 و 13 مارس 2018 بمدرج المعرفة بكلية العلوم الإقتصادية و الإفتتاح سيكون يوم غد إبتداء من الساعة الـ 9.00 صباحا.

كونوا في الموعد

الجمعية_الخيري ة_كافل_اليتيم_ل ولاية_البليدة#

#بدعمكم_نرعاهم_ونصنع_فرحتهم

Photos de couverture · 11 mars ·



الجمعية الخيرية كافل اليتيم - البليدة

Photos de couverture · 1 octobre 2017 ·

Afficher en taille réelle · Plus d'options



الجمعية الخيرية كافل اليتيم - البليدة

في إطار إحياء فعاليات المولد النبوي الشريف
وذكرى اندلاع الثورة التحريرية المباركة
و ذكرى أحداث 11 ديسمبر 1961
و تحت الرعـــايـــة الســـامية لـــوالي ولايـــة البليدة
و بالتعاون مع مديرية الشؤون الدينية و الأوقاف لولاية البليدة

تنظم الجمعية الخيرية كافل اليتيم لولاية البليدة : حـــفـــل المـــولد النبوي الشريف
و ذلك يوم السبت 2 ديسمبر 2017 بقاعة الشهيد حسين شعلان ابتداءا من الساعة الـ :10.00 صباحا
ذلك بحضور الأيتام و الأرامل و السلطات المحلية و ثلة من المحسنين و الووجوه الفنية و الغعلامية المتميزة .

#الجمعية_الخيرية_كافل_اليتيم_لولاية_البليدة
#بدعمكم_نرعاهم_ونصنع_فرحتهم

Photos de couverture · 29 novembre 2017 ·

Afficher en taille réelle · Plus d'options



الجمعية الخيرية كافل اليتيم - البليدة

Photos de couverture · 20 janvier ·

Afficher en taille réelle · Plus d'options



الجمعية الخيرية كافل اليتيم - البليدة

Photos de couverture · 4 mars ·

Afficher en taille réelle · Plus d'options



الجمعية الخيرية كافل اليتيم - البليدة

Photos de couverture · 8 mars

Afficher en taille réelle · Plus d'options

J'aime Commenter Partager



الجمعية الخيرية كافل اليتيم - البليدة

Photos de couverture · 3 janvier 2018 ·

Afficher en taille réelle · Plus d'options



تحت الرعاية السامية للسيد والي ولاية البليدة

الجمعية الخيرية كافل اليتيم

ولاية البليدة

لجنة الزواج الجماعي

مشروع

عرس

120 عريس

الطبعة 12

بالتعاون مع..

ملحق رقم (2): فهرس جداول الاستمارة

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	73
02	توزيع أفراد العينة حسب السن	74
03	توزيع أفراد العينة حسب المستوى المعيشي	75
04	يوضح مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.	76
05	مواقع التواصل التي يزورها المبحوثين.	78
06	الفترة التي يفضلها مستخدم موقع "الفايسبوك"	80
07	اللغة المستعملة في "الفايسبوك" من طرف المبحوثين.	82
08	الخدمة التي يفضلها المبحوثين على موقع "الفايسبوك".	84
09	طبيعة وكيفية استخدام المبحوثين لموقع "الفايسبوك"	86
10	اجابة المبحوثين حول ما إذا كان للفايسبوك تأثير في خلق علاقات جديدة في المجتمع الجزائري.	88
11	اجابة المبحوثين اذا كان "الفايسبوك" يساهم في تحفيز العمل التطوعي.	90
12	اجابة المبحوثين حول ماساهم "الفايسبوك" في التعريف بالجمعيات الخيرية المدعمة للعمل التطوعي.	92
13	انضمام المبحوثين في مجموعات تساهم في العمل التطوعي على"الفايسبوك".	94
14	اجابة المبحوثين حول ما إذا قامو بنشر ملصقات ومواضيع تخص الاعمال التطوعية على صفحاتهم "الفايسبوك".	96

15	اجابة المبحوثين عن شكل المساهمة على صفحة "الفايسبوك".	98
16	توضيح حول الفائدة جراء المشاركة المبحوثين على صفحة الفايسبوك في تنشيط الاعمال التطوعية.	99
17	جواب المبحوثين إذا ماكانو متتبعي صفحة جمعية كافل اليتيم بالبليدة.	100
18	رأي المبحوثين حول ما إذا ساهم مستخدمي الفايسبوك بتنشيط العمل التطوعي لجمعية كافل اليتيم بالبليدة.	102
19	رؤية المبحوثين للحملات التطوعية لجمعية كافل اليتيم بالبليدة عبر موقع "الفايسبوك"	104
20	الأعمال التطوعية التي لفتت انتباه المبحوثين لجمعية كافل اليتيم عبر موقع "الفايسبوك".	106

