

دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز العمل التطوعي لدى المراهقين

إعداد الباحثة

سندس محمد محمود

The Role of Social Media in Augmenting the Volunteer Work of
the Adolescents

Prepared By
Sondos Mohammed Mahmoud El Fawal

مقدمة :

إن خاصية تقريب المسافات التي تتميز بها شبكات التواصل الاجتماعي جعل المراهقين يعتبرها فضاءً تعبيرياً افتراضياً، يمارس فيه نشاطاته بمختلف المجالات وعلى رأسها الأنشطة الاجتماعية، ولم يكن العمل التطوعي بعيداً عنها، إذ بادر المراهقين المصريين إلى إنشاء صفحات ومجموعات على شبكات التواصل الاجتماعي، منها التي كانت امتداداً لجمعيات تطوعية على أرض الواقع، ومنها لمراهقين ليس لهم أى علاقة بالجمعيات التطوعية، فتشكل بذلك طيف من المجتمعات الافتراضية هدفها واحد وهو بناء وتنمية المجتمع المصرى من خلال مساعدة الغير، فالعمل التطوعي يعتبر من الأعمال المحمودة التي تتجلى آثارها الإيجابية على المجتمع، خاصة وأن هذا المجال يساعد على إفشاء المودة والرحمة والأمن بين أفراد المجتمع.

مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

إن شبكات التواصل الاجتماعي تمتلك القدرة على تحفيز المتطوعين وتقديم الرسالة المطلوبة دون الحاجة للتواصل المباشر ميدانياً، حيث تسهم هذه الشبكات في تطوير مهارات التواصل عبر تبادل الآراء وطرح وجهات النظر المختلفة عبر وسائل الاتصال المختلفة من خلال بث المعلومات وكتابة المقالات والتقارير المسموعة والمرئية التي تسهم في تطوير العمل التطوعي ونقله للأجيال القادمة، لذا فإنه يمكن استغلال شبكات التواصل الاجتماعي في تقديم يد المساعدة من خلال الأعمال التطوعية، وكحاولة نشر ثقافة العمل التطوعي بين أفراد المجتمع خاصة المراهقين و الشباب باعتبارها أكثر فئات المجتمع قدرة على التحكم في التكنولوجيا، وذلك من خلال إنشاء صفحات ومجموعات خاصة بهم لتبنى أعمال تطوعية والعمل على نشرها وترسيخها بين أفراد المجتمع، واستناداً إلى ماسبق يتضح أن خصائص وميزات شبكات التواصل الاجتماعي من إنشاء مجموعات حوار وصفحات لها اهتمامات في مختلف المجالات من بينها المجال التطوعي جعلت

المراهقين يحاولون إخراج طاقاتهم وإيصال رسالتهم من خلال هذه الشبكات لما توفره من حرية في الاستخدام والتعبير، الأمر الذى دفعنا إلى البحث فى هذا المجال، وذلك من خلال التساؤل الرئيس الآتى:

مادور شبكات التواصل الاجتماعى فى تعزيز العمل التطوعى لدى المراهقين؟

وينبثق من هذا التساؤل عدة تساؤلات فرعية يمكن تحديدها فيما يلى:-

التساؤل الأول : ما عادات وأنماط استخدام المراهقين لشبكات التواصل الاجتماعى فى العمل التطوعى؟

التساؤل الثانى: ما أهم شبكات التواصل الاجتماعى التى يستخدمها المراهقون؟

التساؤل الثالث : ما دوافع وإشباعات استخدام المراهقين لشبكات التواصل الاجتماعى فى العمل التطوعى؟

التساؤل الرابع: ما مدى نجاح شبكات التواصل الاجتماعى فى تعزيز العمل التطوعى لدى المراهقين ؟

أهمية الدراسة:

تستمد هذه الدراسة أهميتها من النقاط التالية :

1- تسليط الضوء على شبكات التواصل الاجتماعى ودورها فى تعزيز العمل التطوعى من خلال خصائصها

مقارنة بالإعلام التقليدى.

2- يدرس هذا البحث ظاهرة من أهم ظواهر العصر وهى شبكات التواصل الاجتماعى وتأثيرها على مختلف

نواحى الحياة خاصة الجانب الإنسانى من خلال خلق وتعزيز روح التآزر والتعاون وتقديم يد العون دون

انتظار عائد مادى.

3- معرفة مدى نجاح شبكات التواصل الاجتماعى فى تعزيز العمل التطوعى مقارنة بباقى الوسائل

الإعلامية.

4- تسليط الضوء على دور شبكات التواصل الاجتماعي فى توعية المجتمع المصرى بضرورة القيام بأعمال تطوعية خيرية والمساهمة فى تطوير وتنمية الوطن من خلال ما تتيحه لمستخدميها من خصائص وميزات كتبادل الملفات ونشر الأفكار والتحاور بين الأفراد والجماعات.

أهداف الدراسة:

الهدف الرئيسى:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي فى تعزيز العمل التطوعى لدى المراهقين.

الأهداف الفرعية:

وينبثق من الهدف الرئيسى العديد من الأهداف الفرعية:

- 1- التعرف على أهم شبكات التواصل الاجتماعي التى يستخدمها المراهقون فى العمل التطوعى.
- 2- التعرف على عادات وأنماط استخدام المراهقين لشبكات التواصل الاجتماعي فى العمل التطوعى.
- 3- التعرف على مدى استعمال شبكات التواصل الاجتماعي فى تعزيز ثقافة العمل التطوعى مقارنة بباقى الوسائل.

نوع ومنهج الدراسة :

ينتمى عذا البحث إلى الدراسات الوصفية التى تستخدم منهج المسح بالعينة.

عينة الدراسة :

قامت الباحثة بتطبيق الدراسة الميدانية على عينة عمدية من المراهقين فى سن (15-18) قوامها 300 مفردة المترددين على جمعية رسالة للأعمال الخيرية.

