

دور الفيسبوك في نشر ثقافة العمل التطوعي
دراسة مسحية على عينة من طلبة الجامعات الأردنية
في مدينة عمّان

**The Role of Facebook in Broadcasting
the Culture of Volunteerism with Jordan Universities'
Students in Amman**

منتهى الكيلاني
401620075

بإشراف:
الدكتور رائد البياتي

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

كلية الإعلام

جامعة الشرق الأوسط

كانون الثاني (يناير)، 2019

تفويض

أنا منتهى الكيلاني أفوض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخ رسالتي ورقيا وإلكترونيا للمكتبات،
أو المنظمات، أو الهيئات والمؤسسات المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند طلبها.

لاسم: منتهى الكيلاني

تاريخ: 21.1.2019

توقيع:



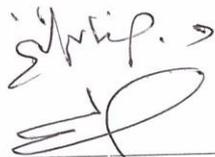
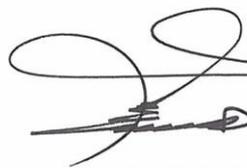
قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها (دور الفيسبوك في نشر ثقافة العمل التطوعي - دراسة مسحية على

عينة من طلبة الجامعات الأردنية في مدينة عمان)

وأجيزت بتاريخ 2019/ 1 /21

أعضاء لجنة المناقشة

ت	الاسم	الصفة	جهة العمل	التوقيع
1	د. راند البياتي	مشرفاً ورئيساً	جامعة الشرق الاطوسط	
2	د. محمد القرعان	مناقشاً داخلياً	جامعة الشرق الاطوسط	
3	د. هاشم الحمامي	مناقشاً خارجياً	الجامعة العربية المفتوحة	

شكر وتقدير

ومن الجميل الاعترافُ بالجميلِ وإسداءِ الشكر لمن هو أهله، وإرجاع الفضل لأهل الفضل، فأني أتقدم بالشكر الجزيل الممزوج بالعرفان والاحترام إلى الصرح العلمي الجميل، الذي قضيت فيه أياما نقية بهية، جامعة الشرق الأوسط، وإلى أمينها ومجلس أمنائها، ورئيس الجامعة وأعضاء رئاستها وعمداء كلياتها وجميع طلبتها والعاملين فيها.. لهم مني الشكر والعرفان.

والشكر إلى مشرفي القدير، الدكتور رائد البياتي، على تكرمه بالإشراف على رسالتي فله مني جزيل العرفان.

إلى أبي الروحي، الدكتور كامل خورشيد.. الذي لطالما لجأت إليه فلا يمل ولا يكل من مساعدتي كما يساعد غيري..

وإلى أعضاء لجنة المناقشة الموقرة.

إلى الأستاذ نجم العيساوي، على جهده وأمانته..

وإلى من ساندني ودعمني وشجعني... لهم مني وافر الشكر والامتنان.

وإلى جميع زملائي في رحلتي الدراسية هذه... لهم مني خالص الشكر وأطيبه.

الباحثة منتهى الكيلاني

الإهداء

إلى كل من بادر بعمل الخير، إلى كل من أنار الظلام أينما كان وكرس وقته وجهده في سبيل
تنمية المجتمع.

إلى أبي حمزة، الجبل الشامخ، الرجل العصامي الذي رفعنا وعلّمنا الإجتهد، والجرأة، والصمود.

إلى أمي سميرة، شجرة الزيتون العطرة العتيدة، موسوعي المفضلة، رفيقة الروح التي ألهمتني
العطاء والحب.

إلى أشقائي سنابل الحياة، هبة، وسيف، وزيد، وغازي.

إلى جدي خيرية نبع الحنان، التي غمرتني بدعواتها وبركاتها.

إلى رفيقات رسالتي نوار وروان.

إلى كل من دعمني وساندني..

إلى كل ما أعاق طريقي وجعلني أقوى وأكثر إصراراً.

جميعاً.. أهدىكم هذا العمل

الباحثة

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
أ	العنوان
ب	التفويض
ج	قرار اللجنة المناقشة
د	الشكر والتقدير
هـ	الإهداء
و	قائمة المحتويات
ح	قائمة الجداول
ي	قائمة الملاحق
ك	الملخص العربي
ل	الملخص الانكليزي
١	الفصل الاول-خلفية الدراسة وأهميتها
١	مقدمة
٥	مشكلة الدراسة
٥	أهداف الدراسة
٦	أهمية الدراسة
٦	أسئلة الدراسة
٧	فرضيات الدراسة
٧	حدود الدراسة
٨	محددات الدراسة

٨	مصطلحات الدراسة
١٠	الفصل الثاني: الادب النظري والدراسات السابقة
١٠	أولاً: الأدب النظري - تمهيد
١٠	النظرية المستخدمة
١٠	نظرية الغرس الثقافي
١٦	العمل التطوعي
١٩	الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي
٢٦	ثانياً: الدراسات السابقة
٣٧	الفصل الثالث: منهجية الدراسة (الطريقة والاجراءات)
٣٨	منهج الدراسة
٣٨	مجتمع الدراسة
٣٩	عينة الدراسة
٤١	أداة الدراسة
٤٢	صدق أداة الدراسة
٤٢	ثبات أداة الدراسة
٤٣	متغيرات الدراسة
٤٤	إجراءات الدراسة
٤٤	المعالجة الإحصائية
٤٧	الفصل الرابع - نتائج الدراسة
٦٨	الفصل الخامس - مناقشة النتائج والتوصيات
٧٩	مراجع الدراسة
٨٢	الملاحق

قائمة الجداول

الصفحة	محتوى الجدول	رقم
		الفصل-الجدول
٤٠	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الخصائص الديموغرافية	(١-٣)
٤٣	قيم معاملات الإتساق الداخلي باستخدام اختبار كرونباخ ألفا	(٢-٣)
٤٧	التكرارات والنسب المئوية لاستجابات العينة عن كثافة استخدام الفيسبوك	(٣-٤)
٤٨	التكرارات والنسب المئوية لاستجابات العينة عن المكان المفضل لاستخدام الفيسبوك	(٤-٤)
٤٩	التكرارات والنسب المئوية لاستجابات العينة عن الوقت الذي يستغرقه المبحوث في متابعة الفيسبوك	(٥-٤)
٥٠	التكرارات والنسب المئوية لاستجابات العينة عن الجهاز المفضل لتصفح الفيسبوك	(٦-٤)
٥١	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد مجتمع الدراسة عن "مساهمة الفيسبوك في تعريف طلبة الجامعات الاردنية بمفهوم العمل التطوعي" مرتبة ترتيباً تنازلياً..	(٧-٤)
٥٣	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد مجتمع الدراسة عن "مضامين الفيسبوك التي تتعلق بالعمل التطوعي" مرتبة ترتيباً تنازلياً..	(٨-٤)
٥٥	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد مجتمع الدراسة عن "احتياجات الطلبة من النشر عبر الفيسبوك إزاء العمل التطوعي" مرتبة ترتيباً تنازلياً..	(٩-٤)
٥٨	اختبار العينة المستقلة Independent Sample T-test للتعرف على الفروق الإحصائية لاستجابات المبحوثين عن دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي تعزى للجنس.	(١٠-٤)
٥٩	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن " دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي" تعزى لمتغير العمر"	(١١-٤)

الصفحة	محتوى الجدول	رقم
		الفصل-الجدول
٦٠	تحليل التباين الأحادي One Way ANOVA للكشف عن دلالة للفروق في استجابات المبحوثين عن دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي تعزى لمتغير العمر.	(١٢-٤)
٦١	اختبار LSD للمقارنات البعدية للكشف عن أي فئات العمر كان لها الفرق المعنوي في استجابة المبحوثين عن دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي.	(١٣-٤)
٦٢	اختبار العينة المستقلة Independent Sample T-test للتعرف على الفروق الإحصائية لاستجابات المبحوثين عن دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي تعزى للمستوى الأكاديمي.	(١٤-٤)
٦٣	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن " دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي " تعزى لمتغير الكلية	(١٥-٤)
٦٤	تحليل التباين الأحادي One Way ANOVA للكشف عن دلالة للفروق في استجابات المبحوثين عن دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي تعزى لمتغير الكلية.	(١٦-٤)
٦٥	اختبار العينة المستقلة Independent Sample T-test للتعرف على الفروق الإحصائية لاستجابات المبحوثين عن دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي تعزى للجامعة.	(١٧-٤)

قائمة الملاحق

رقم الملحق	محتوى الملحق	
١	استبانة الدراسة	٨٣
٢	بيانات المحكمين	٨٩
٣	جدول اختيار العينة	٩٠

دور الفيسبوك في نشر ثقافة العمل التطوعي دراسة مسحية على عينة من طلبة الجامعات الأردنية في مدينة عمان

إعداد الطالبة: منتهى الكيلاني

إشراف: الدكتور رائد البياتي

كلية الإعلام - جامعة الشرق الأوسط

ملخص

هدفت الدراسة الى التعرف على الدور الذي يؤديه موقع الفيس بوك في نشر ثقافة العمل التطوعي لدى طلبة الجامعات الأردنية، وقد اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي، وتمثل مجتمع الدراسة بطلبة الجامعة الأردنية وجامعة الشرق الأوسط، والبالغ عددهم خمسون ألف طالب وطالبة، وبلغت عينة الدراسة (٤١٤) طالبا وطالبة تم اختيارهم بطريقة العينة العشوائية البسيطة.

بينت نتائج الدراسة:

- أن طلبة الجامعات الأردنية (الشرق الأوسط والأردنية) يستخدمون الفيسبوك بنسبة عالية، وأنهم يفضلون معظم الأماكن لاستخدام وتصفح الفيسبوك. كما أنهم يستغرقون في استخدام وتصفح الفيسبوك (من ساعة إلى ٣ ساعات). ويفضلون استخدام الجوال في متابعة وتصفح الفيسبوك.
- أن الفيسبوك وسيلة فعالة للترويج لحملات العمل التطوعي، ويسهم بشكل فاعل في تعريف الطلبة بالمزيد من أوجه العمل التطوعي.
- إن منشورات الفيسبوك عن العمل التطوعي لها تأثير كبير في تعزيز الروح الأخوية بين افراد المجتمع، كما أنه في ذات الوقت تبين القيمة الإنسانية للعمل التطوعي.
- إن ما يحتاجه طلبة الجامعات هو أن يعملوا على توفير مساحات على الفيسبوك لدعوة الآخرين للعمل التطوعي، وأن يحرصوا على نشر الأعمال التطوعية لتعميم الفائدة.

كلمات مفتاحية: [الفيسبوك، العمل التطوعي، طلبة الجامعات، الجامعة الأردنية، جامعة الشرق الأوسط]

The Role of Facebook in Broadcasting the Culture of Volunteerism with Jordan Universities' Students in Amman

Prepared by: Muntaha Al Kilani

Supervisor: Dr. Raed AL-Bayati

Faculty of Media- MEU

Abstract:

The study aimed to identify the role that played by the Facebook in spreading the culture of volunteerism among Jordanian university students. The study adopted the descriptive approach. Its community represented by the students of the University of Jordan and the Middle East University, which numbered Fifty Thousand Students. And the sample was (414) selected in a simple random sample.

The results of the study showed:

- Jordanian University Students of (the Middle East and Jordan University) use the Facebook network at a high rate, and they prefer most places to use and browse the Facebook network. Jordanian University Students use the Facebook network (from 1 hour to 3 hours), preferring to use their mobiles in the follow-up and browsing.
- Facebook is an effective way to promote volunteerism campaigns and actively contributes to the introduction of more volunteer work.
- Facebook's publications on volunteerism have a great influence on promoting the brotherly spirit among members of the community, and at the same time show the human value of volunteering.
- What university students need to do is to provide space on Facebook to invite others to voluntary work, and to promote the dissemination of voluntary work to spread the benefit.

Keywords [Facebook, Volunteerism, University Students, University of Jordan, Middle East University]

الفصل الأول

خلفية الدراسة وأهميتها

المقدمة:

تمثل ثقافة العمل التطوعي واحدة من المكونات الثقافية للمجتمعات المدنية؛ إذ يُعتبر العمل التطوعي من الخدمات الهامة للمجتمع، كما أن ثقافة التطوع من أهم الوسائل المفيدة لتنمية شخصية الفرد؛ من خلال المساهمة في دعم التنشئة الثقافية، والتكوين الاجتماعي عند الأفراد. تسعى ثقافة التطوع إلى تحقيق مجموعة من المهارات، والمعارف، والقيم المرتبطة بأفعال الخير المقدمة للمجتمع.

وتأتي هنا أهمية التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال والتقنيات الحديثة من ناحية استغلالها بالشكل الأمثل بما يحقق الفائدة للمجتمع نظراً للأفاق الجديدة والتغيرات العميقة التي أحدثتها التكنولوجيا في مختلف جوانب الحياة الإنسانية، الثقافية، الفكرية والاجتماعية، كما أثرت بشكل كبير على كافة أنماط الاتصال الإنساني، حيث فتحت مجالاً واسعاً لتجسيد مفهوم القرية الكونية الذي أشار إليه مارشال ماكلوهان.

وفضلاً عن ذلك، فإن التكنولوجيا تُعتبر أيضاً تطبيقاً للعلوم في حلّ المشكلات التي يواجهها الإنسان، واستطاع التطور المذهل في حقول تكنولوجيا الاتصال أن يتيح لها الارتباط بكافة مجالات الأنشطة الإنسانية، فأصبحت جزءاً مهماً في الحياة اليومية للأشخاص، ويعد الإنترنت من بين أكثر مظاهر تكنولوجيا الاتصال الحديثة تجلياً والتي نجحت إلى حد كبير في فتح فرص جديدة أمام الأفراد للتفاعل ومشاركة همومهم ومشاكلهم وتقديم المساعدة لمن يحتاجها.

لقد تطور التواصل الكوني من خلال الإنترنت حتى أصبح باستطاعة الإنسان أن يتواصل بسرعة أكبر زمانياً ومكانياً، من خلال البرمجيات المتطورة المستخدمة في شبكة الإنترنت ومواقع التواصل الإجتماعي وما قدمته من تسهيلات شتى للمستخدمين، ووصولهم على المعرفة ووصولهم إلى المعلومات في وقت قياسي عوضاً عن الجهد والوقت الطويل الذي كانت تستغرقه هذه العملية.

وأتاح الجيل الثاني من الإنترنت إمكانات جديدة للاتصال عبر الشبكة من خلال مواقع التواصل الإجتماعية، وزاد الإهتمام بدراسة مواقع التواصل الإجتماعي وتأثيرها على الأشخاص وكيفية استغلالها من طرف بعض المنظمات المتخصصة بمجال العمل التطوعي الذي أصبح يأخذ حيزاً واضحاً في المجتمعات العربية، وذلك بعد أن توضحت أهمية استخدامه في فترات الحروب والكوارث ومكافحة الأمراض والبطالة والفقر وغيرها من المشكلات والأزمات التي تتعرض لها الاقطار العربية، لقد بات التطوع من الأعمال البارزة اليوم في واقع الناس، وخاصة مع وجود الأزمات والمحن التي أصابت الشعب العربي، نتيجة الحروب والكوارث والأمراض والبطالة والفقر. ونلاحظ الإستخدام الفعال لمواقع التواصل الإجتماعي في مجال الخدمات الإنسانية منذ نشأتها وإنطلاقها، فكان لها الموقف الريادي وكانت صوت الجميع الذي استطاع اختراق الفضاء ليصل أرجاء المعمورة.

وتعد "فيس بوك" العالمية الأوسع انتشاراً والمستحوذة على الحصة الكبرى من مستخدمي الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي حول العالم؛ حيث يوفر هذا الموقع إمكانات التواصل الاجتماعي والمشاركة بين الناس وتبادل الآراء والتعليقات والمنشورات بكل أنواع المحتوى المكتوب والمصور والفيديوي، معززا بخدمات المسنجر وغيرها من مئات الخدمات التي يقدمها الموقع في مضمار الإعلام والتسويق والإعلان.

ومن هنا تأتي هذه الدراسة للتعرف على مدى نجاح المبادرات الإنسانية وحملات التطوع عبر مواقع التواصل والتي تقوم بها الجهات المعنية بالعمل التطوعي وإنعكاساتها على المجتمع، والتعرف على الفوائد المتحققة من استخدام هذه المواقع بالشكل الأمثل بما يحقق ترسيخ ثقافة العمل التطوعي لدى طلبة الجامعات الأردنية.

ولتحقيق هذا الهدف تم إختيار الشباب من طلبة الجامعة الأردنية في العاصمة عمان باعتبارها جامعة رسمية في العاصمة عمان وجامعة الشرق الأوسط في العاصمة عمان باعتبارها جامعة خاصة نموذجاً لهذه الدراسة بهدف عقد المقارنة بين النتائج التي ستتوصل إليها الدراسة.

