

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف - المسيلة



ميدان: علوم الاعلام و الاتصال
فرع: اتصال وعلاقات عامة
تخصص: اتصال وعلاقات عامة

كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية
قسم علوم الاعلام والاتصال

تحت عنوان

دور الانستقرام في تحفيز الشباب الجامعي على العمل التطوعي

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ليسانس في علوم الاعلام والاتصال:

اشراف الأستاذ:

بلخيري صالح

إعداد الطالبات:

موهون فريال

وقاف نورة

زهرة حتحات

مقران خولة

السنة الجامعية: 2018/2019



نشكراات

قال ﷺ **من لم يشكر الناس لم يشكر الله** .

الشكر والحمد الكثير أولا وأخير لله وحده العليّ القدير الذي وفقنا لإتمام هذا العمل.

كما نتقدم الشكر الجزيل والعرفان والجميل للأستاذ المشرف " **بلخيري صالح** "

لتقديمه لنا النصائح والتوجيهات الصائبة .

ولا يفوتنا أن نقدم نشكرااتنا الخالصة إلى كل أساتذة فسم علوم الاعلام والاتصال

وإلى كل من علمنا حرفا خلال مسيرتنا الدراسية .

إلى كل من ساهموا في إثرائنا بالمعلومات سواء من بعيد أو قريب .

فريال ، نورة ، خولة زهرة





إهداء

الي الله عز و جل شكرا واجللا ...
الي الوالدين الكريمن برا وعرفانا...
الي من اهدونا الاستقلال والحريه....
الي الوطن حبا ووفاء
الي كل من علمني حرفا
الي الاساذ الكريم نقديرا وامتنا
الي كل طالب علم اتمنى ان نفعكم ثمرة جهدي المتواضع .

وقاف نوره



إهداء:

إلى نور العيون ورمش الجفون والسر المكنون والقلب الموزون
والصدر الحنون إلى البلسم الشافي والقلب المفتون والحنان
الكافي إلى أمي الحبيبة .

إلى الذي تاهت الكلمات في وصفه وعجز اللسان على خطه
في الكلمات إلى من جعل نفسه شمعة تحترق من أجل أن ينير
دريبي إلى من تعب وشقى من أجل راحتي وأسعادي إليك يا أبي
الغالي .

إلى النجوم والكواكب إلى الورود البهية الذين قاسموني
حنان الوالدين اخوتي واخواتي إلى الذين جعلوا من الضعف
قوة إلى أساتذتي الكرام.

أل من ساهم من بعيد أو من قريب في نجاح هذا الجهد
التواضع من بعيد أو من قريب في نجاح هذا الجهد
المتواضع وفقهم الله في مشوارهم وسدد خطاهم ...

تحيات زهرة

اهراء:

اللي الحضن الدرافئ واللاهام الكبير اسمي وابي .

اللي اخواني واهلي .

اللي صديقات وربي .

اللي كل من علمني ووقف بجانبني ، وحفزي بالدرعم المعنوي

اهريكم هذه الرسالة وأسأل الله ان يتقبلها مني وتكون علما نافعا
لنشر الخير والعمل التطوعي.

سوهون فريال

إهداء:

التي من نزلت فيهما الآية الكريمة بعد بسم الله الرحمن الرحيم (وومينا الانسان بوالديه حملته امه وهنا علح وهن وفماله في عامين ان اشكر لي ولوالديك التي الممير) التي من تعجز الكلمات عن ذكر ماثرهما التي فياء قلبي وسر اخلاقي التي البسمة الدائمة التي من كانت سندا وعونا وطاقة وحنانا التي حملت مشقتي وهي ادق بصحبتني في هذه الدنيا التي من تحت قدميها المراد والمبتغى ولن اوفيها حقها مهما قلت فيها اليك يا امي الفاضلة - حفظك الله -

التي من كان الدليل المنير التي من تمنع لي اكثر ما تمنع لنفسه التي من تمنع ومولي ان اتخطى درجات العلم والنجاح وعملتي الصبر والمثابرة من اجل تخطي مصاب الحياة اليك يا ابي الغالي - حفظك الله -

التي اخواتي الاعزاء ، ال من مندوني الثقة، والحب والقوة ، اليكم من كنتم مبعث الامل في نفسي وهبة عيني وراحة قلبي - ايها ، شهاب -

التي اختي الجوهرة لامية - حفظك الله -

التي من كان بمثابة الاب والاخ الكبير استاذي الفاضل " بالخيري ملاح الدين " التي كل من تشرفت بمعرفتهم خلال سنوات الدراسة التي كل هؤلاء اهدي ثمره جهدي واقول للأجيال القادمة انظر التي من دونك في الدنيا تسترح وانظر التي من فوقك في العلم تجتهد .

مقران خولة

مقدمة

تعتبر قيمة التطوع من القيم السامية التي لازالت موجودة بين مختلف الناس، ويأتي التطوع على شكل مبادرة شخصية من الفرد نفسه، وشعور داخلي بأهمية هذا العمل، والقيام بمساعدة محتاج أو فقير أو متضرر سواء كان هذا الشخص جار أو قريب أو لا يمت له بصلة، وللتطوع أثر كبير في تعزيز مبدأ العطاء وإسعاد الآخرين ومساعدتهم، كما أن له جانبا كبيرا في اكتساب المتطوع للعديد من المهارات عبر تجاربه ومشاركاته في العمل التطوعي الذي يكون أحيانا فردية أو جماعية، إلى جانب الصفات التي يمكن أن تضاف إلى شخصيته من صبر وتحمل وإيثار ومبادرة

وقد يتأثر الإنسان بوجوده وسط بيئة تشجعه على هذا الفعل، فيرى البعض أن المجتمع عرف بمبادرته للتطوع ومساعدة الآخرين، و ذلك من خلال الأعمال الخيرية التي يقومون بها ومنها على سبيل المثال: كفالة الأيتام ومساعدة الأشقاء المتضررين في الدول المنكوبة وسقيا العمال.

ومع التطور التكنولوجي، ودخول الأجهزة الذكية، وامتلاك عدد كبير من مختلف شرائح المجتمع لها، أصبح الفرد يعبر عن أفكاره وي طرح اهتماماته وينقل الكثير من القضايا عبر وسائل التواصل الاجتماعي، التي لم تعد بعيدة عن ما يحدث في العام من أحداث، وفي المجتمع من أخبار وفعاليات. وشهدت مواقع التواصل الاجتماعي إقبالا كبيرا من مختلف أفراد المجتمع وخصوصا الشباب، كونها وسيلة سريعة لنشر المعلومة والتواصل مع الآخرين والتعبير عن الرأي، وأداة جاذبة للاطلاع على الجديد وتبادل الصور والفيديوهات والملفات، لتلغي الحدود الزمانية والمكانية وتمكن الشخص من الاطلاع على الجهة الأخرى من العالم والتواصل مع من يريد في أي وقت وأي مكان.

ومع تنوع وسائل التواصل الاجتماعي، حصد موقع "الانستغرام" شهرة كبيرة بين أفراد المجتمع حيث يبلغ عدد المستخدمين حاليا أكبر عدد حسب آخر إحصائية أعلنها نادي الإعلام

ليتجاوز بذلك عدد مستخدمي التويتر، وتتنوع استخدامات الانستغرام لتشمل مختلف المجالات الثقافية والسياسية والاجتماعية والفنية والتطوعية.

ومن سياق هذا المنطلق جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على الدور الذي يلعبه موقع التواصل الاجتماعي "الانستغرام" في تحفيز الشباب الجامعي على العمل التطوعي، من خلال التعرف على أنماط استخدام الشباب له، ومدى تفاعلهم معه، وتأثيرهم بالقضايا المطروحة من خلاله

وقمنا بتقسيم الدراسة إلى فصلين ، حيث احتوى الفصل الأول على الإطار المنهجي من خلال تحديد مشكلة الدراسة وصياغتها في تساؤل رئيسي، كما تم التطرق إلى أهمية الدراسة وأهدافها وتساؤلاتها وفروضها و تم تقديم تعريف إجرائي لمصطلحات ومفاهيم البحث، والصعوبات التي واجهتنا أثناء إعداد الدراسة.

ويتناول الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة وتم تقسيمه إلى مبحثين ، وتطرق المبحث الاول إلى الإعلام الجديد إلى جانب الحديث حول الانستغرام ونشأته وخصائصه وإيجابياته وسلبياته وخطوات استخدامه. وفي المبحث الثالث فقد تم تناول العمل التطوعي والإشارة إلى العمل التطوعي في الإسلام ، وأبرز مجالاته وأنواعه، والإشارة إلى العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي والانستغرام، وذلك باستعراض نبذة عنه وآلية عمله. أما الجانب الميداني فاشتمل على إجراءات البحث وتحليل العينة وتحديد نوع الدراسة ومنهجها وأداة ومجتمع الدراسة، إلى جانب معايير الصدق والثبات وتحليل العينة والجداول الإحصائية.

و تضمن الفصل الثالث نتائج الدراسة ومناقشتها وما توصلت إليه الدراسة الحالية بعد تطبيق أداة الاستبيان على أفراد عينة الدراسة

وفي الأخير فاشتمل على ملخص الدراسة باللغة العربية إلى جانب تقديم الاستنتاجات خاتمة بالإضافة إلى الملاحق والمقترحات.

الاطار المنهجي

الفصل الاول: الاطار المنهجي للدراسة

1. اشكالية الدراسة وتساؤلاتها

2. اهمية الدراسة

3. اهداف الدراسة

4. تحديد مفاهيم الدراسة

5. الدراسات السابقة

6. المدخل النظري للدراسة

1. مشكلة الدراسة:

أخذت وسائل التواصل الاجتماعي في الازدياد يوميا بعد يوم، وتعددت استخداماتها لتشمل مختلف الاهتمامات، بل دخلت التكنولوجيا في تفاصيل أيامنا وأتاحت الأجهزة الذكية متابعة هذه البرامج في أي وقت وأي مكان.

وتنتشر وسائل التواصل الاجتماعي بين مختلف أفراد المجتمع بشكل كبير، وتعددت استخدامات هذه البرامج حسب ميول واهتمامات مستخدميها، فكانت البداية مع برنامج الفيس بوك ثم التويتر، و أضيف برنامج الإنستغرام إلى قائمة برامج التواصل الاجتماعي ليستخدمه أفراد المجتمع عموما من مختلف الأعمار.

والإنستغرام هو تطبيق مجاني لتبادل الصور وشبكة اجتماعية أيضا، أطلق في أكتوبر عام 2010، يتيح للمستخدمين التقاط صورة، وإضافة فلتر رقمي إليها، ومن ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية، وشبكة إنستغرام نفسها، وفي مايو من عام 2012 تم الإعلان عما يلي: في كل ثانية يتم إضافة 58 صورة جديدة، وفي الثانية الواحدة تحصل الشبكة على مستخدم جديد، وتخطى التطبيق حاجز المليار صورة مرفوعة منذ أن تم افتتاحها، وفي يونيو 2013 تم وضع تطبيق تصوير الفيديو بالشكل المتقطع للمستخدمين مدة 15 ثانية. (موسوعة ويكيبيديا، الأحد 18 يناير 2019 الساعة 6 مساء http://en.wikipedia.org/wiki/Instagram#cite_note-nov20101)

ولم تكن الجزائر بعيدة عن ما يحدث، فقد لوحظ استخدام عدد من الشباب البحريني لتطبيق الانستغرام بشكل شبه يومي وقيامه بتبادل الصور اليومية الشخصية والعامة وتبادل المعلومات والتواصل بين الأشخاص، ولم يقتصر الأمر على الصفحات الشخصية، بل تنوعت صفحات هذا البرنامج بين الصفحات الخاصة الشخصية وبين الصفحات التسويقية، و حتى الجهات الرسمية والهيئات والجمعيات الخيرية والاجتماعية والمهنية تمتلك صفحات خاصة على هذا البرنامج.

في الوقت نفسه نجد أن العمل التطوعي لم يعد بعيدا عن هذه التكنولوجيا، بل أصبح يتواجد في مواقع التواصل الاجتماعي وفي الإنستغرام، سواء من خلال حسابات الجهات الرسمية المتخصصة في العمل الخيري، أو الحسابات الخاصة بالفرق والمبادرات الشبابية والتطوعية، أو من خلال المهتمين بهذا الجانب عبر التفاعل ودعم مختلف المبادرات والأنشطة ونشرها، والدعوة إلى مزاوله مثل هذه الأعمال. وعلى الرغم من استخدام الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي بكثرة، إلا أن هناك عدد منهم يقضي معظم وقته في

التواصل عبر هذا البرامج والبحث عن الترفيه أو نشر أحداث يومهم، وآخرين يفضلون الحصول على المعلومات بمختلف أنواعها، لذا جاءت هذه الدراسة لتكون مختلفة ومتفرقة عن غيرها في ربطها بين الإنستغرام ودوره في التحفيز على العمل التطوعي، وصياغة تساؤل رئيسي: ما مدى فاعلية الإنستغرام في تحفيز الشباب على العمل التطوعي؟ وتتفرغ منه تساؤلات حول الدور الذي يمكن أن يلعبه الإنستغرام في حث الشباب على العمل التطوعي؟ وهل له دور في تزويده بالأفكار للأنشطة الخيرية؟ وما مدى تأثيره في تفاعل الشباب مع المبادرات المجتمعية و الفرق التطوعية؟ وهل تلاقي نداءات الإنستغرام لمساعدة المحتاجين والمساهمة في الأعمال الخيرية تفاعل ايجابي منهم؟

2. أهمية الدراسة:

تكتسب الدراسة أهميتها من أهمية الموضوع نفسه، و ندرة الدراسات الخاصة بالإنستغرام، وندرة الدراسات المتعلقة بالعمل الخيري والاعلام الرقمي، وقلة تناول الموضوعات على حد علم الباحثين ، كما تكمن أهميتها لسد فراغ في المجتمع حول الدراسات الخاصة بالإنستغرام والدراسات المتعلقة بالعمل الخيري والتطوعي، وإفادة الجهات والمؤسسات المهتمة بهذا الجانب في عملها، إلى جانب إفادة وسائل الاعلام بعد التعرف على النتائج في معرفة الطرق التي لها تأثير ومدى استخدام البرنامج في هذا المجال، كما تأتي أهميتها في تصحيح بعض الآراء حول استخدامات الإنستغرام الخاطئة إلى جانب ذلك تكمن أهمية هذه الدراسة في معرفة مدى تفاعل أو عزوف الشباب مع العمل التطوعي ومعرفة الأسباب الكامنة، وبيان مدى استجابة الشباب للنداءات والمبادرات المطروحة عبر الإنستغرام وطرق التفاعل معها، بالإضافة إلى تحديد وسائل التحفيز كطرق تشجيعية للشباب للالتحاق بالعمل التطوعي.

3. أهداف الدراسة:

- 1- التعرف على دور الإنستغرام في تحفيز الشباب الجامعي على العمل التطوعي.
- 2- مدى فاعلية الإنستغرام في التأثير على مواقف الشباب إزاء العمل التطوعي
- 3- معرفة طرق استخدام الشباب للإنستغرام في الجانب الخيري.
- 4- إلقاء الضوء على المبادرات التطوعية والأعمال الخيرية التي يتفاعل معها الشباب عبر الإنستغرام.
- 5- كشف حجم تفاعل الشباب مع المبادرات المجتمعية و الفرق التطوعية التي لها صفحات على الإنستغرام.

6. رصد تفاعل الشباب مع نداءات الإنستغرام لمساعدة المحتاجين والمساهمة في الأعمال الخيرية

7- التعرف على درجات الاهتمام لدى الشباب بالعمل التطوعي.

8- إلقاء الضوء على الجانب التطوعي ضمن اهتمامات الشباب .

4. اسباب اختيار الموضوع : يختار الباحث موضوع دراسته لأسباب اعتبارية موضوعية ، واخرى ذاتية

الاسباب الموضوعية : وتتمثل في :

أ. ابراز دور الاعلام الجديد ومختلف تطبيقاته في شتي مجالات الحياة وخاصة بما يتعلق بموقع التواصل الاجتماعي الجديد 'الانستغرام' نتيجة لاستخدامه وتفاعل الشاب الجامعي معه

ب. استخدام الشاب الجامعي لتطبيق الانستغرام لتبادل عدة مضامين كالصور ، الفيديوهات

ج. يعد موضوع التطوع لدى جمهور مواقع التواصل الاجتماعي موضوعا مهما ، ومنه جاءت الدراسة لتسليط الضوء حول دور الانستغرام في تحفيز الشاب الجامعي على العمل التطوعي

الاسباب الذاتية : وتتمثل في:

أ . الاهتمام الشخصي بموضوع العمل التطوعي في الانستغرام ومدى مساهمة الشاب الجامعي فيه

ب . التعرف على مدى تفشي ظاهرة التطوع ودور الانستغرام في تحفيز الشاب الجامعي

ج. الرغبة في تحفيز الشاب الجامعي على العمل التطوعي ، ومعرفة ايجابيات وسلبيات رواد موقع التواصل الاجتماعي الانستغرام

5. مفاهيم الدراسة:

(1) التطوع:

بذل البر، والبر جماع الخير، قال تعالى: فمن تطوع خيرا فهو خير له) (البقرة: 182)، وعرفه أنديفير

وآخرون: وهو العمل الذي يستفيد منه المجتمع حينما يقوم به الفرد بمطلق حريته دون عائد نقدي".

