

## الأعمال التضامنية عبر الفضاء الافتراضي *Solidarity actions across the virtual space*

سامية بوقرة<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup> جامعة باجي مختار عنابة (الجزائر).

تاريخ الاستلام: 19 نوفمبر 2020 ؛ تاريخ المراجعة: 04 أبريل 2021 ؛ تاريخ القبول: 31 ماي 2021

### ملخص:

تهدف دراستنا هذه إلى إبراز أهمية الفضاء الافتراضي في نشر الأعمال التضامنية وتعزيز قيمة التضامن، بالإضافة إلى تحديد آليات توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في تفعيل الأعمال التضامنية في المجتمع، وكذا تحديد أشكالها وإستراتيجياتها خاصة مع التطور الكبير الذي تشهده تكنولوجيا التواصل الحديثة متمثلة في تنوع الشبكات وتعدد خصائصها ما سمح لها أن تكون أرضية خصبة لممارسة الأعمال الخيرية حيث ساهمت في الوصول إلى المتضامنين وإلى الفئات المحتاجة أينما كانت وحيثما وجدت، حتى أن صداها وصل إلى حكومات الدول ومسؤوليها .

وللوصول إلى النتائج المرجوة قمنا بدراسة ميدانية على عينة من المستخدمين، ومن بين النتائج التي توصلنا إليها أن هذا الفضاء الافتراضي للتواصل يتيح التفاعلية والسرعة والنقل صورة وصوتا و في أي وقت للأعمال التضامنية. كما أخذت ظاهرة التضامن عبر صفحات شبكات التواصل الاجتماعي تتوسع بشكل واضح وفعال أيضا.

الكلمات المفتاحية: أعمال تضامنية؛ فضاء افتراضي؛ متضامنون؛ شبكات؛ فايس بوك.

### Abstract:

Our study aims to highlight the importance of virtual space in spreading solidarity works and enhancing the value of solidarity, in addition to identifying mechanisms for employing social networks to activate solidarity work in society, as well as defining their forms and strategies, especially with the great development witnessed by modern communication technology represented in the diversity of networks and the multiplicity of their characteristics. What allowed it to be a fertile ground for the practice of charitable work, as it contributed to reaching the solidarity activists and the needy groups wherever and wherever they are, so that their resonance reached the governments and officials of countries.

In order to reach the desired results, we conducted a field study on a sample of users, and among our findings is that this virtual space for communication allows interactivity, speed, and image and voice transmission at any time for solidarity work, and the phenomenon of solidarity across social networking pages is expanding clearly and effectively as well.

**Keywords:** Solidarity Acts; Virtual space; Solidarity; Networks; face book.

\*Corresponding author: e-mail: [samia.fatma@yahoo.fr](mailto:samia.fatma@yahoo.fr).

## 1- مقدمة إشكالية:

يشهد العالم المعاصر مجموعة من التغيرات المتسارعة في مجال الاتصال وتقنية المعلومات، ما جعل العالم قرية كونية تنتقل فيها المعلومات إلى جميع أنحاء الكرة الأرضية في أجزاء من الثانية، ولا شك أن هذه التغيرات لها تأثيرها المباشر على الأفراد والمؤسسات المكونة للمجتمعات، ما دفع هذه المجتمعات بقبول هذه المستجدات والتكيف معها لتحقيق الاستفادة مما تقدمه من مزايا في جميع المجالات.

نتيجة للتطورات داخل فضاءات التواصل والتفاعل عبر الانترنت، اعتبر الويب 2.0 ظاهرة اجتماعية تتطلب دراسة سوسيولوجية تقوم على توظيف المفاهيم والمقاربات السوسيولوجية المتراكمة، وقد أطلق عليه البعض تسمية "الويب الاجتماعي" لما كان له من دور في بعث العلاقات الاجتماعية واستدامتها، خصوصا بعد ظهور مواقع الشبكات الاجتماعية.

إذن ساعدت تكنولوجيا المعلومات والاتصال الرقمية على ربط التواصل بين الشعوب بمختلف توجهاتها الحضارية متجاوزة بذلك الحدود السياسية والجغرافية، والعزلة الحضارية التي كانت تعيشها معظم المجتمعات البشرية (الديبسي، الطاهات، 2013، ص: 66)، وبظهور شبكات التواصل الاجتماعي كالفيس بوك وتويتر وغيرها... أحدثت طفرة نوعية ليس فقط في مجال الاتصال بين الأفراد والجماعات بل في نتائج وتأثير هذا الاتصال، إذ كان لهذا التواصل نتائج مؤثرة في المجال الإنساني والاجتماعي والسياسي والثقافي إلى درجة أصبحت احد أهم عوامل التغيير الاجتماعي محليا وعالميا وذلك بما تتيحه هذه الوسائل من إمكانيات للتواصل.

ونظرا لهذه الميزات فقد استغلت عديد الجهات التضامنية على اختلافها شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الأعمال التضامنية وكذا في جذب المتضامنين من خلال منشوراتها، واكبر مثال على ذلك الصفحات التضامنية عبر الشبكة حيث لا تعد ولا تحصى عبر العالم، فالمتضامنون اليوم ولتحقيق أهدافهم يحتاجون إلى استغلال كل الإمكانيات والوسائل لتعزيز قيمة التضامن في المجتمع، كما أن مستخدمي هذه الشبكات عموما و الفيس بوك خصوصا يمكن لهم الوصول إلى هذه المجموعات عبر هذا الفضاء التواصلي سواء لتقديم المساعدة أو مشاركة المنشورات التضامنية عبر صفحاتهم.