أدوات الدراسة:

وتعتمد الدراسة على أداة الاستبيان لجمع البيانات الخاصة بالدراسة الميدانية والتي سيتم تطبيقها على عينة من المراهقين .

حدود الدراسة:

الحدود الموضوعية: يتحدد موضوع الدراسة في التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي فلا تعزيز العمل التطوعي لدى المراهقين.

الحدود الزمنية: تتحصر في الفترة الزمنية من 2021/6/1 حتى 2021/7/1

الحدود المكانية: قامت الباحثة بإجراء الدراسة الميدانية على عينة من المراهقين في سن (15-18) سنة المترددين على جمعية رسالة للأعمال الخيرية فرعى (فيصل - مصدق) .

الدراسات السابقة:

سيتم تناول الدراسات السابقة تنازليا من الأحدث إلى الأقدم كما يلي :

وسعت دراسة **هدينا محمد السيد⁽¹⁾(2021)** لتحقيق هدف عام وهو التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تدعيم قيم المشاركة التطوعية لدى الشباب الجامعي، وقد اعتمدت الدراسة في منهجها على المنهج الوصفي، وتمثلت أداها جمع البيانات في استمارة الاستبيان، كما يتمثل مجتمع الدراسة في عينة قوامها 400 مفردة من الشباب الجامعي، وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج من أهمها: تؤكد نتائج الدراسة إلى أن عملية التأثير عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي في إدراك أهمية المشاركة في الأنشطة التطوعية

تتم عن طريق زيادة الوعي بهذه القضايا من خلال عرضها بالشكل المناسب يليها عن طريق فهم القضايا ثم عن طريق اختيار الأسلوب الرشيد لفهم القضايا المجتمعية، وبينت النتائج أن أساليب المساهمة في تنفيذ الأنشطة التطوعية في الجامعة عن طريق المساهمة في تنفيذ المشروع كانت الأعلى في الوزن النسبي وجاءت في الترتيب الأول يليها في الترتيب القانى عبارة اقتراح المشروعات بينما في الترتيب الثالث جاءت عبارى المساهمة فى المفاضلة بين المشروعات المطروحة، وبينت الدراسة إلى أن أهم الوسائل التى تستخدمها المؤسسات الخيرية للإعلان عن أنشطتها من قبل المبحوثين جاءت الصفحة الرسمية على شبكة التواصل الاجتماعى فى الترتيب الأول، بينما جاء فى الترتيب الثانى الموقع الإلكتروني للجمعية . واستهدفت دراسة ناصر رفعت على⁽²⁾ (2021) محاولة تقديم تصور مقترح لتنمية ثقافة العمل التطوعي لدى طلاب المدارس الثانوية غير الحكومية فى ضوء التغيرات الثقافية المعاصرة فى مصر، وتعتمد الدراسة الحالية على المنهج الوصفي، كما تمثلت أداة الدراسة فى استمارة استبيان تم تطبيقها على المديرين والوكلاء والمعلمين والطلاب بالمدارس الثانوية غير الحكومية، وتمثلت عينة الدراسة فى عدد (500) مفردة من السادة المديرين والوكلاء والمعلمين والطلاب، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج من أهمها : جاءت استجابات أفراد العينة بأكثر الأنشطة التربوية دورًا فى تنمية ثقافة العمل التطوعي تتمثل فى دور نشاط الكشافة، ودور أسرة الصحافة فى وضع لافتات لتشجيع الطلاب على التعاون، ودور المكتبة فى تنمية وعى الطلاب بمفهوم ومجالات العمل التطوعي، كما كانت أكثر المعوقات التى تحول دون مشاركة طلاب المدارس الثانوية غير الحكومية فى العمل التطوعي تتمثل فى خوف الأسرة من تأثير الأنشطة التطوعية على التحصيل الدراسة للأبناء، وهدفت دراسة نورة أحمد يوسف⁽³⁾ (2020) إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة العمل التطوعي لدى الشباب الإماراتى من خلال الكشف عن أساليب المؤسسات التطوعية لتحفيز الشباب الإماراتي

على العمل التطوعي، ورصد استراتيجيات الاتصال المستخدمة للمؤسسات التطوعية عبر صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي لنشر ثقافة هذا العمل التطوعي، اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي باستخدام أداة المقابلة على القائم بالاتصال في بعض المؤسسات التطوعية، وأداة الاستبيان بالتطبيق على الشباب الإماراتي، وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج من أهمها: ارتفاع كثافة استخدام الشباب الإماراتي لمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 73.5%، وارتفاع مستوى دوافع تعرض الشباب الإماراتي لصفحات العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 74%، وأوضحت النتائج أن مواقع الانستغرام والسنايواتس وواتساب تعد من أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي تعتمد عليها المؤسسات لنشر ثقافة العمل التطوعي، وكشفت دراسة **هنوف بنت عبدالله** (4) (2020) عن دور العمل التطوعي في شغل أوقات الفراغ لدى الشباب وفي تعزيز المكانة الاجتماعية وتنمية المسؤولية الاجتماعية لديهم، وتمثل مجتمع الدراسة في الشباب المتطوعين من الجنسين بمدينة الرياض وتم اختيار عينة بلغ عددها (159) متطوعاً، وتمثل منهج الدراسة في المنهج الوصفي التحليلي واعتمدت الباحثة على استمارة الاستبيان في جمع البيانات، وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج من أهمها: أن أفراد عينة الدراسة موافقون على دور العمل التطوعي في الوقاية من الانحراف لدى الشباب، وأنهم موافقون أن للعمل التطوعي دوراً في شغل وقت الفراغ وتنمية المسؤولية الاجتماعية وتعزيز المكانة الاجتماعية لدى الشباب، وسعت دراسة **أحمد علاء الدين** (5) (2019) إلى التحقق من اتجاهات طلبة الجامعة نحو العمل التطوعي وما يحرزها الطالب من مكتسبات عدة في بناء شخصيته وفاعلية سلوكه وأسلوبه في الحياة تحقيقاً لذاته، وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي، وتمثل مجتمع الدراسة في مجموعة من طلاب وطالبات كلية التجارة والعلوم والطب والتربية والآداب والهندسة بجامعة عين شمس، وبلغ عدد أفراد عينة المجتمع الأصلي (4658)، واعتمد جمع البيانات على مقياسين