و عرفه الدكتور ناسف المرواني: "التطوع عبارة عن الجهد المبذول بطريقة اختيارية وبدون قسر، مرضاة

الله تعالى ومصالحة الوطن بإيثار الغير على الذات دون انتظار عائد ما". (يوسف بن عثمان الحزيم، قوة التطوع و

تطبيقاته السعودية، الرياض، 1433 هـ الطبعة الثانية، ص 36-37).

(2) العمل التطوعي:

هو النشاط الذي يقوم به المتطوع فردا كان أو جماعة بصورة عفوية أو منظمة في نطاق هيئات أو تجمعات أهلية غير حكومية، ولا يستهدف ذلك النشاط تحقيق أي عائد مادي مباشر للمتطوع أو المتطوعين ذاتهم، وإنما يستهدف المساهمة في إزالة أو التخفيف من آثار المشكلات الاجتماعية والاقتصادية، و العمل على مساعدة الأفراد الآخرين وتهيئتهم لمواجهة تلك المشكلات والمشاركة في التنمية. (خالد عبد الله، العمل الخيري والتطوعي في البحرين، ص19).

(3) الإنستغرام:

إنستغرام (بالإنجليزية: Instagram) هو تطبيق مجاني لتبادل الصور وشبكة اجتماعية أيضا، أطلق في أكتوبر عام 2010، يتيح للمستخدمين التقاط صورة، وإضافة فلتر رقمي إليها، ومن ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية، وشبكة إنستغرام نفسها، في يونيو 2013 تم وضع تطبيق تصوير الفيديو بالشكل المتقطع للمستخدمين. (موسوعة ويكيبيديا الحرة . org . Wikipedia . en . http:// وقت الدخول السبت 21 ابريل 2019 الساعة 10 : 15 مساء).

والإنستغرام هو برنامج يعمل على الهواتف الذكية يستخدم لمشاركة الصور عبر البرنامج ومواقع التواصل الاجتماعي (Facebook , Twitter , Flickr , Tumblr , Foursquare)

و مايميزه أنه يتيح لنا خاصية الهاشتاق مثلا #عالم احتراف الكمبيوتر وتخصص لكل مناسبة هاشتاق لتنتشر فيه صورك ويراها أحبابك أو المهتمين في نفس التخصص بالإضافة إلى إمكانية التعديل على الصور و اضافة تأثيرات عليها عن طريق أدوات مختلفة لمعالجة الصور، الفلاتر المخصصة للمبتدئين، و الخبراء في عالم معالجة الصور و إضافة بعض التأثيرات. (http:// mycomputer - now . com) وقت الدخول السبت 20 ابريل 2019 الساعة 10:20 مساء)

و كلمة Instagram هي دمج لكلمة Instant وتعني فوري (أو كاميرات التصوير الفوري) مع كلمة Telegram وتعني برقية، فالكلمة ككل تعني إرسال الصور الفورية. (موقع عالم احتراف الكمبيوتر ،مدونة كويت 10 ، http:// kuwait10 . net ، وقت الدخول السبت 20 ابريل 2019 الساعة 10 : 13 دقيقة مساء)

4) الشباب الجامعي :

الشباب هو جمع مذكر و مؤنث معا، وتعني الفتاة والحادثة، ويطلق لفظ شبان، وشبيبة، كجمع لمذكر مفرد شاب، ويطلق لفظ شابات، وشائب، وشواب، كجمع مؤنث على مفرد شابة، وأصل كلمة شباب هو شب بمعنى صار فتية، أي «من أدرك سن البلوغ ولم يصل إلى سن الرجولة»، وفي المعجم اللغوي الإنجليزي Oxford فإن لفظ الشباب يقابله باللغة الإنجليزية كل من اللفظتين Youth و Young و «تطلق على المرحلة العمرية التي تمتد ابتداء من مرحلة الطفولة إلى ما قبل الرشد. (منهل الثقافة التربوية، // http : www . manhal . net ، وقت الدخول الاثنين 16 فبراير 2019 الساعة 07: 1 صباحا).

ولا يمكن وضع تعريف موحد للشباب متفق عليه عالميا، فهناك صعوبة في ايجاد تحديد واضح لهذا المفهوم. وعدم الاتفاق على تعريف موحد شامل، يعود الى اسباب كثيرة اهمها اختلاف الاهداف المنشودة من وضع التعريف وقد تم وصف الشباب بطرق مختلفة جدا، أحيانا كفئات من عمر معين أو كمرحلة من الحياة أو كموقف محدد. و فئة العمر تتراوح بين بلدان ومجتمعات مختلفة، وتباين المفاهيم، والأفكار العامة التي يقوم عليها التحليل السيكولوجي والاجتماعي اللذان يخدمان تلك الأهداف. ويرى الاتجاه السيكولوجي أن الشباب حالة عمرية تخضع إلى نمو بيولوجي من جهة وإلى ثقافة المجتمع من جهة أخرى. بدءا من سن البلوغ وانتهاء بدخول الفرد عالم الراشدين الكبار، حيث تكون قد اكتملت عمليات التطبيع الاجتماعي. وهو التعريف الذي يحاول الدمج بين الاشتراطات العمرية والثقافة المكتسبة من المجتمع الثابت والمتغير. (المنجد في اللغة، 1973 ص 317)

5. نوع الدراسة ومنهجها :

يقصد بمنهج البحث العلمي مجموعة من القواعد والانظمة العامة التي يتم وضعها بهدف الوصول الي حقائق مقبولة حول الظاهرة موضوع الاهتمام من الباحثين في مختلف مجالات المعرفة الانسانية ، وتختلف المناهج الصالحة للبحث عن حقيقة ظاهرة معينة باختلاف الموضوعات المطلوب بحثها من الباحثين المتبعين مناهج علمية مختلفة.

ويعرف المنهج العلمي :عبارة عن اسلوب من اساليب التنظيم الفعالة او مجموعة من الافكار المتنوعة ، والهادفة للكشف عن حقيقة تشكل هذه الظاهرة او تلك (محمد عبيدات واخرون 1999ص 35)

وانطلاقا من بيعة الدراسة التي تدرس دور الانستقرام في تحفيز الشاب الجامعي للعمل التطوعي ،وحتى نصل الي ذلك تنتمي هذه الدراسة الي الدراسات الوصفية والتي تعتبر من اكثر الدراسات استخداما في

الاعلام ،وتقدم اطارا منهجيا وتصف الاحداث والاشخاص والمعتقدات والقيم ، والاهداف ، والتفضيل والاهتمامات ومختلف الانماط السلوك(محمد عبد الحميد 1993، ص121)

6. أدوات جمع البيانات:

تم استخدام اداة الاستبيان في هذه الدراسة بهدف جمع البيانات من افراد العينة ، ويقصد به مجموعة من الاسئلة المكتوبة التي تعد بقصد الحصول على المعلومات ، المتطلبة للحصول على معلومات او معتقدات او تصورات او اراء الافراد ومن اهم مميزاته توفير الوقت والجهد على الباحث .وتعد من اكثر التقنيات المرتبطة بالمنهج المسحي ، ووسيلة تقصي ملائمة تسمح بالاتصال بعدد كبير من الافراد للحصول على معلومات دقيقة

وتم تصميم استمارة الاستبيان في شكلها النهائي عبر المرور بالخطوات التالية :

- تحديد البيانات والاسئلة المطلوبة
- بنائها في صور مبدئية
- عرضها على الاستاذ المشرف
- صياغة أسئلة الاستمارة في شكلها النهائي .

7. مجتمع البحث وعينة الدراسة :

مجتمع البحث: ويقصد بمجتمع الدراسة الاصلي كامل افراد او أحداث او مشاهدات ، موضوع البحث او الدراسة .

وفي هذه الدراسة الحالية يمثل المجتمع الاصلي الشاب الجامعي الجزائري بجامعة مسيلة ، ويضم قسم علوم الاعلام والاتصال

8. **عينة الدراسة:** هي عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة ، يتم اختيارها بطريق معينة اجراء الدراسة عليها ، ثم تم استخدام نتائجها وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الاصلي

ونظرا لاستحالة اجراء مسح كلي للمجتمع الاصلي تم الاعتماد على الاسلوب العشوائي في اختيار عينة الدراسة عشوائية متعددة المراحل من الشباب الجامعي الجزائري بجامعة مسيلة .

9. الأساليب الاحصائية المستخدمة :

استخدمنا بعض الاساليب الاحصاء الوصفي كالتكرارات والنسب المئوية ، لوصف توجهات افراد العينة، كما قمنا باجراء التحليل الاحصائي لبيانات الدراسة الميدانية من عينة الدراسة على برنامج الحزمة الاحصائية "spss" .

10. المدخل النظري للدراسة :

نظرية الاعتماد

تكمن قوة وسائل الإعلام والاتصال في سيطرتها على مصادر معلومات يعتمد عليها الأفراد والمجموعات والمنظمات والنظم الاجتماعية لتحقيق أهدافهم. وعلاقة الاعتماد هذه ليست ذات اتجاه واحد، وإنما تعتمد وسائل الإعلام والاتصال أيضا على المصادر التي يسيطر عليها الآخرون. (حسن عماد مكاي و ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، طق، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2009، ص317)

وتحاول النظرية فهم العلاقة بين الإعلام والاتصال والجمهور، وتركز في هذا على إجابة سؤال: لماذا يتابع الجمهور وسائل الإعلام لتحقيق الهدف؟ وتسعى النظرية إلى اختبار العلاقة بين الأجزاء الصغيرة والكبيرة في النظام الاجتماعي لمحاولة فهم سلوك كل جزء وتوضيحه في ضوء وطبيعة العلاقة بين عناصر النظام ككل. وبما أن الإعلام جزء من هذا النظام الاجتماعي فإن النظرية تنظر إليه من منطلق العلاقة التي يبينها الأفراد مع وسائل الإعلام. (محمد منير حجاب، نظريات الاتصال، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2010، ص301)، وكما يوحي اسم النظرية، فإن العلاقة الرئيسية التي تحكمها هي علاقة الاعتماد بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي والجمهور، وقد تكون هذه العلاقات مع نظم وسائل الإعلام جميعها، أو مع أحد أجزاءها مثل: الصحف - المجلات - الراديو - السينما. (حسن عماد مكاي و ليلي حسين السيد، المرجع السابق ص314)

نشأة النظرية:

برز في أواخر الستينات والسبعينات نماذج جديدة لدراسة آثار وسائل الإعلام، وتتفق هذه النماذج التي اصطلح على تسميتها بنظريات التأثير المعتدل لوسائل الإعلام بأنها نماذج تفاعلية تضع جميع العناصر والظروف المتصلة بالعملية الاتصالية في الاعتبار، وترى أن وسائل الإعلام

عبارة عن نظم اجتماعية ذات طبيعة بنائية، تتفاعل مع النظم الأخرى في المجتمع، وتراعي الخصائص النفسية والاجتماعية لأعضاء الجمهور. (حسن عماد مكاي و ليلي حسين السيد، المرجع السابق ص 287)، وترجع البدايات الأولى لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام إلى الباحثة ساندر بول روكيتش وزملائها عام 1974 عندما قدموا ورقة بحثية بعنوان (منظور المعلومات طالبوا فيها بضرورة الانتقال من مفهوم الإقناع لوسائل الإعلام إلى وجهة النظر التي ترى قوة وسائل الإعلام كنظام معلوماتي يستمد من اعتمادات الآخرين على المصادر النادرة للمعلومات، التي تسيطر عليها وسائل الإعلام، أي أنه توجد

علاقة اعتماد بين وسائل الإعلام والمجتمع والنظم الاجتماعية، وهي تحاول فهم العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور، ويهتم المدخل الوظيفي لهذه النظرية بدراسة مكانة وسائل الإعلام في حياة الجمهور. (سلامة محمد الحدي، دور الصحف المحلية في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو قضايا الفساد والأجهزة الرقابية في مملكة البحرين، الجامعة الأهلية، دراسة ماجستير البحرين، 2012، ص37)

وخرجت هذه النظرية من الدوافع الإنسانية للمدرسة الاجتماعية، حيث يرى باحثو النظرية أن هناك اعتماداً متبادلاً بين الإعلام الجماهيري والنظام الاجتماعي الذي ينشأ فيه، ولاحظت روكيتش أن شمولية نظرية الاعتماد ودقتها تجعلها إحدى النظريات الإعلامية القليلة التي يمكن أن تساعد على فهم تأثيرات الإعلان واستخدامه.

11. (Sandra Ball-Rokeach, The Origins of Individual Media System Dependency: Sociological from Work, Communication Research, 1985, vol 14, pp. 485-520)

وقد طور الباحثان نموذج الاعتماد مرات عدة منذ نشره للمرة الأولى كان آخرها عام 1989، ولكنه لا يزال يركز بشكل أساسي على العلاقة بين كل من وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي ونوع ودرجة التأثير المتوقع لوسائل الإعلام طبقاً لهذه العلاقة .

12. (Denis McQuail & Sven Windahl, Communication Models, Second Edition London & New York, Longman, 1993, p. 111)

مفهوم الاعتماد:

يقصد بالاعتماد المتبادل بين الأفراد ووسائل الإعلام أو الاتصال، أن يعتمد الأفراد في تحقيق أهدافهم على مصادر معلومات الإعلام المنحدرة من جمع المعلومات ومعالجتها ونشرها. (بسام منصور الجزاف، اعتماد الشباب الجامعي على وسائل الاتصال الجماهيري كمصدر للمعلومات عن قضايا الإصلاح السياسي، الجامعة الأهلية، رسالة ماجستير البحرين، 2011، ص34)

و قام ملفين دفلير وساندرا بول روكيتش واضعا النظرية بالتطبيق على المجتمعات الصناعية بالدرجة الأولى، وتناولوا العلاقة بين وسائل الإعلام كنظم والنظم الاجتماعية الأخرى في إطار السياق الاجتماعي الكلي، فبنية النظرية بالمنطق نفسه، حيث يمكن أن يعتمد الجمهور على وسائل الإعلام بالطريقة ذاتها في تحديد العلاقة بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية الأخرى. (محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتاب، القاهرة، 2004، ص 232-233)

وتتلخص الفكرة الرئيسية للنظرية في أن الأفراد في المجتمع يتزايد اعتمادهم على معلومات وسائل الإعلام للمعرفة والتوجيه نحو ما يحدث بمجتمعهم، وأن نوع ودرجة هذا الاعتماد تحكمها ظروف معينة، من هذه الظروف مثلاً ما يتعلق بالأفراد مثل العزلة بالمنزل وانخفاض الدخل أو بعض أشكال الضغط، والسبب الرئيسي لوضع هذا النموذج هو محاولة فهم متى ولماذا تؤثر وسائل الإعلام في معتقدات ومشاعر وسلوك الجماهير. (أحمد علي الحداد، اعتماد الشباب البحريني على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات، الجامعة الأهلية، رسالة ماجستير، البحرين، 2012، ص43)

ركائز النظرية: تقوم علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام أو الاتصال على ركيزتين أساسيتين:

13. 1- الأهداف: لكي يحقق الأفراد والجماعات والمنظمات المختلفة أهدافهم الشخصية والاجتماعية، فإن عليهم أن يعتمدوا على موارد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات أخرى، والعكس صحيح

أهداف الاعتماد:

- الفهم: مثل معرفة الذات من خلال التعلم والحصول على الخبرات، الفهم الاجتماعي من خلال معرفة أشياء عن العالم أو الجماعات المحلية وتفسيرها. (سلامة محمد الحدي، دور الصحف المحلية في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو قضايا الفساد والأجهزة الرقابية في مملكة البحرين، الجامعة الأهلية، دراسة ماجستير البحرين، 2012، ص41).

- الفهم الذاتي: ويشير إلى علاقات وسائل الإعلام التي توسع قدرات الأفراد، أو تحافظ عليها، لتفسير معتقداتهم وسلوكهم، ومفاهيمهم الذاتية أو شخصياتهم، وتشمل تقدير الذات والمعتقدات والقيم والاتجاهات الخاصة بالفرد.

- الفهم الاجتماعي: مثل معرفة العالم والبيئة المحيطة ويتضمن معرفة أشياء عن العالم أو الجماعة أو الجماعة المحلية وتفسيرها، ويعرف لوجس الفهم الاجتماعي بأنه المعرفة التي لدى الشخص عن كيفية قيام المجتمع ومؤسساته بوظائفها، وإدراك الشخص لدوره في هذا المجتمع وفي هذه المؤسسات.

