



دور الإعلام الرقمي في تنمية العمل التطوعي في المملكة العربية السعودية
The role of digital media in the development of volunteering in the
kingdom of Saudi Arabia
A field study on a sample of the Saudi society

اعداد
دعاء طويرقي (٢٢١٠٠١٨٥٧) - فارس المطرف (٢٢١٠٠٠٥٥٧) - نورة السعيدان (٢٢١٠٠٠٨٤١)
اشراف
د. مهيتاب الرافعي

دور الإعلام الرقمي في تنمية العمل التطوعي في المملكة العربية السعودية

دراسة ميدانية على عينة من المجتمع السعودي

الملخص

هدف البحث الحالي إلى التعرف على دور الإعلام الرقمي في تنمية العمل التطوعي في المملكة العربية السعودية. اعتمدت الدراسة المنهج الاستقصائي لتحقيق أهداف البحث والتحقق من الفرضيات المطروحة، حيث تم الاعتماد على المصادر المتاحة والمعلومات المقدمة من الدراسات السابقة والمراجع ذات الصلة. وقد تم إجراء دراسة ميدانية على عينة من المجتمع السعودي لتحقيق أهداف البحث، وذلك بتوزيع استبيان لجمع البيانات من عينة من العاملين في المنظمات غير الربحية وقوائم المستفيدين من خدماتها، وتم تحليل تلك البيانات باستخدام حزمة برامج إحصائية (SPSS) للوصول إلى النتائج. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها أن زيادة الوعي التكنولوجي والتوعية بأهمية العمل التطوعي عبر الإعلام الجديد تؤدي إلى زيادة مشاركة الجمهور السعودي في العمل التطوعي، كما اتضح أن استخدام الإعلام الجديد لتعزيز ثقافة العمل التطوعي يساهم في تعزيز الوعي والتفاعل مع فرص التطوع وزيادة عدد المتطوعين في المجتمع السعودي. وبناء على تلك النتائج فقد خرجت الدراسة بمجموعة من التوصيات.

الكلمات المفتاحية: الإعلام الرقمي، العمل التطوعي، المملكة العربية السعودية، الإعلام الجديد، الجمهور السعودي.

Abstract

The current research aims to identify the role of digital media in the development of volunteer work in the Kingdom of Saudi Arabia. The study adopted the survey method to achieve the research objectives and verify the hypotheses put forward, as it relied on available sources and information provided by previous studies and relevant references. A field study was conducted on a sample of Saudi society to achieve the objectives of the research, by distributing a questionnaire to collect data from a sample of workers in non-profit organizations and lists of beneficiaries of their services, and this data was analyzed using a statistical software package (SPSS) to reach the results. The study reached several results, the most important of which is that increasing technological awareness and raising awareness of the importance of volunteer work through new media leads to an increase in the participation of the Saudi public in volunteer work. Saudi. Based on these results, the study came out with a set of recommendations.

Keywords: digital media, voluntary work, the Kingdom of Saudi Arabia, new media, the Saudi public.

تطور الإعلام الرقمي بشكل كبير في السنوات الأخيرة، وأصبح الأكثر فاعلية في توصيل المعلومات ونشرها، مما ساهم في تطوير مجالات الحياة، وخاصة فرص التطوع، والمساهمة في تنمية المجتمع وتعزيز القيم الاجتماعية وكما أنه جزء مهم من النهضة السعودية الاستثنائية، وأوضحت العلاقة المتبادلة بين تطور التقنيات في العالم الرقمي وزيادة القدرة الاستيعابية في المجتمع، واتضح أن تعريفات التطوع تتفق على هذه الحقيقة، وهو عمل شخصي وجهود مواطن من أجل العمل دون عقاب، مثل المساعدة في النادي والمؤسسات التعليمية والصحية (مؤسسة محمد بن سلمان، الشكل خصائص مستقبل المملكة العربية السعودية، التنوير).

وتشهد المجتمعات الحديثة ظاهرة تنامي استخدام تقنيات الاتصال الإلكتروني، ويعد الإعلام الجديد أحد هذه الظواهر، ويتسم بالعديد من الخصائص ومنها التفاعلية، والتزامنية، والكونية، إذ أصبحت بيئة الاتصال بيئة عالمية تتخطى حواجز الزمان والمكان. ونتيجة اندماج الوسائط الإلكترونية في الإعلام الجديد نتج عنه استخدام كافة وسائل الاتصال، مثل: النصوص، والصوت، والصورة الثابتة، والصورة المتحركة، والرسوم البيانية ثنائية وثلاثية الأبعاد (الشميمري، ٢٠١٠).

فمن الناحية المفاهيمية، العمل التطوعي يحسن ويزيد الرفاهية العامة للمجتمع، فمن خلال ذلك يجب أن تدعم الشبكات الاجتماعية العمل التطوعي وتعززه عبر الشبكات الاجتماعية مثل Facebook و Twitter. وبالنظر إلى هذه الخصائص، إذ تمكن العالم الجديد من تحويل العديد من القضايا المهمة بعد أن تناولتها إلى قضايا للرأي العام ولفت انتباه المجتمع إليها، يقال أنه لن ينجح أي طرف يخدم مصالحهم في المستقبل القريب سوى المواطنين الذين ليس لديهم خطة واضحة للانخراط في حركة العالم الجديد. ومن هنا تم تحديد مشكلة البحث وتسعى الدراسة الحالية إلى تحديد دور الإعلام العالمي الجديد في تشكيل المعرفة ومواقف الجمهور السعودي تجاه التطوع من أجل تقييم هذا الدور وتحديد الرؤية المستقبلية للعلاقة العالمية الجديدة التي تدعم ثقافة التطوع. (العمل التطوعي وتأثيره على الجمهور، المرسال).

وتتصدر المملكة العربية السعودية قائمة الدول الرائدة في العمل التطوعي، حيث اهتمت بأعمال الخير والإغاثة في كافة مناطق المملكة، وتعدت حدودها إلى أماكن كثيرة حول العالم، برعاية واهتمام من القيادة السعودية الرشيدة ومشاركة واعية من جهات وأفراد المجتمع. وقد سارع القطاع الخاص السعودي إلى أداء دوره الاجتماعي إلى جانب دوره الاقتصادي في تحقيق رؤية المملكة ٢٠٣٠ (البقمي، ٢٠١٣).

وفيما يتعلق بمستوى الاهتمام بالعمل التطوعي، ثبت وجود اهتمام من الجمهور السعودي بمتابعة العمل التطوعي ومكاملته مع رؤية ٢٠٣٠ في رحلة التمكين التي أطلقتها الرؤية (التقرير السنوي للرؤية من عام ٢٠١٦ وحتى عام ٢٠٢٢، أمي ج. كونولي، ص. ١). ومع ذلك، واجه القطاع تحديات في مراحل الأولوية حالت دون تحقيق الأهداف المرجوة منه، ومن بين هذه التحديات نجد قلة الوعي لدى المجتمع بأهمية ودور العمل التطوعي (سمية بوحادة، ص. ٨).

وتأتي أهمية هذه الدراسة في الكشف عن قلة الوعي التكنولوجي وضرورة العمل التطوعي في مفاضلات القبول للترقيات والتخصصات. كما ستلقي الدراسة الضوء على دور المنظمات غير الربحية في منطقة الرياض في تحقيق التنمية الاجتماعية المستدامة بما يتوافق مع الرؤية الوطنية ٢٠٣٠. وستستخدم الدراسة منهجية المسح الاجتماعي بأسلوب المسح الشامل للعاملين في المنظمات غير الربحية، وكذلك المستفيدين من خدماتها (مؤسسة الملك خالد، الشمول المالي).