وانطلاقا من هذا جاءت هذه الدراسة للبحث في توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز التضامن في المجتمع، متخذة بذلك الفيس بوك أنموذجا لها، حيث سيتم إجراء دراسة ميدانية على عينة من المستخدمين. وعليه تتلخص إشكالية الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي:

- إلى أي مدى ساهم توظيف شبكات التواصل الاجتماعي عموما و الفيس بوك خصوصا في تعزيز قيمة التضامن في المجتمع؟

وقد تفرع عن هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية هي:

- فيما تتمثل الخصائص الحصرية لشبكات التواصل الاجتماعي التي جمعت المتضامنين على صفحاتها؟
- فيما تتمثل أشكال المضامين الإعلامية التي تؤثر في مستخدمي الفاييس بوك؟
- وما هي أسباب الاعتماد على هذه الشبكة الافتراضية فاييس بوك في نشر الأعمال التضامنية؟
- فيما تتمثل أهمية الفاييس بوك في نشر الأعمال التضامنية وتعزيزها هذه القيمة في المجتمع؟

#### الفرضيات:

تتمثل فرضيات الدراسة في مايلي:

- الخصائص الحصرية لشبكات التواصل الاجتماعي ( تفاعلية، سرعة، اللاتزمنية، الحركة والمرونة...) جمعت المتضامنين بشكل أوسع عبر صفحاتها.
- الوسائط المتعددة للملتيديا المتاحة عبر صفحة الفاييس بوك من ابرز العوامل التي أثرت في الأفراد المتضامنين وجعلتهم يساهمون في العديد من الأعمال التضامنية نظرا لتنوعها.
- تتعدد أسباب الاعتماد على الفاييس بوك في نشر الأعمال التضامنية. من بينها انه يتيح الانضمام إلى المجموعات الخيرية.
- للفايس بوك أهمية كبيرة في نشر الأعمال التضامنية وتعزيز قيمة التضامن في المجتمع.

#### أهداف الدراسة:

تتمثل أهداف الدراسة في ما يلي:

- تحديد الخصائص الحصرية لشبكات التواصل الاجتماعي ( تفاعلية، سرعة، اللاتزمنية، الحركة والمرونة...) جمعت المتضامنين بشكل أوسع عبر صفحاتها.
- تحديد أشكال المضامين الإعلامية التضامنية التي تؤثر في المستخدمين .
- تحديد أسباب الاعتماد على الفاييس بوك في نشر الأعمال التضامنية.
- إبراز أهمية الفاييس بوك في نشر الأعمال التضامنية وتعزيز قيمة التضامن في المجتمع.

#### أهمية الدراسة:

التضامن قيمة إنسانية عظيمة، وأهدافها راقية، وهذه القيمة عرفت انتشارا واسعا في الآونة الأخيرة خاصة مع ظهور شبكات التواصل الاجتماعي، حيث اتجه المتضامنون على اختلافهم إلى استغلال التكنولوجيا الحديثة في مجال التواصل الاجتماعي في تعزيز قيمة التضامن في المجتمع وهذا ما سنسعى لإثباته في هذه الدراسة.

### منهج البحث:

باعتبار أن المنهج هو الطريقة التي يسلكها الباحث للوصول إلى نتيجة معينة وعلى هذا الأساس وتماشيا مع طبيعة الموضوع فإن الدراسة تدخل ضمن الدراسات الوصفية التحليلية اعتمدنا فيها على منهج المسح بالعينة، بهدف جمع المعلومات اللازمة من العينة التي تم اختيارها للدراسة والوصول إلى النتائج المرجوة .

### أداة البحث:

استخدم في هذه الدراسة: أداة الاستمارة (الاستبيان) حيث تم توزيع 61 استمارة استرجعت جميعها تتضمن أسئلة حول البيانات السوسيو ديمغرافية وأسئلة متعلقة بمفاهيم الدراسة وأشكاليتها.

### مجتمع البحث وعينته:

يعتمد الباحثون في إجراء بحوثهم للوصول إلى المعلومات والحقائق التي تفي بالغرض النهائي للدراسة على طريقة العينة المأخوذة من مجتمع البحث ، وتسري هذه النتائج المتوصل إليها من حيث التمثيل على كل مجتمع البحث، وعليه فمجتمع البحث في دراستنا هذه يتمثل في مستخدمي الفاييس بوك، أما العينة فقد كانت قصدية تتمثل في الطلبة الجامعيين.

### الدراسات السابقة:

الدراسات في هذا المجال قليلة جدا استطعنا من خلال البحث الحصول على الدراسة الآتية التي تقاطعت مع دراستنا في التركيز على الجانب البعد التكنولوجي للأعمال التضامنية:

دراسة عماد نزال، التطوع الإلكتروني وسيلة معززة للعمل التطوعي:

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز السبل والآليات التي يمكن من خلالها استثمار وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية في تفعيل العمل التطوعي بمختلف جوانبه.

وقد تم الاعتماد في هذه الدراسة على أداة الملاحظة بنوعها الغير بالمباشرة والملاحظة بالمشاركة وقد طبقت الدراسة في فلسطين، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها:

أن التطوع الإلكتروني هو نتاج الثورة التكنولوجية العالمية، وان شيوع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية عبر الانترنت تعبر ذات الأثر الكبير في اتساع دائرة التطوع الإلكتروني (نزال، حبش، 2015، ص: 92).

## 2. مفاهيم أساسية:

### 1.2 تعريف التواصل الافتراضي:

يعرف على انه " تواصل شخصي يتم من خلال الأجهزة المحمولة (mobile devices) والانترنت بواسطة البريد الالكتروني والرسائل القصيرة ورسائل الوسائط المتعددة عبر الشبكات الاجتماعية كالفيس بوك والتويتير على سبيل المثال، وكذا عبر ألعاب الكمبيوتر والبيئات الافتراضية (بلحاج،، حجال،، 2020، 157).

### 2.2 تعريف شبكات التواصل الاجتماعي:

تعرف مواقع التواصل الاجتماعي على أنها: " صفحات الويب التي يمكن أن تسهل التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين في هذه الشبكة الاجتماعية الموجودة بالفعل على الانترنت، وتهدف إلى توفير مختلف وسائل الاهتمام، والتي من شأنها تساعد على التفاعل بين الأعضاء بعضهم بعض، ويمكن هذه المميزات المراسلة الفورية، الفيديو، الدردشة، تبادل الملفات، مجموعات النقاش... وهناك الآلاف من مواقع الشبكات الاجتماعية التي تعمل على الصعيد العالمي، وهناك الشبكات الاجتماعية الصغيرة، التي طرحت لتناسب القطاعات المهمشة في المجتمع، في حين هناك شبكات تخدم وحدة جغرافية للمجتمع، وهناك بعض الشبكات تستخدم واجهة استخدام بسيطة، بينما البعض الآخر أكثر جرأة في استخدام التكنولوجيات الحديثة والقدرات الإبداعية ( المنصور،، 2012، ص: 27).