- التوجيه: ويشمل على توجيه العمل مثل: أن تقرر ماذا تشتري؟ وكيف تشتري؟ وكيف ترتدي ثيابك؟ وكيف تحتفظ برشاقتك؟ وتوجيه فعلي مثل: الحصول على دلالات عن كيفية التعامل مع مواقف جديدة أو صعبة. (حسن عماد مكاوي و ليلي حسين السيد، المرجع السابق ص 320)

- التسليية: وتشمل على:

- التسلية المنعزلة: وتعني الراحة والاسترخاء والاستثارة والجلوس في عزلة. 2- التسلية الاجتماعية: مثل الخروج مع الأصدقاء والذهاب إلى السينما وقضاء الوقت أمام التلفزيون مع الأسرة كوسيلة للهروب من ضغوطات الحياة والمشكلات اليومية من خلال الصحة الاجتماعية. (بشار عبدالرحمن مطر، دور الراديو والتلفزيون في تشكيل معارف واتجاهات النخبة اليمنية نحو القضايا السياسية، رسالة دكتوراه جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2007، ص120)

فروض نظرية الاعتماد:

- تزداد احتمالات أو إمكانية أن تحقق الرسائل الإعلامية نطاق واسع من التأثيرات المعرفية والعاطفية والسلوكية، عندما توفر النظم الإعلامية خدمات معلوماتية متميزة وأساسية، وتزداد إمكانية التأثير إلى درجة كبيرة عندما تكون هناك درجة عالية من عدم الاستقرار الهيكلي في المجتمع بسبب الصراع والتغيير. (ملفين دي فلو، ساندر بول روكيتش، نظريات الإعلام، ط1، الأردن، دار الأمل للنشر والتوزيع، 1994، ص 352).

- كلما كان عدد ودرجة مركزية خدمات تقديم المعلومات التي تقدمها وسيلة إعلامية معينة كبيرة، كلما كان اعتماد الجمهور على تلك الوسيلة كبير، وكلما زاد كم المعلومات التي توفرها هذه الوسيلة ومدى أهميتها، كلما زاد اعتماد الجمهور عليها. (دانة عبدالإله اليوسف، المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام في مواجهة العنف لدى المراهقين من وجهة نظر الجمهور البحريني، مرجع سابق، ص 55)

- توجد اختلافات بين أفراد الجمهور من حيث اعتمادهم على وسائل الإعلام، فجماعات الصفوة مثلا يمكن أن تعتمد على وسائل أخرى للمعلومات، وعلى ذلك فلا تصبح وسائل الإعلام هي الوسائل الوحيدة التي تعتمد عليها. (السيد بهنسي، الاتجاهات البحثية الحديثة لدور وسائل الاتصال في التكوين المعرفي للطفل، مجلة كلية التربية النوعية، المجلد الأول، العدد 1، مصر، مايو 1998، ص 133)

الجانب النظري

الفصل الثاني: الاعلام الجديد (الانستقرام)

اولا: الانستقرام ونشاتها

خطوات انشاء حساب " الانستقرام "

خصائص الانستقرام

ايجابيات وسلبيات الانستقرام

ثانيا: العمل التطوعي

العمل التطوعي في الإسلام

مجالات العمل التطوعي

انواع العمل التطوعي

اولا : الاعلام الجديد والانستغرام

الانستغرام

يعتبر الانستغرام أحد تطبيقات التواصل الاجتماعي المجانية لتبادل الصور وأطلق في اكتوبر 2010 في ولاية سان فرانسيسكو الأمريكية، فهو يتيح للمستخدمين التقاط صورة، وإضافة فلتر رقمي إليها، ومن ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية، وشبكة إنستغرام نفسها، وتضاف الصور على شكل مربع، على غرار Instamatic كوداك وصور بولارويد، وفي يونيو 2013 تم وضع تطبيق تصوير الفيديو بالشكل المتقطع للمستخدمين مدة 15 ثانية. (موسوعة ويكيبيديا وقت الدخول الأحد 18 ابريل 2019 الساعة 8 مساء <http://ar.Wikipedia.org>)

و في الثاني عشر من أبريل 2012، استحوذت شركة فيس بوك على تطبيق إنستغرام بصفقة بلغت مليار دولار نقدا وكذلك في الأسهم، (وفي مصادر اخرى 715 مليون دولار) كانت الصفقة تتميز بأنها مصدر الضجة حتى قبل الكشف عنها، و كتب مارك زكبرج على حائطه في Facebook عن ما سيحصل بعد هذا الاستحواذ " committed to building and growing Instagram independently " أي سلتزم بتطوير وإنماء Instagram بشكل مستقل. ففي البداية كان دعم إنستغرام على الاي فون، والاي باد، والاي بود تاتش، في أبريل 2012 إضافة انستغرام دعم لمنصة الاندرويد . (المرجع السابق)

نشأة الانستغرام:

في مارس 2010 حصل خريج جامعة ستانفورد كيفنسيستروم على تمويل أولي بمبلغ 500 ألف دولار من Baseline Ventures و Andreessen Horowitz بينما كان يعمل على تطبيق للتواصل الاجتماعي بالاعتماد على الموقع الجغرافي كما هو الحال في Foursquare لكن مع ميزة مشاركة الصورة وكان اسمه Burbn. وبعد إطلاق التطبيق لم يكتب له النجاح واستخدمه فقط بعض الأشخاص من معارف وأصدقاء كيفن و وصفه بأنه مجرد فكرة فاشلة، وفي يوليو 2010 قام كل من كيفن ومايك كرينجر الذي درس أيضا في ستانفورد بالبدء بالعمل على تصميم تطبيق لمشاركة الصور. أراد الاثنان صنع شيء وحيد جيد والتركيز عليه، ونظروا إلى مجال الصور فوجدوا أن مشاركة الصور على فيس بوك أو فليكر أو غيرها من المواقع عملية يصعب القيام بها عبر الهواتف المحمولة. (قصة نجاح الانستغرام، <http://clix.3abber.com/post/204575> ، وقت الدخول الاثني عشر 19 ابريل 2019 الساعة 8:04 مساء)

وبعد أن استغرق الأمر فقط شهرين للعمل تم إطلاق أول نسخة للتطبيق الجديد، وفي أكتوبر 2010 اطلق الشريكان تطبيق انستقرام لمشاركة الصور بنسخة خاصة بهاتف ايفون وبدء 80 شخص فقط باستخدامه . و بعد 10 أيام من الإطلاق وصل عدد المستخدمين 10 آلاف. وفي ديسمبر 2010 أعلن انستقرام الدعم الكامل للصور و المشاركة على شبكة Foursquare، و وصل عدد المستخدمين إلى 1 مليون شخص. (المرجع السابق)

و في ديسمبر عام 2010 حصل التطبيق على مليون مستخدم، وبعد سنة أي في عام 2011 حصل التطبيق على زيادة 500% من المستخدمين ليصل العدد إلى 5 ملايين مستخدم. وفي 12 ديسمبر 2014 أعلنت خدمة انستقرام للصور التابعة لشبكة لتواصل الاجتماعي "فيسبوك" أنها تجاوزت عتبة 300 مليون مستخدم ليتجاوز عدد مستخدمي التويتر. (موسوعة ويكيبيديا،المرجع السابق)

في يوليو عام 2011 قام مستخدمو التطبيق برفع 100 مليون صورة، وفي شهر أغسطس من نفس العام وصل عدد الصور المرفوعة إلى 150 مليون صورة أي خلال شهر واحد.

وفي مايو من عام 2012 تم الإعلان عما يلي:

1- في كل ثانية، يتم إضافة 58 صورة جديدة.

2. وفي الثانية الواحدة كذلك، تحصل الشبكة على مستخدم جديد.

3- تخطى التطبيق حاجز المليار صورة مرفوعة منذ أن تم افتتاحه. (المرجع السابق)

وقال كيفن أن اليوم الأول كان الأصعب حيث توقف الموقع عن العمل لعدة مرات يومية إلا أن حب الناس للتطبيق جعلهم يتسامحون. بينما قال كريجر: كان لدينا فكرة أساسية وهي أن الناس يريدون التواصل وتبادل الخبرات في العالم الحقيقي، من خلال لقطات من حياتهم. في وقت لاحق بدت فكرة انستقرام أكثر وضوحا وهي التواصل من خلال الصور. ولكن المنتجات يتم تحديدها من خلال سلسلة من القرارات والافتراضات، وفكرتها المتمثلة في أول تطبيق للصور مفتوح للعامة بشكل افتراضي اثبت بأنه وجد حلا لحاجة عند الناس كانوا يبحثون عنها منذ زمن. (مؤسس انستقرام يتحدث حول بدايات نشأة التطبيق، <http://alinstagram.com/?p=3427>، وقت الدخول الاثنيين 19 ابريل 2019، 08:05 مساء)

خطوات إنشاء حساب عبر الانستقرام:

الخطوة الأولى:

يجب تحميل تطبيق الانستقرام على الهاتف، وبمجرد تركيبه يجب الضغط على أيقونة البرنامج والتسجيل باستخدام البريد الإلكتروني الخاص أو حساب الفيس بوك، و يفضل استخدام نفس الاسم أو العلامة التجارية لحسابات الشبكات الاجتماعية الأخرى.

الخطوة الثانية: ضبط الإعدادات الخاصة، وقبل البدء بتحميل أي صورة أو فيديو يجب ملئ البيانات الخاصة التي يطلبها البرنامج، مثل عنوان الموقع وصورة الملف الشخصي أو الشعار و وضع تعريف قصير. ويمكن ربط حساب الانستقرام مع حسابات التواصل الاجتماعي الأخرى.

الخطوة الثالثة:

Lenkalstvanova، البحث عن الصور التي تهم الأشخاص وتثير اهتمامهم والبدء بمتابعة الأشخاص. (Business Benefits Of Using Instagram, Post on 16th Jun 2014 ،

مساء <http://www.koozai.com/blog/social-media/6-key-benefits-using-nstagram-business/>

9:45 الساعة 2019 ابريل 22 وقت الدخول)

خصائص الانستقرام:

- 1- كان التطبيق يستخدم في بداية إطلاقه لمشاركة الصور فقط، إلا أنه في يونيو 2013 تم إضافة ميزة تصوير مقاطع فيديو ومشاركتها عبر التطبيق، من أجل منح المستخدمين المزيد من الخدمات والخيارات.
- 2- يعتبر التطبيق من أفضل الوسائل التي تمنح للمستخدمين إمكانية التفاعل مع الأصدقاء من خلال نشر التعليقات على الصور ومقاطع الفيديو أو تسجيل الإعجاب بها والتعليق.
- 3- يسمح انستقرام للمستخدمين الإشارة إلى الأصدقاء في الصور التي يتم مشاركتها، ما يزيد التفاعل بين المستخدمين.
- 4- يتميز انستقرام بأنه يمنح للمستخدمين إمكانية رفع عدد لا نهائي من الصور.
- 5- يعتمد تطبيق انستقرام بشكل أساسي على فكرة التتبع، حيث يقوم المستخدم بتتبع الأشخاص الذين يعجب بصورهم، وتصله تلقائيا كافة صورهم التي يقومون برفعها عبر التطبيق للاطلاع عليها.
- 6- يعمل على كافة أنظمة تشغيل الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية، فضلا عن الحواسيب المكتبية.

7- يسمح التطبيق للمستخدمين بمشاركة الصور عبر مختلف شبكات التواصل الاجتماعي مثل فيس بوك وتويتر.

8- يتيح انستقرام للمستخدمين تعديل الصور حيث يحتوي على العديد من الفلاتر والأدوات التي تسمح بتعديل الصور وإضافة التأثيرات عليها، كما يحتوي التطبيق على أدوات لتعديل الفيديو.

9- يحتوي تطبيق انستقرام على خيار يمكن المستخدم من حجب البومات معينة وجعلها خاصة لمن يرغب بإعطائه خاصية الطلاع على الصور.

10- يمنح التطبيق للمستخدمين إمكانية التبليغ عن التطبيقات المسيئة

11- يمكن التطبيق من إرسال الصور عبر الرسائل الخاصة لأشخاص معينين

12- يتيح الانستقرام خاصية الهاشتاق، ويمكن تخصيص هاشتاق لكل مناسبة أو موضوع لنشر

الصور فيها حيث يراها متابعو ومستخدمو الهاش تاق. (موقع تسعة <http://www.ts3a.com> ، وقت الدخول الاثنين 19 يناير 2019 الساعة 9 مساءً، وموقع سر التقنية، <http://xenutech.blogspot.com> وقت الدخول الاثنين 19 يناير 2019 الساعة 9:45)

ويحظى الانستقرام بشعبية كبيرة في العالم وفي دول الخليج، فوجدت الباحثة أن هناك الكثير من الحسابات الشخصية، إلى جانب الحسابات المتخصصة بمواضيع معينة، وحسابات الشركات والجهات الرسمية والجمعيات الأهلية، وفتح الانستقرام آفاقاً عديدة لمستخدميه في فرصة الحصول على الشهرة أو الدخول لقطاع الأعمال.

وفي آخر احصائية أعلنها ، أشار إلى أن عدد مستخدمي الانستقرام في عام 2014 وصل إلى 150 ألف حساب (انستقرام وتويتر علي سبكار @alisabkar)

وترى الباحثة تنوع الصفحات المتوفرة على الانستقرام بين صفحات شخصية يضع فيها المستخدم الصور التي يلتقطها لتعبر عن حياته اليومية، وصفحات إعلانية تخصص للإعلانات بشتى أنواعها، وهناك الصفحات الرسمية تضع فيها الجهات آخر أخبارها وعروضها، إلى جانب الصفحات التخصصية التي تجمع محبي الفن والأدب والتصوير والموضة وغيرها من الاهتمامات، كما برزت شخصيات فعلت صفحاتها الشخصية بالتركيز على مواضيع معينة كالجابية والتخطيط وإدارة الذات والتربية والعمل التطوعي والصحة والمطبخ والأزياء و غيرها حسب تخصصاتهم، ويتم وضع صور وفيديوهات يتناولون خلالها مواضيع تتعلق

باهتماماتهم وتخصصهم. ويمكن الانستقرام من جعل الحساب خاص ليتمكن لأحد الاطلاع على محتواه إلا بعد موافقة صاحب الصفحة، أو فتحه للعامة، كما توجد خاصية الاكسلور وهي تتيح مواضيع متنوعة للمتصفح حسب اهتماماته ومتابعاته. وتحصل فيديوهات الانستقرام على تعليقات أكثر من صور الانستقرام، وتزيد التعليقات إلى الضعف لبعض الماركات التجارية.

(Dean Marsden, 10 Examples of Awesome Vine and Instagram Video Marketing, 23rd Apr 2014 <http://www.koozai.com/blog/social-edia/video-marketing/examples-awesome-vine-instagram> video – marketing) وقت الدخول الأحد 22 ابريل الساعة 10 مساء

ايجابيات وسلبيات الانستقرام:

الانستقرام شيء عظيم خصوصا عندما يكون الشخص مولعا بالنقاط الصور وتحميلها لعرضها على الآخرين، ومن مزاياه:

- 1- سريع جدا يمكن المستخدم من النقاط الصورة وتحميلها تلقائيا على الانستقرام ومواقع التواصل الاجتماعي الأخرى مثل الفيس بوك والتويت .
- 2- يحتوي على العديد من المؤثرات ويمكن اختيار إطار للصورة.
- 3- يمكن الشخص من الاطلاع الدائم على آخر تحديثات وأخبار أصدقائه والاعلانات المهمة.
- 4- وسيلة جيدة لتكوين صداقات جديدة والالتقاء بأصدقاء جدد.
- 5- الإعلان عن المنتجات الخاصة إذا كان لدى الشخص بعض الأعمال أو المحلات التجارية، حيث يمكنه من النقاط صورة من المنتجات الخاصة به ونشرها على الانستقرام، كما يساعد في كسب المزيد من الزبائن.
- 6- توجد تطبيقات للصور تمكن المستخدم من تحميل الصور مباشرة على الانستقرام وتعديلها، ويمكن الاحتفاظ بها على الهاتف الخاص او الاكتفاء بنشرها عبر الانستقرام.

(A Review on Instagram, Grace Feliciano Published on Jul 26, 2012

<https://android-app-reviews.knoji.com/a-review-on-instagram>

(الأحد 22 ابريل 2019 وقت الدخول الساعة 7:44 مساء

ومن سلبيات الانستقرام الخصوصية، فهناك الكثير من الأشخاص يمكنهم رؤية كل التفاصيل لكل الصور التي يتم تحميلها، وهو قد يكون مصدر لبداية الشائعات عبر رؤية الصور الغير جيدة، كما إن حياة الشخص قد تكون في خطر، خصوصا لمن ينشر كل تفاصيل حياته و أماكن تواجده عبر الانستقرام.