مشكلة الدراسة:

يمثل العمل التطوعي قيمة إنسانية عليا في المجتمعات الإنسانية الراقية، وهو مؤشر أساس من مؤشرات السلم الحضاري للأمم، وإن انتشار ثقافة العمل التطوعي دليل على الاتجاه الإيجابي لمسيرة أية دولة في مسيرة المثل الإنسانية العليا، وانسجاماً مع اهتمام الباحثة في مجالات العمل التطوعي وجدت أنه من الضرورة بمكان أن تستكشف دور وسائل الإعلام - لاسيما مواقع التواصل الاجتماعي - الفيسبوك في نشر ثقافة العمل التطوعي بين صفوف الشباب، وبالأخص الشباب الجامعي، ومن هذا يمكن صياغة مشكلة الدراسة بالتساؤل الآتي:

إلى أي مدى أسهمت مواقع التواصل الاجتماعي- الفيسبوك انموذجاً في ترسيخ ثقافة العمل الطوعي لدى طلبة الجامعات الأردنية؟

أهداف الدراسة: -

استناداً إلى مشكلة الدراسة المتمثلة بمدى إسهام مواقع التواصل الاجتماعي- الفيسبوك في ترسيخ ثقافة العمل الطوعي لدى طلبة الجامعات الأردنية، يمكن تمثيل أهداف الدراسة بما يلي:

- 1- التعرف إلى أنماط استخدام موقع الفيسبوك لدى طلبة الجامعات الأردنية.
- 2- التعرف إلى مدى إسهام مواقع التواصل الاجتماعي- الفيسبوك في تعزيز مفهوم العمل التطوعي لدى طلبة الجامعات الأردنية في عمّان.
- 3- التعرف على تأثير المضامين المنشورة في موقع الفيسبوك عن العمل التطوعي في نشر ثقافة العمل التطوعي لدى طلبة الجامعات الأردنية في عمّان.
- 4- التعرف إلى احتياجات طلبة الجامعات الأردنية في عمّان من النشر عبر الفيسبوك إزاء العمل التطوعي.

أهمية الدراسة:

لهذه الدراسة أهميتان:

الأولى من الناحية النظرية: تطمح هذه الدراسة ان تكون من الدراسات التي لها دور في متخصصة في دراسة دور مواقع التواصل في ترسيخ ثقافة العمل التطوعي، وعليه ستتناول الباحثة هذا الموضوع ، فضلا عن حاجة المكتبة العربية إلى مثل هذا النوع من الدراسات الحديثة والمهمة التي تتواكب مع المستجدات الحديثة في مجال الإتصال والتواصل، فجاءت هذه الدراسة كمحاولة لسد النقص في هذا المجال أوتعزيز الموجود القليل منها.

الثانية من الناحية التطبيقية: ستعود هذه الدراسة بالفائدة الكبيرة والمهمة على المعنيين بمجال المبادرات الخيرية والإنسانية والعمل التطوعي سواء منظمات داخلية أو خارجية أو افراد، وذلك من خلال النتائج التي ستتوصل اليها.

أسئلة الدراسة: تتمثل أسئلة الدراسة بما يلي:

- 1- ما أنماط استخدام موقع الفيسبوك لدى طلبة الجامعات الأردنية في عمّان؟
- 2- ما مدى إسهام مواقع التواصل الاجتماعي- الفيسبوك في تعزيز مفهوم العمل التطوعي لدى طلبة الجامعات الأردنية في عمّان؟
- 3- ما تأثير المضامين المنشورة في موقع الفيسبوك عن العمل التطوعي في نشر ثقافة العمل التطوعي لدى طلبة الجامعات الأردنية في عمّان؟
- 4- ما احتياجات طلبة الجامعات الأردنية في عمّان من النشر عبر الفيسبوك إزاء العمل

التطوعي؟

فرضيات الدراسة

الفرضية الأولى: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي تعزى لمتغير الجنس.

الفرضية الثانية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي تعزى لمتغير العمر.

الفرضية الثالثة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في واقع دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي تعزى لمتغير المستوى الأكاديمي.

الفرضية الرابعة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي تعزى لمتغير الكلية.

الفرضية الخامسة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي تعزى لمتغير الجامعة.

حدود الدراسة:

- الحدود الزمانية: شهري تشرين الأول وتشرين الثاني من سنة 2018.
- الحدود المكانية: العاصمة عمان.
- الحدود التطبيقية: عينة من طلبة جامعتي الشرق الأوسط والأردنية.

محددات الدراسة:

يتم الإستفادة وتعميم الدراسة من خلال مراعاة المحددات التالية:

- 1- صدق وثبات الدراسة من خلال الإستبانة المصممة خصيصاً لهذه الدراسة.
- 2- صدق المبحوثين في الإجابة على أسئلة الإستبانة.
- 3- مجتمع الدراسة والمتمثل بعينة من طلبة جامعتي الشرق الأوسط والأردنية.

مصطلحات الدراسة:

الدور (إصطلاحاً): هو السلوك المتوقع من الفرد، حيث أنه نموذج السلوك الذي تتطلبه مكانة الفرد في المجتمع، (ناصر، ١٩٩٣، ١٠٤).

ويعرف اجرائياً أنه دور الفيس بوك في نشر ثقافة العمل التطوعي لدى طلبة الجامعات الأردنية في محافظة عمان.

موقع الفيس بوك: هو موقع إلكتروني للتواصل بين المستخدمين حول العالم، ويمكن لأي شخص قادر على إنشاء موقع له في حساب الفيس بوك بسهولة وبدون مقابل مادي، ويهدف الموقع الربط بين الأصدقاء والتعرف على أصدقاء جدد أو البحث على أصدقاء الدراسة حول العالم أو الإنضمام إلى مجموعات مختلفة على شبكة الويب، ويمكن لمستخدمين في الموقع الإشتراك في شبكة أو أكثر، مثل المدارس، أو أماكن العمل أو المناطق الجغرافية أو المجموعات الإجتماعية وهذه المواقع تتيح للمستخدمين الإتصال بالأعضاء الذين هم في الموقع نفسه، ويمكن لهم أن يضيفوا أصدقاء لصفحاتهم ويتيحوا لهم رؤية صفحاتهم الشخصية. (الحضيف، ٢٠١٠)

موقع الفيس بوك إجرائياً: هي صفحات العمل التطوعي وصفحات المنظمات الإنسانية التي تعلن عن نشاطاتها ومشاريعها وتتيح فرص التطوع للطلبة بهذه المشاريع بشكل يومي، مثل موقع حصل الذي يحث طالبات الجامعات على التبرع بشعرهن لمريضات السرطان.

العمل التطوعي (إصطلاحاً): في مفهومه الشامل يعني البذل والتضحية من أجل الآخرين، إذ ينطوي على معان سامية وأهداف خيرة لدى أصحابه، كما أنه يتدرج من حيث مستوى التضحية فنجده يبدأ بأداء أعمال بسيطة (العمرى. ١٩٩٧)

ويعرف اجرائياً بأن يقوم الطالب بتقديم خدمة عامة بلا مقابل، أو القيام بالنشاط المعتمد على تطبيق مجموعة من المسؤوليات التي ينفذها الطالب من تلقاء نفسه دون وجود أيّ تكليف أو أمر له من أجل تنفيذها دون جزاء مادي بهدف إفادة مجتمعه ومحيطه.

الفصل الثاني

الأدب النظري والدراسات السابقة

أولاً: الأدب النظري:

تمهيد

يهدف هذا الفصل تسليط الضوء على الأدب النظري المتعلق بموضوع الدراسة، ويوضح الجزء الأول من هذا الفصل النظرية الإعلامية المستخدمة في بناء الإطار النظري حيث ارتكزت الباحثة في دراستها على نظرية (الغرس الثقافي)، أما الجزء الثاني يتطرق إلى عرض للدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة، وأهم النتائج والتوصيات المتعلقة بها، وما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة.

نظرية الغرس الثقافي "Cultivation Theory"

"تعد دراسة جورج جينر (George Gebner) حول تأثير وسائل الإعلام والصحف الأساس النظري الذي انطلقت منه نظرية الغرس الثقافي إذ يرى جينر إن وسائل الإعلام المقروءة ومنها الصحف تنقل رسائل عديدة تؤثر في رؤيتهم وفهمهم للأحداث والقضايا والأشخاص في العالم من حولهم، ومن ثم هذه الوسائل تسهم في غرس صورة ذهنية منمّطة، وبناء على ذلك فإن وسائل الإعلام المقروءة ومنها الصحف تقدم للجمهور صياغة جديدة لـ "الحقائق" الاجتماعية يتم تناقلها بينهم، ما يعني التسليم بها ووصفها الحقائق الصادقة أو بمعنى آخر إن الجمهور يعتقد إن العالم

الذي يراه في وسائل الإعلام المقروءة وبخاصة الصحف هي صورة حقيقية وصادقة لعالمه الحقيقي". (حسنين، 2014، 219).

"وقد نشأت هذه النظرية في ظروف اجتماعية سيئة في الولايات المتحدة الأمريكية في فترة الستينات من القرن الماضي حيث ظهرت موجات من الجرائم والعنف والاعتقالات في المجتمع الأمريكي وربط الناس بين ظهور هذه الجرائم والانتشار الواسع للتلفزيون مما حدا بالباحثين والمؤسسات البحثية في أمريكا لإجراء العديد من البحوث حول علاقة مشاهدة التلفزيون وارتفاع معدلات الجريمة والسلوك العدواني، وبناءً على ذلك توصل جيرينر إلى نظرية الغرس الثقافي التي ترى أن الأشخاص كثيفي التعرض لبرامج التلفزيون يختلفون في إدراكهم للواقع الاجتماعي عن الأفراد قليلي التعرض، وأن للتلفزيون ميزة فريدة للغرس لدى الأشخاص خاصة الأطفال، لتمتعه بخصائص منها قيامه بدور راوي الحكاية وإمداد الطفل بالمعلومات وتكرار الصور الذهنية، وتفترض النظرية أن تقديم التلفزيون للواقع الاجتماعي يؤثر على معتقدات المشاهدين حول الواقع الاجتماعي." (حجاب، 2010، 206، 307)

"وتعد نظرية الغرس الثقافي من أهم نظريات الاتصال التي تقدم تصوراً تطبيقياً للأفكار الخاصة بعمليات بناء وتشكيل الحقائق الاجتماعية والتعليم من خلال الملاحظة، وتدرس النظرية قدرات وسائل الإعلام في تشكيل معارف الأفراد والتأثير على استيعابهم وفهمهم للحقائق المحيطة بهم خصوصاً بالنسبة للأفراد الذين يتعرضون لوسائل الإعلام بشكل كبير ومتكرر." (مراد، 2014، 152).

"ويأتي تعريف جيرينر لمفهوم الغرس الثقافي: بأنها الوسيط والمجال الذي تعيش فيها الإنسانية وتتعلم منه باكتساب المعرفة من خلال الوسيط الثقافي الذي يعيش الإنسان فيه، الناتج من تراكم وسائل

الإعلام المقروء وتعرف الفرد إلى حقائق الواقع الاجتماعي دون وعي نتيجة التعرض إلى وسائل الإعلام، ويحدث الغرس عندما يقوم الأفراد أولاً بتعلم عناصر من عالم التلفزيون وثانياً عندما يستخدمون ما تعلموه في بناء الصور الذهنية لديهم، وتشكيل مفاهيم ومعتقدات وأفكار عن عالم التلفزيون التي غرسها أثناء المشاهدة عن العالم الحقيقي والحقائق التي يتعلموها من عالم التلفزيون تصبح هي الأساس الذي يبنون عليه نظرتهم للعالم بشكل عام، وبذلك فإن التلفزيون هو المصدر المهم للقيم والأيدولوجيات ووجهات النظر والأحكام والمعتقدات والاقتراحات". (الدليمي، 2016، 58-160)

وبالتالي فإن نظرية الغرس الثقافي ارتبطت بدراسة تأثير التلفزيون التراكمي بكيفية رؤية الجمهور للعالم الذي يعيش فيه وليس لدراسة الآثار المستهدفة لوسائل الإعلام.

وركزت بحوث الغرس الثقافي على دراسة ثلاث قضايا متداخلة هي" (إسماعيل، 2003، 265):

(١) دراسة الرسائل والقيم والصورة الذهنية التي تعكسها وسائل الإعلام على معتقدات الأفراد الأكثر تعرض لها.

(٢) دراسة الضغوط والعمليات التي تعكسها وسائل الإعلام التي تعرض لها الأفراد.

(٣) دراسة الرسائل الإعلامية على إدراك الأفراد للواقع الاجتماعي.

وبالتالي يمكن تعريف عملية الغرس الثقافي بأنها عملية تنمية معرفية ونفسية من خلال الخبرة ومصادر المعلومات لدى بعض الأشخاص التي يتعرضون لها.

وبناء على ما سبق فإن الغرس الثقافي سلسلة عمليات متوالية ومتداخلة من تأثير وسائل الإعلام المختلفة وتكون هذه العمليات بالشكل الاتي (حجاب، 2010):

(١) التأثير والنتائج المترابطة على المدى البعيد.

(٢) اختزال وسائل الإعلام للتيارات المختلفة وعكسه للآراء والصور والمعتقدات ليستوعبها

الجمهور.

(٣) الاندماج: بين المعرفة الاجتماعية، من العادات والتقاليد الراسخة والمعرفة المكتسبة من الجلوس

لساعات طويلة أمام وسائل الإعلام ومن ثم التدعيم الذي يحدث من ذلك التعرض.

(٤) التأثير المترابطة: الممتد أو كما يقول جوديت أفرا (Juditevra) تأشيريات قطرة التقطير ويحدث

ذلك عندما يتعرض الناس لوسائل الإعلام خاصة المراهقين فينسون الهموم والمشاكل وهنا يدركون

إن ما يتلقونه من وسائل الإعلام حقيقي يدمنون عليه.

(٥) نظام الجرعات: ويعني إن تأثير وسائل الإعلام لا يأتي مباشرة بشكل تراكمي بل يحدث عن

طريق الجرعة أي التأثير المرتفع تبقى راسخة في ثقافة الجمهور وصورته الذهنية عن الأحداث

المقدمة.

مفهوم ثقافة العمل التطوعي:

ان مفهوم العمل التطوعي لا يختلف من مجتمع لآخر، ويعرف بأنه ممارسة انسانية تمثل العمل

الصالح ومعاني الخير، لكنه يختلف في شكله واتجاهاته وحجمه من مجتمع لآخر ويختلف في فتراته

الزمنية. ومثال على ذلك، إختلاف حجم العمل التطوعي بالاعتماد على وضع المجتمع، حيث يزداد

نسبياً في اوقات الحروب والكوارث الطبيعية ويقل حجمه في فترات الهدوء والاستقرار.

يُقسَّم العمل التطوعي إلى قسمين، هُما كالآتي:

١- العمل التطوعي الفردي: وهو سلوك أو فعل اجتماعي يمارسه الفرد تلقاء نفسه وبرغبة منه و إرادة منه ولا يبتغي منه أي مردود مادي، ويقوم على اعتبارات أخلاقية أو اجتماعية أو انسانية أو دينية.

- فالمستوى الأول من مستويات العمل التطوعي الفردي هو مستوى السلوك التطوعي: ويقصد به مجموعة التصرفات التي يمارسها الفرد وتتنطبق عليها شروط العمل التطوعي ولكنها تأتي استجابة لظرف طارئ، أو لموقف انساني أو اخلاقي محدد، مثال ذلك أن يندفع المرء لإنقاذ غريق يشرف على الهلاك، أو اسعاف جريح بحالة خطر إثر حادث ألم به، في هذه الظروف يقدم المرء على ممارسات وتصرفات لغايات انسانية صرفة أو اخلاقية أو دينية أو اجتماعية، ولا يتوقع الفاعل منها اي مردود مادي.

- أما المستوى الثاني فهو مستوى الفعل التطوعي الذي لا يأتي استجابة لظرف طارئ بل يأتي نتيجة تدبر وتفكر، ومثال على ذلك انخراط الأفراد في أعمال تطوعية تنتم بطابع الاستمرارية، ففي مجال محو الأمية مثلاً قد يتطوع فرد بالعمل والجهد فيقوم بتعليم مجموعة من الافراد القراءة والكتابة ممن يعرفهم، او قد يتبرع بالمال لجمعية تعنى بتعليم الأميين، أو قد يتطوع بالفكر فتراه دائم الحديث في كل مجال وكل مجلس عن فكرة محو الأمية واهميتها وضرورتها للنهوض بالمجتمع ويقدم الاقتراحات التي تساعد الآخرين افرادا ومؤسسات للقيام بواجبهم في هذا المجال وقد يبادر لاستخدام وسائل الاعلام المختلفة المقروءة والمسموعة والمرئية من أجل نشر فكرته وتوعية الآخرين بها.

٢. العمل التطوعي المؤسسي: وهو أكثر تقدماً من العمل التطوعي الفردي وأكثر تنظيماً ووسع تأثيراً في المجتمع، ففي المجتمع مؤسسات كثيرة يحتل فيها العمل التطوعي أهمية كبيرة حيث تسهم جمعيات ومنظمات أهلية وحكومية بتطوير المجتمع، ويأتي العمل التطوعي المؤسسي ليسهم في جمع الجهود والطاقات الاجتماعية المبعثرة، فيجعلها متأثرة ذات أثر كبير وفعال إذا ما اجتمعت وتم التنسيق بينها.

ورغم أهمية العمل التطوعي الفردي الجماعي والمؤسسي يتميز عنه بعدة مزايا لعل أهمها:

١. أن العمل الجماعي يحقق صفة التعاون والجماعية التي حث عليها الله سبحانه و تعالى بقوله: ((وتعاونوا على البر والتقوى))، والتي حضت عليها كذلك السنة النبوية الشريفة من خلال قوله صلى الله عليه وسلم "يد الله مع الجماعة" وقوله صلى الله عليه وسلم "المؤمن للمؤمن كالبنيان يشد بعضه بعضاً". والعبادات الإسلامية جميعها: من صلاة وزكاة وصيام وحج تؤكد على معنى الجماعية والتعاون، وكل هذا يبعث رسالة للأمة مفادها أن الجماعة هي الأصل.