ايضا هي مواقع إلكترونية اجتماعية على الانترنت، وتعتبر الركيزة الأساسية للإعلام الجديد أو البديل، التي تتيح للأفراد والجماعات التواصل فيما بينهم عبر هذا الفضاء الافتراضي. ( عباس،، 2008، ص: 218).

وتعرف أيضا على أنها: "عبارة عن مواقع على شبكة الانترنت توفر لمستخدميها فرصة للحوار وتبادل المعلومات والآراء والأفكار والمشكلات من خلال الملفات الشخصية وألبومات الصور وغرف الدردشة وغير ذلك، ومن أمثلة ذلك شبكات Twitter و Facebook وشبكة التواصل الاجتماعي MySpaceYouTube" (الدليهي،، 2011، ص: 183).

وتعرف على أنها: "مواقع على الإنترنت تمكن المستخدم من إنشاء ملف تعريف وبناء شبكة شخصية تربطه مع الآخرين وبمجموعات متنوعة من أهمها مواقع التواصل الاجتماعي، المدونات الالكترونية، الشبكات المهنية، الخ" (Dawley, 2009,p: 111).

وفي هذا الصدد وجب الإشارة إلى الوسائط المتعددة للاتصال التي ترتبط ارتباطا وثيقا بشبكات التواصل الاجتماعي فالحديث عن الشبكات يقودنا مباشرة للتطرق إلى الوسائط المتعددة ويتجسد ذلك جليا من خلال براديفم الشبكة، حيث ترفض الباحثتان Livingstone & Lievrouw تعريف الوسائط الاتصالية الجديدة من منطلق تقني أو تكنولوجية أو حتى من منطلق الوسائل والمضامين، فهي من منظورهما "تكنولوجيات المعلومات والاتصال والعوالم الاجتماعية المرتبطة بها"، فثمة مستويان اثنان يميّزانهما عن الوسائط الإعلامية الكلاسيكية أو القديمة حسب هذا التعريف، ففي مستوى أول يتجسد التباين فيما تسميه الباحثتان إعادة التنظيم الذي يتجسد في عملية "التهجين" المتواصل للتكنولوجيا والابتكارات، فوسائط الاتصال الجديدة في

تجدد دائم بما أنّها نتاج للفعل الإنساني الراهن، إذ تخضع استخدامات التكنولوجيا للتفاوت بين منطق الابتكار ومنطق الاستخدام، فهناك دائما جديد لأنّ المستخدم فاعل لا يكتفي بالاستعمال بل يفعل في التكنولوجيا من خلال إعادة الابتكار وإعادة التشكيل والتخريب والقرصنة والإهمال، ومن جهة أخرى فإنّ "الجديد" في بعض الأحيان هو إعادة تشكيل للقديم (حمامي، 2012، ص: 19).

وفي مستوى ثانٍ تختلف وسائط الاتصال الجديدة عن وسائل الإعلام القديمة في مستوى ظهور نماذج تواصلية جديدة تختزلها استعارة الشبكة The Network Metaphor التي تعكس رؤية جديدة للعالم من خلال براديغم الشبكة، ولهذا البراديغم تأثير على مفهوم السلطة (التراتبية) والمشاركة، إذ يساهم في تنامي التواصل الشخصي والفردي على حساب الاتصال العمودي (حمامي، 2012، ص: 20).

## 2\_3 تعريف الفايس بوك:

هو موقع الكتروني للتواصل الاجتماعي، أي أنه يتيح عبره للأشخاص العاديين والاعتباريين (كالشركات) أن يبرز نفسه وأن يعزّز مكانته عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل مع مواقع تواصل أخرى، وإنشاء روابط تواصل مع الآخرين (نصر، 2010).

يعتبر موقع الفايس بوك واحداً من أهم مواقع التواصل الاجتماعي، وهو لا يمثل منتدى اجتماعي فقط إنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي أن يفعل بواسطتها ما يشاء (عباس، 2008، ص: 218). ويعدّ من أشهر المواقع الاجتماعية على الإنترنت أسسه طالب في جامعة هارفارد عام 2004، تقدر قيمته تسعة مليار دولار.

## 2-4 تعريف التضامن:

يقصد بالتضامن الاتحاد ومعاونة الغني أو القوي للإنسان الفقير أو الضعيف وهو سلوك إنساني يتمثل في تخفيف الآلام ومعاونة الناس والمساعدة للآخرين عند الحاجة، ويستمد التضامن قواعده من التعاليم الدينية والمواثيق الدولية، ومن الشعور الداخلي في كل إنسان سوي سليم يؤمن بان الإنسان مخلوق ضعيف يحتاج في مرحلة ما إلى مساعدة الآخر، وهي قيمة إنسانية تضمن استقرار المجتمعات وتقدمها (ربحي، 2018).

يقول الله تعالى: "وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ" (المائدة: 02).

## 3\_ أشكال التضامن:

يمارس التضامن بأشكال مختلفة، مادية ومعنوية:

### أ\_ التضامن المادي:

يتم عن طريق التبرع بمبالغ مالية نقداً، أو بواسطة صكوك بريدية أو بنكية، تقديم أدوية ومواد غذائية، وألبسة وأغطية وخيم وأدوات مدرسية، والتبرع بالدم للمرضى والجرحى، المساهمة في الجمعيات الخيرية.

## ب\_ التضامن المعنوي:

زيارة المرضى والتخفيف من معاناتهم، المشاركة بأعمال تطوعية، الدفاع عن المظلوم والوقوف بجانبه بقول الحق، والحضور لمواساة المتضررين. (لبوز، 2018، ص: 19).