(A Review on Instagram, Grace Felicianoprevious reference What are its advantages and disadvantages?,lauravinolas, Posted on March 4, 2019

ثانيا: العمل التطوعي

العمل التطوعي في الإسلام:

ويفتح الإسلام باب التطوع على مصراعيه، ليفجر ينابيع الخير في النفس البشرية، ويستثمر طاقات الإنسان المسلم في خدمة مجتمعه، متطوعا متبرعا دون فرض أو إكراه، وهذا ينمي حب عمل الخير والرغبة فيه، ويقوي رابطة المجتمع وتماسكه، إلى منافع أخرى كثيرة وجلييلة، تتطوي في قوله تعالى ﴿فمن تطوع خيرا فهو خير له﴾ (البقرة:184)، وقوله تعالى ﴿ومن تطوع خيرا فإن الله شاكر عليم﴾ (البقرة:158). (محمد علي الخطيب، مفهوم العمل التطوعي ومكانته في الكتاب والسنة، مجلة الوعي الإسلامي، العدد 532، الكويت 3 سبتمبر 2010، تتوفر على الموقع الالكتروني :

http://alwaei.com/topics/view/article_new.php?sdd=2898&issue=52

وقت الدخول الثلاثاء 28 ابريل 2019 الساعة 2:15 ظهرا)

كما يغرس الإسلام في نفوس أتباعه حب التطوع لأنه قمة العطاء، ودليل على أن نفسية المتطوع سخية وكريمة وطيبة، وهو في نفسه صالح، ولأنه يحب أن يساهم بفعل الخير ويحب للناس ما يحبه لنفسه، وهذا قمة الإيمان الصادق الذي ينجي صاحبه من المهالك ويرقى بالمتطوع في سلم الرقي والتقدم والنجاح والفلاح مع حب الله له وثناء الناس عليه بالخير والدعاء له بصلاح الحال وهدوء البال، والله يبارك له في صحته، ويمنحه التوفيق في حياته، وبارك له في نريته التي تكون له قرّة عين لهذا الشخص الذي تطوع في العمل الاجتماعي وأسهم في فعل الخير الذي قال الله عنه: ﴿وافعلوا الخير لعلكم تفلحون﴾ (الحج:77).

(منصور الرفاعي عبيد، العمل الاجتماعي: تطوع عطاء، الطبعة الأولى، القاهرة، مركز الكتاب للنشر، 2008، ص 26).

وأكد الإسلام على أن من أفضل الأعمال التي يقوم بها المسلم هو فعل الخير للآخرين، بل وقرن الله محبته لعبده المسلم بمدى نفعه للآخرين، وهذه منزلة عظيمة. ففي الحديث الشريف "أحب الناس إلى الله

أنفعهم وأحب الأعمال إلى الله عز وجل سرور تدخله على مسلم أو تكشف عنه كربة أو تقضي عنه ديناً أو تطرد عنه جوعاً ولئن أمشي مع أخي المسلم في حاجة أحب إلي من أن أعتكف في المسجد شهرة، ومن كف غضبه ستر الله عورته، ومن كظم غيظه ولو شاء أن يمضيه أمضاه ملأ الله قلبه رضا يوم القيامة، ومن مشي مع أخيه المسلم في حاجته حتى يثبتها له أثبت الله تعالى قدمه يوم تزل الأقدام، وإن سوء الخلق ليفسد العمل كما يفسد الخل في العسل". وفي الحديث السابق تتجلى معان سامية تتضح فيها أهمية العمل التطوعي ومكانته في الإسلام والأجر العظيم للقائمين به، بل ومن المعايير الإسلامية التي ينظر إليها في الحكم على الأفراد مدى نفعهم للناس ولمجتمعهم، ففي الحديث الشريف "خير الناس أنفعهم للناس".

(راشد بن باز ، الشباب والعمل التطوعي، مجلة البحوث الأمنية، العدد 20، المجلد 10، ص 59 - 69).

ومن يتأمل كتاب الله تعالى يجد دعوة قوية دائمة إلى التطوع بفعل الخير والتسابق إليه والمشاركة فيه والتعاون عليه، وكذلك حياة رسول الله (صلى الله عليه وسلم) وأصحابه الكرام زاخرة بالبذل والعطاء وفعل الخير والتضحية في سبيل الله، إذ كانوا إذا دعاهم الله ورسوله

صلى الله عليه وسلم) إلى أمر، سارعوا في تنفيذه، وتباروا فيه، وما أجمل المسابقة التي كانت تجري بين الشيخين أبي بكر وعمر في طاعة الله ورسوله! روى عمر بن الخطاب رضي الله عنه، قال: «أمرنا رسول الله (صلى الله عليه وسلم) أن نتصدق، فوافق ذلك ما لا عندي، فقلت:

اليوم أسبق أبا بكر إن سبقته يوماً، فجئت بنصف مالي، فقال رسول الله (صلى الله عليه وسلم): ما أبقيت لأهلك؟ قلت: أبقيت لهم مثله، فأتاه أبو بكر بكل ما عنده، فقال له: ما أبقيت لأهلك؟ قال: أبقيت لهم الله ورسوله! فقلت: لا أسابقك إلى شيء بعده أبداً» (رواه أبو داود والترمذي وغيرهما)، وهكذا كان رسول الله (صلى الله عليه وسلم) يربي أصحابه ويدربهم على أعمال التطوع، وينتدبهم إلى فعل الخيرات، والمهمات الجليلة، وكثر في كلامه (صلى الله عليه وسلم) قوله «ألا رجل» «ألا من رجل» «هل من رجل» «من رجل»، مثل «ألا رجل يضيف هذه الليلة يرحمه الله» (رواه البخاري ومسلم)

مجالات العمل التطوعي

تم اعتماد تصنيف المركز الدولي للأبحاث والدراسات (مداد) للمجالات التالية:

1- المجال الاجتماعي: ويشمل رعاية الأيتام، مساعدة المرضى، رعاية الأطفال المعاقين، المسجونين وأسراهم، كبار السن، الفقراء والمساكين، التوعية الاجتماعية، ومجالات اجتماعية أخرى: (الأحداق، الأرامل، اللاجئين والمهاجرين).

2- المجال التنموي: ويشمل التنمية الاجتماعية والبيئية والريفية والزراعية وبنوك التنمية و صناديق التنمية
3- المجال الصحي: ويشمل الرعاية الصحية، العيادات المتنقلة، العلاج بالمجان، الإدمان والتدخين، الصيدليات المتنقلة، والأمراض المزمنة.

4- المجال الثقافي والتعليمي والبحوث: ويشمل التعليم، رعاية الموهوبين، التدريب، تعليم القرآن الكريم، إنشاء المعاهد والكلية الدينية، البحث العلمي، المكتبات العامة، المراكز الثقافية، الأندية الأدبية والثقافية، المعارض الثقافية، والندوات الثقافية.

5- المجال الديني والدعوي: ويشمل الدعوة والوعظ والإرشاد، إلى جانب مجالات أخرى مثل بناء وصيانة المساجد، إقامة معارض دينية، إقامة مشاريع خيرية دينية وغيرها.

(بشار محمد أديب كساب، العمل الخيري الخليجي خلال عام 1430 هـ، الطبعة الأولى، المملكة العربية السعودية، المركز الدولي للأبحاث والدراسات - مداد، 2010، ص 37 - 39)

أنواع العمل التطوعي:

1- العمل التطوعي الفردي: هو ذلك العمل الذي يمارسه الفرد بذاته، كالتبيب الذي يخصص ساعة كل يوم لعلاج الفقراء في عيادته بالمجان، وكالمعلم الذي يفرغ نفسه يوماً ليراجع دروس الطلبة الأيتام مجاناً، وكالمستشار الذي يقدم دراسة تحليلية لأسباب والعلاج لظاهرة أبناء الشوارع ويقدمها للجهات العاملة في علاج تلك الظاهرة.

2- العمل التطوعي المؤسسي: يتطوع الفرد ليكون مشاركة مع مجاميع العمل التطوعي، فيحدد المجال الذي يرغب، ويقدم فيه جهده وخبرته وإمكاناته بساعات أسبوعية أو يومية معينة، ويكون التطوع في المؤسسات الحكومية والقطاع الخاص عبر برامج خدمة المجتمع والمسؤولية الاجتماعية التي تسعى لتنفيذها الشركات والمؤسسات التجارية.

(عيسى القدومي، العمل التطوعي، أسسه ومهاراته أثر العمل التطوعي على المتطوعين مجلة الفرقان جمعية احياء التراث الإسلامي
بالكويت، 2012

وقت الدخول الأحد 1 ابريل 2019 الساعة 7 مساء - <http://www.alforqan.net>

3- التطوع المدرسي.

4- التطوع الجامعي.

5- تطوع المبادرات: ينطلق تطوع المبادرات من شخصيات نافذة وقيادية تستشعر أهمية الحراك المجتمعي، أو تنطلق من قيادات شابة تجمعهم غايات متشابهة نحو خدمة الصالح العام. (يوسف بن عثمان الحزيم، قوة التطوع و تطبيقاته السعودية، المرجع السابق، ص 77)

العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي والانستقرام: أوجدت شبكات التواصل الاجتماعية مساحة حرة لمختلف الاهتمامات والميول لتبادل المواضيع المتنوعة، ولم يكن العمل التطوعي بعيدا عن تلك المواضيع التي تتاح على صفحات التواصل الاجتماعي، فهناك فرق تطوعية أنشأت لها صفحات خاصة على هذه البرامج، وهناك مؤسسات وهيئات تواجدت في هذه المواقع تعرض أخبارها للجمهور ولتفاعل معها، في نفس الجانب يوجد أشخاص مهتمين بالعمل التطوعي يسعون لتعزيز هذه الثقافة عبر حساباتهم الشخصية والتواصل مع المهتمين من خلالها.

وتتنوع الاستجابات مع صفحات التواصل الاجتماعي، فهناك من يتحفز ويتفاعل من المستخدمين مع المبادرات والأعمال التطوعية ومساعدة الآخرين، وهناك من يكون قليل التفاعل. وعلى خلاف القيود القانونية الحاكمة للتنظيمات المدنية، تتيح شبكات التواصل الاجتماعي بناء مجتمعات افتراضية ضخمة وفاعلة ونشطة للمهتمين بأعمال التطوع، الذين يشنون الحملات، وينظمون الفعاليات، ويجمعون التبرعات، دون أي إطار مؤسسي، في إطار من الثقة مع متابعيهم.

(فاطمة الزهراء عبدالفتاح، "فيسبوك" و"تويتر" .. هل يمكن أن يجنبا المزيد من متطوعي الخير؟، الموقع الإلكتروني للمركز الدولي للأبحاث والدراسات (مداد)، 26 أكتوبر 2014 - 2 محرم 1436هـ، متوفر على الموقع الإلكتروني

<http://www.dadcenter.com/articles/476>

وقت الدخول الثلاثاء 27 ابريل 2019 الساعة 6 مساء

ويمكن للمتطوعين الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي في خلق وعي مبكر لدى الرأي العام حول قضايا مجتمعية مهمة، والتأكد من أن المعلومات تصل للناس في الوقت المحدد، والتواصل مع الناس وبناء علاقات تتخطى الحدود الجغرافية، حيث وفرت مواقع التواصل الاجتماعي فرصة غير مسبوقة في الوصول لجميع الشرائح بمختلف المناطق، والشباب هم الشريحة الأكثر استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي وهم أيضا عماد العاملين في التطوع، لذا يجب أن يتم الوصول إليهم والتحدث لغتهم وبالتالي نجذبهم إلى العمل التطوعي. (محمد علاء حسين الحمامي، جريدة ، 24 ابريل 2019)

ونجد أن هذه الوسائل سهلت التفاعل مع مختلف القضايا في مختلف دول العالم، فلا يشترط التفاعل بشكل واحد، بل يمكن التفاعل بأي طريقة سواء التفاعل الإلكتروني أو المشاركة الواقعية أو المساهمة بغرض أو مال، كما ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في سرعة نشر الأخبار والمبادرات والحملات لأكثر عدد ممكن من الناس، دون شروط وقيود، ويمكن ايصالها لأي شخص.

الجانب التطبيقي

الفصل الثالث : عرض وتحليل البيانات

1. التحليل الكمي والكيفي
2. البيانات الشخصية
3. دوافع استخدام الانستقرام
4. علاقة الانستقرام بالعمل التطوعي
5. طريقة استخدام الانستقرام
6. نتائج الدراسة الميدانية

1 . التحليل الكمي والكيفي

البيانات الشخصية

الجدول (1) :يمثل توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة %
ذكر	43	%43
انثى	57	%57
المجموع	100	%100

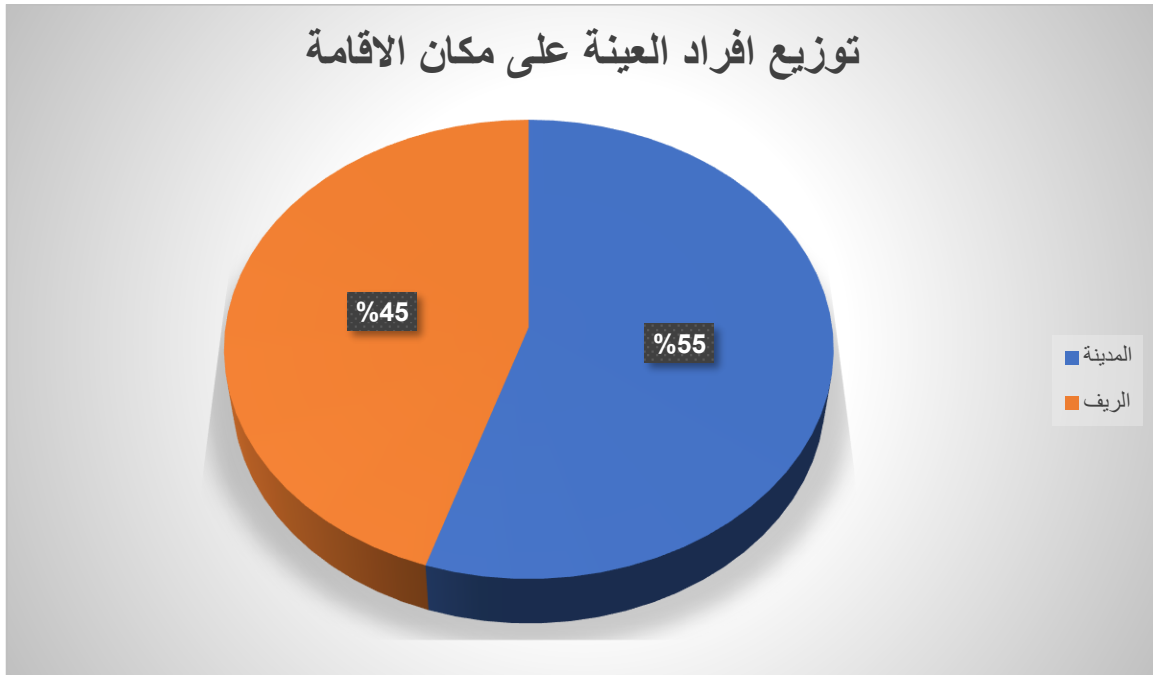
من خلال الجدول رقم (1) اعلاه وبالنظر الي التكرارات افراد عينة الدراسة والبالغ عددهم 100 مفردة ،يتضح ان اكبر نسبة تقدر بـ 57% وهي نسبة الاناث ،اما اقل نسبة فتقدر بـ 43% وهي نسبة الذكور وهذا راجع لطبيعة المجتمع الجزائري اقلية اناث وايضا في نسبة النجاح في الدراسة تكون اقلية اناث .



الجدول (2): يمثل توزيع افراد العينة على مكان الإقامة.

النسبة	التكرار	
55%	55	المدينة
45 %	45	الريف
100%	100	المجموع

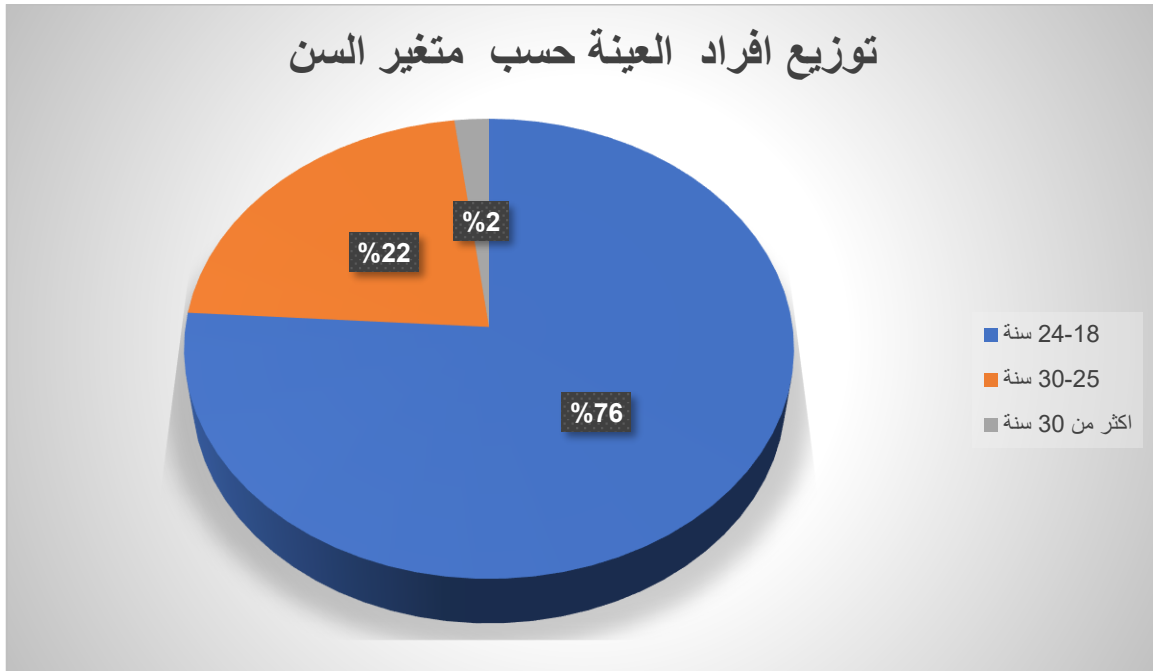
من خلا الجدول (2) وبالنظر الي تكرار عينة افراد الدراسة ،والبالغ عددهم 100 مفردة يتضح ان اكبر نسبة تقدر ب55% والذين يقيمون بالمدينة اما اقل نسبة فتمثل 45 %ومنه نستنتج ان اغلب افراد العينة ينتمون الي المدينة .