وهما: مقياس اتجاهات الشباب نحو المشاركة فى العمل التطوعي، ومقياس شوستروم للتوجه الشخصي وتحقيق الذات، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج من أهمها: وجود علاقة ارتباطية واضحة بين استجابات أفراد عينة البحث فى مقياس العمل التطوعي واستجابات أفراد عينة البحث فى مقياس تحقيق الذات، وتلقى نتائج الدراسة الضوء على أهمية تنمية اتجاهات الشباب نحو المشاركة فى العمل التطوعي، تقديرًا لارتباطها بصحته النفسية وفاعلية سلوكه ومشاركته الإيجابية والمسئولية فى المجتمع، واستهدفت دراسة **Yavich, Davidovitch & Frenkel** (6) (2019) علاقة وسائل التواصل الاجتماعي بالوحدة النفسية لدى عينة من طلاب جامعة (أريل) بلغ عددها (157) طالب وطالبة، وقد استخدم مقياس تقييم أنماط وسائل التواصل الاجتماعي للفيسبوك، ومقياس الشعور بالوحدة النفسية، وقد أظهرت نتائج الدراسة عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الشعور بالوحدة النفسية ووسائل التواصل الاجتماعي، بينما دراسة **Baltaci** (7) (2019) استهدفت دراسة العلاقة التنبؤية بين إدمان وسائل التواصل الاجتماعي والقلق الاجتماعي والشعور بالوحدة والسعادة، أجريت الدراسة على عينة من طلاب الجامعات الحكومية بتركيا بلغ عددها (312) وتوزعت بين (165) طالبة، و (147) طالب، استخدم الباحث مقياس إدمان وسائل التواصل الاجتماعي، والنموذج القصير لاستبيان أكسفورد للسعادة، واستبيان الشعور بالوحدة، وأظهرت النتائج أن هناك علاقة إيجابية بين مستويات إدمان وسائل التواصل الاجتماعي وكل من القلق الاجتماعي والشعور بالوحدة، ووجدت علاقة سلبية بين مستويات إدمان وسائل التواصل الاجتماعي ومستوى السعادة، بالإضافة إلى ذلك أظهرت النتائج أن القلق الاجتماعي ينبأ بمستويات إدمان وسائل التواصل الاجتماعي، وأشارت دراسة **شيماء محمد حسين** (8) (2017) إلى التعرف على علاقة تعرض المراهقين للحملات الإعلانية للجمعيات الخيرية بالفضائيات المصرية بثقافة العمل التطوعي لديهم، وتتنمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التى تستخدم

منهج المسح الإعلاني بشقيه الميداني والتحليلي، وتمثلت عينة المجتمع البشري في هذه الدراسة (400) مفردة من طلاب وطالبات جامعات عين شمس وجامعة 6 أكتوبر بالتساوي من الذكور والإناث، واشتملت أدوات الدراسة على استمارة استبيان واستمارة تحليل مضمون، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج من أهمها: أن نسبة 35% قد سبق لهم التطوع في الجمعيات الخيرية بعد مشاهدتهم لحملاتهم الإعلانية في الفضائيات المصرية، وأن مشاهير الفن جاءوا في مقدمة الشخصيات العامة التي تقدم الحملات الإعلانية للجمعيات الخيرية بالفضائيات المصرية بنسبة بلغت 42.11%، كما أظهرت النتائج أن جمعية رسالة جاءت في مقدمة الجمعيات التي تطوع فيها أفراد العينة بنسبة 68,6% يليها جمعية مجدى يعقوب بنسبة 8,6%.

مصطلحات الدراسة :

الدور :

ويقصد به المهمة و الوظيفة " قام بدور رئيسى فى شئ ما" وهو النمط الثقافى المحدد لسلوك الفرد الذى يشغل مكانة معينة⁽⁹⁾.

ويمكن تعريفه إجرائيا: بأنه المهام والمسؤوليات التى تقوم بها شبكات التواصل الاجتماعى تجاه تعزيز العمل التطوعى فى مصر من خلال استخدامات المراهقين لها.

التعزيز :

يعرف التعزيز على أنه تمكين وتطوير القدرات والارتقاء بواقع الإنسان وتوفير الوسائل الثقافية والمادية والمعنوية والتعليمية لتمكينهم من المشاركة واتخاذ القرار، كما يعرف على أنه الطرق والأساليب والأدوات التى

يتفاعل معها الإنسان للارتقاء بالفكر الإنسانى والمعرفة البشرية، ثقافة وعلمًا وابداعًا وحضارةً، فى شتى البقاع والمستويات والمجالات⁽¹⁶⁾.

ويقصد بها إجرائياً: هو العملية التى بمقتضاها تتم زيادة أو تقوية تكرار قيام الفرد بسلوك أو استجابة معينة، وكذلك تقوية وتطوير وتدعيم هذا السلوك والتمثل فى تنمية ثقافة المشاركة فى الأعمال التطوعية، فإذا أدت شبكات التواصل الاجتماعى زيادة حدوث السلوك فى المستقبل يكون ما حدث تعزيزًا أما إذا فشلت فى تقوية السلوك فنقول أن التعزيز قد فشل أى لا تقوم بدور التعزيز فى هذا المجال لأن التعزيز هو تقوية السلوك فإذا لم يؤد إلى تقوية السلوك فهو ليس تعزيز أصلاً.

العمل التطوعى:

يعرف العمل التطوعى بأنه تقديم العون إلى أى شخص أو مجموعة من الأشخاص يحتاجون إليه دون مقابل مادى أو معنوى، كما يعرف بأنه بذل جهد إرادى قائم على مهارة أو خبرة معينة عن رغبة واختيار بغرض أداء واجب اجتماعى تطوعى خدمى له عائد فى تنمية المهارات لدى الأفراد ، ويتم ذلك دون انتظار أى مقابل لأن الشخص الذى يفعل الخير، متطوعاً⁽¹⁷⁾.

