

فاعلية شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي التطوعي لدى السعوديين: دراسة حالة على حساب العمل التطوعي السعودي في منصة X

د. عبدالله بن سعيد الأحمري

قسم الصحافة والإعلام الرقمي

كلية الاتصال والإعلام

جامعة الملك عبد العزيز

جدة - المملكة العربية السعودية

العدد الأربعون نوفمبر ٢٠٢٤ الجزء الأول

الموقع الإلكتروني : <https://molag.journals.ekb.eg>

الترقيم الدولي الموحد للطباعة (ISBN: [2357-0113](#))

الترقيم الدولي الموحد الإلكتروني ([2735-5780](#))

فاعلية شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي التطوعي لدى السعوديين:**دراسة حالة على حساب العمل التطوعي السعودي في منصة X****د. عبدالله بن سعيد الأحمرري**

قسم الصحافة والإعلام الرقمي

كلية الاتصال والإعلام

جامعة الملك عبد العزيز

جدة - المملكة العربية السعودية

ملخص الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة دور حساب العمل التطوعي السعودي على منصة إكس (X) في تعزيز الوعي التطوعي لدى الشباب السعودي. عملت الدراسة على تحليل أنماط التفاعل ودوافع المتابعة ومظاهر الاستجابة في ضوء نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية (Media Richness Theory). اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتمثلت أداة الدراسة في استبانة إلكترونية أُعدت وطُبقت على عينة قوامها (٣٢٨) مستخدماً لمنصة إكس (X) وتحديدًا متابعي حساب "العمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG)". أسفرت الدراسة عن عدد من النتائج؛ أهمها: وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التفاعل مع محتوى الحساب وتحقيق مستويات مرتفعة من الإشباع المعرفي، والاتجاهي، والسلوكي المرتبط بالوعي التطوعي، وأهمية الدور البارز للوسائط الإعلامية الغنية وأثرها في زيادة الوعي، وأنَّ هناك فروقاً في دوافع الاستخدام وأنماط التفاعل يُعزى لمتغير النوع (ذكور/ إناث)، كما أكدت الدراسة أهمية منصة X وفعاليتها في نشر الوعي التطوعي. وأخيراً، أوصت الدراسة بالاهتمام بتوظيف المحتوى الغني، وإطلاق حملات تطوعية تستهدف الفئات العمرية المختلفة، وإجراء دراسات نوعية مستقبلية لتعزيز التفاعل الاجتماعي الرقمي وخاصةً في المجال التطوعي.

الكلمات المفتاحية: الوعي التطوعي، حساب @SaudiNVG، منصة X، ثراء الوسيلة الإعلامية، الإعلام الرقمي.

The Effectiveness of Social Media Networks in Enhancing Volunteer Awareness Among Saudis: A Case Study of the Saudi Volunteer Work Account on Platform X

Abstract

This study aims to examine the role of the Saudi Volunteer Work account on the X platform in promoting volunteer awareness among Saudi youth. It analyzes interaction patterns, motivations for following the account, and forms of response through the lens of Media Richness Theory. The study adopts a descriptive-analytical methodology, using an electronic questionnaire distributed to a sample of X platform users who follow the “Saudi Volunteer Work” account (@SaudiNVG). Findings from a sample of 328 respondents indicate a statistically significant relationship between the intensity of interaction with the account’s content and higher levels of cognitive, attitudinal, and behavioral satisfaction related to volunteer awareness. Rich media tools were found to play a significant role in enhancing awareness. The study also revealed gender-based differences in usage motivations and interaction patterns, confirming that the X platform is an effective medium for promoting volunteer awareness. The study recommends leveraging rich media content to increase volunteer awareness, designing targeted campaigns for different audience segments, and conducting future qualitative studies to enhance digital social engagement.

Keywords: Volunteer awareness, @SaudiNVG account, X platform, media richness, digital media.

١ - مقدمة

يُعَدُّ العمل التطوعي أحدَ ركائز بناء المجتمعات الحديثة، ومن المؤشرات التي تعكس وعي المواطنين واهتمامهم بقيَم المشاركة والمسؤولية الاجتماعية؛ ولذلك اهتمَّت المملكة العربية السعودية في إطار رؤيتها ٢٠٣٠ بالقطاع غير الربحي الذي يُعتبر العمل التطوعي أحد مكوناته الأساسية، وتستهدف زيادة عدد المتطوعين إلى مليون متطوع سنوياً. وتوسَّعت نطاقاتُ التطوع أيضاً وتحسَّنت بيئة العمل سواء في القطاع غير الربحي أو في العمل التطوعي على وجه الخصوص. وقد أُطلقت المنصة الوطنية للعمل التطوعي حسابات رسمية على شبكات التواصل الاجتماعي تهدف إلى التعريف بالعمل التطوعي وفرص التطوع والمبادرات التطوعية. من أبرز هذه الحسابات: حساب العمل التطوعي السعودي على منصة إكس @SaudiNVG والذي يُعَدُّ الواجهة الرسمية للمنصة الوطنية للعمل التطوعي.