### 4\_ خصائص شبكات التواصل الاجتماعي:

تتميز شبكات التواصل الاجتماعي بأربع صفات رئيسية هي:

#### 1-4 المستخدمون هم من يصنعون المحتوى:

المحتوى قد يكون له أكثر من صورة، فهو محتوى نصي في كثير من الشبكات، وهو كذلك محتوى صوتي كما هو في مواقع فليكر، وهو محتوى صوتي كما هو في ساوند كلاود، وهو كذلك على هيئة فيديو كما في اليوتيوب، وهذا المحتوى مصنوع من قبل المستخدمين أنفسهم، ليس من قبل المطورين أو ملاك الشبكات، ولا يستطيع صاحب الشبكة أن يضيف المحتوى إلى الشبكة إلا بصفته مستخدماً (الحميدي، 2015).

#### 2-4 الصفحات الشخصية:

حيث يجب أن يكون كل جزء من المحتوى داخل شبكة التواصل الاجتماعي مرتبطاً بصفحة شخصية فهو الذي يتم الاعتماد عليه في عملية تفاعلية يقوم بها المستخدم داخل الشبكة (مثل طلب الصداقات والتعليقات والتقييمات...الخ)، لذلك نجد أن شبكات التواصل الاجتماعي تحفزك دائماً وتطلب منك أن تسجل من أجل إنشاء صفحة شخصية خاصة بك، وإلا فانك لن تتمكن من التفاعل بأي شكل من الأشكال أو إضافة المحتوى إلى الشبكة إلى غير ذلك ...

#### 3-4 العلاقات بين المستخدمين:

أي شبكة اجتماعية يجب أن توفر أي شكل من أشكال صنع العلاقات بين المستخدمين، هذه العلاقات ليست بلا فائدة، فهناك الكثير من الخصائص الاجتماعية المرتبطة بها والمعتمدة عليها، من أهمها إيصال المحتوى إلى مستخدم آخر، فالعلاقات في شبكات التواصل الاجتماعي تحدد أي محتوى سوف يتم عرضه في الصفحات الرئيسية لكل مستخدم.

#### 4-4 محتوى متغير حسب المستخدم:

كل مستخدم له محتوى مختلف عن الآخر، محتوى مخصص له بالذات، هذا يعتمد في الغالب على العلاقات بين المستخدمين، لأنه كما هو معروف أن المحتوى يتشكل من خلال منشورات الأصدقاء والصفحات التي يتابعها المستخدم (الحميدي، 2015).

#### 5-4 التطوعية:

فالجمعيات الخيرية لا تستهدف في عملها تحقيق الربح، فهي تقوم على مبدأ الأرباحية وهي الفلسفة التي تقوم عليها هذه الجمعية، والتي سماها البعض بحركات اجتماعية، على التعاون والمساعدة والتضامن. (حمدي، 2018)

5- توظيف شبكات التواصل الاجتماعي عموماً والفيس بوك خصوصاً في تعزيز قيمة التضامن في المجتمع:

بفضل شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت هناك مساحات حرة ومتجددة للتواصل بين مستخدميها، ولم يكن العمل التضامني بعيدا عنها بحال من الأحوال، إذ بادرت مؤسساته جهاته لإنشاء صفحات على تلك المواقع، واستطاعت أن تكون من خلالها مجتمعا الكترونيا يتابع أخبارها ويتفاعل معها، وهو الأمر الذي لم يكن قاصرا على الهيئات ذات الطابع المؤسسي فحسب، بل اتجه العديد من المستخدمين المهتمين بأنشطة التضامن إلى إنشاء الصفحات عبر الفاييس بوك أو التواصل مع المهتمين عبر حساباتهم الشخصية، لتكون بالنهاية طيف واسع من المجتمعات الافتراضية التي يجمعها كلها السعي لتنمية المجتمع ومساعدة الآخرين ( لبوز،، 2018، ص: 19).

ويحقق توظيف شبكات التواصل الاجتماعي عموما وشبكة الفاييس بوك خصوصا في تعزيز قيمة التضامن في المجتمع ما يلي:

- تحقيق التواصل بين الناشطين في العمل التضامني الخيري.

- التواصل بين الجهات التضامنية ومجموعات الفاييس بوك لتوجيه إمكاناتها وقدراتها ومهاراتها في التطوع والتنسيق بين المجموعات في حملات الإغاثة في الكوارث والأزمات ومواسم الخيرات .

- تبادل الخبرات من مهارات وابتكارات وقدرات .

- سرعة نشر المعلومات المتاحة لديهم من نصوص أو أصوات أو صور أو فيديوهات على مواقع الشبكات الاجتماعية مكتبة العمل الخيري، (2019).

## 6- المقاربة النظرية للدراسة:

تم تبني نظرية الاستخدامات وإشباع الحاجات في هذه الدراسة \_ إذ تركز هذه النظرية على " لماذا" يستخدم وسيلة إعلام معينة في أشكال معينة ، تحديدا ترى بان البشر يتمتعون بالاختيارات وحرية الإرادة ، فسوف يتخذ الأفراد قرارات معينة حول أي وسائل الإعلام يستخدمها، ومتى يستخدمها، الاختيارات والقرارات التي تتخذها يقوم على الحاجات الشخصية والقيم التي يرغبون في تلبيتها ومن ثم يستطيعون أن يختاروا من بين وسائل الإعلام المتعددة من اجل إشباع حاجاتهم الفردية ( زيلي،، ديانتين،، 2015، ص: 262) \_ وكان الاعتماد على هذه المقاربة من خلال تبني مفاهيمها حيث أن المتضامنين اليوم بحاجة إلى استخدام الميديا الجديدة أو شبكات التواصل الاجتماعي هذه الحاجة برزت من خلال مسيرة العصر والوصول إلى الجمهور العام من المتضامن معهم وكذا المساهمين في عملية التضامن، وبالتالي الوصول إلى جمهور واسع وتحقيق الأهداف المرجوة كون الجمهور الحالي يعتمد بشكل كبير إلى شبكات التواصل الاجتماعي في التواصل وهي بدورها تتيح إمكانية التفاعل وبالتالي يصبح المستخدم نشطا على الدوام .