تعتبر العمل التطوعي من المواضيع المهمة والمحورية في المجال الاجتماعي والتنموي، وقد استوقف الكثير من الباحثين والمهتمين لاستكشاف دوره وأثره على المجتمع. يتضح ذلك من الدراسات السابقة التي تناولت هذا الموضوع وناقشته بأبعاده المختلفة. في ما يلي مراجعة موجزة للأدب المتعلق بدور الإعلام الجديد في دعم ثقافة العمل التطوعي في المجتمع السعودي:

١-الشميمري (٢٠١٠): في دراسته، استعرض الشميمري أهمية التطور التكنولوجي في الإعلام الجديد وتأثيره على توسع وسائل الاتصال. وأشار إلى التفاعلية والتزامنية والكونية للإعلام الجديد، وأثره على تجاوز حواجز الزمان والمكان. (الشميمري، ٢٠١٠)

٢-مؤسسة محمد بن سلمان، رؤية مستقبل السعودية، اضاءات: تركز هذه المؤسسة على استخدام الإعلام الجديد ووسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز العمل التطوعي وتشجيع المواطنين على المشاركة فيه. تؤكد على أهمية توفير قنوات تواصل فعالة من خلال فيسبوك وتويتر لدعم وتعزيز العمل التطوعي. (مؤسسة محمد بن سلمان، رؤية مستقبل السعودية، اضاءات)

٣-العمل التطوعي وتأثيره على الجمهور، المرسال: تسلط هذه الدراسة الضوء على العمل التطوعي وأثره على الجمهور. تستعرض تجربة العمل التطوعي في المؤسسات الجمعية والتعليم والمراكز الصحية، وتؤكد على أهمية العمل التطوعي في تحسين وتعزيز رفاهية المجتمع. (العمل التطوعي وتأثيره على الجمهور، المرسال)

٤-البقمي (٢٠١٣): يستعرض البقمي في دراسته الدور الريادي للمملكة العربية السعودية في العمل التطوعي، ويسلط الضوء على الاهتمام الذي توليه القيادة السعودية والمشاركة المستدامة من القطاعات الاجتماعية والاقتصادية. كما يعكس الدور المحوري للقطاع الخاص في دعم العمل التطوعي وتحقيق الأهداف الوطنية. (البقمي، ٢٠١٣)

٥-التقرير السنوي للرؤية من عام ٢٠١٦ وحتى عام ٢٠٢٢، أمي ج. كونولي: يستعرض التقرير السنوي للرؤية التحولات والتطورات المتعلقة بتعزيز العمل التطوعي في المجتمع السعودي. يسلط الضوء على اهتمام الجمهور السعودي بمتابعة ودعم العمل التطوعي وتكامله مع رؤية ٢٠٣٠. (التقرير السنوي للرؤية من عام ٢٠١٦ وحتى عام ٢٠٢٢، أمي ج. كونولي)

٦-سمية بوحادة (بدون تاريخ): يتناول بحث سمية بوحادة قلة الوعي التكنولوجي والزامية العمل التطوعي في مفاضلات القبول للترقيات والتخصصات. يناقش التحديات التي تواجه المجتمع في تحقيق الأهداف المرجوة من العمل التطوعي. (سمية بوحادة)

٧-مؤسسة الملك خالد، الشمول المالي: تعنى هذه المؤسسة بتحقيق التنمية الاجتماعية المستدامة من خلال المنظمات غير الربحية في منطقة الرياض وتوفير الخدمات الصحية والرعاية، والتوعوية والدفاعية والتنموية. (مؤسسة الملك خالد، الشمول المالي). من خلال استعراض الأدب المتعلق بدور الإعلام الجديد في دعم ثقافة العمل التطوعي في المجتمع السعودي، يتضح أن هناك اهتمامًا متزايدًا بتعزيز العمل التطوعي وتحقيق الأهداف الاجتماعية والتنموية. وتسهم الدراسات السابقة في توجيه البحوث المستقبلية واستكشاف جوانب أخرى تتعلق بتأثير الإعلام الجديد على العمل التطوعي في المجتمع السعودي.

مشكلة البحث

يُعد الإعلام الرقمي كوكبة جديدة في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور السعودي نحو العمل التطوعي فمحركات البحث العامة تضع الفرد في إطار العمل التطوعي من دون وعي بحجم أهمية هذا العمل وتحديد الرؤية المستقبلية للمملكة العربية السعودية وعلاقة الإعلام الجديد بدعم العمل التطوعي في المجتمع السعودي.

أطلقت المملكة العربية السعودية منصة العمل التطوعي في ٢٠١٩ عبر الموقع الإلكتروني ليتمكن الجمهور من التعزيز ورفع التوعية التكنولوجية و التطوعية ، سيساعد حتما في التنمية بمجال العمل التطوعي ، ومن هذا المنطلق يستكشف حقيقة المشكلة حول قلة الوعي التكنولوجي الذي يمثل تحديا في تعزيز العمل التطوعي باستخدام وسائل الاعلام الجديدة ، ورغم أهمية المجتمع السعودي للعمل التطوعي الا انه يتطلب توجيه الجهود وتعزيز الثقافة التطوعية بغض النظر عن مكانته عبر المنظمات غير الربحية او المراكز الصحية وحتى الجمعيات التطوعية .

وفي ظل مواكبة المنصات الرقمية يعتمد المتطوعين على وسائل التواصل الاجتماعي للتواصل مع الجمهور وقد يواجه صعوبة في الوصول إلى جمهور أوسع خارج المنصات الرقمية وذلك لعدم وعي الأفراد بالتقنية، ومما لا شك أن ضعف البنية التحتية التقنية قد تواجه صعوبات نحو العمل التطوعي لإنتاج المحتوى وجودة العمل التطوعي. ومن هذا التوجيه يستلزم على المتطوعين ساعات لاكتساب المهارات اللازمة للمهن المستقبلية وللحصول على مراتب اعلى.

من خلال تحديد هذه المشكلة البحثية، ستساهم الدراسة في الكشف عن التحديات وتوجيه الجهود لتعزيز العمل التطوعي في المجتمع السعودي باستخدام الإعلام الجديد وتحقيق أهداف الرؤية الوطنية ٢٠٣٠ (البقم)

تساؤلات الدراسة

- ١- هل يؤثر الإعلام الجديد ووسائل التواصل الاجتماعي بشكل إيجابي على تعزيز ثقافة العمل التطوعي في المجتمع السعودي؟
- ٢- كيف يمكن للتقنيات الحديثة المستخدمة في الإعلام الجديد أن تسهم في جذب المتطوعين وزيادة التفاعل مع الفعاليات التطوعية؟
- ٣- ما هي دور المؤسسات الحكومية والقطاع الخاص في دعم وتعزيز العمل التطوعي في المملكة العربية السعودية؟
- ٤- هل يسهم استخدام الإعلام الجديد ووسائل التواصل الاجتماعي في تحسين التواصل بين المتطوعين والمنظمات غير الربحية؟
- ٥- ما هي التحديات التي تواجه العمل التطوعي في ظل الإعلام الجديد، وكيف يمكن التغلب عليها؟
- ٦- هل تختلف مستويات التواصل والتفاعل مع العمل التطوعي بين الفئات المختلفة في المجتمع السعودي؟ وإن كان الأمر كذلك، فما هي العوامل التي تؤثر على ذلك؟
- ٧- هل يساهم استخدام الإعلام الجديد ووسائل التواصل الاجتماعي في تحفيز المزيد من المنظمات غير الربحية على تنظيم الفعاليات التطوعية وتوفير فرص المشاركة للمتطوعين؟
- ٨- كيف يمكن تعزيز الوعي التكنولوجي والتثقيف حول فوائد الإعلام الجديد وتكنولوجيا الاتصال في دعم العمل التطوعي في المملكة العربية السعودية؟
- ٩- ما هي التوصيات والإجراءات الفعالة التي يمكن اعتمادها لتحسين أداء العمل التطوعي وزيادة مشاركة المجتمع في هذه المبادرات؟
- ١٠- كيف يمكن تعزيز الشراكة بين المؤسسات غير الربحية والجهات الحكومية والقطاع الخاص من أجل دعم العمل التطوعي وتحقيق أهداف التنمية الاجتماعية المستدامة في المملكة العربية السعودية؟