وفي الوقت الذي أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي تمثل البيئة التواصلية للشباب، بل أصبحت أدوات أساسية في نقل الرسائل الاجتماعية والتربوية وتؤدي دوراً محورياً في تشكيل المفاهيم والقيم، مثل: الانتماء والمسؤولية الاجتماعية والمواطنة (الحارثي ٢٠٢٢)، الطيب (٢٠٢٠)* تزداد هذه المسألة أهميةً في السعودية؛ لأنَّ الشباب يشكل النسبة الكبرى من المواطنين ومن مستخدمي شبكات التواصل أيضاً.

تتقاطع هذه الدراسة مع دراسات أخرى تدعو إلى استكشاف الأدوار الاتصالية المهمة للجهات الحكومية من خلال المنصات الاجتماعية ومدى فاعليتها في تكوُّن الوعي المجتمعي التطوعي، وخاصةً من حيث التأثير في الأبعاد الثلاثية للوعي: المعرفي والاتجاهي والسلوكي. ستركز هذه الدراسة بعد هذه المعطيات على حساب العمل التطوعي السعودي على منصة إكس (X) وقياس مدى تأثيره في نشر ثقافة التطوع لدى الشباب السعودي باعتبارهم الفئة الأكثر تفاعلاً مع المحتوى الرقمي.

٢ - مشكلة الدراسة

على الرغم من وجود محتوى عن التطوع على المنصات الرقمية، هناك تحدٍّ في الأثر الفعلي لحساب الجهات الرسمية في تشكيل الوعي التطوعي والذي لم يُدرَس بما فيه الكفاية وخاصة في السياق السعودي. وتزداد أهمية هذا التحدي مع تفاوت أنماط الاستخدام والتفاعل لفئة الشباب، وهو يدفعنا إلى طرح السؤال الرئيس لهذه الدراسة: إلى أي مدى يسهم حساب العمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X في تكوين الوعي التطوعي وتعزيزه لدى الشباب السعودي استناداً إلى نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية؟

* استخدم الباحث في التوثيق وكتابة المراجع الإصدار السابع من نظام جمعية علم النفس الأمريكية American Psychological Association (APA Style 7th) وبالنسبة للمراجع العربية فنكتب الأسماء كاملة كما هي معروفة في البيئة العربية.

٣- أهمية موضوع الدراسة:

- توظيف نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية في التحليل لمحتوى تطوعي رقمي ورسمي في الوقت نفسه.
 - سدُّ فجوة في الدراسات الميدانية العربية أو السعودية التي تربط الإعلام بالوعي التطوعي.
 - طرح توصيات على صناع القرار لتحسين المحتوى الاتصالي الخاص بالتطوع.
 - دعم تطوير الإستراتيجيات الرقمية للمنصة الوطنية وللعمل التطوعي.
- لذلك، تبرز الأهمية البالغة لهذه الدراسة في ناحيتين؛ الأولى: المجال الإعلامي الرقمي ودوره وتأثيره في المجتمعات والشعوب، والأخرى: دور العمل التطوعي وأثره في تقدُّم الشعوب وفهمها لمسؤولياتها تجاه أوطانها.

٤- أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى استكشاف إسهام الإعلام الرقمي في رفع الوعي التطوعي، والتعرف على مدى إسهام حساب العمل التطوعي @SaudiNVG. وكذلك التعرف على أنماط استخدام الشباب السعودي للحساب على منصة إكس X من خلال المتابعة والتفاعل مع المحتوى المنشور على هذه المنصة. وتسعى الدراسة إلى تحديد الدوافع وراء متابعة هذا الحساب؛ سواء كانت معرفية أو اجتماعية أو الاهتمام بقضايا التطوع والعمل الاجتماعي، وقياس مستوى الإشباع المعرفي والسلوكي الذي يحققه المتابعون نتيجة التفاعل مع الحساب، وتأثير ذلك في توجُّهاتهم وممارساتهم التطوعية.