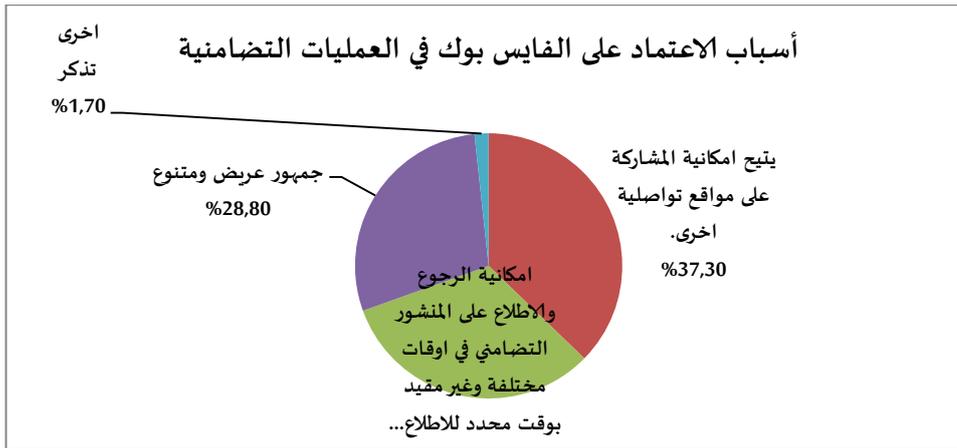
وتتكون نظرية الاستخدامات من عناصر عدة:

- افتراض الجمهور النشط.

- الأصول النفسية والاجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام.

- دوافع الجمهور وحاجاته من وسائل الإعلام.
- التوقعات من وسائل الإعلام.
- التعرض لوسائل الإعلام.
- اشباع وسائل الإعلام (الزبون، 2013، ص: 131).

#### 7\_ تحليل بيانات الدراسة الميدانية:



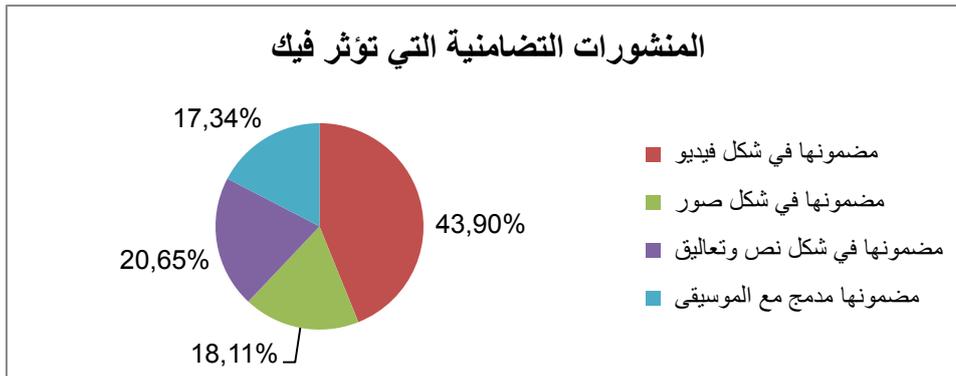
الشكل البياني رقم (01) توزيع أفراد العينة حسب أسباب الاعتماد على الفاييس بوك

#### في العمليات التضامنية

#### مصدر الشكل: الدراسة الحالية

يوضح الشكل البياني أعلاه أعلاه توزيع أفراد العينة حسب أسباب الاعتماد على الفاييس بوك في العمليات التضامنية فكانت النتائج كالتالي: تصدر الترتيب فئة أن الفاييس بوك يتيح إمكانية المشاركة على مواقع تواصلية وذلك بنسبة 37.30%، تليها إمكانية الرجوع والإطلاع على المنشور التضامني وغير مقيد بوقت محدد للإطلاع وذلك بنسبة 32.20%، ثم فئة أن جمهوره عريض ومتنوع بنسبة 28.80%، وأخيراً فئة أخرى تذكر بنسبة 1.70%.

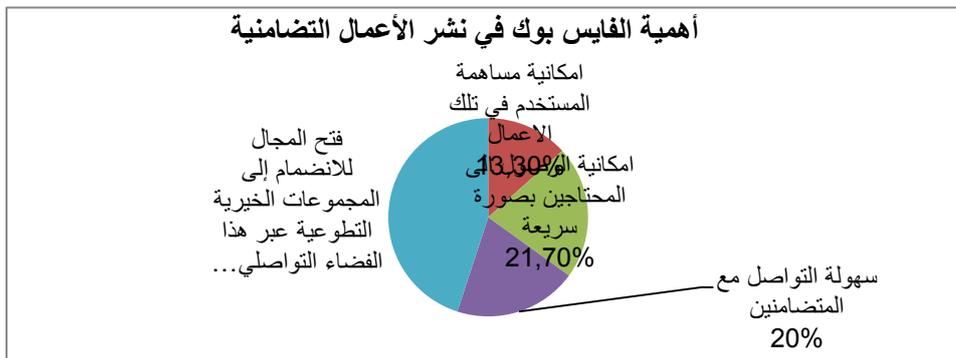
إن الاعتماد على الفاييس بوك في العمليات التضامنية ساهم في انتشارها وكذا وصولها لجمهور واسع من خلال التكنولوجيا التفاعلية المتاحة على الصفحة إذ يمكن مشاركة المنشور عبر صفحات متعددة وحتى عبر الصفحات الخاصة بالقنوات التلفزيونية وهذا ما يظهر جلياً في الوقت الراهن فقد أصبح الفاييس بوك مصدراً للخبر بالنسبة لها، كما أن الفاييس بوك ونظراً لكونه يقتصر الجهد والوقت ساهم في النشر السريع والمتواصل للأعمال التضامنية، كما أن المنشورات عبره ليست مقيدة بالوقت ولا المكان للإطلاع عليها، هذا ما جعل المتضامنون يلجئون إليه لمحاولة جذب متضامين جدد أو في التعريف بنشاطاتهم التضامنية عبر الشبكة.