أهداف البحث

يسعى البحث الحالي إلى التعرف على دور الإعلام الرقمي في تنمية العمل التطوعي في المملكة العربية السعودية، وذلك من خلال تحقيق الأهداف التالية:

زيادة الوعي: الإعلام الرقمي يمكن أن يُستخدم لزيادة الوعي حول أهمية العمل التطوعي وما يقدمه من فوائد للمجتمعات المحلية والوطنية في السعودية.

تعزيز المشاركة: من خلال نشر الفرص التطوعية والمبادرات المحلية، يمكن للإعلام الرقمي أن يشجع مزيدًا من الأشخاص على المشاركة في الأنشطة التطوعية.

تقديم التدريب والتعليم: يمكن استخدام الإعلام الرقمي كأداة تعليمية لتوفير التدريبات والدورات التعليمية للمتطوعين الحاليين والمحتملين.

توفير منصة للتواصل والتعاون: الإعلام الرقمي يمكن أن يوفر منصة للمتطوعين للتواصل والتعاون وتبادل الأفكار والأفصليات.

تقييم وتوثيق الجهود التطوعية: يمكن للإعلام الرقمي أن يساعد في تقييم وتوثيق الجهود التطوعية، وتبسيط الضوء على النجاحات والتحديات.

إن تناول هذه الأهداف بشكل متكامل يمكن أن يساهم في تعزيز العمل التطوعي في السعودية ويحقق أكبر قدر من الفائدة للمجتمع.

يتجلى أهمية هذا البحث في التعمق في فهم دور الإعلام الجديد وتأثيره في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور السعودي نحو العمل التطوعي. من خلال إبراز الأبعاد المختلفة للعمل التطوعي وتقييم الدور الذي يلعبه الإعلام الجديد في تعزيز ثقافة المشاركة المجتمعية، يمكن تحقيق المزيد من الفوائد والمكاسب للمجتمع السعودي. ومن بين الأهمية الرئيسية للبحث:

١- **زيادة الوعي والتوعية:** يوضح البحث السابق (سمية بوحادة) أن هناك حاجة لزيادة الوعي التكنولوجي والتوعية بأهمية العمل التطوعي. يعد الإعلام الجديد ووسائل التواصل الاجتماعي منصة فعالة لنشر المعلومات وتوعية الجمهور بفوائد وأهمية المشاركة التطوعية.

٢- **تعزيز الثقافة التطوعية:** يلعب الإعلام الجديد دوراً حيوياً في تعزيز ثقافة العمل التطوعي في المجتمع. بتوفير محتوى متخصص وقصص نجاح للمتطوعين وتسليط الضوء على الفرص التطوعية المتاحة، يمكن تحفيز المزيد من الأفراد على المشاركة وتعزيز الوعي بأهمية العمل التطوعي.

٣- **تحقيق أهداف الرؤية الوطنية ٢٠٣٠:** يندرج هذا البحث ضمن إطار تحقيق أهداف الرؤية الوطنية ٢٠٣٠ في المملكة العربية السعودية. باعتبار العمل التطوعي من أهداف الرؤية، يمكن للبحث أن يساهم في تعزيز ثقافة المشاركة المجتمعية وتحقيق التنمية المستدامة.

٤- **توجيه الجهود وتحسين العمل التطوعي:** يمكن أن يقدم البحث المعرفة اللازمة لتوجيه الجهود وتحسين العمل التطوعي في المجتمع السعودي. من خلال فهم دور الإعلام الجديد وفعالية استخدامه في دعم ثقافة العمل التطوعي، يمكن تحسين الاستراتيجيات وتوجيه السياسات المتعلقة بالتطوع.

من خلال هذه الأهمية، يساهم البحث في تعزيز ثقافة العمل التطوعي وتحقيق أهداف التنمية المستدامة في المجتمع السعودي. وبتوجيه الجهود وتحسين العمل التطوعي، يمكن تعزيز المشاركة المجتمعية وتحقيق التغيير الإيجابي المستدام.

فرضيات البحث

بناءً على المشكلة البحثية وأهمية الدراسة، يمكن تصويب البحث من خلال تحديد الفرضيات التالية:

١- **فرضية الوعي التكنولوجي:** يفترض أن زيادة الوعي التكنولوجي والتوعية بأهمية العمل التطوعي عبر الإعلام الجديد ستؤدي إلى زيادة مشاركة الجمهور السعودي في العمل التطوعي.

٢- **فرضية الثقافة التطوعية:** يفترض أن استخدام الإعلام الجديد لتعزيز ثقافة العمل التطوعي سيسهم في تعزيز الوعي والتفاعل مع فرص التطوع وزيادة عدد المتطوعين في المجتمع السعودي.

٣- **فرضية أهداف الرؤية الوطنية:** يفترض أن العمل التطوعي الذي يتم دعمه وتعزيزه عبر الإعلام الجديد سيساهم في تحقيق أهداف الرؤية الوطنية ٢٠٣٠، بما في ذلك تعزيز التنمية المستدامة وتعزيز المشاركة المجتمعية.

٤- **فرضية تحسين العمل التطوعي:** يفترض أن تحسين الاستخدام الفعال للإعلام الجديد سيؤدي إلى تحسين جودة وفعالية العمل التطوعي في المجتمع السعودي، بما في ذلك تنظيم الفعاليات وجذب المزيد من المتطوعين.

٥- **فرضية التأثير على القرارات:** يفترض أن استخدام الإعلام الجديد لدعم ثقافة العمل التطوعي سيؤثر على قرارات المجتمع وتوجهاته نحو العمل التطوعي، وسيعزز مشاركة المؤسسات والفردية في الجهود التطوعية. باستناد إلى هذه الفرضيات، يمكن للبحث أن يقوم بتحليل وتقييم الدور الفعال للإعلام الجديد في دعم ثقافة العمل التطوعي في المجتمع السعودي وتحقيق الأهداف الاجتماعية والتنمية.

منهجية البحث

تستخدم الدراسة الحالية منهجية استقصائية لتحقيق أهداف البحث والتحقق من الفرضيات المطروحة. تعتمد المنهجية على الاستناد إلى المصادر المتاحة والمعلومات المقدمة من الدراسات السابقة والمراجع ذات الصلة. وفيما يلي أدوات البحث المستخدمة:

مراجعة الأدبيات: تشمل استعراض موثوق به للدراسات والأبحاث السابقة في المجال ذات الصلة بتأثير الإعلام الجديد على العمل التطوعي في المجتمع السعودي. تم مراجعة المصادر الأكاديمية والمقالات والكتب المتعلقة بهذا الموضوع للحصول على الأدلة والمعلومات اللازمة.