٢. عدم الاصطباغ بصبغة الأفراد في العمل الجماعي، ذلك ان العمل الفردي تظهر فيه بصمات صاحبه واضحة فضغفه في جانب من الجوانب، أو غلوه في آخر، او اهماله في ثالث لابد ان ينعكس على العمل، فقد يقبل بعض الضعف والقصور في فرد ما، باعتبار ان الكمال في البشر عزيز ونادر، لكن لا يقبل المستوى نفسه من القصور في العمل الجماعي في جمعية او مؤسسة خيرية، اذ هي قادرة على تحقيق هذا التكامل من خلال مجموعة آراء أفرادها.

٣. الاستقرار النسبي للعمل التطوعي الجماعي، اما العمل الفردي فيتغير بتغير اقتناعات الافراد ويتغير بذهاب قائد ومجئ آخر، يتغير ضعفا وقوة او مضمونا واتجاهها.

٤. يمتاز العمل الجماعي المؤسسي بالقرب من الموضوعية في الآراء أكثر الذاتية، ذلك ان جو المناقشة والحوار الذي يسود العمل المنظم يفرض على اصحابه ان تكون لديهم معايير محددة موضوعية للقرارات، وهذه الموضوعية تنمو مع نمو النقاشات والحوارات، أما العمل الفردي فمرده قناعة القائم بالعمل.

٥. العمل الجماعي والمؤسسي اكثر وسطي من العمل الفردي اذ انه يجمع بين جميع الطاقات والقدرات والتي تتفاوت في اتجاهاتها وآرائها الفكرية، مما يساهم في اتجاه الرأي نحو التوسط غالباً، اما العمل الفردي فهو نتاج رأي فرد وتوجه فرد، وحين يتوسط في أمر يتطرف في آخر.

٦. الاستفادة من جميع الطاقات والقدرات البشرية المتاحة فهي العمل الفردي مجرد ادوات للتنفيذ، تنتظر الرأي المحدد من فلان، اما في العمل الجماعي المؤسسي فهي طاقات تعمل وتبتكر وتسهم في صنع القرار.

إن أسمى أعمال التطوع هي النابعة من الذات ولا تنتظر أجراً مقابل ذلك، فالذين يقومون بأعمال التطوع هم أشخاص كرسوا أنفسهم لمساعدة الآخرين باختيارهم، ومفهوم العمل التطوعي في ثقافتنا يرتبط بقيم التكافل الاجتماعي وليست له اية دوافع ذاتية آنية.

(وزارة الثقافة والشباب وتنمية المجتمع، 2010)

الاستخدامات المتعددة لشبكة الانترنت:

لقد أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة نقلة نوعية وثورة حقيقية في قطاع الاتصال حيث انتشرت شبكة الأنترنت في كافة أرجاء المعمورة وربطت أجزاء العالم المترامية بفضائها الواسع ومهدت الطريق لكافة المجتمعات للتقارب والتعارف وتبادل الآراء والأفكار والرغبات، واستفاد كل

متصفح لهذه الشبكة من الوسائل المتعددة المتاحة من مواقع الكترونية، والمدونات الشخصية، ومواقع المحادثة بالإضافة إلى مواقع التواصل الاجتماعي مثل: الفيس بوك، تويتر، اليوتيوب، ماي سبيس. (فوزي، 2015، 154)

والتي أتاح البعض منها تبادل مقاطع الفيديو والصور ومشاركة الملفات جراء والمحادثات الفورية والتواصل والتفاعل المباشر ومن بين أهم مواقع التواصل انتشارا موقع الفيس بوك الذي أنشأه "مارك زوكر بيرغ" عام ٢٠٠١ لضم أصدقاء الجامعة وضمان استمرارية التواصل فيما بينهم، وأضحى اليوم يضم ما يفوق نصف المليار مشترك ليصبح من أكثر المواقع انتشارا نظرا للخدمات المتنوعة التي يقدمها وطبيعة التواصل الاجتماعي التي يتيحها. إن استخدام هذه المواقع وإن كان يعبر عن صيحة تكنولوجية ساهمت بشكل كبير في ربط العديد من العلاقات الإنسانية والاجتماعية بعد إلغائها عبر عامل المسافة انه يحيلنا الى الدور الكبير الذي تقوم به الأنترنت في التواصل بين أفراد المجتمع وكسر عامل المسافة وربط العلاقات بينهم. وعلى صعيد آخر يعتبر العمل التطوعي ممارسة إنسانية ارتبطت ارتباطا وثيقا بكل معاني الخير والعمل الصالح عند كل المجموعات البشرية منذ الأزل ولكنه يختلف في حجمه وشكله واتجاهاته ودوافعه من مجتمع إلى آخر، ومن بين الكثير من حملات التطوع والمبادرات الإنسانية، لقد كان لفيس بوك الكثير من الفضل في نشر أفكار ونشاطات هذه المبادرات وإتاحة الفرصة للشباب في مشاركتهم وتبرعهم ماديا ومعنويا ومشاركة أفكارهم وطاقتهم وابداعاتهم في تطوير هذه المبادرات التي تسعى لنشر الخير والعمل الإنساني، ومنها مبادرة خصل للتبرع بالشعر لمريضات السرطان، وحملات التبرع بالدم والأعضاء، وغيرهم من الحملات الخيرية الكثيرة التي تقدم المساعدات للفقراء والمحتاجين.

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي اليوم من المؤسسات المهمة التي تقوم بدور مهم في تربية النشء وإكسابهم عادات وسلوكيات صحيحة وأداة مهمة من أدوات التغيير الاجتماعي وقد اهتمت المؤسسات الاجتماعية والتربوية في الأردن بوضع البرامج والأنشطة لطلبة الجامعات الأردنية، وذلك بقصد الاستفادة من إشغال وقت الشباب بما يفديهم، وكذلك بقصد زرع جوانب وأمور مهمة وتنميتها في شخصية الطالب، فالعملية التعليمية ليست مجرد تلقين للدارس فقط وإنما هي عملية مفيدة لبناء شخصية الطالب من جميع النواحي، وبث روح المسؤولية الاجتماعية والاعتداد بالذات، وتحمل المسؤوليات في الحياة، ومحاولة إيجاد التوازن المتكامل في جميع جوانب الشخصية عن طريق تعزيز ثقافة العمل التطوعي والذي هو ممارسة إنسانية ارتبطت بكل معاني الخير عند كل المجموعات البشرية منذ الازل. (حمادة، 2012)

ويرى محمد غباري أن شغل أوقات الفراغ بصورة إيجابية وبطريقة مخططة يساعد كثيراً في تعديل السلوك لدى المستخدمين، ويساعد على تربية الناشئ من جميع جوانبه النفسية والاجتماعية والروحية والسلوكية والعقلية، واستغلال أوقات الفراغ لديهم في الأنشطة المختلفة يحقق ميولهم وذواتهم، وتشبع بعض حاجاتهم النفسية كالحاجة إلى التقدير، والحاجة إلى الحب، والحاجة إلى الانتماء واللعب والمرح وتنمية المهارات والهويات المختلفة، وصقل المواهب، وتحقيق القدرات وتنميتها وإكساب كثير من الخبرات المفيدة.

وتعد الأنشطة المختلفة التي يمارسها مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي سواء أكانت أنشطة ثقافية أو اجتماعية أو فنية من الأمور المهمة جداً لإيجاد وتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى الشباب وتنميتها، وإيجاد المواطن الصالح من خلال غرس وتنمية القيم والمعايير الاجتماعية في نفوسهم وتنميتها.

وقد يرى بعضهم أن رعاية الشباب تتمثل في توفير ألوان من النشاط أو الخدمات أو إقامة المؤسسات الرياضية والاجتماعية لشغل وقت الفراغ، بيد أن هذه الرعاية لا تمثل سوى جزءاً من احتياجات الشباب في ظل ما توفره التكنولوجيا الحديثة من إمكانات ضخمة يمارس من خلالها الشباب نشاطات مختلفة تؤثر في سلوكهم وأنماط شخصياتهم، فالسلوك الإنساني عبارة عن العمليات التي تتم بين الفرد بكل مكوناته العقلية والنفسية والاجتماعية والوسط أو البيئة بكل ما فيها من ظروف ومواقف وعناصر اجتماعية وثقافية. وهو أساس التفاعل بين الأفراد والجماعات والمجتمعات (الصادي، 1991)

موقع الفيسبوك:

كانت عضوية موقع الفيس بوك في البداية تقتصر على طالب جامعة هارفرد التي درس بها مؤسس موقع الفيس بوك مارك زوكر بيرج، ثم انتشرت العضوية وأصبحت لطلاب الكليات في مدينة بوسطن وجامعة ستان فورد وايبي ليج، وسرعان ما انتشر الموقع وأصبح متاح الى الجميع لكن بشرط ان يتجاوز الثالثة عشر من عمره، وتم اطلاق الموقع في بداية عام 2004، وحقق شهرة كبيرة وواسعة.

أعلن مارك زبيرغ عبر صفحته الرسمية، أن عدد مستخدمي فيس بوك قد بلغ ملياري شخص، معتبراً ذلك نجاحاً في توحيد الناس من مختلف أنحاء العالم. ليمثل بذلك مستخدمو فيس بوك نحو ربع سكان العالم البالغ عددهم ٧,٥ مليار نسمة.

أصبح الفيس بوك من أشهر مواقع التواصل الإجتماعي في المنطقة العربية وفي كل العالم، حيث أنه أصبح غير مقتصر على فئة الشباب فقط، بل أصبح متاح لجميع الفئات العمرية، ويمكن

اعتباره الان من أضخم المؤسسات التجارية ومن أكبر وسائل التواصل الإجتماعي التي تنتشر على شبكة الانترنت، وأصبح حالياً من الصعب الاستغناء عنه وخاصة أنه يعتبر موقع فعال لمتابعة الأخبار وبت الأفكار العلمية والسياسية والتنموية، وأحياناً لتغير العادات والافكار التي لا تتقبلها بعض المجتمعات.

فالطالب من خلال الفيس بوك يستفيد من الأنشطة والبرامج المتاحة له، ويتفاعل مع غيره، ويتبادل أنواع السلوك الإنساني فيفيد ويستفيد، ويكتسب خبرات إيجابية تنمي لديه الإحساس بالمسؤولية والاعتماد على الذات وذلك من خلال المشاركة مع مستخدمين آخرين على صفحات الحملات التطوعية التي تم انشائها على الفيس بوك، مما يشجعه على المشاركة في هذه الحملات ومتابعة أهم مستجداتها.

جمعيات أردنية ومبادرات معنية بالعمل التطوعي

ومن أهم الجمعيات الأردنية المعنية بالعمل التطوعي والتي استخدمت موقع الفيس بوك كوسيلة للإعلان عن النشاطات ومنصة إعلام رسمية للتواصل مع المتابعين.

- الجمعية الاردنية لتشجيع التبرع بالاعضاء التي تتمثل بالرئيس الأمير رعد بن زيد،

تأسست عام 1997 وعدد أعضائها: 80عضو.

تهدف هذه الجمعية الى تشجيع المواطنين على التكافل فيما بينهم لتخفيف المعاناة التي قد يسببها فقدان احد أعضاء جسم الإنسان، وتشجيع أولياء أمور الأفراد الذين توفاهم الله للتبرع بالأعضاء التي يمكن أن يستفاد منها في إنقاذ حياة إنسان آخر أو تحسين نمط حياته.. وهذه الأعضاء هي (القلب، الكليتين، القرنيتين).

وتهدف أيضا إلى إبراز مدى أهمية التبرع بالأعضاء لدى المواطنين من خلال قيام الأطباء المختصين و علماء الدين و قادة الرأي في المجتمع بإعداد المحاضرات الخاصة في هذا المجال، ودعم البحوث العلمية المتعلقة بزراعة الأعضاء، والعمل على إبراز النماذج الحية المجسدة لأهمية التبرع بالأعضاء من خلال القيام بحملات إعلامية بمختلف الوسائل، وإستخدام موقع الفيس بوك الذي يعتبر منصة رسمية للإعلان عن نشاطات الجمعية والتواصل مع المتابعين بشكل دائم، يصل عدد متابعين صفحة الجمعية على الفيس بوك إلى أكثر من 22 ألف متابع.

- **جمعية إنسان** وهي جمعية خيرية تطوعية مسجلة في وزارة التنمية الإجتماعية، والتي تتمثل بالسيد محمد مازن خليل النابلسي. تأسست عام 2015، وتهدف إلى نشر ثقافة العمل التطوعي والإنساني وتقديم المساعدات المادية والمعنوية للفقراء والمحتاجين والأيتام. وعدد أعضائها 7 أعضاء.

تستخدم جمعية إنسان موقع الفيس بوك للتواصل مع المتبرعين ونشر مستجدات الجمعية بشكل دائم ويصل عدد متابعي جمعية إنسان التطوعية على الفيس بوك إلى أكثر من 33 ألف متابع.

- **مبادرة خصل:** وهي مبادرة انطلقت عام 2016. تهدف هذه المبادرة غير الربحية، إلى تقديم الدعم النفسي لمرضى السرطان، وهو ما يعتبر نصف العلاج، وذلك من خلال جمع وتصنيع "باروكات" شعر من خصل شعر طبيعية يحصلن عليها من المتبرعات، ثم تُقدّم للمريضات اللاتي فقدن شعرهن أثناء العلاج مجاناً دون مقابل. هذه المبادرة أطلقتها ثلاث فتيات أردنيات، وهن: رند مقداد، وسخاء الزعاترة، وهبة حميدان، بجهود فردية، جمعيتهن الإنسانية، وحب تقديم الخير، لرفع معنويات نساء أنهكهن المرض. وقامت الفتيات بالإنفاق من جيوبهن

على صنع هذه الباروكات، قبل أن يتم إيصالها لمريضات السرطان، فيما يتلقين تبرعات الشعر من مختلف المحافظات، بالتنسيق مع فرق تطوعية ممن يعملون في الجامعات وأشخاص موثوقين، ويقومون بالفرز، قبل أن تتم عملية تخزينها وإرسالها للتجميع لاحقاً في مراكز للتجميل. ومن الجدير ذكره بأن قيمة كل "باروكة" شعر تصل إلى 50 ديناراً أردنياً.

وحسبما أشارت سناء زعاترة في عدة مقابلات لها، فإن "نقطة التواصل بينهن وبين المجتمع هي (الفييس بوك)". لافتة إلى أن "صنع الباروكة لا يبدو صعباً، لكن الحقيقة هي أن كل باروكة تحتاج لخصل شعر كثيرة ومفروزة بحسب اللون والطول، قبل أن يتم تكوينها، شرط أن يكون الشعر صحياً كي يستمر فترة طويلة ويخرج بشكل متنقن وجميل".

قالت رند مقداد في مقابلات أخرى، إن "التبرعات التي تصل لهم كثيرة جداً، ما يعني أن المجتمع بدأ بتقبل تلك الفكرة غير المألوفة في العالم العربي بشكل عام"، مشيرة إلى أن "الإعلان عن الشعار المستعار يتم عن طريق صفحة المبادرة الرسمية في الفييس بوك، ونقوم بالتواصل مع من يرغب في اقتناء باروكة.

ويصل عدد متابعي مبادرة "خصل..شعرك صدقة" على صفحتها الرسمية في موقع التواصل الاجتماعي "فييس بوك" إلى ٢٠,٥٩٥ تشرف عليها الفتيات الثلاث بصفة شخصية، وتقوم الصفحة بنشر صور المتبرعين بشعرهم وبخاصة صور الأطفال، تحت هاشتاغ "بكرنا بيرجع أحلى من الأول"، وأيضاً الحديث عن دور الأهل في توعية أبنائهم حول ثقافة التبرع. (حمّاد 2018)

الدراسات السابقة:

- دراسة أمين، رضا (2009) بعنوان "استخدام الشباب الجامعي لموقع اليوتيوب على شبكة الانترنت"

هدفت الدراسة إلى معرفة خصائص مستخدمي موقع اليوتيوب على الأنترنت من الشباب ساهمهم في الجامعي، ومعرفة أنماط استخدام وأسسه ومدى انتشاره بين هذه الفئة العمرية المهمة، وإنتاج الرسائل العالمية التي تبث من خلال الموقع، فقام الباحث بالتطبيق على عينة مكونة من 122 من طلبة جامعات مملكة البحرين العامة والخاصة.

من أهم نتائج الدراسة أن الشباب الجامعي، وان كل الشباب الجامعي من العينة يعرفون تلك المواقع جيدا يستخدمون الأنترنت بشكل كبير جدا كما ان الدراسة بينت الوسائل التي عرف بها الشباب على موقع اليوتيوب وكانت الوسائل بالترتيب: المواقع الإلكترونية الأخرى، الأصدقاء، الصحف الورقية، وأخيرا التلفاز، وهذا مؤشر قوي على أهمية المواقع الإلكترونية كمصدر رئيس في الحصول على المعلومات التي تفيد الشباب وتهتمهم، وقد تمثلت دوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع اليوتيوب في الرغبة بإمدادهم بالأخبار الهامة المصورة واللقطات الإخبارية النادرة، ثم التسلية والترفيه والفضول في التعرض لنمط إعلامي جديد.

- دراسة الدكتور عوض (2010) بعنوان "أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب".