الجدول (3): يمثل توزيع افراد العينة حسب متغير السن .

السن	التكرار	النسبة
(18-24)سنة	76	76%
(25-30)سنة	22	22%
اكثر من 30سنة	2	2%
المجموع	100	100%

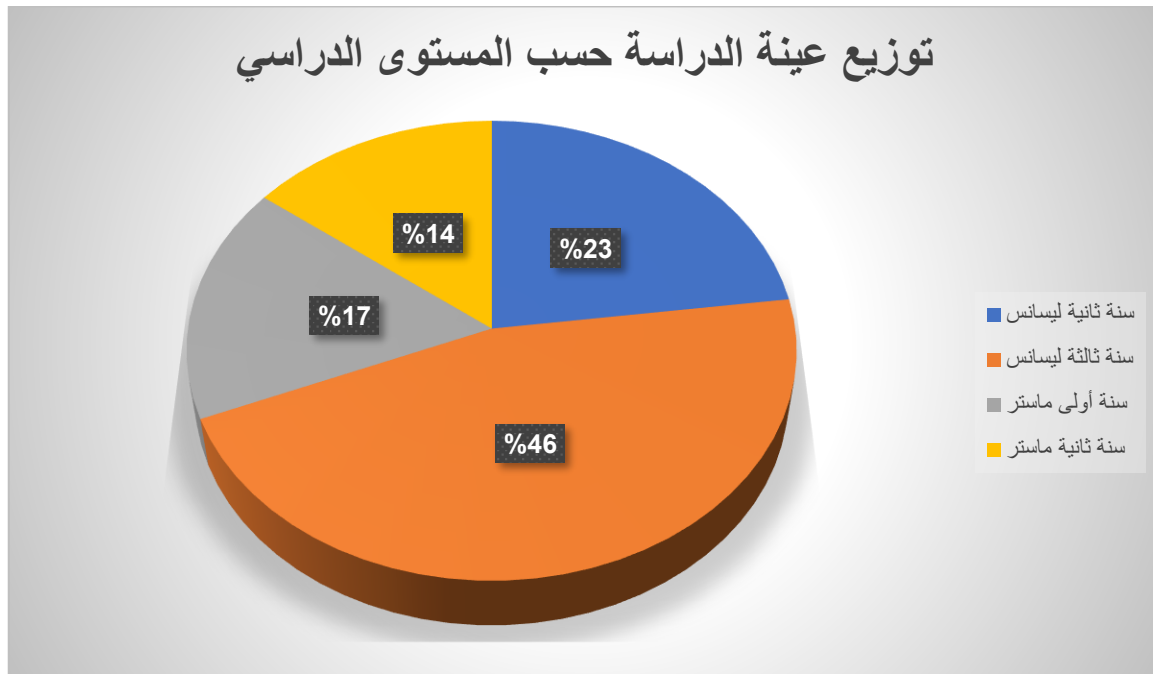
من خلا الجدول (3) وبالنظر الي تكرار عينة افراد الدراسة ،والباغ عددهم 100 يتضح ان اكبر نسبة هي 76% وهي نسبة الشباب الذين تتراوح اعمارهم بين 18-24 والتي تمثل نسبة الشاب الجامعي ، ثم تليها نسبة 22% من الذين تتراوح اعمارهم بين 25 و30 سنة ، اما اقل نسبة فتمثل 2% ومنه نستنتج ان اغلب افراد العين الذين تتراوح اعمارهم بين 18 و24سنة وهم فئة الشباب .



الجدول (4) والذي يمثل توزيع عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي

النسبة	التكرار	
22%	22	سنة ثانية ليسانس
44%	44	سنة ثالثة ليسانس
16%	16	سنة اولى ماستر
14%	14	سنة ثانية ماستر
100%	100	المجموع

من خلا الجدول (4) وبالنظر الي تكرار عينة افراد الدراسة ،والباغ عددهم 100 يتضح ان اكبر نسبة يقدر عددهم ب % 44 وهم نسبة الشاب الجامعي والذين يمثلون سنة ثالثة ليسانس ، اما 22تمثل نسبة سنة ثانية ليسانس وتليها %16 والتي تمثل سنة ثانية ماستر ، اما في الاخير مثلت %14نسبة سنة ثانية ماستر ومنه نستنتج ان نسبة الشباب مثل سنة ثالثة ليسانس .



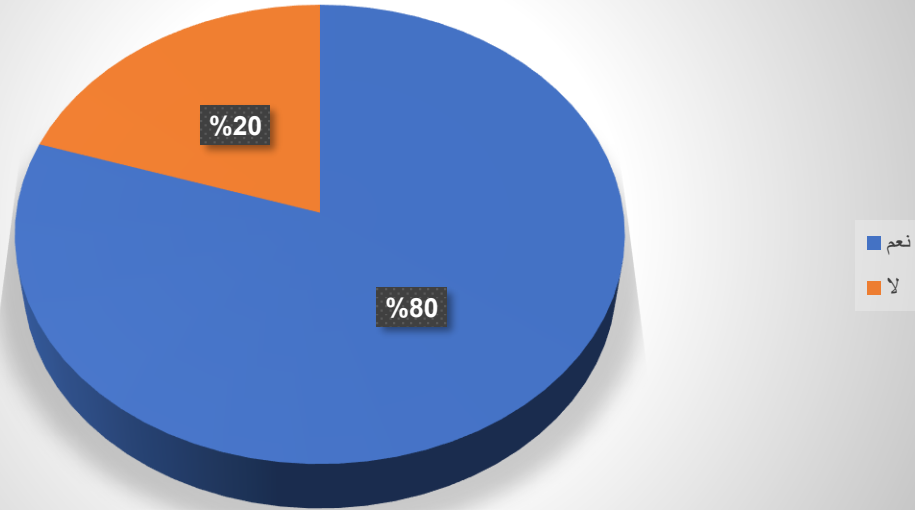
المحور الاول :دوافع استخدام الانستقرام

الجدول (5) : يمثل استخدام الشباب الجامعي لموقع " الانستقرام "

النسبة	التكرار	
%80	80	نعم
%20	20	لا
%100	100	المجموع

من خلا الجدول(5) وبالنظر الي تكرار عينة افراد الدراسة ،والبالغ عددهم 100 يتضح ان اكبر نسبة يستخدمون موقع الانستقرام والتي بلغت %80 واقل نسبة مثلت %20 وهم لا يستخدمون موقع الانستقرام ونستنتج ان امر مثير للانتباه لان عدد المستخدمين يفوق العدد الاجمالي

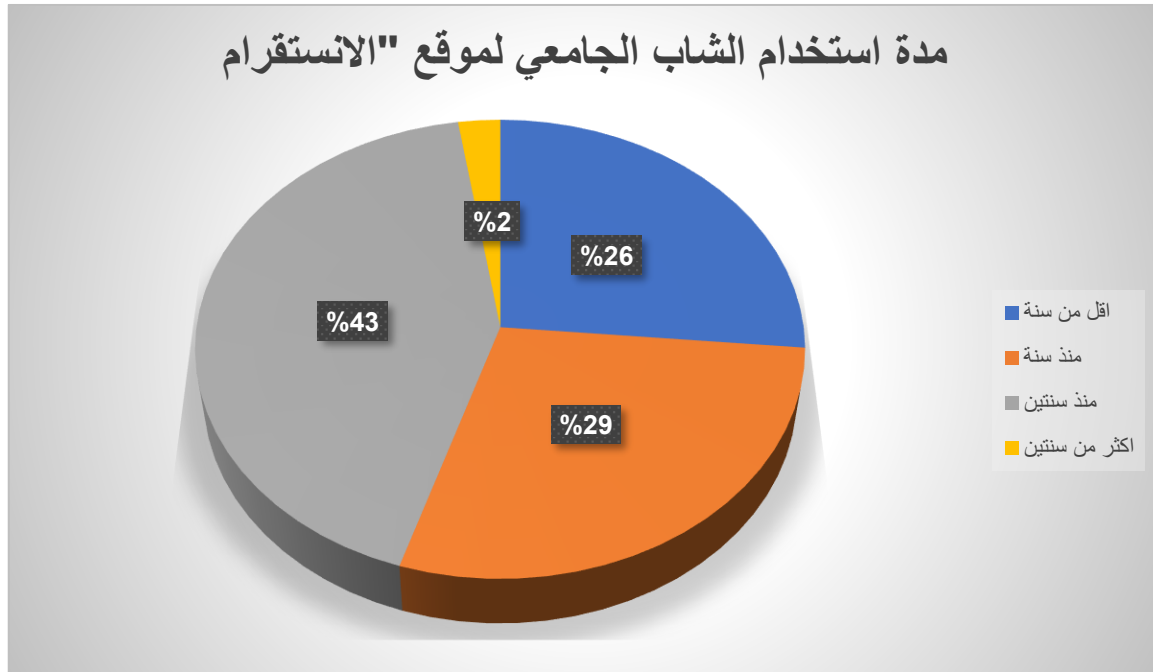
استخدم الشباب الجامعي لموقع " الانستقرام



الجدول (6) : يمثل مدة استخدام الشباب الجامعي لموقع "الانستقرام"

النسبة	التكرار	
13%	13	اقل من سنة
14%	14	منذ سنة
21%	21	منذ سنتين
52%	52	اكثر من سنتين
100%	100	المجموع

من خلا الجدول(6) وبالنظر الي تكرار عينة افراد الدراسة ،والبالغ عددهم 100 يتضح ان اكبر نسبة لمدة استخدام موقع الانستقرام اكثر من سنتين والتي قدرت ب 52 % ، ثم تليها نسبة 21% و سجلت اقل نسبة لمدة استخدامه منذ سنة و اقل من سنة . ويرجع ارتفاع نسبة مدة استخدام الشباب الجامعي للانستقرام لأكثر من سنتين لانبهاره بالتكنولوجيا الجديدة وان فتح حساب موقع التواصل الاجتماعي الانستقرام ليس لديه تكلفة مادية مرتفعة اضافة الي ذلك اتاحة الرابط بالانترنت عن طريق G3 و G4 في اغلب مناطق الوطن ، وبمبالغ زهيدة .

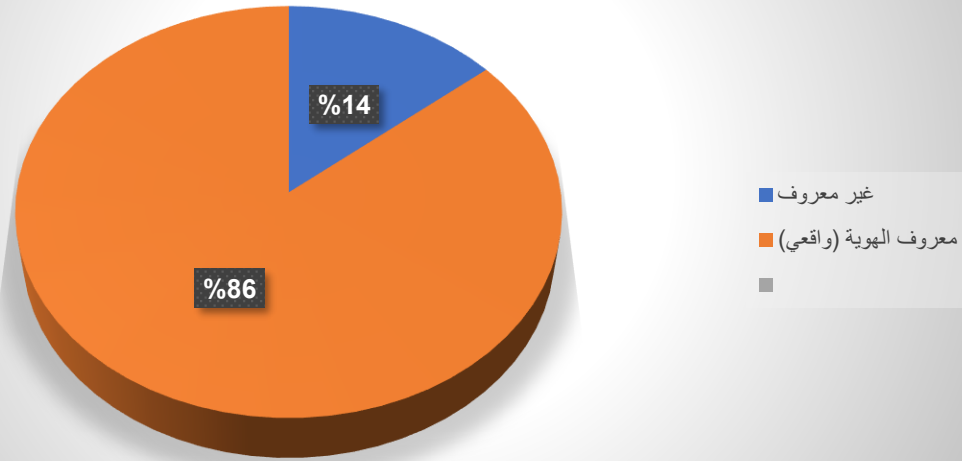


الجدول (7): يمثل طبيعة المجموعات التي يتفاعل معها الشباب الجامعي اثناء استخدامه موقع "الانستقرام"

النسبة	التكرار	
%14	14	غير معروفة الهوية
%86	86	معروفة الهوية (واقعية)
%100	100	المجموع

من خلا الجدول(7) وبالنظر الي تكرار عينة افراد الدراسة ،وبالبالغ عددهم 100 مفردة يتضح ان اكبر من الشباب الجامعي يتفاعل مع المجموعات معروفة الهوية والتي قدرت بـ 86 % كمجموعات الطبخ والخياطة ، اما اقل نسبة والتي قدرت بـ 14 % كمجموعات غير الضحك ، حنا في حنا...

طبيعة المجموعات التي يتفاعل معها الشباب الجامعي اثناء استخدامه موقع "الانستقرام"

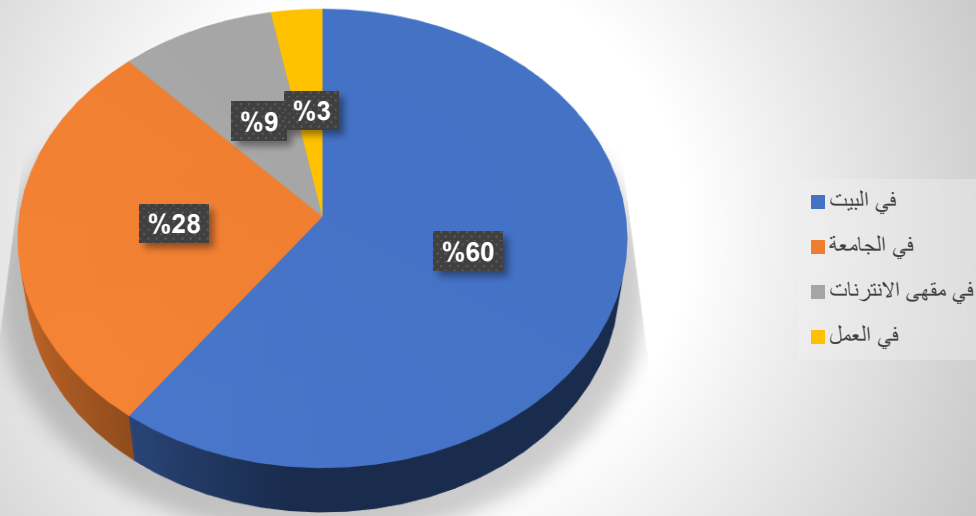


الجدول (8) : يمثل المكان الذي يتصفح فيه الطالب الجامعي "الانستقرام"

النسبة	التكرار	
60%	60	في البيت
28%	28	في الجامعة
9%	9	في المقهى الافتراضي الانترنت
3%	3	في العمل
100%	100	المجموع

من خلا الجدول (8) وبالنظر الي تكرار عينة افراد الدراسة ،وبالبالغ عددهم 100 مفردة يتضح ان اكبر نسبة التي تمثل مكان الذي يتصفح فيه الشاب الجامعي موقعه وهو البيت تقدر ب60% ثم تليها نسبة 28% وسجلت اقل نسبة في مكان العمل حيث بلغت 3%. ويعود ارتفاع نسبة تصفح الشاب الجامعي "للانستقرام" في البيت للرابط بخط الانترنت ، ولاعتبار الاسرة هي مكان التنشئة الاولى، ونسبة 28% لطبيعة فئة الدراسة التي تقضي مدة يوم كامل في الجامعة والتي تعد مكان لتلقي العلم والمعرفة ، خاصة الافراد في الإقامة الجامعية

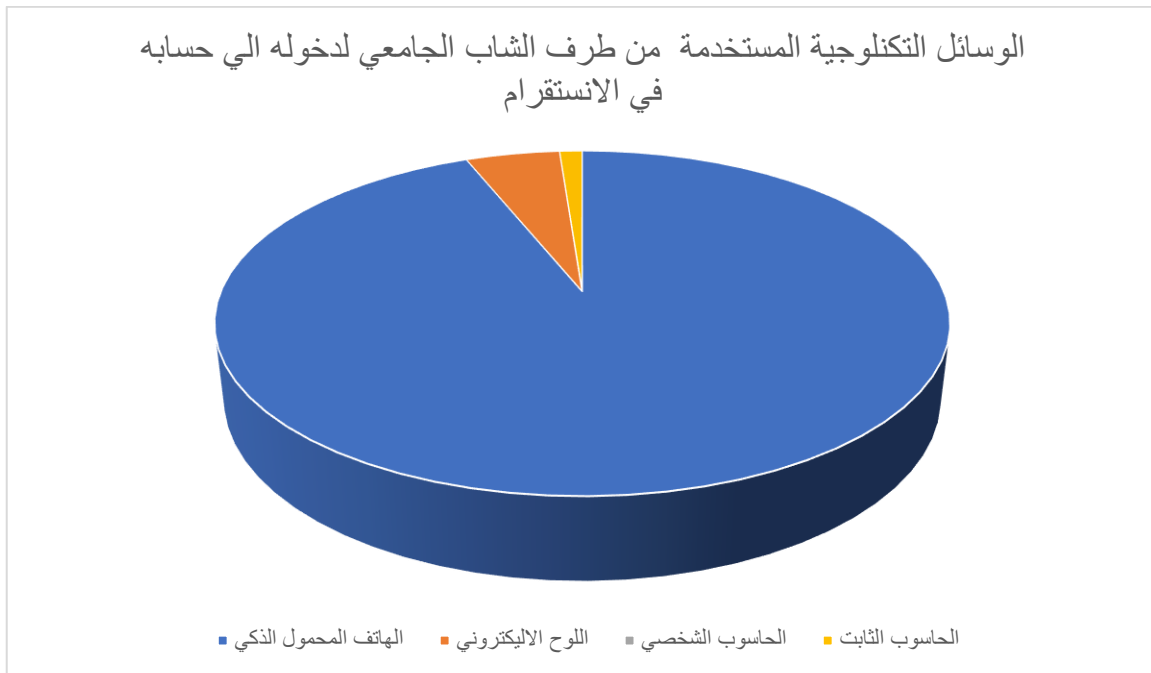
المكان الذي يتصفح فيه الطالب الجامعي "الانستقرام"