الشكل البياني رقم (02) توزيع أفراد العينة حسب شكل المنشورات التضامنية التي تؤثر فيها

مصدر الشكل: الدراسة الحالية

يوضح الشكل البياني أعلاه توزيع أفراد العينة حسب شكل المنشورات التي تؤثر فيها، وبما أن الفيس بوك يقدم خدمات عديدة ومتنوعة فهو يعد وسيلة اتصال فعال نتيجة تنوع المواد الإعلامية شكلا ومضمونا، وعليه فقد احتلت المضامين الإعلامية التضامنية في شكل فيديو المرتبة الأولى بنسبة 43.90%، فالفيديوهات الخاصة بالعمليات التضامنية أو تلك التي تشخص وضع المحتاجين وتعرف به تؤثر كثيرا في المستخدمين كون الفيديو ينقل الصوت والصورة معا وهو اقرب للحقيقة من غيره من المواد الإعلامية الأخرى فالمحتاج أو الفقير أو المريض يعبر بنفسه عن حالته الصعبة ويحاول جذب اكبر عدد من المتضامنين فالجانب الإنساني حاضر بقوة في الفيديوهات، تليه المضامين الإعلامية في شكل نص وتعليق بنسبة 20.65% هذه الأخيرة التي تتيح جانبا كبيرا للتفاعل بين المستخدمين وكذا عروض التضامن من قبلهم ما يجعل المنشور في نشاط وتفاعل مستمر، المضامين في شكل صور أيضا لها تأثير على عينة الدراسة وجاءت بنسبة 18.11%، فالصورة أحيانا ابلغ من الكلم، وفي آخر الترتيب تأتي المضامين الإعلامية المدمجة مع الموسيقى التي هي الأخرى كان لها تأثير على المستخدمين فالموسيقى تستحضر الجانب العاطفي للمستخدمين، فكثير من المنشورات التضامنية التي تصاحبها الموسيقى تجعلنا ندمع لذلك الوضع ونهرع إلى تقديم المساعدة.



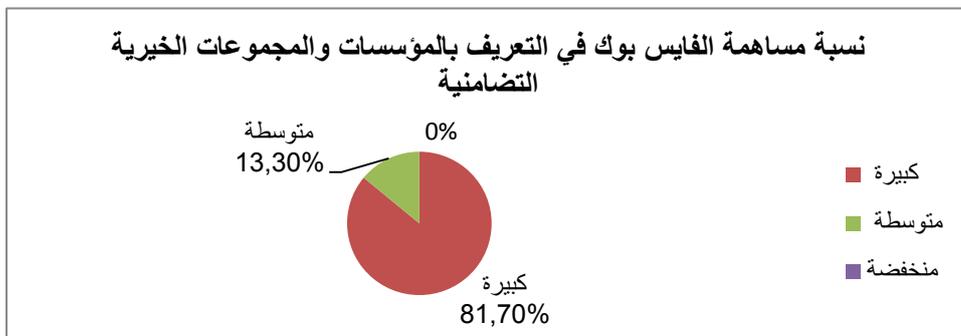
الشكل البياني رقم (03) توزيع أفراد العينة حسب أهمية الفيس بوك في نشر الأعمال التضامنية

(استراتيجية المتضامنين في الاعتماد على الفيس بوك)

مصدر الشكل: الدراسة الحالية

تعتبر مضامين هذا الشكل مهمة للغاية، خاصة لارتباطها العميق بالدراسة ككل وليس جزءا منها فقط فالفايس بوك يفتح المجال للانضمام إلى المجموعات الخيرية التطوعية كونه فضاء تواصلية افتراضي واسع وذلك بنسبة 45%، كما انه يمكن من الوصول إلى المحتاجين بصورة سريعة وذلك بنسبة 21.7%، بالإضافة إلى انه يسهل عملية التواصل مع المتضامنين بنسبة 20%، كما يتيح للمستخدم إمكانية مساهمة المستخدم في تلك الأعمال التضامنية وذلك بنسبة 13.30%.

إذن الفايس بوك هذه التكنولوجيا الجديدة في التواصل الافتراضي عبر الشبكة بالاعتماد على الوسائط المتعددة له أهمية كبيرة في تفعيل العمليات التضامنية في المجتمع، فهو يفتح المجال للانضمام إلى المجموعات التضامنية كما يقدم خدمات عديدة تجاوزت الواقع الافتراضي إلى الواقع الحقيقي الملموس، فهذا الفضاء أصبح يمثل لوحده عالما خاصا يجمع الأجناس على اختلافها ويعرض القضايا على تنوعها ما جعله أرضية خصبة للعمل التضامني ونشر قيمة التضامن في المجتمع.



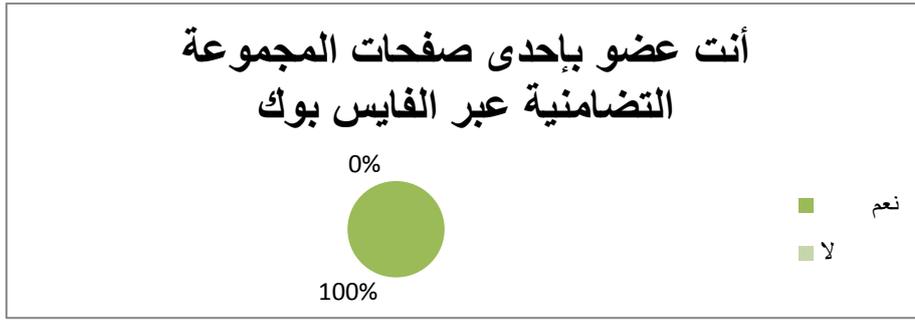
الشكل البياني رقم (04) توزيع أفراد العينة حسب نسبة مساهمة الفايس بوك في التعريف بالمؤسسات

والمجموعات الخيرية التضامنية:

مصدر الشكل: الدراسة الحالية

في نتائج الشكل السابق توصلنا إلى أن الفايس بوك يعد أرضية افتراضية خصبة للعمل الخيري التضامني، فهو يتيح النشر الواسع للأعمال التضامنية ويجمع آلاف المستخدمين ويتيح التفاعل بينهم حول هذه المنشورات، وهذا ما تؤكدته نتائج الشكل أعلاه فمساهمة الفايس بوك في التعريف بالمؤسسات الخيرية التضامنية جاء بنسبة كبيرة في هذه الدراسة وقدرت بـ 81.70%، وهذا إن دل على شيء فإنما يدل على أن الفايس بوك يساهم في تحديد وتعريف الجهة التضامنية ودرك الإشاعات بعدم جدية وحقيقة وجود تلك الجهة، وبالتالي يتمكن المستخدم من اخذ نظرة على تلك المؤسسات والمجموعات من خلال أعمالها المنشورة على الصفحة وكذا وسائل التواصل معها وحتى نشاطاتها التي تساعد فيها جهات حكومية ومدنية.