هدفت هذه الدراسة إعداد برنامج تدريبي وإعداد صفحات على موقع الفيس بوك لتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى الشباب الذين مثلوا العينة التجريبية في هذه الدراسة، كما ركز الباحث على معرفة

مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد المجموعة التجريبية في مستوى المسؤولية الاجتماعية قبل تطبيق البرنامج وبعده.

نتج عن هذه الدراسة الكثير من المقترحات، أولها اقتراح الباحث بإجراء دراسات مماثلة على مجتمعات مختلفة ومنها مجتمع طلبة الجامعات والأطفال وطلبة المراحل الأساسية العليا في المدارس، وفحص مدى تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية الاجتماعية. ونشر الوعي لدى فئة الشباب حول دور وأثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية شخصياتهم وإرشادهم للاستخدام الأمثل لمواقع التواصل الاجتماعي.

كما أكد على ضرورة عقد دورات تدريبية لفئة الشباب تستهدف تطوير مهاراتهم في توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في خدمة قضاياهم وقضايا أمتهم وبخاصة في مجال المناصرة والضغط. وأهمية التركيز على طلبة المدارس والجامعات من خلال توعيتهم عن طريق النشرات والملصقات الهادفة، والدعوة لإنشاء مجموعات شبابية هادفة على موقع الفيس بوك تتبنى قضايا اجتماعية وثقافية لتبادل المعرفة وتعميم الفائدة وإعداد برامج إرشادية وتدريبية لتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى فئات الأطفال والشباب باستخدام التقنيات الحديثة.

• دراسة نومار (٢٠١٢): استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره في العلاقات الاجتماعية.

هدفت الدراسة إلى معرفة تأثير الاستخدام المفرط لمواقع التواصل الاجتماعي، على العلاقات الاجتماعية والتعرف إلى أنماط وعادات الاستخدام، والحاجات وراء ذلك الاستخدام، قد اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي باعتماد أداة الاستبانة على عينة من (٢٨٠) مستخدماً للفيسبوك في ولايات (باتنة، ومستغانم، والجزائر، وورقلة) في الجزائر. وقد توصلت الدراسة إلى أن أغلب أفراد العينة (52.07%) يستخدمون الفيسبوك من ثلاث سنوات، وأن (٢٧,١٦%) من العينة يقضي أكثر

من (ثلاث ساعات) على الفيسبوك، وأن أغلبهم يتصفح الفيسبوك مرتين او ثلاثة في اليوم، و(٦١,٥٠%) منهم يفضل الفترة الليلية لاستخدامه، وبينت النتائج أيضاً أن (٨٧,٩٢%) يفضلون الاستخدام الفردي للموقع. وبينت الدراسة أن (٢٥,١٨%) من العينة يفضلون خدمة التعليقات الفيسبوك، بينما (٢٢,٧%) يفضلون الدردشة، وتليها (١٥,٣٨%) يفضلون مشاركة الصور، ثم (١٥,٢٣%) يفضلون مشاركة الروابط.

• دراسة البشاشة (٢٠١٣). دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي واشباعاتها (فيس بوك وتويتر).

هدفت هذه الدراسة التعرف إلى دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي واشباعاتها (فيس بوك وتويتر) بالتطبيق على عينة من طلبة الجامعة الأردنية وجامعة البترا، وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي، وقد صمم استبانة لقياس دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي واشباعاتها، وتكونت عينة الدراسة من (٢١٤) مفردة من الطلبة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها: كان دافع استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي بغرض التواصل مع الأقارب والأهل هو الأكبر بنسبة (89.174%) وتلاه دافع الترفيهية والتسلية بنسبة (87.038%)، من بعد ذلك دافع الاستخدام لأغراض دراسية بنسبة وصلت إلى (٨٠,٧٩%)، ومن ثم دافع البحث عن أصدقاء الطفولة بنسبة بلغت (٥٩,٧٨%)، أما أهم الاشباعات التي يسعى طلبة الجامعات الأردنية إلى تلبيتها من خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، فيرى (٦١,٨١%) من الطلبة أن مواقع التواصل الاجتماعي تحقق تحقق إشباعاً معرفياً من خلال طرح أفكار جديدة بين الطلبة. بينما يرى (76.80%) أنها تشبعهم معرفياً أيضاً من خلال تزويدهم بمعلومات عن العالم، كما يعتقد (18.80%) منهم أنها تشبع رغبة حب

الاستطلاع لديهم، وأن (٨١,٧٧%) منهم يرى أنها تشبع حاجتهم المعرفية في المواضيع من خارج تخصصهم . كما أن مواقع التواصل الاجتماعي تحقق إشباعاً نفسياً، وذلك من خلال تجاوز الخجل عند المنطويين نفسياً من الطلبة، وتحقيق إشباعاً روحياً لدى (٧٠,٧١%) من الطلبة من عينة الدراسة، كما بينت النتائج أن المواقع تحقق إشباعاً عاطفياً لدى (٣,١٥%) من أفراد العينة.

• دراسة حمودة (٢٠١٣): دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية.

هدفت الدراسة إلى التعرف إلى طبيعة الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز الشباب الفلسطيني للمشاركة في القضايا المجتمعية، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي، وشمل مجتمع الدراسة الشباب الفلسطيني في المرحلة العمرية من (١٨) إلى أقل من (٣٥) سنة، ومن كلا الجنسين، حيث بلغ عدد أفراد العينة (٤٥٠) مفردة.

وأظهرت نتائج الدراسة أن جميع المبحوثين يستخدمون المواقع الاجتماعية بشكل دائم بنسبة (٩٦%)، كما أن المبحوثين يتابعون القضايا المجتمعية على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة كبيرة بلغت (٩٩,٣%)، كما خلصت نتائج الدراسة إلى أن ما نسبته (٩٦,٦%) من المبحوثين أجابوا بأن مواقع التواصل الاجتماعي استطاعت أن تنمي مشاركتهم نحو القضايا المجتمعية.

• دراسة (Connolly(2014): استخدام وفاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في المنظمات التطوعية

هدفت الدراسة التعرف إلى مدى فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في المنظمات التطوعية ومدى استفادة المنظمات من تطوير الفاعلية الإدارية للعاملين فيها، وتجنيد المتطوعين والاحتفاظ بهم، واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وأداتي الاستبانة والمقابلة، تم فيها توزيع الاستبانة على ٢٤٩ متطوعاً من (٩) منظمات تطوعية، ومقابلة مديري المنظمات التسعة، وبعد إجراء التحليل الإحصائي لاستجابات الباحثين، توصلت الدراسة إلى أن عدداً قليلاً جداً من المتطوعين يستخدم مواقع التواصل في العمل التطوعي، إلا أن الدراسة بينت أن المنظمات لم تكن تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي لإدارة المتطوعين، على الرغم من المتطوعين يرغبون بذلك. كما بينت الدراسة أن وسائل التواصل الاجتماعي بالإمكان أن تستخدم بشكل فاعل من خلال التفاعل الثنائي الاتجاه، وإمكانية بث الرسائل ودفعها مباشرة إلى المستخدم المستهدف، بالإضافة إلى جميع أصدقائه. ويمكن من خلال مواقع التواصل الوصول إلى العديد من الأشخاص على الفور. وأن هذه المنصات تشجع المستخدمين على التعليق والتفاعل. يمكن لأصحاب العمل التطوعي أن يكتشفوا آخرين لهم رغبة في العمل التطوعي، كما تسمح وسائل التواصل الاجتماعي بالوصول إلى مجموعة كبيرة من الأفراد من ذوي الميول التطوعية المماثلة، أو ذوي التجارب المشابهة.

• دراسة الحاجة (٢٠١٥). دور الإنستغرام في تحفيز الشباب البحريني على العمل التطوعي.

هدفت الدراسة التعرف إلى دور الانستغرام في تحفيز الشباب علي العمل التطوعي ومدى فاعلية الانستغرام في التأثير علي مواقف الشباب تجاه العمل التطوعي، كما هدفت أيضاً إلى إلقاء الضوء علي المبادرات التطوعية والأعمال الخيرية التي يتم التفاعل معها عبر الانستغرام، ورصد تفاعل الشباب مع نداءات الانستغرام لمساعدة المحتاجين والمساهمة في العمل الخيري، وقد اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وأداة الاستبانة وقد كانت العينة (٣١٦) من أبناء المجتمع البحريني بطريقة عشوائية بسيطة، وقد توصلت الدراسة إلى أن أكثر أنواع العمل التطوعي انتشاراً علي مواقع الانستغرام هي مساعده الفقراء المحتاجين و تدرجت بعده المشاركة في تنظيم الفعاليات والاهتمام بالأرامل و قضايا المعاقين ثم قضايا العمالة الوافدة. كما أشارت الدراسة إلي إن أسباب الاعتماد علي مواقع الإنستغرام في نشر العمل التطوعي هي سرعة وسهولة الوصول إليها وسعة انتشاره، وأن مستوى متابعة الشباب البحريني لمواقع التواصل الاجتماعي كان مرتفعاً فقط، وأن (0.6%) من العينة لا يتابعون مواقع التواصل الاجتماعي، ويرى (٩٦,٥%) من الشباب البحريني أن الانستغرام وسيلة مناسبة لنشر الأعمال التطوعية، كما بينت الدراسة أن (٣٩,٩%) من الشباب يطلع على قضايا العمل التطوعي ويشاركها، كما بينت أن ما نسبته (٧٠,١%) لديهم اطلاع على الأنشطة التطوعية، وأن (٨٨,٤%) لديه الاستعداد للتطوع إذا وجد حاجة للتطوع، وأن (٣٧,٩%) من الشباب البحريني مشترك فعلياً مع فريق تطوعي أو منظم لعمل تطوعي، كما اشارت الدراسة إلى أن أكثر الأعمال التطوعية التي تستهوي الشباب هي مساعدة الفقراء والمحتاجين بنسبة (٧٣,٠%)، ثم الايتام بنسبة (٦١,١%)، ثم تنظيم الفعاليات بنسبة (٤٨,٩%)، ثم سقيا الماء بنسبة (٤٠,٥%)، ثم المعاقين بنسبة (٢٩,٣%)، وكانت أبرز المشاكل الخاصة بالعمل التطوعي هي عدم الجدية بنسبة

(٣٨,٩%)، ثم عدم الاقتناع بنسبة (٣٦,٠%)، ثم عدم المصادقية بنسبة (٢٦,٠%)، ثم تسويق العمل بنسبة (٢٣,٨%)، ثم المماثلة بنسبة (١٨,٠%).

وأشارت الدراسة إلى علاقة الانسجام بالعمل التطوعي تمثلت في المرتبة الأولى من خلال عرض المشاريع المنجزة والأعمال التي تحققت، ثم اطلاع المتابعين علي آخر المستجدات، وللانسجام تأثير علي وعي المجتمع حول التطوع، كما ساعد على زيادة الراغبين في العمل التطوعي وتعرض صفحاته أعمال تطوعية حقيقية.

• دراسة ميشيل فانسون (Michael, 2015) : أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على

العلاقات الاجتماعية

هدفت الى التعرف على أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية، وقد طبقت الدراسة على عينة بلغ قوامها 1600 شاب من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في بريطانيا، وقد أظهرت النتائج أن أكثر من نصف الأشخاص البالغين الذين يستخدمون مواقع من بينها (الفايس بوك ويوتيوب) قد اعترفوا بأنهم يقضون وقتاً أطول على شبكة الإنترنت من ذلك الوقت الذي يقضونه مع أصدقائهم الحقيقيين أو مع أفراد أسرهم.

وأظهرت الدراسة أيضا أنهم يتحدثون بصورة أقل عبر الهاتف، ولا يشاهدون التلفاز كثيراً، ويلعبون عدداً أقل من ألعاب الكمبيوتر، ويرسلون كمية من الرسائل النصية وكذلك البريدية، وقد بينت الدراسة أنه نحو (٥٣%) من الذين شاركوا في الدراسة المسحية، بأن مواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت تسببت بالفعل في تغيير أنماط حياتهم، وكشفت الدراسة عن أن نصف مستخدمي الإنترنت في بريطانيا هم أعضاء في أحد مواقع التواصل الاجتماعي، مقارنةً بـ (٢٧%) فقط في فرنسا، و (٣٣%) في اليابان، و (٤٠%) في الولايات المتحدة..

- دراسة مركز (بيو) الأمريكي للأبحاث (٢٠١١) بعنوان "فيس بوك يساعد في تكوين صداقات أفضل"

أظهرت نتائج دراسة مسحية أجراها مركز (بيو) للأبحاث، إن مستخدمي فيس بوك أكثر ثقة ولديهم قدر أكبر من الأصدقاء المقربين ودرجة انخراطهم في السياسة أعلى، وقال (كيث هاملتون) الذي قاد الدراسة "سنتحقق من الكم الكبير من التكهانات بشأن أثر استخدام مواقع للتواصل الاجتماعي على الحياة الاجتماعية للشخص، وتركزت معظمها حول احتمال أن تكون هذه المواقع مضرّة بعلاقات مستخدميها وتبعدهم عن المشاركة في العالم.

- دراسة حافظ (٢٠١١) وعنوانها "تواصل الشباب الجامعي من خلال المواقع الاجتماعية"

هدفت الدراسة إلى التعرف على الدوافع الحقيقية للتواصل بين الشباب الجامعي من خلال المواقع الاجتماعية. وأكدت الدراسة أن التواصل الشباب الجامعي من خلال المواقع الاجتماعية يعد ظاهرة اجتماعية أكثر منها ضرورة أحدثتها التكنولوجيا الحديثة. وأظهرت أن إيمان الفئة الشبابية على الاستخدام المفرط للمواقع الاجتماعية، أدى إلى فقدان المهارات المطلوبة القامة عالقات اجتماعية في البيئة المجتمعية الواقعية، وتراجع الاتصال الشخصي المواجهين في مقابل التواصل عبر المواقع الاجتماعية عبر المواقع الاجتماعية، الأمر الذي يؤدي إلى جنوح الشباب نحو الاغتراب الاجتماعي.

- دراسة ديفز (2012) بعنوان: الآثار الإيجابية لوسائل التواصل الاجتماعي في حس الانتماء

.Adolescents experience of belonging and self-disclosure online

هدفت هذه الدراسة الى تسليط الضوء على أهمية التواصل الاجتماعي لدى المراهقين وتوسيع رمز الصداقة عندهم، وقد نالت هذه النتيجة تأييدا من باحثين آخرين وجدوا ان التواصل الاجتماعي قد

عزز حس الانتماء اذ أتاح للناشئين الفرصة بأن يطلبوا من اقرانهم اعطائهم المصادقية في ما يتعلق بأفكارهم وخبراتهم.

• دراسة حمايدية وقاسم (2015) بعنوان "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية العمل

التطوعي دراسة وصفية تحليلية لصفحة الفيس بوك لجمعية ناس الخير ورقلة"

تناولت دراسة الباحثين أهمية الفيس بوك كوسيلة العصر، وبينتا من خلال الدراسة أهمية العمل التطوعي وتأثير الربط بين مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة اتصال والعمل التطوعي كمستفيد من هذه الوسيلة.

وكشفت الدراسة أن أغلب المنشورات المعروضة بمختلف توجهاتها التي تداولتها الجمعية في الصفحة الخاصة بها تتناسب مع احتياجات وتطلعات مستخدمي موقع الفيس بوك إذ تبين أن أغلب المنشورات تحمل نص وصور وذلك لوصول الفكرة وتبسيطها لذهن المتصفح.

وتبين من هذه الدراسة أيضا أن الاتصال عن طريق الفيس بوك له انعكاس على طبيعة العلاقات الاجتماعية حيث أوضحت أن استخدام هذا الموقع يؤثر على التفاعل الاجتماعي وتجلى ذلك في الإحصائيات المتوصل إليها عبر صفحة الجمعية حيث أن أغلب المنشورات نالت الإعجاب والمشارك والتعليقات.

• دراسة الرحامنة (2017) بعنوان "خطاب الكراهية في مواقع التواصل الاجتماعي - دراسة

مسحية على مستخدمي الفيس بوك في الأردن".

سعى الباحث من خلال دراسته التعرف الى مفهوم الكراهية وأشكالها المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على المجتمع الأردني، وآثار انتشار خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل

الاجتماعي وخاصة الفيس بوك. وتطرق أيضا الى تأثير خطاب الكراهية عبر الفيس بوك في منظومة القيم الدينية والاجتماعية والثقافية للشعب الاردني.

كم انه سلط الضوء على الدور الذي تقوم به وسائل التواصل الاجتماعي سواء في نشر خطاب الكراهية والعنف المجتمعي أم في التشجيع على نشر ثقافة الاختلاف والتباين العرقي والديني وتعزيز التفاعل الايجابي.

ما استفادته الباحثة من الدراسات السابقة

لقد تم الاستفادة من الدراسات السابقة في التعرف على المنهجية البحثية العلمية في انجازها، فضلاً عن التعرف على نتائج هذه الدراسات لعقد المقارنة بينها وبين النتائج التي ستتوصل اليها هذه الدراسة، لأن البحث العلمي يعتمد على التراكمية والترابط بين الدراسات السابقة والدراسات الحديثة.

ما يميز دراسة الباحثة عن غيرها من الدراسات السابقة

تميزت دراسة الباحثة بكونها تناولت العلاقة بين متغيرين لم تتطرق لهما الدراسات السابقة بهذه الطريقة، فجميع الدراسات السابقة تناولت استخدامات الفيسبوك واثرها في بعض القضايا، أما دراسة الباحثة فقد ركزت على دراسة العلاقة بين استخدام الفيسبوك ودوره في تعزيز ثقافة العمل التطوعي، كما تميزت دراسة الباحثة بكونها اختارت مجتمعاً مهماً في دراسة الموضوع وهو مجتمع الجامعات، لكونهم يمثلون نخبة مهمة وفاعلة في المجتمع.