المسوحات والاستبيانات: تم استخدام أدوات المسح والاستبيانات لجمع البيانات من الجمهور السعودي. ركزت هذه الأدوات على قياس الوعي التكنولوجي وتفاعل الجمهور مع العمل التطوعي ودور الإعلام الجديد في تشكيل معارفهم واتجاهاتهم نحوه.

تحليل البيانات: تم تحليل البيانات المجمعة من خلال تقنيات التحليل الكمي حيث تم استخدام معامل الارتباط لكرونباخ ألفا لقياس اعتمادية الأداة المستخدمة في الدراسة، والانحدار البسيط لاختبار العلاقات بين المتغير المستقل والمتغيرات التابعة.

العينة المختارة تهدف إلى تحقيق تمثيلية فعالة للمنظمات غير الربحية في منطقة الرياض. تم اختيار العينة بعناية باستخدام تقنيات العينة العشوائية للحصول على مجموعة تتميز بالتنوع والتمثيلية الجيدة للمجتمع الهدف. تم اتخاذ عدة خطوات لضمان تكافؤ فرص المشاركة لجميع العاملين في تلك المنظمات والمستفيدين من خدماتها. تم استخدام تقنيات العينة العشوائية البسيطة أو العشوائية المنتظمة لتحديد المشاركين في الدراسة. تم اختيار العينة بشكل عشوائي من قوائم العاملين في المنظمات غير الربحية وقوائم المستفيدين من خدماتها. كما تم استخدام العينة المتساوية الفرص لضمان أن جميع فئات المجتمع ممثلة بالتساوي. تم التأكد من أن حجم العينة يكفي لتحقيق مستوى معين من الدقة والثقة في النتائج. تم التعامل مع البيانات بحذر ودقة لضمان أن النتائج تعكس الواقع بشكل دقيق وموضوعي. يهدف استخدام العينة المختارة إلى تحسين قابلية تعميم النتائج على المجتمع الهدف وعلى المنظمات غير الربحية الأخرى في المنطقة. يمكن أن تساهم النتائج في تحديد نقاط القوة والضعف في العمل التطوعي وتوجيه جهود تعزيزه وتطويره.

وصف أفراد العينة:

تم وصف عينة الدراسة من خلال التكرارات والنسب المئوية، وذلك على النحو التالي:

الجدول رقم (١)
وصف عينة الدراسة وفق المعلومات العامة لأفراد الدراسة

المتغير	المستوى / الفئة	التكرار	النسبة المئوية %
العمر	٢٠ وأقل	٢	١.٥
	٢١-٣١	١٠	٧.٦
	٣٢-٤٢	٢٨	٢١.٢
	٤٣ فما فوق	٣٨	٢٨.٨
المجموع	-	١٣٢	١٠٠%
الجنس	ذكر	٢٦	١٩.٧
	أنثى	١٠٦	٨٠.٣
المجموع	-	١٣٢	١٠٠%

الجدول رقم (١)
وصف عينة الدراسة وفق المعلومات العامة لأفراد الدراسة

المتغير	المستوى / الفئة	التكرار	النسبة المئوية %
المنطقة	منطقة الرياض	٤٨	٣٦.٤
	منطقة الشرقية	٤	٣.٠
	منطقة المدينة المنورة	٤	٣.٠
	منطقة مكة المكرمة	٧٦	٥٧.٦
المجموع	-	١٣٢	٪١٠٠
الاهتمام بمجال التطوع	نعم	١٠	٧.٦
	لا	٤٨	٣٦.٤
	ربما	٧٤	٥٦.١
	-	١٣٢	٪١٠٠
هل تتطوع حالياً؟	نعم	٦٢	٤٧.٠
	لا	٣٠	٢٢.٧
	ربما	٤٠	٣٠.٣
	-	١٣٢	٪١٠٠
أي المجال التطوعي اتجهت؟	الصحي	٢٢	١٦.٧
	التعليمي	٢٤	١٨.٢
	الاجتماعي / الخيري	٤٤	٣٣.٣
	غيرها	١٤	١٠.٦
	لم يتم الإجابة عليها	٢٨	٢١.٢
	-	١٣٢	٪١٠٠

المصدر: مخرجات التحليل الإحصائي

يشير الجدول إلى أن أعلى نسبة من أفراد عينة الدراسة لمن كانت أعمارهم (٤٣ فما فوق) بنسبة بلغت (٢٨,٨ ٪) من أفراد العينة، تلاها الفئة العمرية (٣٢-٤٢) بنسبة بلغت (٢١,٢ ٪) من أفراد العينة، ومن ثم جاءت الفئة العمرية (٢١-٣١) بنسبة بلغت (٧,٦ ٪) من أفراد العينة، أما أقل نسبة فكانت للفئة العمرية (٢٠ وأقل) وبلغت (١,٥ ٪) أي شخصان فقط من أفراد العينة العاملين في المنظمات غير الربحية وقوائم المستفيدين من خدماتها. ويتضح من الجدول أعلاه أن نسبة الإناث بلغت (١٠,٦ ٪) من أفراد عينة الدراسة، أي بنسبة كبيرة كانت أكبر من نصف أفراد العينة، فيما بلغت نسبة الذكور (١٩,٧ ٪) من أفراد العينة العاملين في المنظمات غير الربحية وقوائم المستفيدين من خدماتها.

ويشير الجدول إلى أن (٥٧,٦٪) من أفراد العينة كانوا من منطقة مكة المكرمة، في حين أن (٣٦,٤٪) من أفراد العينة كانوا من منطقة الرياض، وكانت نسبة أفراد العينة من منطقة المدينة المنورة ومنطقة الشرقية قد بلغت (٣٪) بنسبة متساوية من العاملين في المنظمات غير الربحية وقوائم المستفيدين من خدماتها. وقد أظهرت نتائج الجدول أعلاه أن (٥٦,١٪) من أفراد العينة قد يكونوا مهتمين بمجال التطوع، في حين أن (٣٦,٤٪) منهم غير مهتمين، فيما بلغت نسبة المهتمين بمجال العمل التطوعي (٧,٦٪) فقط من أفراد العينة العاملين في المنظمات غير الربحية وقوائم المستفيدين من خدماتها. ويشير الجدول إلى أن (٤٧٪) من أفراد العينة قد تطوعوا حالياً، وأن (٣٠,٣٪) منهم ربما قد تطوعوا حالياً، فيما بلغت نسبة الغير متطوعين (٢٢,٧٪) من أفراد العينة العاملين في المنظمات غير الربحية وقوائم المستفيدين من خدماتها. أما بالنسبة للمتطوعين حالياً أو ربما قد تطوعوا حالياً، فقد أظهرت النتائج أن (٣٣,٣٪) من تطوعوا في مجال التطوع الاجتماعي/ الخيري، في حين أن (١٨,٢٪) من أفراد العينة قد تطوعوا في مجال التعليمي، وأن (١٦,٧٪) من أفراد العينة قد تطوعوا في المجال الصحي، فيما بلغت نسبة أفراد العينة الذين تطوعوا في مجالات أخرى (١٠,٦٪) من أفراد العينة.