إن المؤسسات والمجموعات الخيرية اليوم وفي عصر الإعلام الجديد محضوة أكثر من غيرها التي كانت تنشط قديما في عصر الإعلام التقليدي التي ربما لا تتاح لها الفرصة في نشر أعمالها إلا نادرا كون وسائل الاتصال الجماهيرية محدودة ومقيدة، بعكس شبكات التواصل الاجتماعي التي فتحت أفقا واسعة أمام المتضامنين من الهيئات والمؤسسات وحتى الأفراد، نشر واسع وجمهور عريض وتكلفة منخفضة كلها عوامل ساهمت في تطور الأعمال التضامنية والتعريف بجهاتها وبالتالي المساهمة في تعزيز قيمة التضامن في المجتمع.



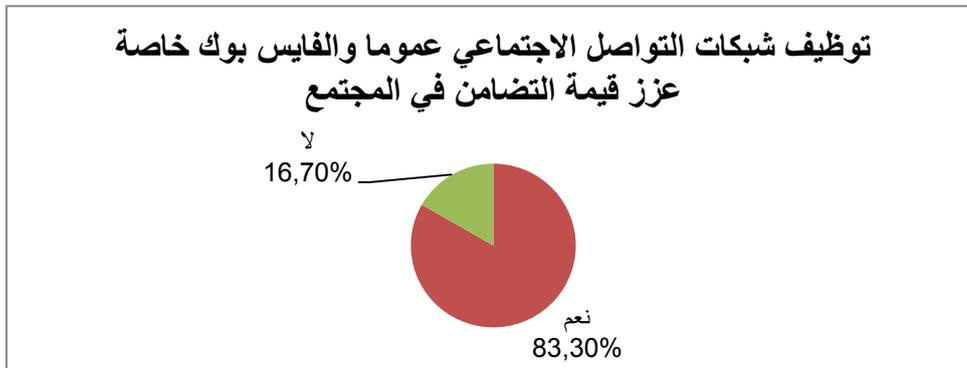
الشكل البياني رقم (05) توزيع أفراد العينة حسب العضوية في المجموعات التضامنية

عبر الفاييس بوك

مصدر الشكل: الدراسة الحالية

إن الأغلبية الساحقة من أفراد العينة لها عضوية بصفحات المجموعات التضامنية عبر الفاييس بوك وذلك بنسبة 100% ، إن العضوية في هذه الصفحات ليست بالصعبة وما ساعد على ذلك مشاركة المنشور من قبل المستخدمين فلا تكلف من المستخدم إلا الضغط على صفحة الإعجاب بالصفحة وبعدها وبطريقة آلية يصبح عضواً بها وتظهر له منشورات هذه المجموعات ويمكن التفاعل معها من خلال التعليقات ومشاركة المنشور هو الآخر.

إن النتائج أعلاه تؤكد على أن الميديا الجديدة ساهمت في انتشار المجموعات التضامنية عبر الشبكة وأصبح لها جمهور واسع يمكن أن يساهم هو الآخر في القيام بأعمال التضامن ونشرها في المجتمع وكذا تدعيم المجموعات الناشطة في هذا المجال.



الشكل البياني رقم (06) توظيف شبكات التواصل الاجتماعي عموماً والفايس بوك خصوصاً في تعزيز قيمة

التضامن في المجتمع

مصدر الشكل: الدراسة الحالية

إن التضامن قيمة إنسانية رائعة إذ يعتبر التزام الفرد بأداء مهمة عن غيره، كما يهدف إلى التعاون والتآزر بين الناس ومساعدة الفقراء والمحتاجين والمرضى، والتضامن ذكر في القرآن وأحاديث رسول الله صلى الله عليه وسلم ، حيث يقول عليه الصلاة والسلام : " من كان في حاجة أخيه كان الله في حاجته " فقيمة التضامن قديمة قدم البشرية، وبظهور الميديا الجديدة عرفت الأعمال التضامنية انتشاراً واسعاً بين الناس والهيئات والجمعيات وغيرها....، نظراً لكون الميديا الجديد خلقت فضاءً واسعاً يجمع أجناساً مختلفة ولا يكلف من

الوقت والجهد إلا القليل بالإضافة إلى التكلفة المنخفضة، وهذا ما تؤكدته نتائج الشكل أعلاه حيث أن معظم أفراد العينة يرون أن توظيف شبكات التواصل الاجتماعي عموماً والفايس بوك خاصة عزز قيمة التضامن في المجتمع في العصر الحالي.

#### 8- نتائج الدراسة:

من أهم النتائج التي توصلنا إليها من خلال دراستنا هذه ما يلي:

- تنوع الأجهزة الالكترونية التي تعتمد عليها العينة في الولوج إلى شبكة الانترنت وتصفح شبكات التواصل الاجتماعي وهذه الأجهزة في مجملها سهلة الاستخدام ويمكن حملها والتنقل بها إلى أي مكان دون تعب ، هذا ما يؤكد بدوره أن إمكانية الاطلاع على المنشورات التضامنية والتفاعل معها.

- تتعدد أسباب استخدام الفاييس بوك في العمليات التضامنية حيث يتيح الانضمام إلى المجموعات الخيرية التطوعية كونه فضاء تواصل افتراضي واسع، كما انه يمكن من الوصول إلى المحتاجين بصورة سريعة بالإضافة إلى انه يسهل عملية التواصل مع المتضامنين كما يتيح للمستخدم إمكانية مساهمة المستخدم في تلك الأعمال التضامنية وهذا ما يؤكد صحة الفرضيتين الأولى والثانية .

- تنوع أشكال المضامين الإعلامية التي تؤثر في أفراد العينة حيث يتصدرها الفيديو، تليه الأشكال الأخرى كالنصوص والتعليق والصور والمضامين المدمجة مع الموسيقى.

- الفاييس بوك هذه التكنولوجيا الجديدة في التواصل الافتراضي عبر الشبكة بالاعتماد على الوسائط المتعددة له أهمية كبيرة في تفعيل العمليات التضامنية في المجتمع، في حين أن الدراسات السابقة.