ويقصد به إجرائياً: هو كل عمل لا يراد من خلاله ربح مادى أى لا يقدم نظيره أجر، وهو عمل غير وظيفى أو مهنى يقوم به فرد أو جماعة أو جمعية، يقوم به الأفراد من أجل مساعدة الآخرين بأى شكل من الأشكال. وللعمل التطوعى أهمية كبيرة حيث يسهم فى الحد من تنامى وارتفاع معدلات الفقر سواء من خلال تقديم المساعدات المالية المباشرة أو عن طريق تقديم الخدمات للفقراء بشكل مباشر أو غير مباشر وذلك عن طريق تنمية مهارات الفقراء من خلال التعليم والتثقيف والتأهيل⁽¹⁸⁾، كما يساعد العمل التطوعى على تعزيز الوحدة

الاجتماعية بين أفراد المجتمع ويسهم في استثمار طاقات المراهقين في تنمية ونهضة المجتمع لتحقيق التنمية المنشودة، كما أنه يكسب المتطوعين مهارات جديدة في تنظيم وإدارة العمل التطوعي من خلال الممارسة الفعلية والمرور بتجارب متنوعة واكتساب المهارة ورسم خطط العمل والإشراف والتنفيذ ومساعدتهم على تحقيق واجب ديني، اجتماعي، انساني⁽¹⁹⁾.

نتائج الدراسة:

جدول رقم (1) توزيع مفردات العينة حسب أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي يمتلك بها المراهقين

حساب:

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
فيسبوك	290	23,5
تويتر	70	5,7
لينكدين	22	1,8
سكايب	180	14,6
يوتيوب	138	11,2
واتس آب	200	16,2
فيسر	130	10,6
انستقرام	194	15,7
أخرى تذكر	8	0,6
المجموع	*1232	100

* ن = 934 لاختيار المبحوث لأكثر من إجابة

يوضح الجدول السابق توزيع مفردات العينة حسب أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي يمتلك المراهقين

حسابًا إلكترونيًا، حيث يلاحظ على الجدول أن الفيسبوك مستخدم بدرجة عالية مقارنة بباقي شبكات التواصل

الاجتماعي الأخرى حيث بلغت نسبة الذين يمتلكون حسابًا عليها (23,5%) أي أن معظم مفردات العينة

تستخدم الفيسبوك، فيما عادت المرتبة الثانية إلى شبكة التواصل الاجتماعي الواتس آب بدرجة أقل من الفيسبوك حيث وصلت نسبة المراهقين الذين يمتلكون به حسابًا (16,2%)، أما الانستغرام في المرتبة الثالثة من ناحية امتلاك المراهقين لحساب على هذه الشبكة بنسبة (15,7%) ، فيما حلت شبكة سكايب في المرتبة الرابعة بنسبة (14,6%)، ثم شبكة فيبر بنسبة (10,6%)، وتويتر بنسبة (5,7%)، ثم لينكدين بنسبة (1,8%)، وأخيرًا أخرى تذكر بنسبة (0,6%) وتمثلت اجابات المراهقين في (ماى سبيس - فيكا VK) وترى الباحثة أن بعض الشبكات جاءت في المراتب الأخيرة قد يرجع ذلك إلى صعوبة استخدامها وكذلك عدم شهرتها بالقدر الذى تشتهر به شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى، كما أنها لا تحتوى على خصائص عديدة كغيرها من الشبكات، وتتفق هذه النتائج مع دراسة نورة أحمد يوسف (2020) حيث أوضحت أن مواقع الانستغرام والفيس بوك والسناپ شات والواتساب تعد من أهم مواقع التواصل الاجتماعي التى تعتمد عليها المؤسسات لنشر ثقافة العمل التطوعى

جدول رقم (2) توزيع مفردات العينة حسب أسباب تفضيل المراهقين لهذه المواقع الاجتماعية

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
سهولة استخدام الموقع	82	27,3
خصائص ومميزات الموقع	40	13,3
شعبية الموقع	95	31,7
الشكل الجمالى للموقع	4	1,3
أفضل وسيلة لنشر ثقافة العمل التطوعى	63	21
تبادل الخبرات والمعارف	16	5,3
المجموع	300	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم (2) والذى يمثل مفردات العينة حسب الأسباب التى ساهمت فى جعل المراهقين يفضلون شبكات تواصلية اجتماعية على أخرى فى استخدامها لنشر العمل التطوعى يعود إلى

شعبية الشبكة التواصلية الاجتماعية هي التي تجعلها مفضلة لدى المراهقين في نشر العمل التطوعي حيث وصلت نسبتها 31,7%، فيما كانت سهولة استخدام الشبكة في المرتبة الثانية بنسبة 27,3%، أما فيما يخص أفضلية الشبكة في نشر ثقافة العمل التطوعي جاءت بنسبة 21%، في حين إمكانية تبادل الخبرات والمعارف عبر هذه الشبكات بنسبة 5,3% وأخيرا جاءت الشكل الجمالي للموقع بنسبة 1,3% .