الفصل الثالث

الطريقة والإجراءات

الفصل الثالث

الطريقة والإجراءات

٣-١ منهج الدراسة

إنّ المنهج الملائم لهذه الدراسة هو المنهج الوصفي والذي يعد من البحوث التي تتضمن دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس أو الأحداث وهي لا تقتصر على دراسة خصائص الظاهرة، بل تتجاوز ذلك إلى معرفة المتغيرات والعوامل في وجود الظاهرة، (غرايبة، ٢٠٠٢، ص ٣٣).

ويندرج هذا البحث من حيث القياس ضمن البحوث الكمية **Quantitative Research** التي تُعنى وتهتم بالحسابات والإستدلالات المنطقية في جميع مراحلها، من ناحية أخرى؛ يسمح هذا النوع من البحث باستخدام التحليل الإحصائي، مما يتيح درجة أعلى من الدقة والإتساق في صياغة النتائج، وبذلك تتضمن الدراسة استطلاعاً لآراء (عينة من طلبة الجامعة الأردنية وجامعة الشرق الأوسط)، بهدف معرفة دور الفيسبوك في نشر ثقافة العمل التطوعي.

٣-٢ مجتمع الدراسة

مجتمع البحث هو المكوّن الرئيس لإجراءات الباحث، ويُعرّف أيضاً أنه (المجموعة الكلية من العناصر التي يسعى الباحث إلى أن يعمم عليها النتائج ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة) (عوده ومكاوي، ١٩٨٧، ص ١٢٧).

وتتسم دراسات واستطلاعات الرأي العام، التي تهتم بقياس تأثير وسائل الإعلام على معارف واتجاهات الجمهور نحو قضايا معينة، بالتركيز في هذا القياس على الإطار الجمعي أي على مستوى الجمهور ككل.

يتمثل مجتمع الدراسة بطلبة الجامعة الأردنية وجامعة الشرق الأوسط، والبالغ عددهم خمسين ألف طالب وطالبة (٥٠,٠٠٠)، منها (٤٥٠٠٠) من الجامعة الأردنية، و(٥٠٠٠) لجامعة الشرق الأوسط، هذا بحسب إحصائية حصلت عليها الباحثة من إدارتي التسجيل في الجامعتين.

٣-٣ عينة الدراسة(*)

تم اختيار عينة من هذا المجتمع تبلغ (٤١٤) بطريقة العينة العشوائية البسيطة، من مجتمع الدراسة (طلبة الجامعتين)، بما يعكس طبيعة المجتمع ويمثل خصائصه، بحسب جدول(*) تحديد حجم العينات العشوائية (Bartlett, Kotrlik, & Higgins, 2001, P.48)

وتم توزيع استبانة الدراسة على أفراد المجتمع بطريقتين؛ الكترونياً وورقياً، ماورد من الاستجابات الإلكترونية بلغ (311)، بينما وزعت الباحثة ورقياً (٢٠٠) استبانة، وما تم استرداده منها بلغ (١٠٣) استبانة، ثم قامت الباحثة بجمع الاستجابات للإستبانتين الإلكترونية والورقية ليكون العدد الكلي ٤١٤ استجابة والتي مثلت العينة، وتم إخضاع إجابات المبحوثين للتحليل الإحصائي بإستعمال الحقيبة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Spss).

(*) العينة هي مجموعة من وحدات المعاينة تخضع للدراسة التحليلية أو الميدانية، ويجب أن تكون ممثلة تمثيلاً صادقاً ومتكافئاً مع المجتمع الأصلي، ويمكن تعميم نتائجها عليه.
(*) ينظر الملحق (٣)

الجدول (١)

توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الخصائص الديموغرافية

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	203	49.0
	أنثى	211	51.0
	المجموع	٤١٤	100.0
العمر	٢٢ - 18	84	20.3
	٢٧ - ٢٣	183	44.2
	٣٢ - ٢٨	63	15.2
	33 فأكثر	84	20.3
	المجموع	٤١٤	100.0
المستوى الأكاديمي	بكالوريوس	246	59.4
	دراسات عليا	168	40.6
	المجموع	٤١٤	100.0
الكلية	كلية الإعلام	87	21.0
	كلية الإدارة	77	18.6
	كلية الهندسة	36	8.7
	كلية الطب	75	18.1
	كلية العمارة والتصميم	60	14.5
	كلية الآداب	46	11.1
	كلية الزراعة	33	8.0
	المجموع	٤١٤	100.0
الجامعة	جامعة الشرق الاوسط	154	37.2
	الجامعة الأردنية	260	62.8

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
	المجموع	٤١٤	100.0

٣-٤ أداة الدراسة (الإستبانة):

وهي إحدى أدوات البحث الميداني التي تستخدم في البحوث الإعلامية وهي عبارة عن عدد من الأسئلة والمواقف التي يراد أخذ معلومات بشأنها، وتستخدم صحيفة البحث أحيانا بديلاً للمقابلات الشخصية خصوصاً عندما يكون المطلوب الحصول على معلومات أو بيانات من مجموعة يصعب معها استخدام المقابلة لعدد من الأسباب أولها؛ ضيق الوقت واختصاراً للجهد والنفقات، أو إذا كان الباحث بعيداً عن الأفراد المطلوب الحصول منهم على المعلومات. ينظر: (رشوان، ١٩٩٨، ص ٧٧) و(حجاب، ٢٠٠٣، ص ١٤٨).

وقد تكونت أداة الدراسة من أسئلة الدراسة والمكونة من :

القسم الأول: المعلومات الديموغرافية، والمكونة من: الجنس، والعمر، والمستوى الأكاديمي، والمرحلة الدراسية، والكلية، واسم الجامعة.

القسم الثاني: أنماط الاستخدام، والمكونة من أسئلة محددة لقياس نمط استخدام الطلبة للفيديوك والوقت الذي يستغرقونه في المتابعة والمكان الذي يستخدم فيه والجهاز الأكثر استخداماً.

القسم الثالث: مجالات الدراسة، والتي تقيس أسئلة الدراسة المتعلقة بـ (دور الفيديوك في نشر ثقافة العمل التطوعي)، وتتمثل المجالات في الآتي:

— المجال الأول: مدى مساهمة الفيسبوك في تعريف طلبة الجامعات الاردنية بمفهوم العمل التطوعي، وتمثله الفقرات (١-٩).

— المجال الثاني: المضامين التي تتعلق بالعمل التطوعي، وتمثله الفقرات (١٠-١٧).

— المجال الثالث: احتياجات الطلبة من المضامين المنشورة من خلال الفيسبوك حول العمل التطوعي، وتمثله الفقرات (١٨-٢٦).

٣-٥ صدق الاداة

لأغراض اختبار صدق الاداة تم عرض الاستبانة بصيغتها الأولية على مجموعة من المحكمين من ذوي الخبرة والاختصاص بمجال الإعلام في جامعة الشرق الأوسط بالمملكة الاردنية الهاشمية (الملحق ٢)، للحكم على مدى صلاحيتها، ومن ثم الأخذ بملاحظات هؤلاء المحكمين واقتراحاتهم بعين الاعتبار، ثم تم إجراء حصر لآراء المحكمين وقد نتج عن هذا التحكيم أنه تم اعتماد نسبة الاتفاق (٩٥%) فأكثر من آراء أعضاء المحكمين، وتعديل بعض العبارات التي رأى أعضاء التحكيم تعديلها لعدم وضوحها أو احتمالها أكثر من فكرة.

٣-٦ ثبات الاداة

تم استخدام اختبار الاتساق الداخلي كرونباخ ألفا (Cranach-Alpha) في عمليات التحليل الاحصائي لنتائج الدراسة، لقياس مدى التناسق في إجابات المبحوثين عن كل الأسئلة الموجودة في المقياس، كما يمكن تفسير (ألفا) بأنها معامل الثبات الداخلي بين الإجابات، ويدل على ارتفاع قيمته على درجة ارتفاع الثبات ويتراوح ما بين (٠-١) وتكون قيمته مقبولة عند (٦٠%) وما فوق، وفي دراسات أخرى تكون مقبولة عند

(٧٠%) وما فوق. وقد بلغت قيمة معامل الثبات لأداة الدراسة (٠,٩٤)، والجدول (٣)

يبين ذلك:

الجدول (٢)

قيم معاملات الإتساق الداخلي باستخدام اختبار كرونباخ ألفا

قيمة معامل الثبات	الفقرات	متغيرات الدراسة
0.97	(٩-١)	مدى مساهمة الفيسبوك في تعريف طلبة الجامعات الاردنية بمفهوم العمل التطوعي
0.96	(١٧-١٠)	المضامين التي تتعلق بالعمل التطوعي
0.96	(٢٦-١٨)	احتياجات الطلبة من النشر عبر الفيسبوك إزاء العمل التطوعي
0.94	(٢٦-١)	الأداة ككل

٧-٣ متغيرات الدراسة

إن المتغير المستقل لهذه الدراسة يتمثل في هو استجابات(العينة المبحوثة) عن محاور الدراسة؛ وهي مساهمة الفيسبوك في تعريف طلبة الجامعات الاردنية بمفهوم العمل التطوعي، والمضامين التي تتعلق بالعمل التطوعي، واحتياجات الطلبة من النشر عبر الفيسبوك إزاء العمل التطوعي، بينما العامل الوسيط يتمثل بـ (العوامل الديموغرافية للعينة المبحوثة). والمتغير التابع هو (مفهوم العمل التطوعي).

٣-٨ إجراءات الدراسة

لتقديم نتائج دقيقة وواضحة في هذه الدراسة اتبعت الباحثة الخطوات الآتية:

أ- الإطلاع على أهم الأدبيات المتعلقة بالدراسة، سواء أكانت رسائل ماجستير أم أطروحات دكتوراه، أو أبحاث متخصصة.

ب- إعداد الإستبانة.

ت- تحكيم الإستبانة من قبل خبراء ومختصين.

ث- استخلاص نتائج الإستبانة.

ح- إعداد الرسالة بصورتها النهائية.

خ- كتابة النتائج النهائية والتوصيات.

٣-٩ المعالجة الإحصائية:

للإجابة عن أسئلة الدراسة تم استخدام أساليب الإحصاء الوصفي والتحليلي وذلك باستخدام

البرمجة الإحصائية (SPSS)^(*)، فقد تم استخراج التكرارات والنسب المئوية للعينة المبحوثة، ولمعرفة

استجابات المبحوثين لأسئلة الدراسة تم استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، وكذلك

استخدم اختبار كرونباخ ألفا للتأكد من ثبات أداة الدراسة، واستخدام اختبار Independent

Sample T-test واستخدام اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA، بالإضافة إلى استخدام

اختبار LSD للمقارنات البعدية.

(*) مختصر من : Statistics Package for Social Sciences، أي الحزمة الإحصائية للعلوم الإجتماعية.

وقد تم الإعتماد على نتائج التحليل الإحصائي الوصفي للبيانات والتي تشمل المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع محاور الدراسة المستقلة والفقرات المكونة لكل محور، وقد تم مراعاة أن يتدرج مقياس ليكرت المستخدم في الدراسة كما يلي:

١	٢	٣	٤	٥
لا أوافق بشدة	لا أوافق	أوافق قليلاً	أوافق	أوافق بشدة
أبداً	نادراً	أحياناً	غالباً	دائماً

واعتماداً على ما تقدم فإن قيم المتوسطات الحسابية التي توصلت إليها الدراسة سيتم التعامل

معها على النحو الآتي: (٣,٦٨ - فما فوق: مرتفع)، (٢,٣٤-٣,٦٧: متوسط)، (٢,٣٣ - فما

دون: منخفض). وفقاً للمعادلة التالية:

القيمة العليا - القيمة الدنيا لبدائل الإجابة مقسومة على عدد المستويات، أي :

$$1,33 = \frac{4}{3} = \frac{(1-5)}{3}$$

وبذلك يكون المستوى المنخفض من ١ + ١,٣٣ = ٢,٣٣

ويكون المستوى المتوسط من ٢,٣٤ + ١,٣٣ = ٣,٦٧

ويكون المستوى المرتفع من ٣,٦٨ - ٥

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

تم تخصيص هذا الفصل لعرض نتائج الدراسة التطبيقية التي خرجت بها الدراسة من خلال أداة الدراسة (الإستبانة)، طبقاً للمنهج المسحي التي اعتمدهت الدراسة منهجاً لها.

نتائج الدراسة التطبيقية

تم استخراج التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف إلى استجابات أفراد مجتمع الدراسة عن (دور الفيس بوك في نشر ثقافة العمل التطوعي)، وفيما يلي بيان نتائج استجابات العينة عن أسئلة الدراسة التالية:

(١) كثافة استخدام الفيسبوك يومياً لدى طلبة الجامعات الأردنية.

تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لبيان نتائج كثافة استخدام طلبة الجامعتين (الشرق الأوسط والأردنية) لموقع الفيسبوك بحسب استجاباتهم، والجدول (٣) يوضح ذلك:

جدول (٣)

التكرارات والنسب المئوية لاستجابات العينة عن كثافة استخدام الفيسبوك

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
كثافة استخدام طلبة الجامعتين (الشرق الأوسط والأردنية) لموقع الفيسبوك	دائماً	342	82.6
	أحياناً	72	17.4
	نادراً	٠	٠,٠
	المجموع	٤١٤	١٠٠,٠

يتبين من الجدول (٣) أن طلبة الجامعات الأردنية (الشرق الأوسط والأردنية) يستخدمون موقع الفيسبوك بنسبة عالية، فقد جاء خيار (دائماً) بنسبة (٨٢,٦%)، تلاه (أحياناً) بنسبة (١٧,٤%).

(٢) المكان المفضل لاستخدام الفيسبوك

تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لبيان نتائج المكان المفضل لاستخدام طلبة الجامعتين (الشرق الأوسط والأردنية) لموقع الفيسبوك بحسب استجاباتهم، والجدول (٤) يوضح ذلك:

جدول (٤)

التكرارات والنسب المئوية لاستجابات العينة عن المكان المفضل لاستخدام موقع الفيسبوك

المتغير	المكان	التكرار	النسبة المئوية
المكان الأكثر تفضيلاً لاستخدام طلبة الجامعتين (الشرق الأوسط والأردنية) لموقع الفيسبوك	المنزل	135	32.6
	الجامعة	12	2.9
	مكان عام	2	0.5
	جميعها	265	64.0
	المجموع	٤١٤	١٠٠,٠

يتبين من الجدول (4) أن طلبة الجامعات الأردنية (الشرق الأوسط والأردنية) يفضلون معظم الأماكن لاستخدام وتصفح الفيسبوك، فقد حصل خيار (جميعها) على نسبة (٦٤,٠%) تلاها خيار (المنزل) بنسبة (٣٢,٦%)، وبالتالي فإن طلبة الجامعات الأردنية يستخدمون الفيسبوك بكثافة عالية في جميع الأماكن.

(٣) الوقت المستغرق لاستخدام الفيسبوك

تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لبيان نتائج الوقت الذي يستغرقه المبحوث

للفيسبوك بحسب استجاباته، والجدول (٥) يوضح ذلك:

جدول (٥)

التكرارات والنسب المئوية لاستجابات العينة عن الوقت الذي يستغرقه المبحوث في متابعة الفيسبوك

المتغير	الوقت بالساعات	التكرار	النسبة المئوية
الوقت الذي يستغرقه المبحوث في متابعة الفيسبوك	أقل من ساعة	72	17.4
	١ - أقل من 3	147	35.5
	٣ - أقل من 5	123	29.7
	٥ - أقل من 7	36	8.7
	7 ساعات فأكثر	36	8.7
	المجموع	٤١٤	١٠٠,٠

يتبين من الجدول (5) أن طلبة الجامعات الأردنية (الشرق الأوسط والأردنية) يستغرقون

في استخدام وتصفح موقع الفيسبوك (من ساعة إلى ٣ ساعات) وقد حصل هذا الخيار على

أعلى نسبة إذ بلغت (٣٥,٥%)، تلاها خيار (من ٣ ساعات إلى أقل من ٥) بنسبة (29.7%)،

وبالتالي فإن طلبة الجامعات الأردنية يقضون من الساعات ما معدله يتراوح بين الساعو الواحدة

إلى ٥ ساعات يومياً.

(٤) الجهاز المفضل لتصفح الفيسبوك

تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لبيان نتائج استجابات العينة عن الجهاز المفضل

لتصفح الفيسبوك، والجدول (٦) يوضح ذلك:

جدول (٦)

التكرارات والنسب المئوية لاستجابات العينة عن الجهاز المفضل لتصفح الفيسبوك

المتغير	الجهاز	التكرار	النسبة المئوية
الجهاز المفضل لتصفح الفيسبوك	الحاسوب	21	5.1
	الايپاد	9	2.2
	الجوال	360	87.0
	جميعها	24	5.8
	المجموع	٤١٤	١٠٠,٠

يتبين من الجدول (٦) أن طلبة الجامعات الأردنية (الشرق الأوسط والأردنية) يفضلون

استخدام الجوال في متابعة وتصفح موقع الفيسبوك، إذ حصل خيار الجوال على نسبة

(٨٧,٠%)، في حين جاءت خيارات تفضيل الأجهزة الأخرى بنسب قليلة جدا.