أدوات الدراسة/ الاستبيان:

تم استخدام الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات، نظراً لفعاليتها وسرعتها في جمع المعلومات من عينة واسعة من المشاركين. تم تصميم الاستبيان بعناية ليكون شاملاً ومتكاملاً في استكشاف مدى تأثير الإعلام الجديد ووسائل التواصل الاجتماعي على دعم ثقافة العمل التطوعي في المجتمع السعودي. ضمن الاستبيان أسئلة مفتوحة لتمكين المشاركين من التعبير عن آرائهم وتجاربهم الشخصية بشكل وافٍ وشامل. كما تضمن الاستبيان أسئلة مغلقة لجمع المعلومات الكمية وتحليلها بطريقة إحصائية، مما يسمح بقياس مدى تأثير وتفاعل المشاركين مع وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في دعم العمل التطوعي. تم تصميم الأسئلة بطريقة متنوعة ومتوازنة لضمان التغطية الشاملة لجميع جوانب الموضوع المدروس، وذلك من أجل الحصول على رؤى متعددة ومتنوعة تمثل تجارب مختلف المشاركين. كما تم اختيار الكلمات والعبارات بعناية لضمان وضوح وسهولة فهم الأسئلة وتجنب الإساءة إلى المفهوم المدروس. بالإضافة إلى ذلك، أضيفت أسئلة حول ممارسات إدارة المخاطر في المنظمات غير الربحية وتأثيرها على أداء العمل التطوعي. هذه الأسئلة تساعد في تحديد أهمية تبني استراتيجيات إدارة المخاطر لتعزيز دعم العمل التطوعي وجذب مزيد من المشاركين والمتطوعين. تم توزيع الاستبيان بشكل إلكتروني باستخدام منصات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر، وتم توجيهه إلى مجموعة متنوعة من الأفراد والجهات المعنية بالعمل التطوعي في منطقة الرياض. تم ضمان سرية وسرية البيانات وعدم الكشف عن هوية المشاركين، مما يساهم في زيادة المصداقية والموثوقية للنتائج وتحسين دقة التحليلات والاستنتاجات المستنتجة من الدراسة.

| صدق وثبات أداة الدراسة:

تم الاعتماد على نوعين من اختبار صدق الأداة على النحو التالي:

أولاً: الصدق الظاهري: تم التأكد من الصدق الظاهري لأداة الدراسة من خلال عرض استبانة الدراسة على عدد من المحكمين من أصحاب الاختصاص، وذلك لإبداء الرأي بخصوص صلاحيتها لجمع البيانات المتعلقة بالدراسة، ووضوحها وترابطها وتماسكها، واعتماد الملاحظات المقدمة بخصوص أداة الدراسة.

ثانياً، الاتساق الداخلي: ولغاية التأكد من أن مكونات أداة الدراسة جميعها صالحة ومناسبة لقياس ما يراد قياسه بها تم استخدام اختبار (كروباخ ألفا) لقياس مدى ثبات أداة القياس واتساقها الداخلي، وقد أشارت نتائج مخرجات التحليل الإحصائي أن معامل كرونباخ ألفا للأداة ككل قد بلغ (٨١٪)، ويدل ذلك على وجود اتساق داخلي بين فقرات المجال، مما يؤكد صلاحية ومدلولية الاستبانة في اختبار الفرضيات.

| القيود البحثية

تتضمن هذه الدراسة بعض القيود التي يجب مراعاتها عند تفسير النتائج وتطبيقها على الواقع. ومن بين القيود البحثية:

١- **حجم العينة:** قد تكون العينة المستخدمة في الدراسة ذات حجم محدود، مما يؤثر على قدرة تعميم النتائج على المجتمع بشكل عام. قد يكون من الضروري إجراء دراسات مستقبلية بعينات أكبر لتأكيد وتعزيز النتائج.

٢- **قيود الزمان والموقع:** قد تتأثر الدراسة بقيود الزمان والموقع، حيث يتم تنفيذها في وقت ومكان محددين. يمكن أن يؤثر ذلك على قدرة الدراسة على تمثيل التغيرات الزمنية والمكانية بشكل شامل.

٣- **قدرة الاستجابة:** قد تتأثر قدرة المشاركين في تقديم معلومات دقيقة وصادقة خلال جمع البيانات. قد يتأثر ذلك بعوامل مثل التذكر الانتقائي والميل لتقديم الإجابات المرغوبة. يمكن تقليل هذه القيود من خلال ضمان السرية والاستجابة الغير معروفة للمشاركين.

٤- **قيود المصادقية:** قد تنطوي الدراسة على قيود المصادقية المتعلقة بالتحليل والتفسير. قد تؤثر الانحيازات الباحث واختيار المصادر وطرق التحليل على المصادقية العلمية للدراسة. يجب توضيح هذه القيود وتقييمها بصراحة.

٥- **تأثير المتغيرات الأخرى:** قد تكون هناك متغيرات أخرى غير المدروسة في البحث قد تؤثر على النتائج والتفسيرات. يجب مراعاة هذه المتغيرات والاعتراف بها كحدود للدراسة.

من خلال التعرف على هذه القيود، يمكن تقييم النتائج بشكل موضوعي وتوجيه التوصيات المستقبلية لتحسين الأبحاث المتعلقة بتأثير الإعلام الجديد على العمل التطوعي في المجتمع.

حدود الدراسة:

تم تحديد حدود الدراسة لتركز على المنظمات غير الربحية في منطقة الرياض فقط، وهذا يعود إلى عدة أسباب:

١- **تركيز البحث:** تعتبر منطقة الرياض مركزاً رئيسياً للنشاطات الاجتماعية والاقتصادية في المملكة العربية السعودية. لذلك كان من المنطقي أن يتم التركيز على هذه المنطقة للحصول على نتائج دقيقة وملموسة حول تأثير الإعلام الجديد على العمل التطوعي في منطقة تعتبر الأكثر نشاطاً.

٢- **القيود الموارد:** تواجه الدراسات البحثية قيوداً في الموارد المتاحة، بما في ذلك الوقت والمال والجهد. بالتركيز على منطقة محددة، تقلص هذه القيود وتتيح الفرصة للباحث للتعلم في الموضوع وجمع البيانات بشكل أفضل.

٣- **التركيز على جمهور محدد:** يهدف البحث إلى فهم تأثير الإعلام الجديد على العمل التطوعي للعاملين في المنظمات غير الربحية والمستفيدين من خدماتها. تركيز الدراسة على هذه الجماهير المحددة يساعد في تحديد التحديات والفرص التي تواجههم في التفاعل مع الإعلام الجديد ودعم ثقافة العمل التطوعي.

وبالطبع، يجب الإشارة إلى أن هذه الحدود ليست نهائية وقد تكون هناك فرص للتوسع في الدراسة في المستقبل لتشمل مناطق أخرى في المملكة العربية السعودية أو لتكون أكثر شمولية لتشمل مختلف فئات المجتمع.

عليه، يجب عند تفسير النتائج أخذ هذه الحدود في الاعتبار وعدم التعميم بشكل كامل على الوضع في المملكة بأكملها. قد تكون هناك اختلافات منطقية بين منطقة الرياض ومناطق أخرى قد تستحق دراسة مستقلة لفهم التحديات والفرص المحتملة لتطوير وتحسين العمل التطوعي في المملكة بشكل عام.