- إن الأغلبية الساحقة من أفراد العينة لها عضوية بصفحات المجموعات التضامنية عبر الفاييس بوك، وذلك لسهولة استخدامها حيث لا تحتاج إلا الضغط على أيقونة الإعجاب بالصفحة المرافقة للمنشور الخاص بالمجموعة وهذا ما يؤكد صحة الفرضيتين الثالثة والرابعة، وهذه النتيجة تختلف عن نتائج الدراسة السابقة حيث ان الاستبيان ساهم في الوصول إلى نتائج متعلقة بأراء العينة المبحوثة.

- معظم أفراد العينة يرون أن توظيف شبكات التواصل الاجتماعي عموماً والفايس بوك خاصة عزز قيمة التضامن في المجتمع تتوافق هذه النتيجة مع نتائج الدراسة السابقة للباحثين عماد نزال وجمال حبش التي اعتمدت على أداة الملاحظة بأنواعها.

#### 9-الخلاصة:

إن ما نصبو إليه من خلال هذه الدراسة هو التركيز على أهمية توظيف شبكات التواصل الاجتماعي عموماً والفايس بوك خصوصاً في تعزيز قيمة التضامن في المجتمع، إذ لا بد من استغلال التكنولوجيات الجديدة بإمكانياتها الهائلة والعظيمة في نشر الأعمال التضامنية وكذا جمع المتضامنين في فضاء تواصل تفاعلي واسع ما يؤدي إلى تحقيق نجاحات باهرة في مجال التضامن والتعاون والتآزر بين الناس. كما أن الفاييس بتكلفته

منخفضة واستخدامه سهل ولا يأخذ من الجهد والوقت كثيرا، لهذا وجب على كل الجهات التضامنية أيا كان نوعها أشخاص أو مجموعات أو جمعيات ... الاعتماد على صفحات الفيس بوك في نشر ودعم أعمال التضامن لما له من فائدة كبيرة في هذا المجال.

## 10 المراجع:

1. إسرائ ربيجي. (2018). مفهوم التضامن. تصفح بتاريخ 2019\_04\_04. <https://mawdoo3.com>.
2. بلحاح معمر، عجال سعود. (2020). اثر التواصل الافتراضي على تمثلات العمل لدى الشباب الجزائري. مجلة انسنة للبحوث والدراسات، المجلد 11 (العدد 01)، جامعة زيان عاشور الجلفة، ص.ص 153-167.
3. حسني عوض. (2015). اثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى فئة الشباب تصفح بتاريخ 2019\_04\_05. [www.qou.edu/.../socialResponsibilityConf/dr\\_housni](http://www.qou.edu/.../socialResponsibilityConf/dr_housni).
- سعود صالح كاتب، (2011). «الإعلام الجديد وقضايا المجتمع، الفرص والتحديات». ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، 20 محرم 1433هـ، 13-15 ديسمبر، مكة المكرمة.
4. الصادق حمّامي. (2012)، الميديا الجديدة: الاستيمولوجيا والسياقات والإشكاليات. تونس: المنشورات الجامعية بمنوبة.
5. عباس مصطفى صادق. (2008). الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات. عمان: دار الشروق للنشر والطباعة.
6. عبد الرزاق محمد الدليعي. (2011). الإعلام الجديد و الصحافة الالكترونية. عمان: دار وائل للنشر.
7. عبد الله لبوز. (2018\_07\_14\_13). مفهوم المواطنة بين التأصيل الإسلامي والحداثة الغربية. كتاب الملتقى الدولي التربية على المواطنة وحقوق الإنسان. لبنان: مركز جيل البحث العلمي.
8. عبد الكريم علي الديبسي، زهير ياسين الطاهات، (2013). « دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية». مجلة دراسات، الجامعة الأردنية، عمان ، مجلد 40. ع. ص.ص. (66). (80).
9. عماد نزال، جمال حبش. (2015). «التطوع الالكتروني وسيلة معززة للعمل التطوعي». مجلة الجامعة العربية الأمريكية للبحوث، فلسطين. مجلد 1. ع. ص.ص ( 92. 110).
10. عمر الحميدي. (2015). أربع خصائص رئيسية لأي شبكة اجتماعية. تصفح بتاريخ 2018-10-05 [www.tech-wd.com](http://www.tech-wd.com).
11. كلثوم حمدي، أم الخير حمدي. (2018) «وسائل الإعلام الاجتماعي كآلية لزيادة مداخل الجمعيات الخيرية». مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المركز الجامعي تمارست، مجلد 07، ع4 (410-431).

12. ماجد فاضل الزبون. (2013). الإعلام وثقافة التفكيك. عمان: العربي للنشر والتوزيع.
13. ماريان ديانتن، اليان د. زيلي. (2015). تطبيق نظرية الاتصال في الحياة المهنية. تر: عبد الحكيم الخزامي، عمان: دار الفجر.
14. مداد (2019)، استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العمل التطوعي، ملاحظات حول التجربة السعودية. تصفح بتاريخ 08 افريل 2019 . <http://www.medadcenter.com>
15. محمد المنصور، (2012). تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية "العربية أنموذجاً"، رسالة ماجستير في تخصص الإعلام والاتصال، الأكاديمية العربية في الدانمارك، الدنمارك.
16. المكتبة الخيرية. (2019). العمل التطوعي عن بعد. تصفح بتاريخ 08 افريل. <https://tslibrary.org/wp-content/uploads/books/683.doc>
17. مهتاب نصر. (2010). «الفايسبوك صورة المثقف وسيرته العصرية، وجوه المثقف على الفيسبوك هل تعيد إنتاج صورته أم تصنع افقا مقابرا؟». «جريدة القيس الكويتية اليومية». ع 13446 . الكويت.
18. Lisa Dawley. (2009). Social network knowledge construction emerging virtual world pedagogy. Boise State University. USA: Idaho.

كيفية الاستشهاد بهذا المقال حسب أسلوب APA :

سامية بوقرة، (2021) الأعمال التضامنية عبر الفضاء الافتراضي ، مجلة أنسنة للبحوث و الدراسات، المجلد 12(العدد 1)، الجزائر: جامعة زيان عاشور الجلفة، ص.ص 271-285.