نتائج مجالات الدراسة

نتائج المجال الأول: مدى إسهام موقع التواصل الاجتماعي - الفيسبوك في تعزيز مفهوم

العمل التطوعي لدى طلبة الجامعات الأردنية في عمان؟

للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف

إلى استجابات أفراد مجتمع الدراسة عن محور "مساهمة الفيسبوك في تعريف طلبة الجامعات

الأردنية بمفهوم العمل التطوعي"، وفيما يلي عرض لهذه النتائج:

الجدول (7)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد مجتمع الدراسة عن "مساهمة الفيسبوك في تعريف طلبة الجامعات الاردنية بمفهوم العمل التطوعي" مرتبة ترتيباً تنازلياً..

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	التقدير
4	يعد الفيسبوك وسيلة فعالة للترويج لحملات العمل التطوعي	4.31	0.77	١	مرتفع
3	يساعد الفيسبوك على التعرف إلى المزيد من أوجه العمل التطوعي	4.22	0.83	٢	مرتفع
6	تطلعني منشورات الفيسبوك على تجارب مؤثرة عن العمل التطوعي في العالم	4.14	0.85	٣	مرتفع
5	تبين لي منشورات الفيسبوك منافع العمل التطوعي	3.92	٠.98	٤	مرتفع
2	يسهم الفيسبوك في الحصول على مستجدات وتطورات العمل التطوعي	3.84	٠.90	٥	مرتفع
1	تتناول منشورات الفيسبوك العمل التطوعي بنسبة جيدة	3.84	0.89	6	مرتفع
8	تزودني منشورات الفيسبوك بأساليب التفاعل مع الحملات الخاصة بالعمل التطوعي	3.79	0.77	٧	مرتفع
7	يتيح الفيسبوك من خلال منشوراته تحديث المعلومات ذات الصلة بالعمل التطوعي بشكل دائم	3.63	0.96	٨	متوسط
9	يتيح الفيسبوك التعرف إلى القوانين والتشريعات الخاصة بالعمل التطوعي	3.21	1.17	٩	متوسط
	المتوسط العام الحسابي	3.88	0.66	(٩-١)	مرتفع

يتضح من الجدول رقم (٧) أن المتوسطات الحسابية لـ (مساهمة الفيسبوك في تعريف طلبة الجامعات الاردنية بمفهوم العمل التطوعي)، تراوحت ما بين (٣,٢١ و ٤,٣١)، حيث حاز المحور على متوسط حسابي إجمالي (3.88)، وهو من المستوى المرتفع، وقد حازت الفقرة رقم (٤) على أعلى متوسط حسابي حيث بلغ (٤,٣٣)، وبانحراف معياري (٠,٧٧)، وهو من المستوى المرتفع، وقد نصّت الفقرة على أن (الفيسبوك يعد وسيلة فعالة للترويج لحملة العمل التطوعي)، وفي المرتبة الثانية جاءت الفقرة رقم (3) وقد حازت على متوسط حسابي (4.22) وانحراف معياري (0.83) وهي ضمن المستوى المرتفع أيضاً، وقد نصت الفقرة على أن (الفيسبوك يساعد على التعرف إلى المزيد من أوجه العمل التطوعي).

بينما جاءت في المرتبة ما قبل الأخيرة الفقرة رقم (7) التي نصت على أن (يتيح الفيسبوك من خلال منشوراته تحديث المعلومات ذات الصلة بالعمل التطوعي بشكل دائم)، وقد حازت على متوسط حسابي (٣,٦٣)، وانحراف معياري (0.96).

وجاءت في المرتبة الأخيرة الفقرة رقم (9) التي نصت على أن (يتيح الفيسبوك التعرف إلى القوانين والتشريعات الخاصة بالعمل التطوعي)، وقد حازت على متوسط حسابي (3.21)، وانحراف معياري (1.17).

يشير هذا المحور إلى أن الفيسبوك وسيلة فعالة للترويج لحملة العمل التطوعي، ويسهم بشكل فاعل في تعريف الطلبة بالمزيد من أوجه العمل التطوعي، كما أنه يسهم كثيراً في اطلاع طلبة الجامعات على تجارب مؤثرة عن العمل التطوعي في العالم

نتائج المجال الثاني: ما تأثير المضامين المنشورة على موقع الفيسبوك عن العمل التطوعي في نشر ثقافة العمل التطوعي لدى طلبة الجامعات الأردنية في عمان؟

للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للمعيارية للتعرف إلى استجابات أفراد مجتمع الدراسة عن محور "تأثير مضامين الفيسبوك التي تتعلق بالعمل التطوعي"، وفيما يلي عرض لهذه النتائج:

الجدول (8)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد مجتمع الدراسة عن " مضامين الفيسبوك التي تتعلق بالعمل التطوعي" مرتبة ترتيباً تنازلياً..

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	التقدير
12	تعزز منشورات الفيسبوك عن العمل التطوعي الروح الاخوية بين افراد المجتمع	4.00	0.92	١	مرتفع
16	بينت لي منشورات الفيسبوك القيمة الانسانية للعمل التطوعي	٤,٠٠	0.88	٢	مرتفع
15	تزيد منشورات الفيسبوك عن العمل التطوعي من قيمة التعاون في المجتمع	3.94	0.68	٣	مرتفع
13	يشجعني الفيسبوك من خلال مشاركتي به على المشاركة في حملات العمل التطوعي من خلاله	3.87	0.88	٤	مرتفع
10	تتضمن منشورات الفيسبوك القيم الاجتماعية للعمل التطوعي	3.83	0.76	٥	مرتفع
11	تشجعني منشورات الفيسبوك على القيام بالعمل التطوعي	3.76	0.78	6	مرتفع
17	تتضمن منشورات الفيسبوك آثار العمل التطوعي الاجتماعية والنفسية	3.74	0.90	٧	مرتفع
14	يسهم الفيسبوك بتعزيز الالتزام بأخلاقيات العمل التطوعي	3.54	0.91	٨	متوسط
	المتوسط العام الحسابي	3.83	0.64	(١٧-١٠)	مرتفع

يتضح من الجدول رقم (٨) أن المتوسطات الحسابية لـ (تأثير مضامين الفيسبوك التي تتعلق بالعمل التطوعي)، تراوحت ما بين (٣,٥٤ و ٤,٠٠)، حيث حاز المحور على متوسط حسابي إجمالي (3.83)، وهو من المستوى المرتفع، وقد حازت الفقرة رقم (12) على أعلى متوسط حسابي حيث بلغ (٤,٠٠)، وبانحراف معياري (٠,٩٢)، وهو من المستوى المرتفع، وقد نصت الفقرة على أن (منشورات الفيسبوك عن العمل التطوعي تعزز الروح الاخوية بين أفراد المجتمع)، وفي المرتبة الثانية جاءت الفقرة رقم (16) وقد حازت على متوسط حسابي (٤,٠٠)، وانحراف معياري (0.88) وهي ضمن المستوى المرتفع أيضاً، وقد نصت الفقرة على أن (منشورات الفيسبوك بينت القيمة الانسانية للعمل التطوعي).

بينما جاءت في المرتبة ما قبل الأخيرة الفقرة رقم (17) التي نصت على أن (منشورات الفيسبوك تتضمن آثار العمل التطوعي الاجتماعية والنفسية)، وقد حازت على متوسط حسابي (٣,٧٤)، وانحراف معياري (0.90).

وجاءت في المرتبة الأخيرة الفقرة رقم (14) التي نصت على أن (الفيسبوك يسهم بتعزيز الالتزام بأخلاقيات العمل التطوعي)، وقد حازت على متوسط حسابي (3.54)، وانحراف معياري (0.91).

يشير هذا المحور إلى أن منشورات الفيسبوك عن العمل التطوعي لها تأثير كبير في تعزيز الروح الاخوية بين افراد المجتمع، كما أنه في الوقت تبين القيمة الانسانية للعمل التطوعي، وبالتالي تزيد منشورات الفيسبوك عن العمل التطوعي من قيمة التعاون في المجتمع، وهذا بالتالي يدفع طلبة الجامعات إلى المشاركة في حملات العمل التطوعي من خلاله.

نتائج المجال الثالث: ما احتياجات الطلبة من النشر عبر الفيسبوك إزاء العمل التطوعي؟

للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف

إلى استجابات أفراد مجتمع الدراسة عن محور " احتياجات الطلبة من النشر عبر الفيسبوك إزاء

العمل التطوعي"، وفيما يلي عرض لهذه النتائج:

الجدول (9)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد مجتمع الدراسة عن " احتياجات

الطلبة من النشر عبر الفيسبوك إزاء العمل التطوعي" مرتبة ترتيباً تنازلياً..

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	التقدير
26	أن يوفر لي الفيسبوك مساحة لدعوة الآخرين للعمل التطوعي	4.24	0.84	١	مرتفع
25	أن يتيح لي الفيسبوك مجالاً لنشر أعمال التطوعية لتعميم الفائدة	4.10	0.85	٢	مرتفع
19	أن أحصل من خلال الفيسبوك على معلومات حول المنظمات التي تعنى بالعمل التطوعي	3.94	0.92	٣	مرتفع
24	أن تعزز منشورات الفيسبوك عن العمل التطوعي من روح الفريق لدى الزملاء	3.92	0.91	٤	مرتفع
20	أن تزيد منشورات الفيسبوك من فاعلية العمل التطوعي لدي	3.90	0.92	٥	مرتفع
21	أن يساعد الفيسبوك على غرس مفهوم العمل التطوعي لدي	3.86	0.88	6	مرتفع
23	أن تخدم إمكانات الفيسبوك خطتي المستقبلية لتنفيذ حملات عمل تطوعية	3.84	0.95	٧	مرتفع

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	التقدير
22	أن يساعدني الفيسبوك ومنشوراته في تذليل صعوبات التواصل مع المنظمات التي تعنى بالعمل التطوعي	3.76	1.01	٨	مرتفع
18	أن تلي المضامين المنشورة عبر الفيسبوك احتياجاتي المعرفية حول العمل التطوعي	3.40	0.90	٩	متوسط
	المتوسط العام الحسابي	3.88	0.68	(٢٦-١٨)	مرتفع

يتضح من الجدول رقم (٩) أن المتوسطات الحسابية لـ (احتياجات الطلبة من النشر عبر الفيسبوك إزاء العمل التطوعي)، تراوحت ما بين (٣,٤٠ و ٤,٢٤)، حيث حاز المحور على متوسط حسابي إجمالي (3.88)، وهو من المستوى المرتفع، وقد حازت الفقرة رقم (٢٦) على أعلى متوسط حسابي حيث بلغ (٤,٢٤)، وبانحراف معياري (٠,٨٤)، وهو من المستوى المرتفع، وقد نصت الفقرة على أن الاحتياج هو أن (يوفر الفيسبوك مساحة لدعوة الآخرين للعمل التطوعي)، وفي المرتبة الثانية جاءت الفقرة رقم (25) وقد حازت على متوسط حسابي (4.10) وانحراف معياري (0.85) وهي ضمن المستوى المرتفع أيضاً، وقد نصت الفقرة على أن الاحتياج هو أن (يتيح لي الفيسبوك مجالاً لنشر أعمال التطوعية لتعميم الفائدة).

بينما جاءت في المرتبة ما قبل الأخيرة الفقرة رقم (22) التي نصت على أن (أن يساعدني الفيسبوك ومنشوراته في تذليل صعوبات التواصل مع المنظمات التي تعنى بالعمل التطوعي)، وقد حازت على متوسط حسابي (٣,٧٦)، وانحراف معياري (1.01).

وجاءت في المرتبة الأخيرة الفقرة رقم (١٨) التي نصت على (أن تلبية المضامين المنشورة عبر الفيسبوك احتياجاتي المعرفية حول العمل التطوعي)، وقد حازت على متوسط حسابي (٣,٤٠)، وانحراف معياري (0.90).

يشير هذا المحور إلى أن ما يحتاجه طلبة الجامعات هو أن يعملوا على توفير مساحات على الفيسبوك لدعوة الآخرين للعمل التطوعي، وأن يحرصوا على نشر الأعمال التطوعية لتعميم الفائدة، كما بينت النتيجة أن طلبة الجامعات بحاجة إلى المزيد من المعلومات التي ينبغي أن تنتشر على الفيسبوك حول المنظمات التي تعنى بالعمل التطوعي.

نتائج اختبار الفرضيات

الفرضية الأولى: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي تعزى لمتغير الجنس.

تم استخدام اختبار العينة المستقلة Independent Sample T-test للتعرف على الفروق الإحصائية لاستجابات الباحثين عن دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي تعزى للجنس، والجدول (١٠) يوضح ذلك.

جدول (10)

اختبار العينة المستقلة Independent Sample T-test للتعرف على الفروق الإحصائية لاستجابات المبحوثين عن دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي تعزى للجنس.

الدلالة الإحصائية	قيمة (T)	درجات الحرية	العينة	الإحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النوع الإجتماعي	المصدر
*0.00	4.717	412	203	0.55	4.00	ذكر	الفروق الإحصائية لاستجابات المبحوثين عن دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي تعزى للجنس
			211	0.61	3.73	أنثى	

*أقل من (0,05) اي دالة إحصائية بمعنى توجد فروق ذات دلالة احصائية

يتضح من الجدول (10) وجود فروق دالة إحصائية في استجابات المبحوثين عن دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي تعزى للجنس، إذ بلغت قيمة الإحصائي (T) لاستجابات المبحوثين (4.717) وبدلالة إحصائية (0.00)، وهي أقل من (0,05)، وهذا يدل على أن المبحوثين لديهم مستويات متباينة في استجاباتهم عن دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي باختلاف جنسهم، إذ بلغ المتوسط الحسابي للمبحوثين الذكور (4.00) والمتوسط الحسابي للإناث (3.73) وكانت الفروق لصالح فئة الذكور على فئة الإناث. وبالتالي ترفض الفرضية العدمية لوجود فروق ذات دلالة إحصائية.

الفرضية الثانية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي تعزى لمتغير العمر.

تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واستخدام اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA للتعرف على الفروق في استجابات المبحوثين عن دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي تعزى لمتغير العمر، والجدول (١١) يوضح ذلك.

جدول (١١)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن " دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي " تعزى لمتغير العمر "

المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	العدد	فئات العمر	المصدر
3.90	0.56	84	١٨ - ٢٢	استجابات المبحوثين عن دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي تعزى لمتغير العمر
3.75	0.62	183	٢٣ - ٢٧	
4.09	0.66	63	٢٨ - ٣٢	
3.90	0.48	84	٣٣ فأكثر	
3.86	0.60	414	المجموع	

يتضح من الجدول (١١) أن المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن دور

الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي تعزى لمتغير العمر، كانت متباينة إلى حد ما، الأمر

الذي يفسر بأن هناك فروقاً ظاهرة بين الاستجابات، وللتعرف على الدلالة الإحصائية لهذه الفروقات

تم استخدام اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA، والجدول (١٢) يوضح ذلك.

جدول (12)

تحليل التباين الأحادي One Way ANOVA للكشف عن دلالة للفروق في استجابات
المبحوثين عن دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي تعزى لمتغير العمر.

المصدر	التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف"	مستوى الدلالة
استجابات المبحوثين عن دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي لمتغير العمر	بين المجموعات	5.684	3	1.895	5.369	0.001
	داخل المجموعات	144.663	410	0.353		
	المجموع	150.346	413			

يتضح من الجدول (12) أن الفروق في دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي

التي تعزى إلى متغير العمر دالة إحصائية، إذ بلغت قيمة الإحصائي (ف) (5,369) وبدلالة

إحصائية (0,00)، وهي أقل من مستوى الدلالة (0,05)، فهي دالة.

وهذا يدل على أن نظرة أفراد عينة الدراسة إلى دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل

التطوعي جاءت بمستويات متباينة إلى حد ما على اختلاف أعمارهم، والفروق بلغت مستوى الدلالة

الإحصائية، ولمعرفة لمن كانت الفروق ضمن فئات العمر، تم إجراء اختبار LSD للمقارنات

البعديّة، كما في الجدول رقم (13):

جدول (13)

اختبار LSD للمقارنات البعدية للكشف عن أي فئات العمر كان لها الفرق المعنوي في استجابة المبحوثين عن دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي.

القيمة الإحصائية	متوسط الفروق (I-J)	العمر (J)	العمر (I)	المصدر
.056	.14979	٢٧ - ٢٣	٢٢ - ١٨	استجابات المبحوثين عن دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي لتعزى لمتغير العمر
.060	-.18651-	٣٢ - ٢٨		
.970	.00347	٣٣ فأكثر		
.056	-.14979-	٢٢ - ١٨	٢٧ - ٢٣	
.000	-.33629*	٣٢ - ٢٨		
.062	-.14631-	٣٣ فأكثر		
.060	.18651	٢٢ - ١٨	٣٢ - ٢٨	
.000	.33629*	٢٧ - ٢٣		
.056	.18998	٣٣ فأكثر		
.970	-.00347-	٢٢ - ١٨	٣٣ فأكثر	
.062	.14631	٢٧ - ٢٣		
.056	-.18998-	٣٢ - ٢٨		

يتبين من اختبار LSD للمقارنات البعدية في الجدول (١٣) أن الفروق الإحصائية كانت

لصالح متغير العمر فئة (٢٧-٢٣)، وفئة (٣٢-٢٨) إذ جاءت القيم الإحصائية لها أقل من

(٠,٠٥) وهي دالة إحصائياً. وبالتالي ترفض الفرضية العدمية لوجود فروق ذات دلالة إحصائية.