اختبار فرضيات الدراسة:

أولاً، فرضية الوعي التكنولوجي:

يفترض أن زيادة الوعي التكنولوجي والتوعية بأهمية العمل التطوعي عبر الإعلام الجديد ستؤدي إلى زيادة مشاركة الجمهور السعودي في العمل التطوعي. ولاختبار فرضية الدراسة تم إجراء اختبار الانحدار لبيان ما إن كان زيادة الوعي التكنولوجي والتوعية بأهمية العمل التطوعي عبر الإعلام الجديد ستؤدي إلى زيادة مشاركة الجمهور السعودي في العمل التطوعي أم لا كما يلي:

اختبار قوة النموذج:

جدول (٢)

جدول ملخص النموذج b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.213a	.045	.038	.38352

a. Predictors: (Constant), مشاركة

المصدر: مخرجات التحليل الإحصائي

يشير الجدول (٢) إن قيمة معامل الارتباط بين المتغير المستقل والمتغير التابع بلغت قيمته (٠,٢١٣)، كما هو موضح، وبلغت قيمة معامل التحديد (R^2) بلغ (٠,٠٤٥)، وعليه فإن المتغير المستقل استطاع أن يفسر (٤,٥%) من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع.

اختبار المعنوية الإجمالية لنموذج الانحدار:

يمثل الجدول (٣) نتائج تحليل التباين ANOVA لاختبار معنوية نموذج الانحدار:

جدول (٣)

نتائج تحليل زيادة الوعي التكنولوجي والتوعية بأهمية العمل التطوعي عبر الإعلام الجديد ومشاركة الجمهور السعودي في العمل التطوعي

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	.Sig
Regression	.906	1	.906	6.158	.014b
1 Residual	19.121	130	.147		
Total	20.027	131			

a. Dependent Variable: الاعلام الرقمي

b. Predictors: (Constant), مشاركة

يوضح جدول (٣) تحليل التباين والذي يهدف إلى التعرف على القوة التفسيرية للنموذج وللمتغير المستقل زيادة الوعي التكنولوجي والتوعية بأهمية العمل التطوعي عبر الإعلام الجديد على زيادة مشاركة الجمهور السعودي في العمل التطوعي عن طريق تحليل إحصائي (F). ومن خلال ما يبينه جدول (٣) فإنه يتضح وجود دلالة معنوية عالية لاختبار (F) مقدرة بـ (٦,١٥٨) أعلى من قيمتها الجدولية (٢,١٩)، وبمستوى الدلالة قدرت بـ ($\text{Sig} = ٠,٠١٤$) أقل من مستوى الدلالة ($\alpha \geq ٠,٠٥$)، وبهذا يكون لنموذج الانحدار أثر معنوي ملائم لقياس أثر المتغير المستقل على المتغير التابع.

ومن هذا المنطلق يتم رفض الفرضية الصفرية مع قبول الفرضية البديلة والتي تنص على أن نموذج الانحدار معنوي (يوجد أثر للمتغيرات المستقلة على المتغير التابع)، إذ فسرت المتغيرات المستقلة ما مقداره (٤,٥%) من المتغير التابع.

أي أن: زيادة الوعي التكنولوجي والتوعية بأهمية العمل التطوعي عبر الإعلام الجديد تؤدي إلى زيادة مشاركة الجمهور السعودي في العمل التطوعي.

ثانياً، فرضية الثقافة التطوعية:

يفترض أن استخدام الإعلام الجديد لتعزيز ثقافة العمل التطوعي سيسهم في تعزيز الوعي والتفاعل مع فرص التطوع وزيادة عدد المتطوعين في المجتمع السعودي.

ولاختبار فرضية الدراسة تم إجراء اختبار الانحدار لبيان ما إن كان استخدام الإعلام الجديد لتعزيز ثقافة العمل التطوعي سيسهم في تعزيز الوعي والتفاعل مع فرص التطوع وزيادة عدد المتطوعين في المجتمع السعودي أم لا كما يلي:

جدول (٤)
جدول ملخص النموذج b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.942a	.888	.887	.13153

المصدر: مخرجات التحليل الإحصائي

a. Predictors: (Constant), ثقافة

يشير الجدول (٤) إلى قيمة معامل الارتباط بين المتغير المستقل والمتغير التابع بلغت قيمته (٠,٩٤٢)، كما هو موضح، وبلغت قيمة معامل التحديد (R^2) بلغ (٠,٨٨٨)، وعليه فإن المتغير المستقل استطاع أن يفسر (٨٨,٨%) من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع.

اختبار المعنوية الإجمالية لنموذج الانحدار:
يمثل الجدول (٥) نتائج تحليل التباين ANOVA لاختبار معنوية نموذج الانحدار:

جدول (٥)
نتائج تحليل استخدام الإعلام الجديد لتعزيز ثقافة العمل التطوعي وتعزيز الوعي والتفاعل مع فرص التطوع وزيادة عدد المتطوعين في المجتمع السعودي

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	.Sig
Regression	17.778	1	17.778	1027.628	.000b
1 Residual	2.249	130	.017		
Total	20.027	131			

المصدر: مخرجات التحليل الإحصائي

a. Dependent Variable: الاعلام الرقمي

b. Predictors: (Constant), ثقافة

يوضح جدول (٥) تحليل التباين والذي يهدف إلى التعرف على القوة التفسيرية للنموذج وللمتغير المستقل استخدام الإعلام الجديد على زيادة لتعزيز ثقافة العمل التطوعي وتعزيز الوعي والتفاعل مع فرص التطوع وزيادة عدد المتطوعين في المجتمع السعودي عن طريق تحليل إحصائي (F). ومن خلال ما يبينه جدول (٥) فإنه يتضح وجود دلالة معنوية عالية لاختبار (F) مقدرة بـ (١٠٢٧,٦٢٨) أعلى من قيمتها الجدولية (٢,١٩)، وبمستوى الدلالة قُدرت بـ ($\text{Sig} = ٠,٠٠$) أقل من مستوى الدلالة ($\alpha \geq ٠,٠٥$)، وبهذا يكون لنموذج الانحدار أثر معنوي ملائم لقياس أثر المتغير المستقل على المتغير التابع. ومن هذا المنطلق يتم رفض الفرضية الصفرية مع قبول الفرضية البديلة والتي تنص على أن نموذج الانحدار معنوي (يوجد أثر للمتغيرات المستقلة على المتغير التابع)، إذ فسرت المتغيرات المستقلة ما مقداره (٨٨,٨%) من المتغير التابع. أي أن: استخدام الإعلام الجديد لتعزيز ثقافة العمل التطوعي يساهم في تعزيز الوعي والتفاعل مع فرص التطوع وزيادة عدد المتطوعين في المجتمع السعودي.

ثالثاً، فرضية أهداف الرؤية الوطنية:

يفترض أن العمل التطوعي الذي يتم دعمه وتعزيزه عبر الإعلام الجديد سيساهم في تحقيق أهداف الرؤية الوطنية ٢٠٣٠، بما في ذلك تعزيز التنمية المستدامة وتعزيز المشاركة المجتمعية. ولاختبار فرضية الدراسة تم إجراء اختبار الانحدار لبيان ما إن كان العمل التطوعي الذي يتم دعمه وتعزيزه عبر الإعلام الجديد سيساهم في تحقيق أهداف الرؤية الوطنية ٢٠٣٠، بما في ذلك تعزيز التنمية المستدامة وتعزيز المشاركة المجتمعية، أم لا كما يلي:

اختبار قوة النموذج:

جدول (٦)
جدول ملخص النموذج b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.682a	.466	.462	.28690

a. Predictors: (Constant), رؤية_المملكة

المصدر: مخرجات التحليل الإحصائي

يشير الجدول (٦) إن قيمة معامل الارتباط بين المتغير المستقل والمتغير التابع بلغت قيمته (٠,٦٨٢)، كما هو موضح، وبلغت قيمة معامل التحديد (R^2) بلغ (٠,٤٦٦)، وعليه فإن المتغير المستقل استطاع أن يفسر (٤٦,٦%) من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع.