الجدول (9) : يمثل الوسائل التكنولوجية المستخدمة من طرف الشباب الجامعي لدخوله الي حسابه في " الانستقرام "

النسبة	التكرار	
95%	95	الهاتف المحمول الذكي
5%	5	اللوحة الالكترونية tablet
0%	0	الحاسوب الشخصي
0%	0	الحاسوب الثابت
100%	100	المجموع

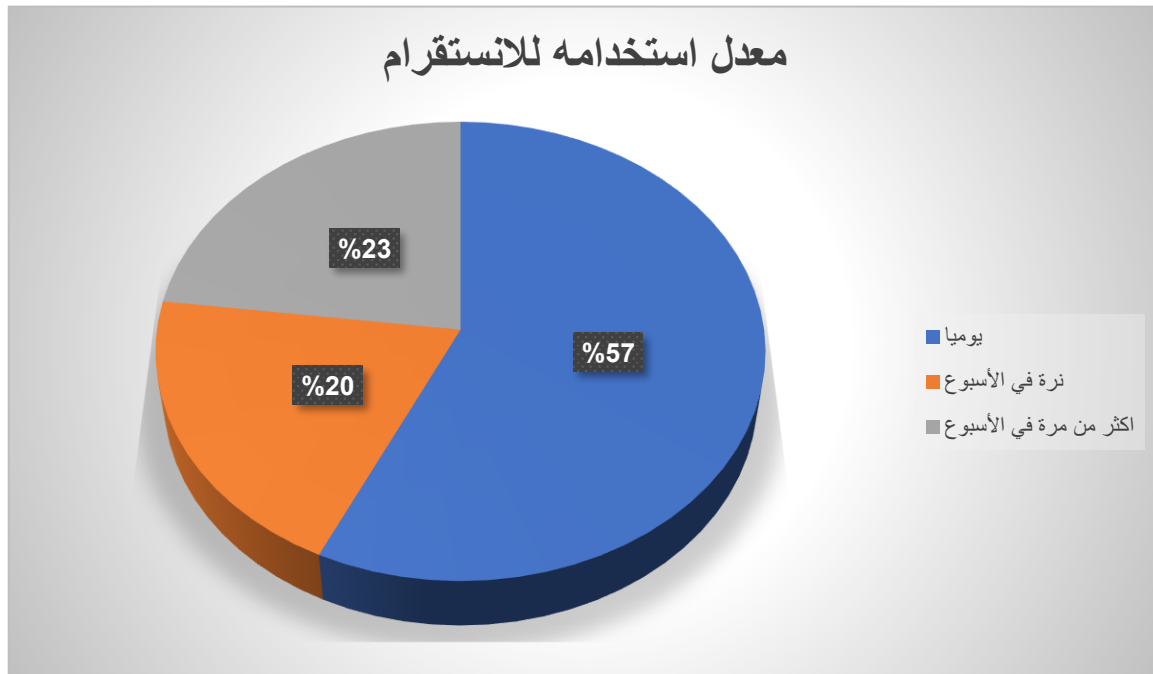
من خلا الجدول(9) وبالنظر الي تكرار عينة افراد الدراسة ،وبالبالغ عددهم 100 مفردة يتضح ان اكبر نسبة قدرت ب 95% والتي مثلت الوسائل التكنولوجية المستخدمة من طرف الشباب لدخول موقع " الانستقرام " اما اللوحة الالكترونية التي قدرت ب5% وذلك راجع الي قلة اهميتها اما الحاسوب الشخصي والحاسوب الثابت فقد قدرت نسبتهما ب0% وذلك لانهما يتميزان بالثقل ومن خلال هذا نستنتج ان الهاتف المحمول يحتل الصدارة وذلك لسهولة نقيه من مكان الي مكان مما يسمح باستخدامه في اي وقت .



الجدول (10): يمثل معدل استخدامه للاستقرام .

النسبة	التكرار	
57%	57	يومية
20%	20	مرة في الاسبوع
23%	23	اكثر من مرة في الاسبوع
100%	100	المجموع

من خلا الجدول(10) اعلاه وبالنظر الي تكرارات افراد عينة الدراسة والبالغ عددهم 100 مفردة يتضح ان اكبر نسبة للاستخدام اليومي لموقع "انستقرام " من الشباب الجامعي الجزائري تقد ب 57 % ثم تليها نسبة 23% ممن يستخدمونه لأكثر من مرة في الاسبوع ، واخيرا نسبة 20% لاستخدامه مرة في الاسبوع . ويرجع ارتفاع وكثافة مدة الاستخدام اليومي " للانستقرام " الي طبيعة الوسيلة في حد ذاتها وخصائصها التي يتميز بها وامتلاك الشاب الجامعي هاتف ذكي وخفة وزنه ورغبة الافراد في الاطلاع على كل ما هو جديد .

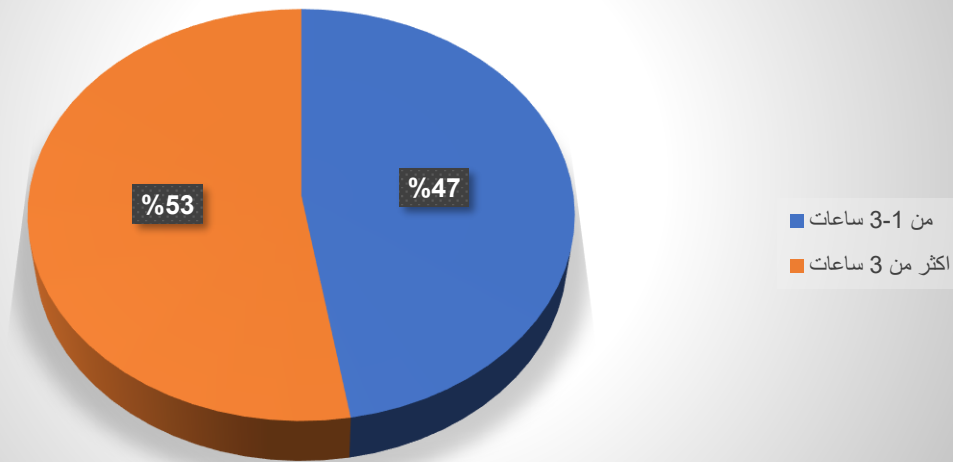


الجدول (11) : يمثل المدة الزمنية التي يقضيها الشباب الجامعي في تصفح موقع التواصل الاجتماعي "الانستقرام"

النسبة	التكرار	
24%	24	اقل من ساعة
36%	36	من 1-3 ساعات
40%	40	اكثر من 3 ساعات
100%	100	المجموع

من خلا الجدول(11) اعلاه وبالنظر الي تكرارات افراد عينة الدراسية والبالغ عددهم 100 مفردة يتضح ان اكبر نسبة سجلت ب 40 % وذلك اطول مدة يقضيها الشباب الجامعي في تصفح بها موقع " الانستقرام " ثم تليها نسبة 36% وهي المدة التي تتراوح ما بين 1-3 ساعات في اليوم اما اقل نسبه فقدت ب 24 % وهي المدة الزمنية اقل من ساعة ، وارتفاع نسبة استخدام موقع التواصل الاجتماعي الانستقرام راجع الي المميزات التي يتمتع بها حيث انه يستقطب الشباب الجامعي وطبيعة الصور المنشورة فيه التي يتم اضافة فلتر لها .

المدة الزمنية التي يقضيها الشباب الجامعي في تصفح موقع التواصل الاجتماعي "الانستقرام"

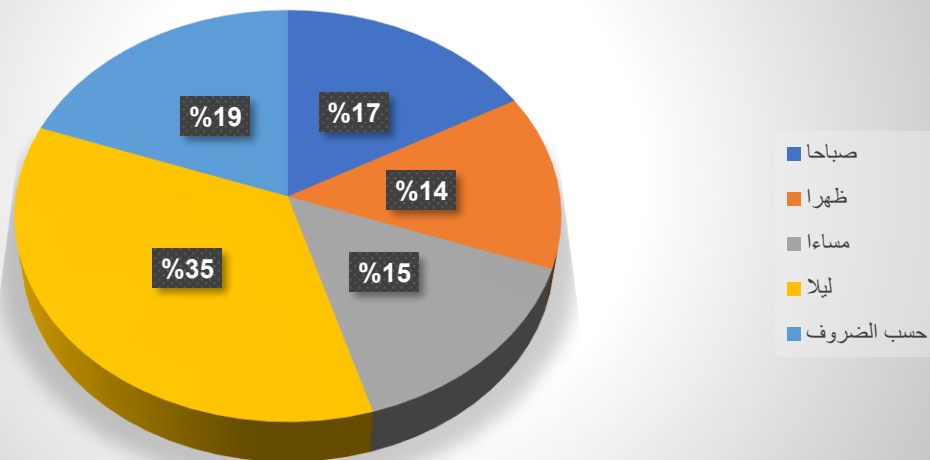


الجدول (12): يمثل الوقت الذي يفضله الشباب الجامعي في تصفح موقع التواصل الاجتماعي "انستقرام"

النسبة	التكرار	
16.84%	33	صباحا
13.78%	27	ظهرا
14.80%	29	مساء
35.20%	69	ليلا
19.39%	38	حسب الظروف
100%	196	المجموع

من خلا الجدول (12) اعلاه وبالنظر الي تكرارات افراد عينة الدراسة والبالغ عددهم 100 مفردة يتضح ان اكبر نسبة سجلت في الوقت المفضل لاستخدام " الانستقرام " ليلا وقدرت ب%35.20 ، اما ثاني نسبة قدرت ب%19.39 والتي تمثل حسب ظروف واما في الفرات صباحا وظهرا فقد سجلت اقل نسبة حيث يكون الافراد في هذه المدة في مكان الدراسة او في العمل .

الوقت الذي يفضله الشباب الجامعي في تصفح موقع التواصل الاجتماعي "انستقرام"

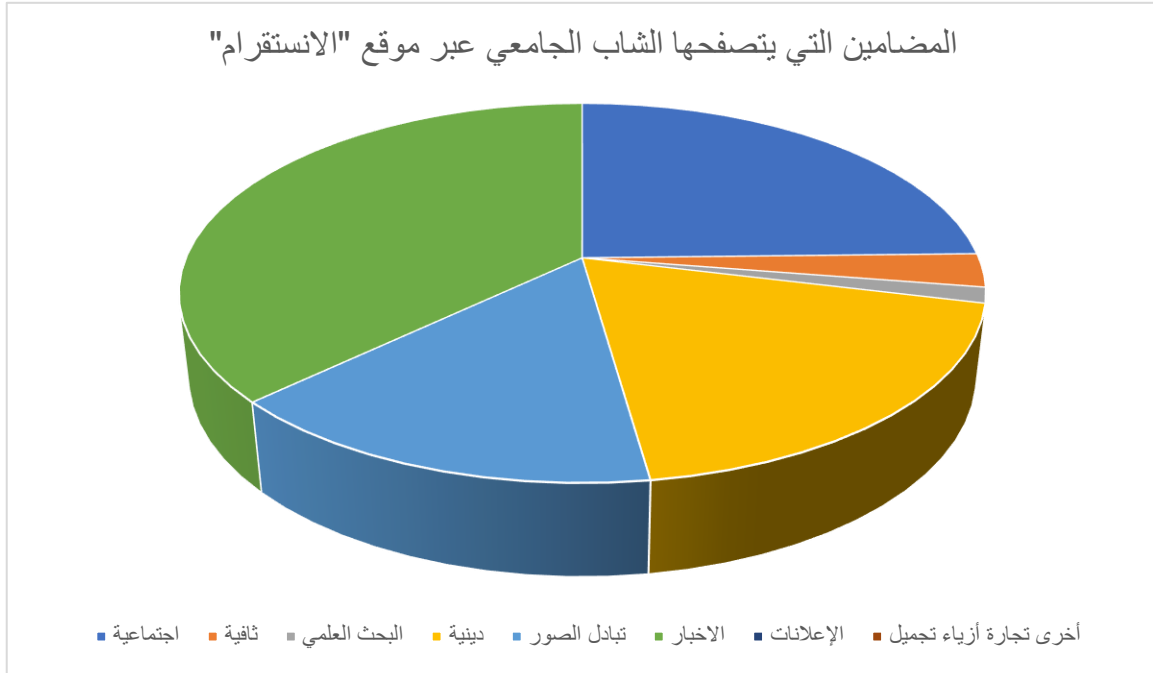


الجدول (13) : المضامين التي يتصفحها الشباب الجامعي عبر موقع "الانستقرام"

النسبة	التكرار	
21.6%	26	اجتماعية
2.5%	3	ثقافية
1.16%	2	ابحث العلمي
16.6%	20	دينية
13.3%	16	تبادل الصور
32.5%	39	الاخبار
0%	0	الاعلانات
11.6%	14	اخرى تجارة، ازياء، تجميل
100%	120	المجموع

من خلا الجدول(13) اعلاه وبالنظر الي تكرارات افراد عينة الدراسة والبالغ عددهم 100 مفردة يتضح ان اكبر نسبة سجلت من خلا المضامين التي يتابعها الشباب الجامعي الاخبار والتي قدرت ب32.5%، اما في المرتبة الثانية المضامين الاجتماعية والتي قدرت ب 21.6% وقدرت نسبة متابعة المضامين الدينية ب16.6% وذلك كون المجتمع مسلم ، وقدرت نسبة مضامين تبادل الصور ب13.3% وذلك ان التطبيق يسمح بتبادل الصور وازافة فلتر عليها اما المضامين التي تم ذكرها قدرت ب11.6% في حين سجلت

البحث العلمي والثقافة اقل نسبة

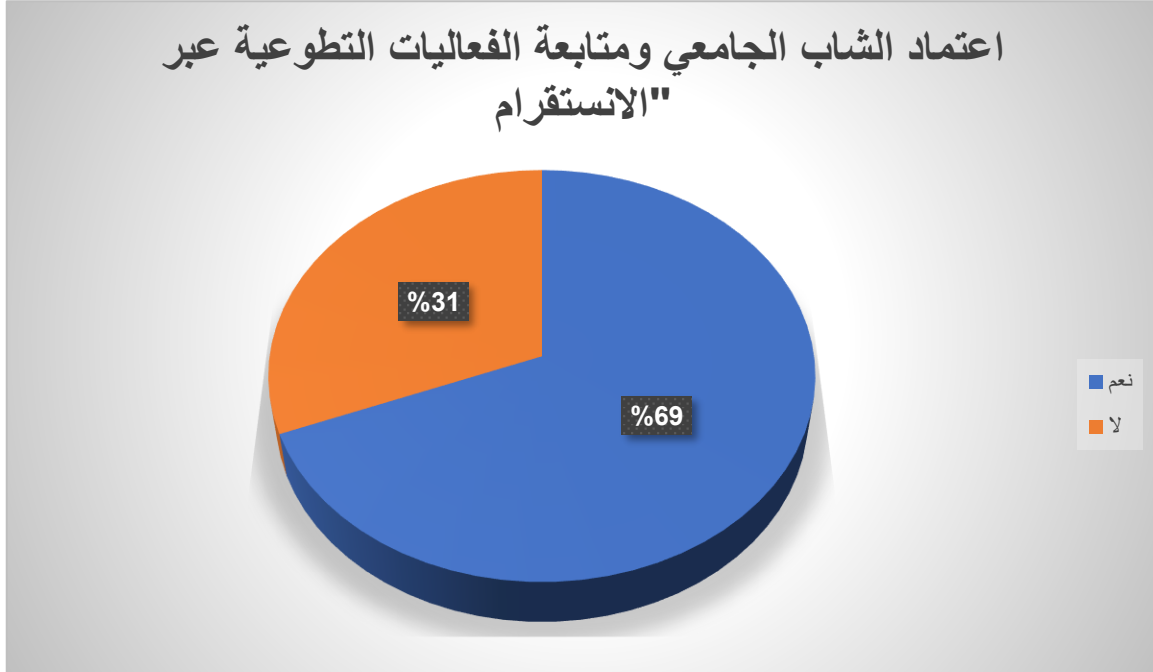


المحور الثاني: علاقة الانستقرام بالعمل التطوعي

الجدول (14): يمثل اعتماد الشباب الجامعي ومتابعة الفعاليات التطوعية عبر "الانستقرام"

النسبة	التكرار	
69%	69	نعم
31%	31	لا
100%	100	المجموع

من خلا الجدول (14) اعلاه وبالنظر الي تكرارات افراد عينة الدراسة والبالغ عددهم 100 مفردة يتضح ان اكبر نسبة اجابت بنعم قدرت ب69% وذلك راجع الي طبيعة المجتمع لأنه مسلم والدين الاسلامي حثه على العمل التطوعي ،وقدرت نسبة 31% من الافراد الذين اجابت بلا .