الفرضية الثالثة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي تعزى لمتغير المستوى الأكاديمي.

تم استخدام اختبار العينة المستقلة Independent Sample T-test للتعرف على الفروق الإحصائية لاستجابات الباحثين عن دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي تعزى للمستوى الأكاديمي، والجدول (١٤) يوضح ذلك.

جدول (14)

اختبار العينة المستقلة Independent Sample T-test للتعرف على الفروق الإحصائية لاستجابات الباحثين عن دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي تعزى للمستوى الأكاديمي.

المصدر	المستوى الأكاديمي	العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجات الحرية	قيمة (T)	الدلالة الاحصائية
الفروق الإحصائية لاستجابات الباحثين عن دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي تعزى للمستوى الأكاديمي	بكالوريوس	246	3.85	0.643	412	2.686	*0.06
	دراسا عليا	168	3.95	0.526			

*أكثر من (٠,٠٥) اي غير دالة إحصائياً بمعنى لا توجد فروق ذات دلالة احصائية

يتضح من الجدول (14) عدم وجود فروق دالة إحصائياً في استجابات الباحثين عن دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي تعزى لمتغير المستوى الأكاديمي، إذ بلغت قيمة الإحصائي (T) لاستجابات الباحثين (2.686) وبدلالة إحصائية (0.06)، وهي اعلى من (٠,٠٥)، وهذا يدل على أن الباحثين لديهم مستويات متقاربة في استجاباتهم عن دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي باختلاف مستواهم الأكاديمي، إذ بلغ المتوسط الحسابي للباحثين

من فئة البكالوريوس (3,85) والمتوسط الحسابي لفئة الدراسات العليا (3.95) ولم تكن هناك فروق لصالح فئة على أخرى. وبالتالي تقبل الفرضية العدمية لعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية.

الفرضية الرابعة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي تعزى لمتغير الكلية.

تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واستخدام اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA للتعرف على الفروق في استجابات المبحوثين عن دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي تعزى لمتغير الكلية، والجدول (١٥) يوضح ذلك.

جدول (١٥)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن " دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي" تعزى لمتغير الكلية

المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	العدد	الكلية	المصدر
3.85	0.52	87	كلية الإعلام	استجابات المبحوثين عن دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي تعزى لمتغير الكلية
3.81	0.65	77	كلية الإدارة	
4.07	0.66	36	كلية الهندسة	
3.91	0.60	75	كلية الطب	
3.96	0.46	60	كلية العمارة والتصميم	
3.64	0.76	46	كلية الآداب	
3.82	0.50	33	كلية الزراعة	
3.86	0.60	414	المجموع	

يتضح من الجدول (١٥) أن المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي تعزى لمتغير الكلية، كانت متباينة إلى حد ما، الأمر الذي يفسر بأن هناك فروقاً ظاهرة بين الإستجابات، وللتعرف على الدلالة الإحصائية لهذه الفروقات تم استخدام اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA، والجدول (١٦) يوضح ذلك.

جدول (16)

تحليل التباين الأحادي One Way ANOVA للكشف عن دلالة للفروق في استجابات المبحوثين عن دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي تعزى لمتغير الكلية.

المصدر	التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف"	مستوى الدلالة
استجابات المبحوثين عن دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي تعزى لمتغير الكلية	بين المجموعات	4.858	6	0.810	1.265	0.07
	داخل المجموعات	145.488	407	0.357		
	المجموع	150.346	413			

يتضح من الجدول (16) أن الفروق في دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي التي تعزى إلى متغير الكلية غير دالة إحصائياً، إذ بلغت قيمة الإحصائي (ف) (1.256) وبدلالة إحصائية (٠,٠٧)، وهي أعلى من مستوى الدلالة (٠,٠٥)، فهي غير دالة.

وهذا يدل على أن نظرة أفراد عينة الدراسة إلى دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي جاءت بمستويات متقاربة على اختلاف كلياتهم، والفروق لم تبلغ مستوى الدلالة الإحصائية. وبالتالي تقبل الفرضية العدمية.

الفرضية الخامسة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي تعزى لمتغير الجامعة.

تم استخدام اختبار العينة المستقلة Independent Sample T-test للتعرف على الفروق الإحصائية لاستجابات المبحوثين عن دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي تعزى للجامعة، والجدول (١٧) يوضح ذلك.

جدول (17)

اختبار العينة المستقلة Independent Sample T-test للتعرف على الفروق الإحصائية لاستجابات المبحوثين عن دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي تعزى للجامعة.

المصدر	الجامعة	العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجات الحرية	قيمة (T)	الدلالة الإحصائية
الفروق الإحصائية لاستجابات المبحوثين عن دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي تعزى للجامعة	جامعة الشرق الأوسط	154	3.92	0.52	412	2.320	0.000
	الجامعة الأردنية	٢٦٠	3.77	0.70			

*أكثر من (٠,٠٥) دالة إحصائية بمعنى توجد فروق ذات دلالة إحصائية

يتضح من الجدول (17) وجود فروق دالة إحصائية في استجابات المبحوثين عن دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي تعزى لمتغير الجامعة، إذ بلغت قيمة الإحصائي (T) لاستجابات المبحوثين (2.320) وبدلالة إحصائية (0.00)، وهي أقل من (٠,٠٥)، وهذا يدل على أن المبحوثين لديهم مستويات متباينة في استجابتهم عن دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي باختلاف جامعاتهم، إذ بلغ المتوسط الحسابي للمبحوثين من جامعة الشرق الأوسط

(3.92) والمتوسط الحسابي للمبحوثين من الجامعة الأردنية (3.77) وكانت هناك فروق لصالح جامعة الشرق الأوسط على الجامعة الأردنية. وبالتالي ترفض الفرضية العدمية لوجود فروق ذات دلالة إحصائية.

الفصل الخامس

مناقشة نتائج الدراسة والتوصيات

الفصل الخامس

مناقشة نتائج الدراسة

تم في هذا الفصل مناقشة النتائج التي توصلت إليها الدراسة والتي دارت حول موضوع دور الفيسبوك

في نشر ثقافة العمل التطوعي، وكما يلي:

أولاً: مناقشة نتائج أنماط استخدام الفيسبوك لدى طلبة الجامعات الأردنية.

بينت نتائج الدراسة أن طلبة الجامعات الأردنية (الشرق الأوسط والأردنية) يستخدمون الفيسبوك بنسبة عالية، فقد جاء خيار (دائماً) بنسبة (٨٢,٦%)، تلاه (أحياناً) بنسبة (١٧,٤%). كما أشارت الدراسة إلى أن طلبة الجامعات الأردنية يفضلون معظم الأماكن لاستخدام وتصفح الفيسبوك، فقد حصل خيار (جميعها) على نسبة (٦٤,٠%) تلاه خيار (المنزل) بنسبة (٣٢,٦%)، وبالتالي فإن طلبة الجامعات الأردنية يستخدمون الفيسبوك بكثافة عالية في جميع الأماكن. كما أنهم يستغرقون في استخدام وتصفح الفيسبوك (من ساعة إلى ٣ ساعات) وقد حصل هذا الخيار على أعلى نسبة إذ بلغت (٣٥,٥%)، تلاها خيار (من ٣ ساعات إلى أقل من ٥) بنسبة (29.7%)، وبالتالي فإن طلبة الجامعات الأردنية يقضون من الساعات ما معدله يتراوح بين الساعو الواحدة إلى ٥ ساعات يومياً. أما عن الجهاز الذي يفضلونه في تصفح ومتابعة الفيسبوك فقد أثبتت الدراسة أن طلبة الجامعات الأردنية (الشرق الأوسط والأردنية) يفضلون استخدام الجوال في متابعة وتصفح الفيسبوك، إذ حصل خيار الجوال على نسبة (٨٧,٠%)، في حين جاءت خيارات تفضيل الأجهزة الأخرى بنسب قليلة جداً.

وفيما يتعلق بكثافة الاستخدام فإن هذا يعزى إلى الانتشار الواسع لموقع الفيسبوك، ومجالات استخدامها المتنوعة والمتجددة، فضلاً عن سهولة استخدامه وبمختلف الأجهزة، وإتاحته لكثير من إمكانيات التواصل وأشكاله، وبالتالي هذا ما يفسر كثافة الاستخدام والوقت الذي يستغرقه الطلبة في متابعة الفيسبوك.

وجاءت هذه النتيجة متوافقة مع دراسة حمودة (٢٠١٣) عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، والتي بينت أن جميع المبحوثين يستخدمون المواقع الاجتماعية بشكل دائم بنسبة (٩٦%)، وأن المبحوثين يتابعون القضايا المجتمعية على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة كبيرة بلغت (٩٩,٣%)، وكذلك تتوافق ودراسة نومار (٢٠١٢) عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، والتي بينت أن أغلب أفراد العينة (52.07%) يستخدمون الفيسبوك من ثلاث سنوات، وأن (٢٧,١٦%) من العينة يقضي أكثر من (ثلاث ساعات) على الفيسبوك، وهذه النتيجة اكدتها دراسة الباحثة الحالية إذ بينت أن معدل الوقت المستغرق في استخدام الفيسبوك هو ثلاث ساعات.

ثانياً. مناقشة نتائج مجالات الدراسة

مناقشة نتائج المجال الأول: مدى إسهام موقع التواصل الاجتماعي- الفيسبوك في تعزيز مفهوم العمل التطوعي لدى طلبة الجامعات الأردنية في عمّان؟

أشارت نتائج هذا المحور إلى أن الفيسبوك وسيلة فعالة للترويج لحملات العمل التطوعي، ويسهم بشكل فاعل في تعريف الطلبة بالمزيد من أوجه العمل التطوعي، كما أنه يسهم كثيراً في اطلاع طلبة الجامعات على تجارب مؤثرة عن العمل التطوعي في العالم، تأتي هذه النتيجة في الوقت الذي أصبح الفيسبوك وعدد من مواقع التواصل الاجتماعي منصة دائمة على مستوى الافراد والمؤسسات للتعبير عن أهداف ورسالة المؤسسة، والاطلاع على العديد من المشاريع والخطط والتجارب في العالم بمختلف الموضوعات والقضايا، ومن ذلك قضية العمل التطوعي، وهو من الموضوعات الانسانية الذي ينطلق من قيمة انسانية تعاونية، تقوم على قيم البذل والمواطنة والتعايش والانسانية. ولأن الفيسبوك أصبح بهذه الصورة فإنه يتيح مساحات معرفية كثيرة عن العمل التطوعي والتعريف به، والدعوة إلى المساهمة والمشاركة بمشاريه وحملاته.

وتعزى هذه النتيجة إلى كون الفيسبوك منصة تفاعلية توفر معلومات غزيرة عن مختلف المواضيع والقضايا، وبهذا يشترك الفيسبوك مع وسائل الاتصال الجماهيري كالتلفزيون والإذاعة والصحافة، فهو مثلها في التأثير وربما أكثر تأثيراً لما تقدم من الأسباب والتي منها سهولة وكثافة الإستخدام وشيوعه من قبل نسبة كبيرة من الناس، وتعمل منشورات الفيسبوك على غرس الكثير من القيم والأفكار نتيجة التكرار والتأكيد والتفاعل

مع المعلومة، وهذا ما أكدت عليه اتجاهات نظرية الغرس الثقافي في كونها تعني بقدرات وسائل الأعلام- ومنها الفيسبوك حالياً- في تشكيل معارف الأفراد والتأثير على استيعابهم وفهمهم للحقائق المحيطة بهم خصوصاً بالنسبة للأفراد الذين يتعرضون لوسائل الإعلام بشكل كبير ومتكرر. كما أن نظرية الغرس الثقافي تركز على الوسيط والمجال الذي تعيش فيها الناس وتتعلم منه باكتساب المعرفة الناتجة من تراكم ما تبثه وسائل الإعلام، كما أن النظرية تضمنت بعداً مهماً آخر، وهو إشارتها إلى أن بعض وسائل الإعلام تختزل الآراء والصور والمعتقدات وتعكسها ليستوعبها الجمهور.

مناقشة نتائج المجال الثاني: ما تأثير المضامين المنشورة على موقع الفيسبوك عن العمل التطوعي في نشر ثقافة العمل التطوعي لدى طلبة الجامعات الأردنية في عمان؟

أشارت نتائج هذا المحور إلى أن منشورات الفيسبوك عن العمل التطوعي لها تأثير كبير في تعزيز الروح الأخوية بين افراد المجتمع، كما أنه في الوقت تبين القيمة الإنسانية للعمل التطوعي، وبالتالي تزيد منشورات الفيسبوك عن العمل التطوعي من قيمة التعاون في المجتمع، وهذا بالتالي يدفع طلبة الجامعات إلى المشاركة في حملات العمل التطوعي من خلاله.

إن موقع الفيسبوك يعد من المنصات الأكثر تفاعلية واستخداماً بحسب دراسات كثيرة، وهو الواقع المشهود اليوم، ولهذه المنصة تأثير ملموس في تعزيز قيم معينة أو إضعافها، بدءاً من العلاقات الاجتماعية مروراً بالعلاقات الشخصية والزوجية وغيرها، وصولاً إلى العلاقات المؤسسية وحتى الدولية منها. فالفيسبوك حاضر بقوة في بيان أهمية الكثير من الموضوعات والقضايا، ومنها العمل التطوعي، مما يجعل لمضامين العمل التطوعي عبر منشورات الفيسبوك حضور مهم في ترسيخ القيم التعاونية لاسيما المتعلقة بالعمل التطوعي، وبسبب كثافة الاستخدام فإن تأثير مضامين

منشورات الفيسبوك عن العمل التطوعي أسهمت بشكل كبير في نشر قيمة العمل التطوعي وتحفيز الشباب ومنهم الطلبة على الانضمام الى فرق العمل التطوعي بمختلف مجالاته وميادينه.

وتأتي هذه النتيجة متوافقة مع ماتوصلت إليه دراسة دراسة حمايدية وقاسم (٢٠١٥) عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية العمل التطوعي دراسة وصفية تحليلية لصفحة الفيس بوك لجمعية ناس الخير ورقلة، والتي كشفت عن أن أغلب المنشورات المعروضة بمختلف توجهاتها التي تداولتها الجمعية في الصفحة الخاصة بها تتناسب واحتياجات وتطلعات مستخدمي موقع الفيس بوك إذ تبين أن أغلب المنشورات تحمل نص وصور وذلك لوصول الفكرة وتبسيطها لذهن المتصفح. بمعنى أن المضامين الخاصة بقضية ما تعمل على غرس الفكرة وتبسيطها، وهذا ما يعمل عليه الفيسبوك من خلال منشورات العمل التطوعي، لاسيما تلك التي تكون مصحوبة بصورة معبرة، أو مقطع فيديو عن الحملات التطوعية، مما يحفز الطلبة على المشاركة والمزيد من التعاون في مشاريع العمل التطوعي.

مناقشة نتائج المجال الثالث: ما احتياجات الطلبة من النشر عبر الفيسبوك إزاء العمل التطوعي؟

أشارت نتائج هذا المحور إلى أن ما يحتاجه طلبة الجامعات هو أن يعملوا على توفير مساحات على الفيسبوك لدعوة الآخرين للعمل التطوعي، وأن يحرصوا على نشر الأعمال التطوعية لتعميم الفائدة، كما بينت النتيجة أن طلبة الجامعات بحاجة إلى المزيد من المعلومات التي ينبغي أن تنشر على الفيسبوك حول المنظمات التي تعنى بالعمل التطوعي.

وهذا يعزى إلى طبيعة العمل التطوعي الذي يتسم بالتنوع والمرونة، فكل عمل تطوعي معين صورة معينة، يسعى القائمون عليه أن يبرزوا تلك الصورة، ويعززوا ايجابيتها وفعاليتها بين أفراد المجتمع، ولذا يجد طلبة الجامعات أن هناك حاجة إلى المزيد من المعلومات والشواهد عبر الفيسبوك، والتي تدعم نشاطاتهم التطوعية، وتعزز مكانتها في محيطهم الاجتماعي، وتأتي هذه النتيجة في سياق ما توصلت إليه دراسة دراسة عوض (٢٠١٠) عن أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب، والتي اقترحت إجراء دراسات مماثلة على مجتمعات مختلفة، والسعي لنشر الوعي لدى فئة الشباب حول دور وأثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية شخصياتهم وإرشادهم للاستخدام الأمثل لمواقع التواصل الاجتماعي، وتتوافق هذه مع حاجة الطلبة للتفاعل بمستوى معين عبر الفيسبوك والتي أشارت إليها دراسة الباحثة، بمعنى أن السياق العام الذي أشارت إليه الدراسات هو الاستخدام الأمثل للفيسبوك في تنفيذ وتعزيز فاعلية الحملات الإعلامية الخاصة بالموضوعات المختلفة ومنها العمل التطوعي، لتبادل المعرفة وتعميم الفائدة وإعداد برامج إرشادية وتدريبية لتنمية المعرفة بالعمل التطوعي، ومهارة تنفيذ الحملات لدى طلبة الجامعات.