جدول رقم (3) توزيع مفردات العينة حسب أوقات استخدام المراهقين لشبكات التواصل الاجتماعي في العمل التطوعي:

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
يومية	180	60
أسبوعياً	5	1,7
حسب الظروف	115	38,3
المجموع	300	100

يوضح الجدول رقم 3 توزيع مفردات العينة حسب أوقات استخدام المراهقين لشبكات التواصل الاجتماعي في العمل التطوعي، حيث نلاحظ أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يستخدمونها يوميا بنسبة 60%، فيما كانت نسبة المراهقين الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي في العمل التطوعي حسب الظروف 38,3%، وكادت تنعدم نسبة استخدامها أسبوعيا وذلك بنسبة 1,7%، وترى الباحثة أن هذا يعود إلى كون المراهقين يعتبرون كغيرهم من شباب دول العالم مولعين بالتكنولوجيا والجديد منها، كما تعتبر هذه الفئة فئة تبحث عن فضاء تعبر فيه عن آرائها وأفكارها، وتنشر به نشاطاتها وكانت شبكات التواصل الاجتماعي أفضل فضاء افتراضى لذلك، خاصة وأنها ألغت الحدود الجغرافية واختصرت المسافات وبها حرية مطلقة

جدول رقم(4) توزيع العينة حسب أنماط استخدامها لشبكات التواصل الاجتماعي في العمل التطوعي

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
نشر صور خاصة بالأعمال التطوعية	61	20,3
مشاهدة ونشر فيديوهات الأعمال التطوعية	96	32
الدرشة مع الأصدقاء حول الأعمال التطوعية	57	19
نشر كل ما له علاقة بالأعمال التطوعية	70	23,3
متابعة أعمال المتطوعين وإنجازاتهم	16	5,3
المجموع	300	100

يوضح الجدول رقم 4 توزيع مفردات العينة حسب أنماط استخدام المراهقين لشبكات التواصل الاجتماعي في العمل التطوعي، حيث جاءت النسب بأن مشاهدة ونشر فيديوهات الأعمال التطوعية عبر شبكات التواصل الاجتماعي هي أكثر نمط مستخدم من قبل المراهقين إذ بلغت نسبتها 32%، في حين جاءت نسبة مفردات العينة التي تقوم بنشر كل ما له علاقة بالأعمال التطوعية 23,3%، كما تقاربت نسب الخيارين المتمثلين في نشر الصور الخاصة بالأعمال التطوعية وخيار الدردشة مع الأصدقاء حول الأعمال التطوعية التي كانت نسبتها على الترتيب 20,3% ، 19%، في حين كادت تتعدم نسبة مفردات العينة التي تقوم بمتابعة أعمال المتطوعين وإنجازاتهم حيث وصلت نسبتها 5,3%، وتعود هذه النسب إلى كون الفيديوهات الخاصة بالأعمال التطوعية هي الأكثر قدرة على إيصال الحقائق وأكثر الأدوات العاكسة للواقع وسهولة التحميل والتبادل، كما أن للفيديو خصائص جمع كل الوسائل مع بعضها البعض من صورة وكلمة، كما يمكن إضافة مؤثرات صوتية وغيرها من ميزات الفيديو التي يمكن إضافتها عبر برامج المونتاج وغيرها، فكانت نسبة من يقوم بنشر الفيديوهات الخاصة بالأعمال التطوعية مقارنة بباقي الخيارات هي أعلى نسبة، كما أن خيار نشر كل ما له علاقة بالأعمال التطوعية لم تكن بعيدة كل البعد عن النسبة السابقة. وذلك يعود إلى طبيعة العينة والتي تهتم بالأعمال التطوعية، ولم تكن الدردشة مع الأصدقاء حول الأعمال التطوعية بالنسبة الضعيفة رغم أنها كانت

فى المرتبة الثالثة ، وذلك يعود إلى طبيعة شبكات التواصل الاجتماعى التى من أهم أهدافها إتاحة خاصية الدردشة بهدف إلغاء المسافات واختزال الوقت.

جدول رقم(5) توزيع العينة حسب دوافع استخدامها لشبكات التواصل الاجتماعى فى العمل التطوعى

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
تسجيل الإعجاب	42	8,3
تمررها للآخرين	92	18,1
تخبر بها أصدقاءك خارج الانترنت	20	3,9
نشر قيم مجتمعك وتعاليم دينك	120	23,7
كسر الروتين اليومى	14	2,8
لتشارك فى تقديم يد العون	108	21,3
التعاطف	85	16,8
الحصول على جديد هذه المواضيع	26	5,1
المجموع	507	100

يوضح الجدول رقم 5 توزيع مفردات العينة حسب دوافع استخدام المراهقين لشبكات التواصل الاجتماعى فى العمل التطوعى، حيث جاء دافع نشر قيم المجتمع وتعاليم الدين فى مجال العمل التطوعى فى الدرجة الأولى بنسبة 23,7%، فيما تلاه دافع المشاركة فى تقديم يد العون بنسبة 21,3%، أما دافع تمريرها للغير فقد كان بالمرتبة الثالثة بنسبة 18,1%، تلاها دافع التعاطف بنسبة 16,8% ثم دافع تسجيل الاعجاب بنسبة 8,3%، وتقاربت نسب بقية الدوافع والمتمثلة فى الحصول على جديد هذه المواضيع وتخبر بها أصدقاءك خارج الانترنت وكسر الروتين اليومى. ونستدل من هذه النسب على أن أى شخص فى العالم فى مرحلة المراهقة يبحث عن ذاته داخل مجتمعه، فكانت نسب نشر قيم المجتمع وكذلك المشاركة فى تقديم يد العون بدرجة كبيرة، فحاجة المراهقين إلى الاندماج فى المجتمع وكذلك قيم المجتمع المصرى دفعته إلى أن يحاول نشر هذه

القيم، وأيضا المشاركة فى تقديم يد العون، كما أن من بين الحاجات النفسية التى دفعت المراهقين إلى القيام بأعمال تطوعية عبر شبكات التواصل الاجتماعى هى التعاطف مع ما يتم عرضه عبر هذه الوسيلة.