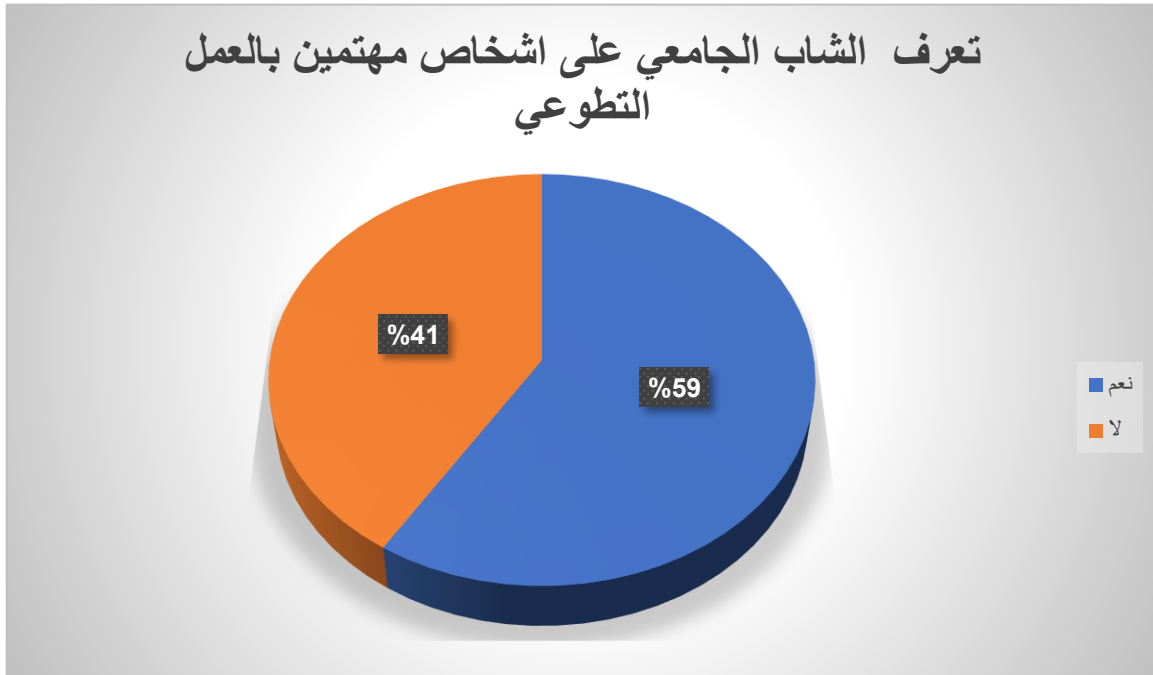


الجدول (15) : يمثل تعرف الشباب الجامعي على اشخاص مهتمين بالعمل التطوعي .

النسبة	التكرار	
59%	59	نعم
41%	41	لا
100%	100	المجموع

من خلا الجدول (15) اعلاه وبالنظر الي تكرارات افراد عينة الدراسة والبالغ عددهم 100 مفردة يتبين ان اكبر نسبة سجلت ب59% وذلك قدر بان تعرف الشباب الجامعي على اشخاص يهتمهم ،العمل التطوعي اما 41% كانت اجابتهم بلا ونستنتج ان نسبة 59% تعد نسبة طبيعية وذلك ان المجتمع الجزائري مسلم والدين

حث على العمل التطوعي وجاء في قوله تعالى: (فمن تطوع خيرا فهو خير له) (البقرة: 182)

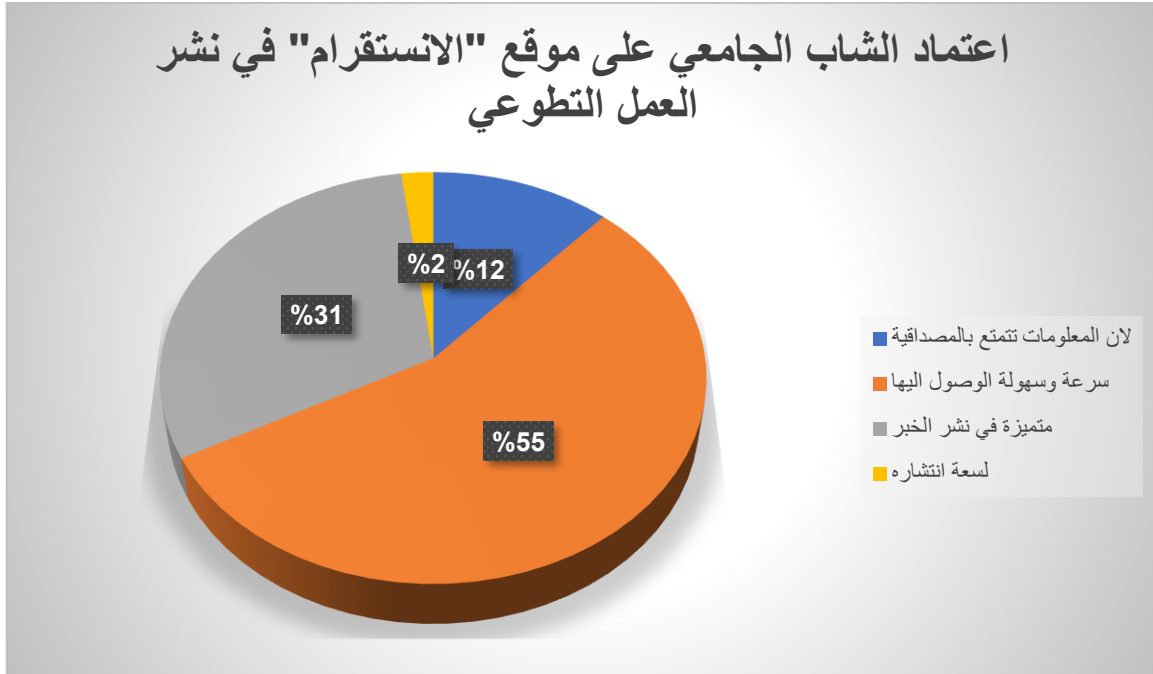


الجدول (16): يمثل اعتماد الشباب الجامعي على موقع "الانستقرام" في نشر العمل التطوعي .

النسبة	التكرار	
6.77%	8	لان المعلومات تتمتع بالمصداقية
32.20%	38	سرعة وسهولة الوصول اليها
17.79%	21	متميزة في نشر الخبر
34.2%	51	أسعة انتشاره
100%	118	المجموع

من خلا الجدول (16) اعلاه وبالنظر الي تكرارات افراد عينة الدراسة والبالغ عددهم 100 مفردة يتضح ان اكبر نسبة قدرت ب 34.2% وقد كانت الاجابة لسعة انتشاره وهذا راجع اتن اغلب افراد العينة يمتلكون حساب ، 32.20% كانت في سرعة وسهولة الوصول اليها . وهذا راجع للوسيلة في حد ذاتها لان الشباب الجامعي لديه هاتف ذكي مما سهل الوصول اليه وتلتها نسبة 17.79% لأنها متميزة في نشر الخبر وذلك

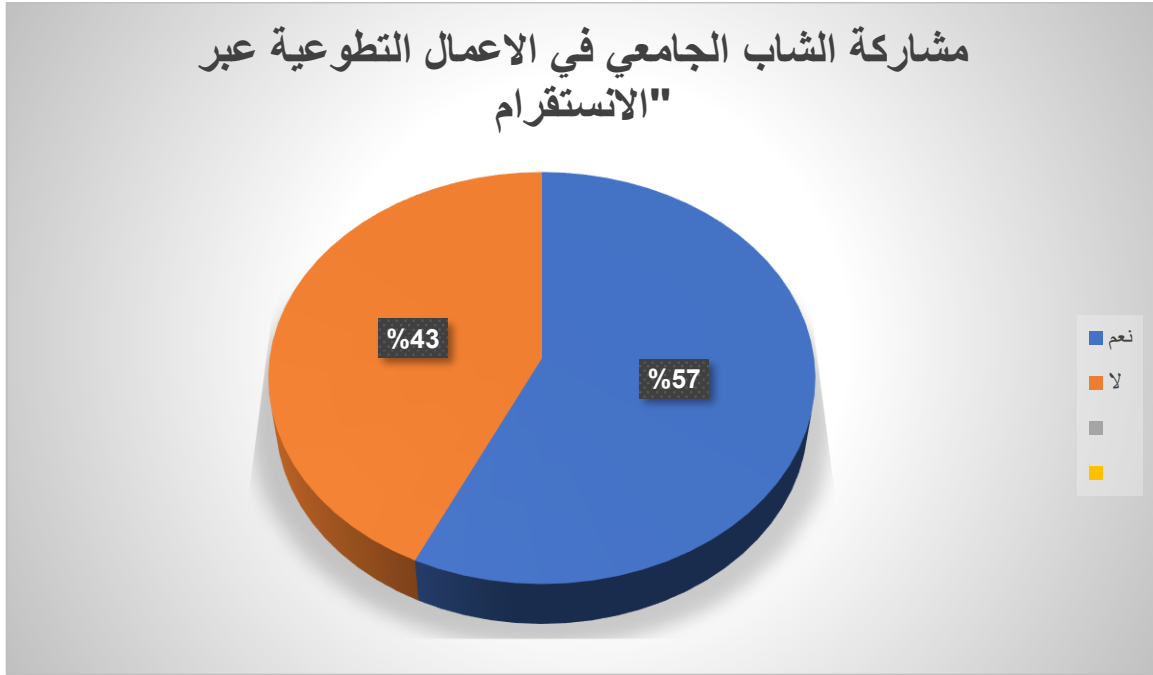
من مميزات التطبيق وسجلت اقل نسبة ب 6.77% لأن المعلومات تتمتع بالمصداقية وهذا لأنه من العالم الافتراضي .



الجدول (17): يمثل مشاركة الشاب الجامعي في الاعمال التطوعية عبر "الانستقرام"

النسبة	التكرار	
57%	57	نعم
43%	43	لا
100%	100	المجموع

من خلا الجدول (17) اعلاه وبالنظر الي تكرارات افراد عينة الدراسة والبالغ عددهم 100 مفردة يتضح ان اكبر نسبة مشاركة في العمل التطوعي عبر "الانستقرام" قدرت ب 57% و سجلت 43% سجلت اقل نسبة من عدم مشاركتهم في الاعمال التطوعية عبر موقع "الانستقرام" ويرجع ارتفاع نسبة المتابعة لخصائص التطبيق وسعة انتشاره بين افراد العينة

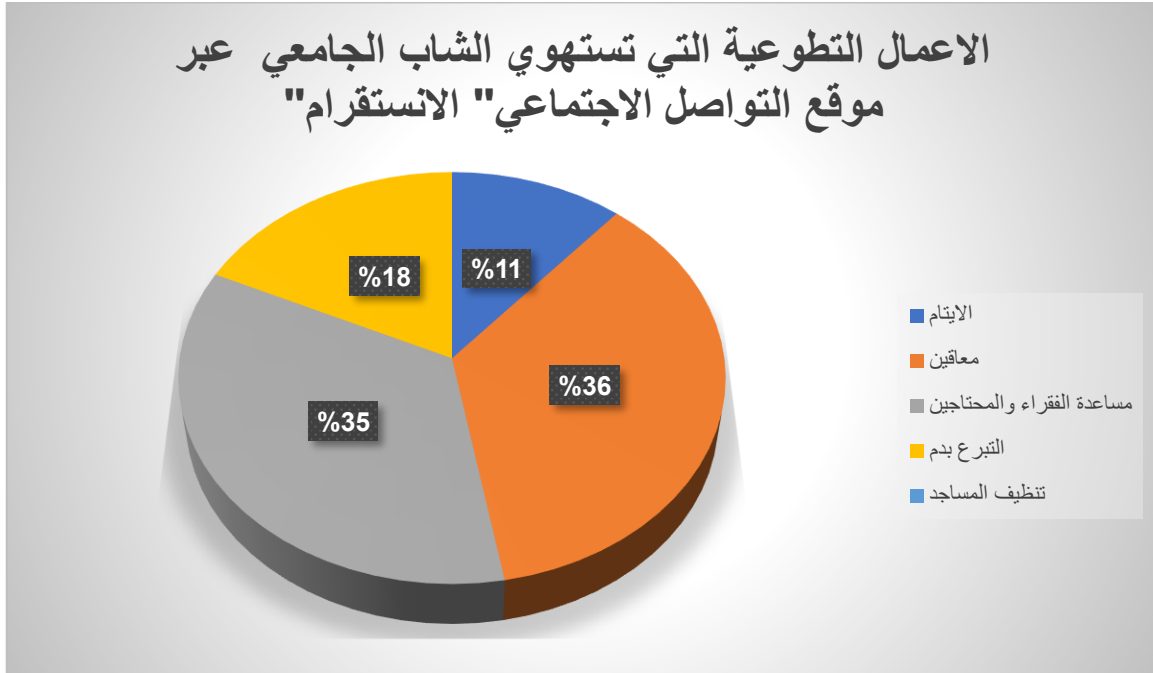


الجدول (18) : يمثل الاعمال التطوعية التي تستهوي الشباب الجامعي عبر موقع التواصل الاجتماعي "الانستقرام"

النسبة	التكرار	
10%	10	الايتمام
32%	32	معاقين
31%	31	مساعدة الفقراء والمحتاجين
16%	16	التبرع بالدم
11%	11	تنظيف المساجد
100%	100	المجموع

من خلا الجدول (18) اعلاه وبالنظر الي تكرارات افراد عينة الدراسية والبالغ عددهم 100 مفردة يتضح ان اكبر نسبة من الشباب الجامعي يستهوي مساعدة المعاقين والتي قدرت ب 32% وسجلت نسبة 31% مساعدة الفقراء والمحتاجين وتليها نسبة 16% للتبرع بالدم ، ونسبة 11% لتنظيف المساجد في حين سجلت اقل نسبة لمساعدة الايتام والتي قدرت ب 10%

الاعمال التطوعية التي تستهوي الشباب الجامعي عبر موقع التواصل الاجتماعي "الانستقرام"

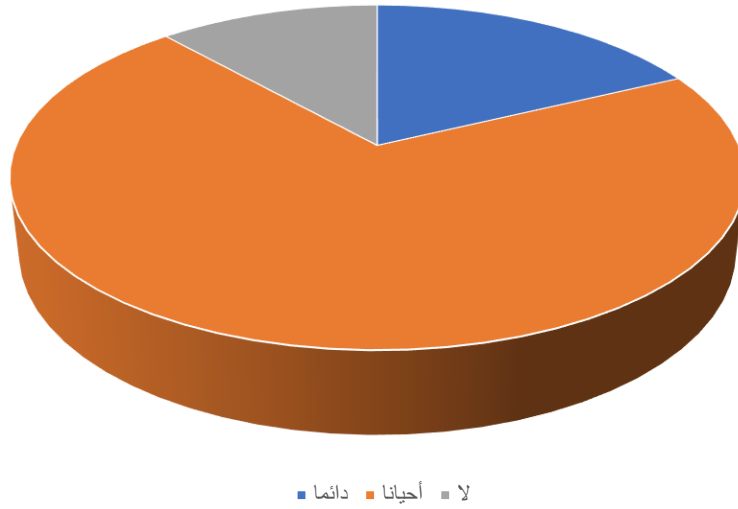


الجدول (19) : يمثل راي الشباب الجامعي في الاعمال المنشورة على "الانستقرام" التي تحت على العمل التطوعي.

النسبة	التكرار	
20%	20	دئما
79%	79	احيانا
13%	13	لا
100%	100	المجموع

من خلا الجدول (19) اعلاه وبالنظر الي تكرارات افراد عينة الدراسة والبالغ عددهم 100 مفردة يمثل راي الشباب الجامعي في الاعمال التطوعية المنشورة على "الانستقرام" حيث بلغت اعلى نسبة ب79% وذلك راجع الي اهتمامه بالعمل التطوعي وفي المرتبة الثانية بلغت نسبة الاجابة ب دائما 20% وفي الاخير كانت الاجابة بلا بنسبة 13% .

راي الشاب الجامعي في الاعمال المنشورة على "الانستقرام" التي تحت على العمل التطوعي.



المحور الثالث : طريقة استخدام "الانستقرام"

الجدول (20) :يمثل طريقة استخدام الشاب الجامعي لموقع التواصل الاجتماعي "الانستقرام".