وتأتي هذه النتيجة بالاتجاه العام لما توصلت إليه دراسة Connolly (2014) عن استخدام وفاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في المنظمات التطوعية، والتي بينت أن المنظمات لم تكن تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي لإدارة المتطوعين، على الرغم من المتطوعين يرغبون بذلك. كما بينت الدراسة أنه بالإمكان استخدام وسائل التواصل

الاجتماعي بشكل فاعل في المنظمات التطوعية من خلال التفاعل الثنائي الاتجاه، وإمكانية بث الرسائل ودفعها مباشرة إلى المستخدم المستهدف، وبينت أن هذه المنصات تشجع المستخدمين على التعليق والتفاعل. ويمكن لأصحاب العمل التطوعي أن يكتشفوا آخرين لهم رغبة في العمل التطوعي، كما تسمح وسائل التواصل الاجتماعي بالوصول إلى مجموعة كبيرة من الأفراد من ذوي الميول التطوعية المماثلة، أو ذوي التجارب المشابهة.

ثالثاً: مناقشة نتائج اختبار الفرضيات

مناقشة نتائج الفرضية الأولى: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي تعزى لمتغير الجنس.

أشارت نتائج هذه الفرضية إلى وجود فروق دالة إحصائية في استجابات المبحوثين عن دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي تعزى للجنس، وهذا يدل على أن المبحوثين لديهم مستويات متباينة في استجاباتهم عن دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي باختلاف جنسهم، وكانت الفروق لصالح فئة الذكور على فئة الإناث. وتعزى هذه النتيجة إلى كون معظم الأعمال التطوعية يغلب عليها الحاجة إلى الذكور مع نسبة أقل من الإناث، كما أن بعض الأسر العربية تتحاشى دفع بناتهم إلى العمل التطوعي بسبب طبيعة العمل التطوعي أحياناً والتي تتطلب الانتقال إلى مناطق نائية وبعيدة، وأحياناً تتطلب المزيد من الجهد الشاق، فضلاً عن الأسباب الأخرى والمعلومة والتي تخص طبيعة تردد الأسرة العربية في تشجيع بناتها إزاء الأعمال التطوعية لما قد يتسبب ذلك من كلام وتشهير. مع ذلك فإن النسبة التي تمثلها الإناث في معظم الأعمال

التطوعية نسبة جيدة وعالية، إلا أن استجابات المبحوثين تؤكد طبيعة اهتمامات الذكور قياساً إلى الإناث، كل بحسب طبيعته، ولذا جاءت الاستجابات بهذا الاتجاه.

مناقشة نتائج الفرضية الثانية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي تعزى لمتغير العمر.

بينت نتائج هذه الفرضية أن هناك فروقاً ظاهرة بين الإجابات، وأن الفروق في دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي التي تعزى إلى متغير العمر دالة إحصائياً، وتبين أن الفروق الإحصائية كانت لصالح متغير العمر فئة (٢٣-٢٧)، وفئة (٢٨-٣٢). ويمكن تفسير ذلك لكون هذه الفئة العمرية تجاوزت المراحل الأولى للدراسة، وهذا أكسبها خبرة عالية في الأنشطة التطوعية وطبيعة عمل المنظمات التطوعية، فضلاً عن أنه العمر الذي يكون الشاب فيه طموحاً وفي الوقت ذاته له شخصيته المستقلة في اتخاذ القرار، وعليه فمقارنة بالفئات العمرية الأخرى، تعد هاتين الفئتين أكثر تأثيراً لما ذكر آنفاً، وبالتالي كانت صاحبة التأثير في الفروق المعنوية.

مناقشة نتائج الفرضية الثالثة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي تعزى لمتغير المستوى الأكاديمي.

اتضح من نتائج هذه الفرضية عدم وجود فروق دالة إحصائياً في استجابات المبحوثين عن دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي تعزى لمتغير المستوى الأكاديمي، وهذا يدل على أن المبحوثين لديهم مستويات متقاربة في استجاباتهم عن دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي باختلاف مستواهم الأكاديمي. وتعزى هذه النتيجة إلى أن الثقافة العامة لموضوع العمل التطوعي متماثلة لدى كثير من الشباب بغض النظر عن المستوى الأكاديمي، فالمستوى المعرفي حول موضوع العمل التطوعي متماثل إلى حد كبير بين مختلف المستويات الأكاديمية، لاسيما أن

البيئة الجامعية في مجتمع الدراسة متماثلة وبالتالي لا يوجد فرق يعزى للدارسين في مرحلة البكالوريوس عن مرحلة الدراسات العليا.

مناقشة نتائج الفرضية الرابعة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي تعزى لمتغير الكلية.

اتضح من نتائج هذه الفرضية أن الفروق الإحصائية بين إستجابات المبحوثين غير دالة إحصائياً، وهذا يدل على أن نظرة أفراد عينة الدراسة إلى دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي جاءت بمستويات متقاربة على اختلاف كلياتهم، والفروق لم تبلغ مستوى الدلالة الإحصائية. وهذه النتيجة تفسر بذات الاتجاه الذي تم فيه تفسير عدم وجود فروق تعزى للمستوى الأكاديمي، وهي نتيجة تؤكد ما ذهبت إليه الباحثة في أن البيئة الجامعية في مجتمع الدراسة متماثلة ولذا لم يحدث فرقاً في استجاباتهم بحسب الكلية.

مناقشة نتائج الفرضية الخامسة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي تعزى لمتغير الجامعة.

اتضح من نتائج هذه الفرضية وجود فروق دالة إحصائياً في استجابات المبحوثين عن دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي تعزى لمتغير الجامعة، وهذا يدل على أن المبحوثين لديهم مستويات متباينة في استجاباتهم عن دور الفيسبوك في تعزيز ثقافة العمل التطوعي باختلاف جامعاتهم، وكانت الفروق لصالح جامعة الشرق الأوسط على الجامعة الأردنية.

يمكن تفسير هذه النتيجة إلى جملة أسباب، منها أن جامعة الشرق الأوسط تمتاز بفعاليات عديدة ومستمرة عن العمل التطوعي، ولديها فرق خاصة بذلك، ولديها حضور في عدد من المجالات التطوعية، وهذا يجعل جامعة الشرق الأوسط صاحبة الفرق قياساً بالجامعة الأردنية، كما أن مجتمع الدراسة في الجامعة الأردنية كبير جداً قياساً إلى المجتمع في جامعة الشرق الأوسط، وهذا يعني أن العينة التي مثلت الشرق الأوسط ستكون ذات فرق قياساً بالعينة التي مثلت الجامعة الأردنية، وبالتالي فنسبة الأثر التي تحدثها عينة الشرق الأوسط تضاهي الأثر الذي أحدثته عينة الجامعة الأردنية.

التوصيات:

بناء على ما توصلت إليه الدراسة، فقد أوصت بما يلي:

- أن تعمل الجهات المعنية بالتربية والتعليم على إضافة ساعات تدريبية إلى برامج الطلبة عن كيفية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة العمل التطوعي.
- أن تحرص المنظمات التطوعية على حسن إدارة حساباتها على مواقع التواصل الاجتماعي واستثمار إمكاناتها في نشر ثقافة العمل التطوعي.
- استثمار وسائل التواصل الأخرى في الترويج لمدى أهمية حملات العمل التطوعي وآثاره الاجتماعية على المجتمع.

المراجع

— إسماعيل، محمود حسن. (2003). مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير. بيروت: دار العالمية.

— البشايشة، وسام طایل (2013). دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي واشباعاتها (فيس بوك وتويتر) (دراسة على طلبة الجامعة الأردنية وجامعة البترا أنموذجاً). (رسالة ماجستير). قسم الصحافة والإعلام، كلية الآداب، جامعة البترا.

— حجاب، محمد منير (2010). نظريات الاتصال. ط ١، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.

— حجاب، محمد منير (2003). أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية. ط ٢. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.

— الحضيف، عاصم (٢٠١٠) دراسة توثيقية عن الدور العالمي للموقع الاجتماعي الفيس بوك

— حمودة، أحمد يونس (٢٠١٣): دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية. (رسالة ماجستير غير منشورة). قسم الدراسات الإعلامية، معهد البحوث والدراسات العربية، جامعة الدول العربية.

— الخاجة، إيمان عبد الرزاق (٢٠١٥). دور الإنستقرام في تحفيز الشباب البحريني علي العمل التطوعي. (رسالة ماجستير). الجامعة الأهلية- البحرين.

— الدليمي، عبد الرزاق محمد (2016). نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرون. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

— رشوان، حسين أحمد (1998). العلم والبحث العلمي في مناهج العلوم. الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث.

— شفيق، حسنين (2014). نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي. القاهرة: دار فكر وفن.

— العمري، علي أحمد؛ الصريصري، دخيل الله حمد، (1997) مفهوم الخدمة التطوعية ومجالاتها، بحث منشور، مقدم للمؤتمر العلمي الأول للخدمات التطوعية، المملكة العربية السعودية، جامعة أم القرى: مكة المكرمة.

— عوده، احمد، مكايي فتحي (1987). أساسيات البحث العلمي في التربية والعلوم الإنسانية. الزرقاء: مكتبة المنار

— فوزي، شروق، (2015) تكنولوجيا الإعلام الحديث، القاهرة، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع
— فوزي غرابية وآخرون (2002). أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية. ط6. عمان: دار وائل للنشر.

— المبيضين، ابراهيم (2016). 5-ملايين مستخدم (فيس بوك) في المملكة. عمان: صحيفة ال غده ايلول

— حمادة، معاذ (2012) تأثير الفيس بوك على المجتمع

— مراد، كامل خورشيد (2014). الاتصال الجماهيري والإعلام. ط2، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.

— نومار، مريم نريمان (2012). استخدام مواقع التواصل الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية. دراسة على عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر، (رسالة ماجستير غير منشورة). كلية الإعلام والاتصال. جامعة الحاج الخضر-باتنة.

- Bartlett, J.E., Kotrlik, J.W. and Higgins, C.C. (2001) Organizational Research: Determining Appropriate Sample Size in Survey Research. *Information Technology, Learning, and Performance Journal*, 19, 43-50.

- Connolly, Amy J. (2014). *The Use and Effectiveness of Online Social Media in Volunteer Organizations*. (A dissertation of Doctor of Philosophy). Department of Information Systems & Decision Sciences. College of Business University of South Florida

- <http://www.civilsociety-jo.net/ar/organization/228>

- <http://www.civilsociety-jo.net/ar/organization/22078>

- <http://fnoon.gov.ae/VolunteerWorkObjectives.aspx>

- <http://fnoon.gov.ae/VolunteerWorkObjectives.aspx>

- <https://www.shahbanews.com/n/41799.html>

ملاحق الدراسة

ملحق رقم(1)**الاستبانة**

كلية الإعلام
جامعة الشرق الأوسط

الزملاء والزميلات الكرام

تحية طيبة وبعد..

تقوم الباحثة بإعداد دراسة ماجستير بعنوان: دور الفيس بوك في نشر ثقافة العمل

التطوعي - دراسة مسحية على عينة من طلبة الجامعات الأردنية في مدينة عمان.

أرجو التكرم بالإجابة عن فقرات الاستبانة بموضوعية .. علما بأن كل ما يرد في إجاباتكم

سيكون موضع احترام وتقدير وسوف يعامل بسرية تامة ولن يستخدم إلا لأغراض البحث العلمي

فقط .

ولكم جزيل الشكر والتقدير .،،،

الباحثة

منتهى الكيلاني

٢٠١٨

الاستبانة

أولا. البيانات الشخصية:

النوع الاجتماعي: ذكر أنثى

العمر:

المستوى الأكاديمي: بكالوريوس دراسات عليا

الكلية:

الجامعة:

ثانياً. أنماط استخدام الفيسبوك

(١) ما كثافة استخدامك للفيسبوك اليومي:

١. دائماً ٢. أحياناً ٣. نادراً

(٢) المكان المفضل لديك لمتابعة الفيسبوك (يمكن اختيار أكثر من بديل):

- المنزل الجامعة مكان عام جميعها

(٣) الوقت الذي تستغرقه بمتابعة الفيسبوك يومياً:

- أقل من ساعة
- (ساعة واحدة إلى أقل من ٣ ساعات)
- (من ٣ ساعات إلى أقل من ٥ ساعات)
- (من ٥ ساعات إلى أقل من ٧ ساعات)
- ٧ ساعات فأكثر

(٤) ما الجهاز التي تفضله لتصفح الفيسبوك:

١. الحاسوب ٢. الأيباد ٣. الموبايل ٤. جميعها

ثالثاً. مجالات الدراسة

المجال الأول: مدى مساهمة الفيسبوك في تعريف طلبة الجامعات الاردنية بمفهوم العمل التطوعي

لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	الفقرات	
					تتناول منشورات الفيسبوك العمل التطوعي بنسبة جيدة	١
					يسهم الفيسبوك في الحصول على مستجدات وتطورات العمل التطوعي	٢
					يساعد الفيسبوك على التعرف إلى المزيد من أوجه العمل التطوعي	٣
					يعد الفيسبوك وسيلة فعالة للترويج لحمات العمل التطوعي	٤
					تبين لي منشورات الفيسبوك منافع العمل التطوعي	٥
					تطلعني منشورات الفيسبوك على تجارب مؤثرة عن العمل التطوعي في العالم	٦
					يتيح الفيسبوك من خلال منشوراته تحديث المعلومات ذات الصلة بالعمل التطوعي بشكل دائم	٧
					تزودني منشورات الفيسبوك بأساليب التفاعل مع الحملات الخاصة بالعمل التطوعي	٨
					يتيح الفيسبوك التعرف إلى القوانين والتشريعات الخاصة بالعمل التطوعي	٩

المجال الثاني: تأثير المضامين التي تتعلق بالعمل التطوعي في طلبة الجامعات

ت	الفقرات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
١٠	تتضمن منشورات الفيسبوك القيم الاجتماعية للعمل التطوعي					
١١	تشجعي منشورات الفيسبوك على القيام بالعمل التطوعي					
١٢	تعزز منشورات الفيسبوك عن العمل التطوعي الروح الاخوية بين افراد المجتمع					
١٣	يشجعي الفيسبوك من خلال مشاركتي به على المشاركة في حملات العمل التطوعي من خلاله					
١٤	يسهم الفيسبوك بتعزيز الالتزام بأخلاقيات العمل التطوعي					
١٥	تزيد منشورات الفيسبوك عن العمل التطوعي من قيمة التعاون في المجتمع					
16	بينت لي منشورات الفيسبوك القيمة الانسانية للعمل التطوعي					
١٧	تتضمن منشورات الفيسبوك آثار العمل التطوعي الاجتماعية والنفسية					

المجال الثالث: ما احتياجات الطلبة من النشر عبر الفيسبوك إزاء العمل التطوعي؟

لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	الفقرات	
					أن تلبية المضامين المنشورة عبر الفيسبوك احتياجاتي المعرفية حول العمل التطوعي	١٨
					أن أحصل من خلال الفيسبوك على معلومات حول المنظمات التي تعنى بالعمل التطوعي	١٩
					أن تزيد منشورات الفيسبوك من فاعلية العمل التطوعي لدي	٢٠
					أن يساعد الفيسبوك على غرس مفهوم العمل التطوعي لدي	٢١
					أن يساعدني الفيسبوك ومنشوراته في تذليل صعوبات التواصل مع المنظمات التي تعنى بالعمل التطوعي	٢٢
					أن تخدم إمكانات الفيسبوك خطتي المستقبلية لتنفيذ حملات عمل تطوعية	٢٣
					أن تعزز منشورات الفيسبوك عن العمل التطوعي من روح الفريق لدى الزملاء	٢٤
					أن يتيح لي الفيسبوك مجالاً لنشر أعمالي التطوعية لتعميم الفائدة	25
					أن يوفر لي الفيسبوك مساحة لدعوة الآخرين للعمل التطوعي	٢٦

ملحق رقم (٢)
قائمة بأسماء المحكمين

الجامعة	اللقب العلمي	الاسم	ت
جامعة الشرق الأوسط	أستاذ مشارك	د. كامل خورشيد مراد	١
جامعة الشرق الأوسط	أستاذ مشارك	د. عبدالباسط الحطامي	٢
جامعة الشرق الأوسط	أستاذ مساعد	د. أحمد عريقات	٣
جامعة الشرق الأوسط	أستاذ مساعد	د. أمجد درادكة	٤
جامعة الشرق الأوسط	أستاذ مساعد	د. ليلي جرار	٥

ملحق رقم (3)
جدول اختيار العينات

TABLE 1
Table for Determining Sample Size from a Given Population

<i>N</i>	<i>S</i>	<i>N</i>	<i>S</i>	<i>N</i>	<i>S</i>
10	10	220	140	1200	291
15	14	230	144	1300	297
20	19	240	148	1400	302
25	24	250	152	1500	306
30	28	260	155	1600	310
35	32	270	159	1700	313
40	36	280	162	1800	317
45	40	290	165	1900	320
50	44	300	169	2000	322
55	48	320	175	2200	327
60	52	340	181	2400	331
65	56	360	186	2600	335
70	59	380	191	2800	338
75	63	400	196	3000	341
80	66	420	201	3500	346
85	70	440	205	4000	351
90	73	460	210	4500	354
95	76	480	214	5000	357
100	80	500	217	6000	361
110	86	550	226	7000	364
120	92	600	234	8000	367
130	97	650	242	9000	368
140	103	700	248	10000	370
150	108	750	254	15000	375
160	113	800	260	20000	377
170	118	850	265	30000	379
180	123	900	269	40000	380
190	127	950	274	50000	381
200	132	1000	278	75000	382
210	136	1100	285	100000	384

Note.—*N* is population size.
S is sample size.

المصدر: (Bartlett, Kotrlik, & Higgins, 2001, P.48)