جدول رقم(6) توزيع مفردات العينة حسب أسباب استخدام المراهقين لشبكات التواصل الاجتماعى فى الاعمال التطوعية:

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
النقاش حول مواضيع العمل التطوعى	70	23,3
تبادل المعلومات والاطار حول الأعمال التطوعية	130	43,3
البحث عن أشخاص يحتاجون مساعدة لتقديمها لهم	64	21,3
التعرف على أشخاص يقومون بالعمل التطوعى	15	5
نشر ثقافة العمل التطوعى	21	7
المجموع	300	100

يوضح الجدول رقم 6 توزيع مفردات العينة حسب أسباب استخدام المراهقين لشبكات التواصل الاجتماعى فى العمل التطوعى، حيث كانت نسبة استخدامها بسبب تبادل المعلومات والأخبار حول الأعمال التطوعية هى أعلى نسبة حيث قدرت بـ 43,3%، فيما تقاربت نسبة استخدامها فى النقاش حول مواضيع العمل التطوعى كذلك البحث عن أشخاص يحتاجون مساعدة لتقديمها لهم وذلك بنسبة 23,3%، 21,3%، فى حين جاءت نسبة نشر ثقافة العمل التطوعى بنسبة 7%، وجاءت نسبة التعرف على أشخاص يقومون بالعمل التطوعى بنسبة 5%، ويمكن ربط هذه النسب بخصائص وميزات شبكات التواصل الاجتماعى وذلك كما أوضحت دراسة هدينا محمد السيد (2021) فعلية التأثير عن طريق شبكات التواصل الاجتماعى فى إدراك أهمية المشاركة فى الأنشطة التطوعية تتم عن طريق زيادة الوعى بهذه القضايا من خلال عرضها بالشكل المناسب يليها عن طريق فهم القضايا ثم عن طريق اختيار الأسلوب الرشيد لفهم القضايا المجتمعية،

جدول رقم(7) توزيع مفردات العينة حسب المواضيع التطوعية التي يقبل عليها المراهقين عبر شبكات التواصل الاجتماعي

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
حملات تشجير	12	4
حملات توعية	74	24,7
زيارات ميدانية لمستشفيات	58	19,3
كل موضوع له علاقة بالعمل التطوعى	96	32
حملات التبرع بالدم	50	16,7
مساعدات مادية	6	2
حملات تنظيف	4	1.3
المجموع	300	100

الجدول رقم 7 يوضح توزيع مفردات العينة حسب المواضيع المرتبطة بمجال العمل التطوعى التي يقبل عليها المراهقين بكثرة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وقد توصل الجدول إلى أن أكثر المواضيع انتشارا بين المراهقين هي كل موضوع له علاقة بالعمل التطوعى، حيث كانت لها أعلى نسبة بـ 32%، فيما كانت نسبة المواضيع الخاصة بالأعمال التطوعية المرتبطة بحملات التوعية بدرجة أقل بلغت 24,7%، تليها المواضيع المرتبطة بالزيارات الميدانية إلى المستشفيات بنسبة 19,3%، وهي ليست بعيدة عن نسبة المواضيع المرتبطة بحملات التبرع بالدم حيث وصلت نسبتها 16,7%، فى حين جاءت باقى المواضيع بنسب ضعيفة مقارنة بالمواضيع السابقة، إذ لم تسجل حضوراً ملحوظاً، وقد تمثلت فى المواضيع الخاصة بالمساعدات المادية وحملات التنظيف بنسبة 2% و 1,3% على التوالى،ومن خلال نسب هذا الجدول نلاحظ أنها تؤكد نسب الجدول رقم 6 الذى توصل إلى أنه من أهم أسباب استخدام المراهقين لشبكات التواصل الاجتماعي نشر كل ما له علاقة بالعمل التطوعى، خاصة أنها تتم عبر شبكات التواصل الاجتماعي فيساعد ذلك على سرعة نقل المعلومة وهي أهم خاصية تتميز بها هذه الشبكات.

جدول رقم (8) توزيع مفردات العينة حسب إقبال المراهقين على الانضمام إلى الصفحات والمجموعات الخاصة بالأعمال التطوعية

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
نعم	210	70
لا	90	30
المجموع	300	100

يوضح الجدول رقم 8 توزيع مفردات العينة حسب إقبال المراهقين على الانضمام إلى الصفحات والمجموعات الخاصة بالأعمال التطوعية، إذ توصل الجدول إلى أن 70% من عينة الدراسة تقبل على الانضمام إلى مثل هذه الصفحات والمجموعات، فيما كانت نسبة المراهقين الذين لا يفضلون الانضمام إلى هذه الصفحات أقل بكثير حيث وصلت نسبتها 30%، ويمكن تفسير ذلك بطبيعة العينة في حد ذاتها التي تتميز باهتمامها بالأعمال التطوعية وعليه كانت نسبة المراهقين الذي ينضم إلى هذه الصفحات والمجموعات عالية.

جدول رقم (9) توزيع مفردات العينة حسب مشاركة المراهقين في الأعمال التطوعية الميدانية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
نعم	190	90,5
لا	20	9,5
المجموع	210	100

يوضح الجدول رقم 9 توزيع مفردات العينة حسب مشاركة المراهقين في الأعمال التطوعية الميدانية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، فنلاحظ أن نسبة المشاركين بالأعمال التطوعية على أرض الواقع عالية مقارنة بنسبة من لا يشارك بها، أي وصلت نسبة المشاركة إلى 90,5%، في حين جاءت نسبة العينة التي لا تقوم بالمشاركة الميدانية للأعمال التطوعية 9,5%، وتعود هذه النسبة إلى أن مفردات العينة منخرطة

ومتطوعة بجمعية رسالة على أرض الواقع، مما يجعلها تشارك بالأنشطة الخاصة بالأعمال التطوعية على أرض الواقع.