اختبار المعنوية الإجمالية لنموذج الانحدار:

يمثل الجدول (٧) نتائج تحليل التباين ANOVA لاختبار معنوية نموذج الانحدار:

جدول (٧)
نتائج تحليل العمل التطوعي الذي يتم دعمه وتعزيزه عبر الإعلام الجديد
وتحقيق أهداف الرؤية الوطنية ٢٠٣٠

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	.Sig
Regression	9.326	1	9.326	113.307	.000b
1 Residual	10.700	130	.082		
Total	20.027	131			

a. Dependent Variable: الاعلام_الرقمي

b. Predictors: (Constant), رؤية_المملكة

المصدر: مخرجات التحليل الإحصائي

يوضح جدول (٧) تحليل التباين والذي يهدف إلى التعرف على القوة التفسيرية للنموذج وللمتغير المستقل العمل التطوعي الذي يتم دعمه وتعزيزه عبر الإعلام الجديد على تحقيق أهداف الرؤية الوطنية ٢٠٣٠ عن طريق تحليل إحصائي (F).

ومن خلال ما يبينه جدول (٧) فإنه يتضح وجود دلالة معنوية عالية لاختبار (F) مقدرة بـ (١١٣,٣٠٧) أعلى من قيمتها الجدولية (٢,١٩)، وبمستوى الدلالة قدرت بـ ($\text{Sig} = ٠,٠٠$) أقل من مستوى الدلالة ($\alpha \geq ٠,٠٥$)، وبهذا يكون لنموذج الانحدار أثر معنوي ملائم لقياس أثر المتغير المستقل على المتغير التابع.

ومن هذا المنطلق يتم رفض الفرضية الصفرية مع قبول الفرضية البديلة والتي تنص على أن نموذج الانحدار معنوي (يوجد أثر للمتغيرات المستقلة على المتغير التابع)، إذ فسرت المتغيرات المستقلة ما مقداره (٤٦,٦%) من المتغير التابع. أي أن: العمل التطوعي الذي يتم دعمه وتعزيزه عبر الإعلام الجديد يساهم في تحقيق أهداف الرؤية الوطنية ٢٠٣٠، بما في ذلك تعزيز التنمية المستدامة وتعزيز المشاركة المجتمعية.

رابعاً، فرضية تحسين العمل التطوعي:

يفترض أن تحسين الاستخدام الفعال للإعلام الجديد سيؤدي إلى تحسين جودة وفعالية العمل التطوعي في المجتمع السعودي، بما في ذلك تنظيم الفعاليات وجذب المزيد من المتطوعين. ولاختبار فرضية الدراسة تم إجراء اختبار الانحدار لبيان ما إن كان تحسين الاستخدام الفعال للإعلام الجديد سيؤدي إلى تحسين جودة وفعالية العمل التطوعي في المجتمع السعودي، بما في ذلك تنظيم الفعاليات وجذب المزيد من المتطوعين، أم لا كما يلي:

اختبار قوة النموذج:

جدول (٨)
جدول ملخص النموذج b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.829a	.687	.684	.21963

a. Predictors: (Constant), جودة

المصدر: مخرجات التحليل الإحصائي

يشير الجدول (٨) إن قيمة معامل الارتباط بين المتغير المستقل والمتغير التابع بلغت قيمته (٠,٨٢٩)، كما هو موضح، وبلغت قيمة معامل التحديد (R^2) بلغ (٠,٦٨٧)، وعليه فإن المتغير المستقل استطاع أن يفسر (٦٨,٧%) من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع.

اختبار المعنوية الإجمالية لنموذج الانحدار:

يمثل الجدول (٩) نتائج تحليل التباين ANOVA لاختبار معنوية نموذج الانحدار:

جدول (٩)

نتائج تحليل تحسين الاستخدام الفعال للإعلام الجديد وتحسين جودة وفعالية العمل التطوعي في المجتمع السعودي

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	.Sig
Regression	9.326	1	9.326	113.307	.000b
1 Residual	10.700	130	.082		
Total	20.027	131			

a. Dependent Variable: الاعلام_الرقمي

b. Predictors: (Constant), رؤية_المملكة

المصدر: مخرجات التحليل الإحصائي

يوضح جدول (٩) تحليل التباين والذي يهدف إلى التعرف على القوة التفسيرية للنموذج وللمتغير المستقل تحسين الاستخدام الفعال للإعلام الجديد على تحسين جودة وفعالية العمل التطوعي في المجتمع السعودي عن طريق تحليل إحصائي (F).

ومن خلال ما يبينه جدول (٩) فإنه يتضح وجود دلالة معنوية عالية لاختبار (F) مقدرة بـ (٢٨٥,١٨٢) أعلى من قيمتها الجدولية (٢,١٩)، وبمستوى الدلالة قدرت بـ ($\alpha \geq 0,05$)، وبهذا يكون لنموذج الانحدار أثر معنوي ملائم لقياس أثر المتغير المستقل على المتغير التابع.

ومن هذا المنطلق يتم رفض الفرضية الصفرية مع قبول الفرضية البديلة والتي تنص على أن نموذج الانحدار معنوي (يوجد أثر للمتغيرات المستقلة على المتغير التابع)، إذ فسرت المتغيرات المستقلة ما مقداره (٦٨,٧٪) من المتغير التابع. أي أن: تحسين الاستخدام الفعال للإعلام الجديد يؤدي إلى تحسين جودة وفعالية العمل التطوعي في المجتمع السعودي، بما في ذلك تنظيم الفعاليات وجذب المزيد من المتطوعين.

خامساً، فرضية التأثير على القرارات:

يفترض أن استخدام الإعلام الجديد لدعم ثقافة العمل التطوعي سيؤثر على قرارات المجتمع وتوجهاته نحو العمل التطوعي، وسيعزز مشاركة المؤسسات والفردية في الجهود التطوعية. ولاختبار فرضية الدراسة تم إجراء اختبار الانحدار لبيان ما إن كان استخدام الإعلام الجديد لدعم ثقافة العمل التطوعي سيؤثر على قرارات المجتمع وتوجهاته نحو العمل التطوعي، وسيعزز مشاركة المؤسسات والفردية في الجهود التطوعية أم لا كما يلي:

اختبار قوة النموذج:

جدول (١٠)
جدول ملخص النموذج b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.190a	.036	.029	.38535

a. Predictors: (Constant), توجهات

المصدر: مخرجات التحليل الإحصائي

يشير الجدول (١٠) إن قيمة معامل الارتباط بين المتغير المستقل والمتغير التابع بلغت قيمته (٠,١٩٠)، كما هو موضح، وبلغت قيمة معامل التحديد (R^2) بلغ (٠,٠٣٦)، وعليه فإن المتغير المستقل استطاع أن يفسر (٣,٦٪) من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع.