٥- المفاهيم الإجرائية للدراسة:

١. شبكات التواصل الاجتماعي Social Networks

شبكات التواصل الاجتماعي هي منصات رقمية أو مجتمعات تُمكن الأفراد والمؤسسات على السواء من إنشاء المحتوى ومشاركته والتفاعل في اللحظة نفسها. تُعدُّ هذه الشبكات أدوات حديثة للتواصل والتعاون وبناء العلاقات والمجتمعات. تُستخدم في المملكة العربية السعودية هذه المنصات - وخاصةً X وسناب شات وإنستغرام - على نطاق واسع بين فئة الشباب للتعبير عن أنفسهم والمشاركة الاجتماعية؛ فأصبحت قنوات فعّالة لرفع مستوى الوعي وحشد المشاركة في القضايا الاجتماعية، وذلك لطبيعتها التفاعلية.

٢. منصة X Platform X

منصة X المعروفة سابقاً بتويتر هي منصة تدوين مُصغرة معروفة بسرعة التواصل والمحتوى المختصر وإمكانية انتشاره الواسع من خلال الوسوم والوسائط المتعددة. تُستخدم على نطاق واسع في المملكة العربية السعودية للحوار العام وحملات التوعية وغيرها من التحديثات اليومية. يشجع تصميم المنصة على المشاركة الفعالة والظهور العام مما يجعلها مناسبة لقياس انتشار وتأثير الرسائل المتعلقة بكلِّ المواضيع سواء رسمية أو اجتماعية وغيرها.

٣. الوعي التطوعي

يشير الوعي التطوعي إلى معرفة الفرد، وارتباطه العاطفي، واستعداده للانخراط في أنشطة تطوعية تخدم المجتمع. ويشمل ثلاثة أبعاد: المعرفي (المعرفة بالتطوع)، والعاطفي (المواقف والقيم)، والسلوكي (النية أو المشاركة). بخلاف الوعي العام، يُركز الوعي التطوعي على المسؤولية الاجتماعية، والمشاركة المدنية، والالتزام الشخصي بخدمة المجتمع. وهو عامل أساسي في تشكيل مواقف إيجابية تجاه التطوع، وخاصة بين الشباب.

٤. حساب التطوع السعودي (@SaudiNVG)

@SaudiNVG هو حساب رسمي على منصة X تديره المنصة الوطنية السعودية للتطوع. يهدف إلى تعزيز ثقافة التطوع من خلال مشاركة المواد التعليمية، والقصص الواقعية، وفرص التطوع، والمبادرات الوطنية. يستخدم الحساب مجموعة متنوعة من أنواع المحتوى، تشمل الرسوم البيانية، ومقاطع الفيديو، والرسائل التحفيزية؛ لجذب المتطوعين، ويؤدي دوراً محورياً في جهود السعودية لمأسسة التطوع وتوسيع نطاقه ضمن إطار رؤية ٢٠٣٠.

٦- الدراسات السابقة:

درس Chen et al. (2020) كيف يمكن لمنصات التواصل الاجتماعي الحكومية أن تُعزّز المشاركة في أثناء الأزمات وخاصة جائحة COVID-19. اعتمدت الدراسة على نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية (MRT)، وتوصلت النتائج إلى أن استخدام عناصر ثراء الوسيلة، مثل: مقاطع الفيديو والصور والرسوم البيانية أسهم إسهاماً كبيراً في تحسين وضوح الرسالة وتقليل الشك، إذ كانت هذه الرسائل المعززة أكثر فعالية في تشجيع المواطنين على المشاركة في حملات التطوع في المجال الصحي. وكذلك سلّطت الدراسة الضوء على أن البيئات الغنية بالوسائط في الاتصالات الرقمية الرسمية لها دور فعال في تنشيط السلوك الاجتماعي الإيجابي.

ركز (Kandaurova and Lee (2019) على الآثار النفسية والعاطفية لتقنيات الواقع الافتراضي في السياق الخيري. أظهرت الدراسة أنَّ المحتوى ذا الثراء الإعلامي العالي - وخاصة تجارب الواقع الافتراضي التي جرت مشاركتها على وسائل التواصل الاجتماعي - زادت من مشاعر التعاطف مع ذلك العمل الخيري؛ لذلك ارتبطت هذه المشاعر ارتباطاً مباشراً بزيادة احتمالية التبرع أو التطوع. خلصت الدراسة إلى أنه كلما زاد استخدام وسائط أو وسائل أكثر ثراءً أدى ذلك إلى مشاركة عاطفية أعمق ونتائج سلوكية أقوى لدعم القضايا الاجتماعية.