جدول رقم (10) توزيع مفردات العينة حسب الإشباعات المحققة من خلال مشاركة المراهقين من خلال شبكات التواصل الاجتماعي في الأعمال التطوعية على أرض الواقع:

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
التعرف على أشخاص جدد	40	19
الشعور بالراحة النفسية	73	34,8
الترفيه من خلال زيارة مناطق لم تزرها من قبل	23	10,9
تقربت أكثر من مجتمعك	38	18,1
أصبحت أكثر إقبالا على العمل التطوعي	36	17,2
المجموع	210	100

يوضح الجدول رقم 10 الممثل لنسب الإشباعات المحققة من خلال مشاركة المراهقين من خلال شبكات التواصل الاجتماعي في الأعمال التطوعية، إذ توصلت نسب الجدول إلى أن الأشباعات المحققة في الشعور بالراحة النفسية جاءت بأعلى نسبة بلغت 34,8%، فيما تلتها الإشباعات المحققة في التعرف على أشخاص جدد بنسبة 19%، وهي النسبة التي لم تكن بالبعيدة عن نسبة إشباع التقرب أكثر من المجتمع حيث وصلت 18,1% فيما كانت نسبة الإشباع المحقق في زيادة الإقبال على العمل التطوعي 17,2%، في حين جاءت نسبة إشباع الترفيه من خلال زيارة مناطق لم تزرها العينة من قبل بنسبة 10,9%، والملاحظ من خلال النسب السابقة أن أعلى نسبة كانت خاصة بإشباع الشعور بالراحة النفسية وذلك يعود إلى طبيعة العمل التطوعي الذي يكون بدافع نفسي من إرادة شخصية دون أن يفرض ذلك على المتطوع، كما أنه لا يراد منه ربح مادي.

جدول رقم (11) توزيع مفردات العينة حسب نجاح شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز ثقافة العمل التطوعي لدى المراهقين مقارنة بدور باقى وسائل الإعلام التقليدية:

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
نعم	190	90,5
نوعا ما	20	9,5
المجموع	210	100

الجدول رقم 11 يوضح توزيع مفردات العينة حسب نجاح شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز العمل التطوعي لدى المراهقين مقارنة بدور باقى وسائل الإعلام التقليدية، حيث أفرزت النسب أن أغلب مفردات العينة ترى أن شبكات التواصل الاجتماعي ساهمت في تعزيز ثقافة العمل التطوعي لها بنسبة عالية بلغت 90,5%، في حين جاءت نسبة العينة التي ترى أنها ساهمت نوعا ما في تعزيز ثقافة العمل التطوعي لها 9,5%، ومن النسب السابقة يتضح أن لشبكات التواصل الاجتماعي دور في تعزيز ثقافة العمل التطوعي على مفردات العينة بدرجة عالية مقارنة بدور وسائل الإعلام التقليدية، وذلك يعود إلى طبيعة هذه الشبكات من ناحية إمكانية استخدامها بطريقة مجانية وسهولة تصفحها إضافة إلى خاصية التفاعل، وهي ميزات وخصائص تغيب عن باقى وسائل الإعلام التقليدية مما يجعلها غير قادرة على نشر ثقافة العمل التطوعي بشكل كاف، بالإضافة إلى أنها تلتزم بمساحة محدودة يجعلها غير قادرة على تغطية نشاطات الأعمال التطوعية بشكل كبير، في حين نجد أن لشبكات التواصل الاجتماعي إمكانية تغطية جميع النشاطات لأنها لا تعترف بالحدود الجغرافية ولا بالمساحة، دون نسيان الانتشار الواسع لهذه الوسائل والاستخدام المتزايد خاصة من طرف المراهقين .

جدول رقم (12) توزيع مفردات العينة حسب أهم الأسباب التي ساهمت في تعزيز ثقافة العمل التطوعي لدى المراهقين من خلال شبكات التواصل الاجتماعي:

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
تجسد ما يوجد على أرض الواقع	9	4,3
تسهيل عملية الاتصال والتواصل	40	19
تساهم في تبادل الآراء	2	0,9
تقرب المسافات من خلال إلغائها للحدود الجغرافية	30	14,3
تساهم في الشعور بأهمية العمل التطوعي	7	3,3
أكثر الوسائل انتشارا بين المراهقين	54	25,7
سرعة نقل المعلومات واختزال الوقت	22	10,5
حرية الرأي والتعبير	16	7,6
سهولة استخدامها	17	8,1
تعطي فرصة في الظهور لكل طبقات المجتمع	4	1,9
تمكن من التفاعل	3	1,4
تساهم في التنقيف بمجال العمل التطوعي	6	2,9
المجموع	210	100

يوضح الجدول رقم 12 توزيع مفردات العينة حسب أهم الأسباب التي ساعدت في تعزيز ثقافة العمل التطوعي لدى المراهقين، حيث توصلت النسب إلى أن السبب الأول كان أنها أكثر الوسائل انتشارا بين المراهقين بنسبة 25,7%، ثم تسهيل عملية الاتصال والتواصل بنسبة 19%، تليها تقرب المسافات من خلال إلغائها للحدود الجغرافية بنسبة 14,3%، و سرعة نقل المعلومات واختزال الوقت بنسبة 10,5%، وسهولة استخدامها بنسبة 8,1%، ثم حرية الرأي والتعبير بنسبة 7,6%، ثم تأتي بقية الأسباب متمثلة في (تجسد ما يوجد على أرض الواقع بنسبة 4,3- تساهم في التنقيف بمجال العمل التطوعي بنسبة 2,9%)، وتعود هذه النسب إلى كون شبكات التواصل الاجتماعي تمتلك خصائص لا توجد بباقي وسائل الإعلام التقليدية وعلى رأسها سرعة نقل

المعلومات والتفاعلية إضافة إلى كونها منتشرة بين المراهقين بشكل واسع ، وهو ما مكنها من النجاح فى نشر ثقافة العمل التطوعى بين المراهقين.

المراجع العلمية:

- 1- هدينا محمد السيد. دور شبكات التواصل الاجتماعى فى تفعيل قيم المشاركة التطوعية لدى الشباب الجامعى، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2021م).
- 2- ناصر رفعت على . تصور مقترح لتنمية ثقافة العمل التطوعى لدى طلاب المدارس الثانوية غير الحكومية فى ضوء التغيرات الثقافية المعاصرة فى مصر، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة سوهاج، كلية التربية، قسم أصول التربية، 2021م)
- 3- نورة أحمد يوسف. دور مواقع التواصل الاجتماعى فى نشر ثقافة العمل التطوعى لدى الشباب الاماراتى. رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة حلوان ، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2020م).
- 4- هنوف على عبدالله. دور العمل التطوعى فى الوقاية من الانحراف لدى الشباب، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، كلية العلوم الاجتماعية، قسم علم الاجتماع، 2020).
- 5- أحمد علاء الدين. الاتجاهات نحو المشاركة فى العمل التطوعى وعلاقتها بتحقيق الذات لدى عينة من الشباب الجامعى، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس، كلية التربية، قسم الصحة النفسية، 2019م).