فهرس الدراسة

العنوان الصفحة

شكر وعرفان

الإهـــــــداءات

مقدمـــــــة..... أ

الإطـــار المنهجـــي

1 اشكالية الدراسة..... 05

2 أسباب اختيار الموضوع..... 06

3 أهمية الدراسة 06

4 أهداف الدراسة 06

5 حدود الدراسة 07

6 منهج الدراسة..... 07

7 أدوات الدراسة 08

8 مجتمع البحث والعينة 09

9 تحديد المصطلحات والمفاهيم 10

10 الدراسات السابقة 11

الإطـــار النظـــري

الفصل الأول: شبكات التواصل الاجتماعي

المبحث الأول: ماهية شبكات التواصل الاجتماعي..... 16

المطلب الأول: تعريف شبكات التواصل الاجتماعي..... 16

المطلب الثاني:نشأة شبكات التواصل الاجتماعي ومراحل تطورها..... 18

المطلب الثالث:خصائص شبكات التواصل الاجتماعي..... 21

المطلب الرابع: أهم مواقع التواصل الاجتماعي..... 22

المطلب الخامس: دور وفوائد مواقع التواصل الاجتماعي..... 26
المبحث الثاني: نموذج لأهم مواقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" 28
المطلب الأول: تعريف ونشأة "الفايسبوك"..... 28
المطلب الثاني: تطبيقات"الفايسبوك" وأهم خصائصه..... 30
المطلب الثالث: كيفية الاشتراك وألية التواصل بين مستخدمي "الفايسبوك"..... 33
المطلب الرابع: أثر "الفايسبوك" على العلاقات الاجتماعية..... 35
المطلب الخامس : سلبيات وإيجابيات "الفايسبوك" 37
الفصل الثاني : تفعيل مواقع التواصل الاجتماعي لخدمة الجمعيات الخيرية
المبحث الاول: ماهية العمل التطوعي.....46
المطلب الاول: مفهوم العمل التطوعي.....46
المطلب الثاني: أهمية، دوافع وأهداف العمل التطوعي.....47
المطلب الثالث: فوائد العمل التطوعي 49
المطلب الرابع: أثار العمل التطوعي..... 51
المطلب الخامس: معوقات العمل التطوعي..... 53
المبحث الثاني: الجمعيات الخيرية في الجزائر.....54
المطلب الاول: نشأة الجمعيات الخيرية وتطورها في الجزائر..... 54
المطلب الثاني: استثمار الجمعيات الخيرية لمواقع التواصل الاجتماعي..... 55
المطلب الثالث: عوامل تعزيز أعمال الجمعية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي..... 56
المطلب الرابع: طرق زيادة التفاعل مع نشاطات الجمعيات الخيرية..... 56
الاطــار التطبيــقي
الفصل الثالث : "الفايسبوك" وتحفيز العمل التطوعي في جمعية "كافل اليتيم" بالبليدة
المبحث الأول: جمعية كافل اليتيم بالبليدة.....60
المطلب الاول: لمحة عن تأسيس الجمعية " الشعار، الرسالة، التمويل "..... 60
المطلب الثاني: أهداف الجمعية..... 64
المطلب الثالث: لجان الجمعية ومهامها..... 64
المطلب الرابع: الأعمال التطوعية لصفحة الجمعية على "الفايسبوك"..... 70

المبحث الثاني :تفريغ و تحليل بيانات الدراسة الميدانية.....71
المطلب الأول: عرض وتحليل البيانات 72
المطلب الثاني: نتائج الدراسة..... 108
الخـاتمـــة 111
قائمــة المراجـــع..... 112
قائمة الملاحـــق 116
قائمة الأشكال..... 141
الفهرس 142

الاطـــار المنهـــجي

الاطـــار النظـــري

الفصل الأول: شبكـات التواصل الاجتماعي

المبحث الأول: ماهية شبكات التواصل الاجتماع

المطلب الاول: تعريف شبكات التواصل الاجتماعي

المطلب الثاني: نشأة شبكات التواصل الاجتماعي ومراحل تطورها

المطلب الثالث: خصائص شبكات التواصل الاجتماعي

المطلب الرابع: اهم مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الخامس: دور وفوائد مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الثاني: أهم مواقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك"

المطلب الاول: تعريف ونشأة "الفايسبوك"

المطلب الثاني: تطبيقات موقع "الفايسبوك" وأهم خصائصه

المطلب الثالث: كيفية الاشتراك وألية التواصل بين مستخدمي "الفايسبوك"

المطلب الرابع: أثر "الفايسبوك" على العلاقات الاجتماعية

المطلب الخامس: سلبيات وايجابيات "الفايسبوك"

الفصل الثاني : تفعيل مواقع التواصل الاجتماعي لخدمة الجمعيات الخيرية

المبحث الاول: ماهية العمل التطوعي

المطلب الاول: مفهوم العمل التطوعي

المطلب الثاني: أهمية، دوافع وأهداف العمل التطوعي

المطلب الثالث: فوائد العمل التطوعي

المطلب الرابع: أثار العمل التطوعي

المطلب الخامس: معوقات العمل التطوعي

المبحث الثاني: الجمعيات الخيرية في الجزائر

المطلب الاول: نشأة الجمعيات الخيرية وتطورها في الجزائر

المطلب الثاني: استثمار الجمعيات الخيرية لمواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الثالث: عوامل تعزيز العمل التطوعي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الرابع: طرق زيادة التفاعل مع نشاطات الجمعيات الخيرية

الاطـــار التطبيـــقي

الفصل الثالث :"الفايسبوك" وتحفيز العمل التطوعي في "جمعية كافل اليتيم"

المبحث الأول: جمعية كافل اليتيم بالبليدة

المطلب الاول: لمحة عن تأسيس الجمعية " الشعار، الرسالة، التمويل "

المطلب الثاني: أهداف الجمعية

المطلب الثالث: لجان الجمعية ومهامها

المطلب الرابع: الأعمال التطوعية لصفحة الجمعية على "الفايسبوك"

المبحث الثاني : تفريغ وتحليل بيانات الدراسة الميدانية

المطلب الاول: عرض وتحليل البيانات

المطلب الثاني: نتائج الدراسة

الخـــاتمـــــــة

قائمـــة المراجـــع

الملاحق

الفـــهـــــرس

ملحق رقم(3):

صور الأعمال التطوعية "لجمعية كافل اليتيم" على صفحة "الفايسبوك" لولاية البليدة