اختبار المعنوية الإجمالية لنموذج الانحدار:

يمثل الجدول (١١) نتائج تحليل التباين ANOVA لاختبار معنوية نموذج الانحدار:

جدول (١١)

نتائج تحليل استخدام الإعلام الجديد لدعم ثقافة العمل التطوعي وقرارات المجتمع وتوجهاته نحو العمل التطوعي وتعزيز مشاركة المؤسسات والفردية في الجهود التطوعية

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	.Sig
Regression	.722	1	.722	4.864	.029b
1 Residual	19.305	130	.148		
Total	20.027	131			

يوضح جدول (١١) تحليل التباين والذي يهدف إلى التعرف على القوة التفسيرية للنموذج وللمتغير المستقل استخدام الإعلام الجديد لدعم ثقافة العمل التطوعي على قرارات المجتمع وتوجهاته نحو العمل التطوعي وتعزيز مشاركة المؤسسات والفردية في الجهود التطوعية عن طريق تحليل إحصائي (F).

ومن خلال ما يبينه جدول (١١) فإنه يتضح وجود دلالة معنوية عالية للاختبار (F) مقدرة بـ (٤,٨٦٤) أعلى من قيمتها الجدولية (٢,١٩)، وبمستوى الدلالة قدرت بـ ($\text{Sig} = 0.029$) أقل من مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$)، وبهذا يكون لنموذج الانحدار أثر معنوي ملائم لقياس أثر المتغير المستقل على المتغير التابع.

ومن هذا المنطلق يتم رفض الفرضية الصفرية مع قبول الفرضية البديلة والتي تنص على أن نموذج الانحدار معنوي (يوجد أثر للمتغيرات المستقلة على المتغير التابع)، إذ فسرت المتغيرات المستقلة ما مقداره (٣,٦٪) من المتغير التابع.

أي أن: استخدام الإعلام الجديد لدعم ثقافة العمل التطوعي يؤثر على قرارات المجتمع وتوجهاته نحو العمل التطوعي، ويعزز مشاركة المؤسسات والفردية في الجهود التطوعية.

يُعد الإعلام الرقمي كوكبة جديدة في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور السعودي نحو العمل التطوعي فمدرجات البحث العامة تضع الفرد في إطار العمل التطوعي من دون وعي بحجم أهمية هذا العمل وتحديد الرؤية المستقبلية للمملكة العربية السعودية وعلاقة الإعلام الجديد بدعم العمل التطوعي في المجتمع السعودي. وتساهم الدراسة في الكشف عن التحديات وتوجيه الجهود لتعزيز العمل التطوعي في المجتمع السعودي باستخدام الإعلام الجديد وتحقيق أهداف الرؤية الوطنية ٢٠٣٠.

وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن زيادة الوعي التكنولوجي والتوعية بأهمية العمل التطوعي عبر الإعلام الجديد تؤدي إلى زيادة مشاركة الجمهور السعودي في العمل التطوعي، كما بينت النتائج أن استخدام الإعلام الجديد لتعزيز ثقافة العمل التطوعي يساهم في تعزيز الوعي والتفاعل مع فرص التطوع وزيادة عدد المتطوعين في المجتمع السعودي.

ومن نتائج الدراسة تبين أن العمل التطوعي الذي يتم دعمه وتعزيزه عبر الإعلام الجديد يساهم في تحقيق أهداف الرؤية الوطنية ٢٠٣٠، بما في ذلك تعزيز التنمية المستدامة وتعزيز المشاركة المجتمعية. كما وقد أظهرت النتائج أن تحسين الاستخدام الفعال للإعلام الجديد يؤدي إلى تحسين جودة وفعالية العمل التطوعي في المجتمع السعودي، بما في ذلك تنظيم الفعاليات وجذب المزيد من المتطوعين. كما اتضح من النتائج أن استخدام الإعلام الجديد لدعم ثقافة العمل التطوعي يؤثر على قرارات المجتمع وتوجهاته نحو العمل التطوعي، ويعزز مشاركة المؤسسات والفردية في الجهود التطوعية.

وفي الختام، يمكن تلخيص أبرز استنتاجات الدراسة في النقاط التالية:

- تؤدي زيادة الوعي التكنولوجي والتوعية بأهمية العمل التطوعي عبر الإعلام الجديد إلى زيادة مشاركة الجمهور السعودي في العمل التطوعي

- يساهم استخدام الإعلام الجديد لتعزيز ثقافة العمل التطوعي في تعزيز الوعي والتفاعل مع فرص التطوع وزيادة عدد المتطوعين في المجتمع السعودي.

- يساهم العمل التطوعي الذي يتم دعمه وتعزيزه عبر الإعلام الجديد في تحقيق أهداف الرؤية الوطنية ٢٠٣٠، بما في ذلك تعزيز التنمية المستدامة وتعزيز المشاركة المجتمعية.

- يؤدي تحسين الاستخدام الفعال للإعلام الجديد إلى تحسين جودة وفعالية العمل التطوعي في المجتمع السعودي، بما في ذلك تنظيم الفعاليات وجذب المزيد من المتطوعين.

- يؤثر استخدام الإعلام الجديد لدعم ثقافة العمل التطوعي على قرارات المجتمع وتوجهاته نحو العمل التطوعي، ويعزز مشاركة المؤسسات والفردية في الجهود التطوعية.

وعلى ضوء النتائج يوصي البحث بما يلي:

- ضرورة الاستفادة من وسائل الإعلام المختلفة في نشر ثقافة التطوع والاستفادة من برامجها في خدمة الفرد والمجتمع.

- حث وسائل الإعلام لتوعية المجتمع وأفراد المجتمع والعاملين في المنظمات التطوعية بأهمية ومكانة العمل التطوعي وعوائده.

- ضرورة لفت انتباه وسائل الإعلام إلى المسؤولية التي تقع على عاتقها في نشر مفهوم ثقافة التطوع ومجالاتها وأعمالها محلياً وعربياً ودولياً.

- الاستفادة من دور المواقع الإلكترونية في نشر ثقافة التطوع ونشر وسائل التطوع وطرقه الحديثة التي تخدم الأفراد والمجتمع.

- توفيق، ك. ك. ع. (٢٠٢٢). دور الإعلام الرقمي في تعزيز الوعي بالإقتصاد الأزرق لمواكبة أجندة أفريقيا الصفحات ٤٦-٤٢٠.
- الجويّد، ع. (٢٠٢٣). أثر وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي بالعمل التطوعي في المملكة العربية السعودية. مجلة العمل التطوعي والمشاركة الاجتماعية، المجلد ٨، الصفحات ١٠٠-١٢٠.
- الحربي، ص. (٢٠٢٢). استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في دعم العمل التطوعي في المملكة العربية السعودية. مجلة الاجتماع والتنمية، المجلد ١٠، الصفحات ٣٠-٤٥.
- الزهراني، ن. (٢٠٢١). استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في دعم مبادرات العمل التطوعي في المملكة العربية السعودية. مجلة التكنولوجيا والاتصالات الرقمية، المجلد ١٠، الصفحات ٣٠-٤٥.
- العبيدي، ي. (٢٠٢١). دور الإعلام الرقمي في تعزيز ثقافة العمل التطوعي في المجتمع السعودي. دراسات اجتماعية، المجلد ٢٥، الصفحات ٥٠-٧٠.
- العنزي، ع. (٢٠٢٢). دور الاعلام الرقمي في تعزيز التواصل والتعاون في المشاريع التطوعية بين الشباب السعودي. مجلة الثقافة الشبابية، المجلد ٨، الصفحات ٥٠-٦٥.
- المالكي، م. (٢٠٢٣). استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز مشاركة الشباب في العمل التطوعي: دراسة حالة المملكة العربية السعودية. مجلة الشباب والمجتمع، المجلد ١٥، الصفحات ٣٠-٤٥.