ابدا		أحيانا		دائما		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
15%	15	45%	45	40%	40	انشر الافكار التطوعية في الانستقرام على صفحتي
15%	15	45%	45	14%	14	شاركت في عمل تطوعي تعرضت اليه عبر الانستقرام
6%	6	58%	58	36%	36	اتابع صفحات لجهات رسمية وخيرية في الانستقرام
2%	2	18%	18	80%	80	استخدمه في فترات الانتظار
20%	20	27%	27	53%	53	اتابع فقط الاهل والاصدقاء
100%	100	100%	100	100%	100	المجموع

من خلا الجدول (19) اعلاه وبالنظر الي تكرارات افراد عينة الدراسة والبالغ عددهم 100 مفردة انه في استخدام الانستقرام من طرف الشاب الجامعي في نشر الافكار التطوعية على صفحت الخاصة والتي قدرت ب 45% وكانت اجابتهم احيانا ،اما 58% فقد كانت اجابتهم في المشاركة في العمل التطوعي الذي تعرض اليه في الانستقرام احيانا ،اما 15% فقد كانت اجابتهم ابا وذلك يرجع اي البعد عن مؤسسة الاعمال التطوعية ، في حين ان 80% من الشباب دائما ما يستخدموه في اوقات الانتظار وذلك يكون في اغلب الاوقات للقضاء على وقت الفراغ ، وبنسبة 53% من المستخدمين لتطبيق دنما ما يقومون بمتابعة الاهل والاصدقاء.

نتائج الدراسة الميدانية :

من خلال عرض ومناقشة وتفسير نتائج الدراسة ، تكون الدراسة الحالية قد حققت الي حد بعيد اهدافها ، من حيث اسفرت النتائج على وجود العمل التطوعي لدى الشاب الجامعي ، ويمكن ذكر النتائج التي توصلت اليها الدراسة الحالية كالآتي :

- ان اغلب افراد عينة الدراسة هم من فئة الاناث وبنسبة تقد ب 57% ونسبة الذكور قدرت ب 43% منهم نسبة 55 يقسمون بالمدينة ويتراوح اعمارهم من 18-24 بنسبة قدرت ب 76%

- واكدت الدراسة ان نسبة 80% من الشباب الجامعي يستخدمون موقع الانستقرام منذ اكثر من سنتين . واطهرت الدراسات ان المجموعات التي يتفاعل معها الشاب الجامعي معروفة الهوية بنسبة 86%

- بينت الدراسة ان الشاب الجامعي يتفاعل مع المجموعات التي تقوم بنشر الاخبار وذلك بنسبة 32.5% ، ويكون المكان المفضل لديه في تصفح موقع التواصل الاجتماعي الانستقرام بنسبة 60% يستخدم هاتفه الذكي بنسبة قدرت ب 95%

- كما اكدت الدراسات ان معدل استخدامه للانستقرام يوميا وبنسبة 57% وذلك اكثر من 3 ساعات في اليوم في حين انه يفضل وقت الليل في تصفح موقعه ليلا وبنسبة قدرت ب 35,2%

- واطهرت الدراسات ايضا ان الشاب الجامعي لديه فعاليات في متابعة الاعمال التطوعية عبر الانستقرام و قدرت بنسبة 59%

- كما اوضح انه يعتمد على موقع التواصل الاجتماعي الانستقرام في متابعة الاعمال التطوعية وذلك لسعة انتشاره و قدرت النسبة ب 34.2% في حين اكدو ان الاعمال التطوعية التي تستهويهم هي مساعدة المعاقين .

- بينت نتائج الدراسة ان الشاب الجامعي يستخدم موقع التواصل الاجتماعي الانستقرام في فترات الانتظار وحيث قدرت بنسبة 80% ، اما 15% فقد كانت اجابتهم ابدا وذلك يرجع اي البعد عن مؤسسة الاعمال التطوعية

خاتمة

لقد جاءت هذه الدراسة في مجملها محاولة لكشف ودراسة دور الانستقرام في تحفيز الشباب الجامعي على العمل التطوعي، ومستوى متابعة الشباب الجامعي مواقع التواصل الاجتماعي وطبيعة الموضوعات التي يفضل الشباب الجامعي متابعتها والاطلاع عليها عبر الانستقرام ، وطبيعة مشاركته في الاعمال التطوعية التي يطرحها الانستقرام ومدى اعتماد الشباب الجامعي على موقع التواصل الاجتماعي الانستقرام في نشر العمل التطوعي ونوع العمل التطوعي الاكثر انتشارا على موقع التواصل الاجتماعي الانستقرام ، لذلك فالحقائق المستخرجة من الدراسة الحالية لا يمكن تعميمها الا على مجتمع الدراسة، وفي الحدود الزمنية المحددة، لان الظاهرة الانسانية تتغير باستمرار بسبب تغير الأوضاع الاجتماعية، وعدم التجانس في الظواهر الاجتماعية .

وتبين من خلال دراستنا ان الشباب الجامعي الذي يستخدم موقع التواصل الاجتماعي "الانستقرام" لديه فعاليات في العمل التطوعي ، حيث قامت تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة، "الانستقرام" بكفاءة عالية باعتباره فتح المجال امام الاشخاص الراغبين في العمل التطوعي .

قائمة المراجع

قائمة المصادر والمراجع :

اولا :المصادر

- القرآن الكريم

قوله تعالى {ومن تطوع خيرا فهو خير له} (البقرة:184)، وقوله تعالى {ومن تطوع خيرا فإن الله شاكر عليم} (البقرة:158)

ثانيا : المراجع باللغة العربية

- حسن عماد مكايو و ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط8 ق، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2009

- محمد منير حجاب، نظريات الاتصال، القاهرة ط 10، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2010
- ملفين دي فلو، ساندر بول روكيش، نظريات الإعلام، ط1، الأردن، دار الأمل للنشر والتوزيع، 1994،

- السيد بهنسي، الاتجاهات البحثية الحديثة لدور وسائل الاتصال في التكوين المعرفي للطفل، مجلة كلية التربية النوعية، المجلد الأول، العدد 1، مصر، مايو 1998

- منصور الرفاعي عبيد، العمل الاجتماعي: تطوع عطاء، الطبعة الأولى، القاهرة، مركز الكتاب للنشر، 2008.

- بشار محمد أديب كساب، العمل الخيري الخليجي خلال عام 1430 هـ، الطبعة الأولى، المملكة العربية السعودية، المركز الدولي الأبحاث والدراسات - مداد، 2010

- دانة عبدالإله اليوسف، المسئولية الاجتماعية لوسائل الإعلام في مواجهة العنف لدى المراهقين من وجهة نظر الجمهور

- بشار عبدالرحمن مطر، دور الراديو والتلفزيون في تشكيل معارف واتجاهات النخبة اليمنية نحو القضايا السياسية، رسالة دكتوراه جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2007

- محمد عبدالحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتاب، القاهرة، 2004

- سلامة محمد الحدي، دور الصحف المحلية في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو قضايا الفساد والأجهزة الرقابية في مملكة البحرين، الجامعة الأهلية، دراسة ماجستير البحرين، 2012

- حسن عماد مكاوي وليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط4، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 200،
المواقع الإلكترونية :

- موسوعة ويكيبيديا وقت الدخول الأحد 18 ابريل 2019 الساعة 8 مساء <http://ar.wikipedia.org>

- قصة نجاح الانستقرام، <http://clix.3abber.com/post/204575>، وقت الدخول الاثنين 19 ابريل 2019 الساعة 8:04 مساء

- مؤسس انستقرام يتحدث حول بدايات نشأة التطبيق، <http://alinstagram.com/?p=3427>، وقت الدخول الاثنين 19 ابريل 2019، 08:05 مساء

- Business Benefits Of Using Instagram, Post on ،Lenkalstvanova
<http://www.koozai.com/blog/social-media/6-key-benefits-using-nstagram-business/>، 16th Jun 2014

- موقع تسعة <http://www.ts3a.com>، وقت الدخول الاثنين 19 يناير 2019 الساعة 9 مساء، وموقع سر التقنية، <http://xenutech.blogspot.com> وقت الدخول الاثنين 19 يناير 2019 الساعة 9:45

- Dean Marsden, 10 Examples of Awesome Vine and Instagram Video Marketing, 23rd Apr 2014
<http://www.koozai.com/blog/social-edia/video-marketing/examples-awesome-vine-instagram-video> وقت الدخول الأحد 22 ابريل الساعة 10 مساء
- marketing

- A Review on Instagram, Grace Feliciano previous reference What are its advantages and disadvantages?, lauravinolas, Posted on March 4, 2019

- [http:// alwaei .com /topics/view / article_new.php ?sdd = 2898&issue=52](http://alwaei.com/topics/view/article_new.php?sdd=2898&issue=52)

الملاحق

الملحق (1)

جامعة محمد بوضياف المسيلة
كلية العلوم الانسانية والاجتماعية
قسم علوم الاعلام والاتصال

استمارة استبيان حول :

دور الانستقرام في تحفيز الشاب الجامعي على العمل التطوعي

تحت اشراف :

بالخيرى

من اعداد:

- موهون فريال
- وقاف نورة
- مقران خولة
- حتحات زهرة

ملاحظة :ضع علامة (X) امام العبارة المناسبة

السنة الجامعية :2018/2019

- البيانات الشخصية :

1. الجنس :

ذكر () انثي ()

2. مكان الإقامة:

المدينة () الريف ()

3. السن : (18-24) سنة () (25-30) سنة () اكثر من 30 سنة ()

4. المستوى الدراسي :

سنة ثانية ليسانس ()

سنة ثالثة ليسانس ()

سنة اولى ماستر ()

سنة ثانية ماستر ()

المحور الاول: دوافع استخدام الانستقرام.

5. هل تستخدم الانستقرام ()

نعم () لا ()

اذا كان جوابك ب"نعم":

6. منذ متى وانت تستخدم الانستقرام؟

اقل من سنة () منذ سنة () منذ سنتين () اكثر من سنتين ()

7. ماهي طبيعة المجموعات المتفاعل معها؟

غير معروفة الهوية () معروفة الهوية ()

8. في اي مكان تتصفح حسابك في الانستقرام؟

في البيت () في الجامعة () في المقهى الافتراضي الانترنت () في العمل ()

9. ماهي الوسائل التي تستخدمها لدخولك لحسابك في الانستقرام؟

الهاتف المحمول () اللوحة الالكترونية tablet () الحاسوب الشخصي ()
الحاسوب الذاتي ()

10 . ما هو معدل استخدامك للانستقرام؟

يومياً () مرة في الاسبوع () اكثر من مرة في الاسبوع ()

11 . ما هو معدل استخدامك للانستقرام؟

اقل من ساعة () من 1_3 ساعات () اكثر من 3 ساعات ()

12 . ما هو الوقت المفضل لتصفحك الانستقرام؟ (يمكنك الاجابة على اكثر من اقتراح)

صباحاً () ظهراً () مساءً () ليلاً () حسب الظروف ()

13 . ماهي المضامين التي تتصفحها على الانستقرام؟ (يمكنك الاجابة على اكثر من اقتراح)

اجتماعية () ثقافية () البحث العلمي ()

تبادل الصور () الاعلانات () اخرى تذكر

المحور الثاني : علاقة الانستقرام بالعمل التطوعي .

14 . هل تعتمد على الفعاليات التطوعية عبر الانستقرام؟

نعم () لا ()

15 . هل تعرفت على اشخاص مهتمين في العمل التطوعي؟

نعم () لا ()

16 . هل تعتمد على الانستقرام في نشر العمل التطوعي؟

لان المعلومات تتمتع بالمصداقية ()

سرعة وسهولة الوصول اليها ()

متميزة في نشر الخبر ()

لسعة انتشاره ()

17 . هل شاركت في الاعمال التطوعية المنشورة عبر الانستقرام؟

() لا

() نعم

18. ماهي الاعمال التوعوية التي تستهويك عبر الانستقرام ؟

() الايتام

() المعاقين

() مساعدة الفقراء والمحتاجين

() التبرع بالدم

() تنظيف المساجد

19. ما هو رأيك في الاعمال المنشورة على الانستقرام هل تحتك على العمل التطوعي ؟

() دائما

() احيانا

() لا

20. هذه بعض العبارات حول طريقة استخدامك للانستقرام ، برجاء تحديد موقفك منها ؟

الرقم	العبارات	دائما	احيانا	ابدا
1	انشر الافكار التطوعية في الانستقرام على صفحتي			
2	شاركت في عمل تطوعي تعرضت اليه عبر الانستقرام			
3	اتابع صفحات لجهات رسمية وخيرية في الانستقرام			
4	استخدمه في فترات الانتظار			
5	اتابع فقط الاله والاصدقاء			

الفهرس

شكر وتقدير

فهرس المحتويات

قائمة الجداول

قائمة الملاحق

أ - ب

مقدمة

الفصل الاول : الاطار المنهجي للدراسة

- | | |
|----|---------------------------------|
| 04 | 1. اشكالية الدراسة وتساؤلاتها |
| 05 | 2. اهمية الدراسة |
| 05 | 3. اهداف الدراسة |
| 06 | 4. تحديد مفاهيم الدراسة |
| 08 | 5. نوع الدراسة ومنهجها |
| 09 | 6. ادوات جمع البيانات |
| 09 | 7. مجتمع البحث وعينت الدراسة |
| 09 | 8. الاساليب الاحصائية المستخدمة |
| 09 | 9. المدخل النظري للدراسة |

الجانب النظري

الفصل الثاني: الاعلام الجديد (الانستقرام)

- | | |
|----|-------------------------------|
| 15 | اولا: الانستقرام ونشاتها |
| 16 | خطوات انشاء حساب "الانستقرام" |
| 17 | خصائص الانستقرام |

- 19 ايجابيات وسلبيات الانستقرام
20 ثانيا: العمل التطوعي
20 العمل التطوعي في الاسلام
21 مجالات العمل التطوعي
22 انواع العمل التطوعي
23 العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي " الانستقرام "

الجانب الميداني

- 26 التحليل الكمي والكيفي
30 دوافع استخدام الانستقرام
39 علاقة الانستقرام بالعمل التطوعي
45 طريقة استخدام الانستقرام
46 نتائج الدراسة الميدانية
49 خاتمة
قائمة المراجع
الملاحف
فهرس الموضوعات

قائمة الجداول

الصفحة	العنوان	رقم
26	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس	01
27	توزيع افراد العينة على مكان الاقامة	02
28	توزيع افراد العينة حسب متغير السن	03
29	توزيع عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي	04
30	استخدم الشاب الجامعي لموقع " الانستقرام "	05
31	مدة استخدام الشاب الجامعي لموقع " الانستقرام "	06
32	طبيعة المجموعات التي يتفاعل معها الشاب الجامعي اثناء استخدامه موقع " الانستقرام "	07
33	المكان الذي يتصفح فيه الطالب الجامعي " الانستقرام "	08
34	الوسائل التكنولوجية المستخدمة من طرف الشاب الجامعي لدخوله الي حسابه في " الانستقرام "	09
35	معدل استخدامه للانستقرام .	10
36	المدة الزمنية التي يقضيها الشاب الجامعي في تصفح موقع التواصل الاجتماعي " الانستقرام "	11
37	يمثل الوقت الذي يفضله الشاب الجامعي في تصفح موقع التواصل الاجتماعي " انستقرام "	12
38	المضامين التي يتصفحها الشاب الجامعي عبر موقع " الانستقرام "	13
39	اعتماد الشاب الجامعي ومتابعة الفعاليات التطوعية عبر " الانستقرام "	14
40	تعرف الشاب الجامعي على اشخاص مهتمين بالعمل التطوعي .	15
41	اعتماد الشاب الجامعي على موقع " الانستقرام " في نشر العمل التطوعي	16
42	مشاركة الشاب الجامعي في الاعمال التطوعية عبر " الانستقرام "	17
43	الاعمال التطوعية التي تمتهوي الشاب الجامعي عبر موقع التواصل الاجتماعي " الانستقرام "	18
44	راي الشاب الجامعي في الاعمال المنشورة على " الانستقرام " التي تحث على العمل التطوعي.	19
45	طريقة استخدام الشاب الجامعي لموقع التواصل الاجتماعي " الانستقرام " .	20

ملخص :

هدفت هذه الدراسة الي التعرف على دور الانستقرام في تحفيز الشاب الجامعي على العمل التطوعي ، لدي عينة طلبة جامعة المسيلة قسم علوم الاعلام والاتصال ومستوى متابعة الشاب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي ، وطبيعة الموضوعات التي يفضل الطالب الجامعي الاطلاع عليها عبر الانستقرام ، ومدى تأثير الطالب الجامعي بما ينشر من خلال الانستقرام ، ونمط تفاعلهم مع الاعمال التطوعية المنشورة او التي يطرحها الانستقرام ، واسباب الاعتماد على موقع الانستقرام في نشر العمل التطوعي ، ونوع العمل الاكثر انتشارا على موقع الانستقرام حسب رأى الطالب الجامعي . وصولا الي اهم النتائج التي اكدت في مجملها ان الطالب الجامعي مهتم لما ينشر من اعمال تطوعية عبر موقع التواصل الاجتماعي الانستقرام .

Résumé:

L'objectif de cette étude était d'identifier le rôle d'Instagram dans la motivation des jeunes à faire du bénévolat dans l'échantillon d'étudiants de l'Université de M'sila, département des sciences de l'information et de la communication, et le niveau de suivi de la jeune université sur les sites de réseaux sociaux, la nature des sujets choisis par l'étudiant, Et le type de travail le plus répandu sur le site d' Instagram selon l'opinion de l'étudiant universitaire. T a confirmé dans son intégralité l'étudiant intéressé par ce que les œuvres publiées de volontaires sur le site de réseautage social A Instagram.