6- Yavich, Davidovitch& Frenkel ,. Social Media and Loneliness–Forever

Connected?. **Higher Education Studies**,2019, 9(2), 10–21.

7- Baltaci . The Predictive Relationships between the Social Media

Addiction and Social Anxiety, Loneliness, and Happiness. International **Journal of**

Progressive Education,2019, 15(4), 73-82

8- شيماء محمد حسين. تعرض المراهقين للحملات الاعلانية للجمعيات الخيرية بالفضائيات المصرية وعلاقته

بثقافة العمل التطوعى لديهم، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا

للطفولة، قسم الاعلام وثقافة الأطفال، 2017م).

9- أحمد مختار عمر. معجم اللغة العربية المعاصرة، (القاهرة، عالم الكتب، 2008).

10- عبدالله جرادى. التعزيز وأثره فى اكتساب الكفاءة اللغوية، رسالة ماجستير غير منشورة، (الجزائر،

جامعة أدرار، كلية الأدب واللغات، قسم اللغة العربية، 2019 م).

11- منصور الرفاعى محمد . التطوع والعطاء، (الهيئة العامة للاستعلامات، سلسلة ثقافة الشباب،2006م).

12- منصور الرفاعى. العمل الاجتماعى تطوعى، عطاء، (القاهرة، مركز الكتاب للنشر، 2007م).

13س- حسن الصفار. العمل التطوعى فى خدمة المجتمع، (أطيايف للنشر والتوزيع، 2007).

مستخلص البحث :

إن شبكات التواصل الاجتماعى تمتلك القدرة على تحفيز المتطوعين وتقديم الرسالة المطلوبة دون الحاجة

للتواصل المباشر ميدانياً، حيث تسهم هذه الشبكات فى تطوير مهارات التواصل عبر تبادل الآراء وطرح

وجهات النظر المختلفة عبر وسائل الاتصال المختلفة من خلال بث المعلومات وكتابة المقالات والتقارير

المسموعة والمرئية التى تسهم فى تطوير العمل التطوعى ونقله للأجيال القادمة، لذا فإنه يمكن استغلال

شبكات التواصل الاجتماعى فى تقديم يد المساعدة من خلال الأعمال التطوعية، ومن هنا جاءت هذه الدراسة

للتعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز العمل التطوعي لدى المراهقين، وتعتبر هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تستخدم منهج المسح بالعينة، وقامت الباحثة بإعداد استمارة استبيان تغطي أهداف البحث وتساؤلاتها وتمثلت عينة الدراسة في (300) مراهق في سن (15-18) سنة . وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج من أهمها :

1- أن الفيسبوك مستخدم بدرجة عالية مقارنة بباقي شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى حيث بلغت نسبة الذين يمتلكون حسابًا عليها (23,5%) أي أن معظم مفردات العينة تستخدم الفيسبوك، فيما عادت المرتبة الثانية إلى شبكة التواصل الاجتماعي الواتس آب بدرجة أقل من الفيسبوك حيث وصلت نسبة المراهقين الذين يمتلكون به حسابًا (16,2%).

2- أن أغلب مفردات العينة ترى أن شبكات التواصل الاجتماعي ساهمت في تعزيز ثقافة العمل التطوعي لها بنسبة عالية بلغت 90,5%، فبين حين جاءت نسبة العينة التي ترى أنها ساهمت نوعا ما في تعزيز ثقافة العمل التطوعي لها 9,5%.

3- من أهم الأسباب التي ساعدت في تعزيز ثقافة العمل التطوعي لدى المراهقين، كان أن شبكات التواصل الاجتماعي أكثر الوسائل انتشارا بين المراهقين بنسبة 25,7%، ثم تسهل عملية الاتصال والتواصل بنسبة 19%، تليها تقرب المسافات من خلال إلغائها للحدود الجغرافية بنسبة 14,3%، و سرعة نقل المعلومات واختزال الوقت بنسبة 10,5%، وسهولة استخدامها بنسبة 8,1%.

الكلمات المفتاحية:-

1- العمل التطوعي

2- التعزيز

Abstract

The social networks have the ability to provide incentives to the volunteers and to introduce the desired message without the need for direct field communication. These networks help develop communication skills through the exchange of opinions and showing various viewpoints using various means through transmission of information and creating visual and audio reports which participate in developing volunteer work and handing it down to the future generation. Therefore, it is possible to use social media in helping through volunteer work. This study aims to explain the role of social media in augmenting the volunteer work of the adolescents. This study is one of the descriptive cross-sectional studies which employs the sample survey methodology. The researcher prepared a survey form covering the objectives and enquiries of the research. It included 300 adolescents (aged 15–18 years). The study reached the following main findings:

1- Facebook is used more than other social media networks. 23.5% of the sample had an account on it, which means the majority of the sample used it. WhatsApp occupied the second rank with 16.2% of adolescents having an account on it.

2- Most of the sample individuals (90.5%) think that the social media networks contributed to increasing volunteering work culture for them, while 9.5% answered with (somewhat)

3-The most important reason that caused social media to augment volunteer

work culture within the sample was: According to 25.7% of the sample, the widespread use of social media among them . Followed by 19% who think that social media facilitate communication. This group is followed by 14.3% who think that social media cancel geographic distances. After these there are 10.5% who think social media saves time and helps transfer information quickly. The last group (8.1%) prefer social media because they think it is easy to use.

Key Words :

- 1- The Volunteer Work
- 2- Augmenting
- 3- The Role of Social Media