أجرى (Skoric et al. (2016) مراجعة تحليلية شاملة لـ (٣٦) دراسة من بلدان مختلفة لتقييم العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي والمشاركة الاجتماعية. كشفت الدراسة عن وجود علاقة إيجابية ثابتة بين استخدام المنصات مثل Twitter وزيادة المشاركة في الأنشطة الاجتماعية والتطوعية. وأظهرت الدراسة بتطبيقها على منصة تويتر أنَّ وسائل التواصل الاجتماعي ليست مجرد أداة بثٍّ، بل محفزاً للسلوك التشاركي خاصةً عندما يكون المحتوى جذاباً وتفاعلياً وملائماً للسياق. وسلطت الدراسة الضوء على ثراء وسائط الإعلام باعتباره عاملاً رئيساً في تعزيز الاتصال بين الأفراد ونشر المعلومات بفعالية، ولا سيما بين المستخدمين الأصغر سناً والنشطين رقمياً.

بحث (Pang (2023) تأثيرات تفاعل المنصة الرقمية والثراء الإعلامي في المشاركة الاجتماعية للشباب واستخدام WeChat كدراسة حالة. وأشارت الدراسة إلى أنه على الرغم من الاختلاف في التركيبة الأساسية للبرنامج فإنَّ آليات التأثير تنطبق على نطاق واسع على وسائل التواصل الاجتماعي الأخرى مثل تويتر. وأظهرت مميزات الوسائط المتعددة الغنية تعزيز كلٍّ من الترابط والجسور بين المجتمعات؛ مما سهَّل بدوره مشاركة أكبر في العمل التطوعي المجتمعي. أكدت الدراسة على أهمية الإمكانات الرقمية في بناء الدافع الاجتماعي من خلال وسائط الإعلام الاجتماعية.

درس (Kaun and Uldam (2018) كيفية استفادة المنظمات غير الحكومية ومجموعات النشاط من تويتر لتحفيز المشاركة الاجتماعية. وكشفت الدراسة التحليلية أنَّ تويتر ليس فقط أداة حشد المجتمع، ولكنها أيضاً أداة ومساحة يجري فيها تشكيل الهويات الاجتماعية وتعزيزها. أشارت الدراسة إلى أنَّ المحتوى الغني مثل التغريدات التي تحتوي على علامات وصور وإشارات وروابط مفيدة في زيادة المشاركة وجعل الرسائل أكثر وضوحاً وإقناعاً.

حلّل Choi et al. (2021) رواية القصص المجتمعية على Twitter كمحرك للعمل المدني المجتمعي. توصّلت الدراسة أنّ المحتوى متعدد الوسائط، مثل: الاقتباسات ومقاطع الفيديو والمربّيات يؤدي دوراً رئيساً في بناء هوية اجتماعية مشتركة. وقد عزّز هذا الإطار الشعور بالانتماء مما زاد من التطوع على مستوى المجتمع. أتاحت إمكانات التراث الإعلامي للوسيلة صدى أعمق ومشاركة جماعية عن طريق الجماهير الرقمية.

درس Eltantawy & Wiest (2020) الدور المهم لوسائل التواصل الاجتماعي، وخاصة تويتر وفيسبوك إبان الثورة المصرية. أكدت الدراسة على قوة هذه الوسائل في تعبئة المجتمعات تجاه الأعمال الاجتماعية والمدنية الجماعية، كما أعادت النظر في نظرية تعبئة الموارد بالتوازي مع نظرية ثراء الوسيلة؛ بحجة أنّ ميزة تعدّد الوسائط والمنصات الرقمية في الوقت نفسه سهّلت المشاركات الجماعية والتطوع التلقائي.

يبحث Lee (2022) في كيفية ارتباط رأس مال وسائل التواصل الاجتماعي الذي يُعرّف بأنه: كمية الاتصالات ونوعيتها على وسائل التواصل الاجتماعي، بمشاركة الشباب في القضايا المدنية في الولايات المتحدة. وخلصت الدراسة إلى أنّ جميع أنواع العلاقات (الأصدقاء والمتابعين) ترتبط ارتباطاً إيجابياً بالمشاركة الاجتماعية أو المدنية. وأشارت إلى أنّ متابعي تويتر يرتبطون بدرجة أكبر بالمشاركة في كلّ من المنظمات السياسية والخيرية؛ على عكس الفيسبوك حيث يُعنى المتابعون بالمشاركة في قضايا غير سياسية. وأكد البحث على طبيعة المنصات الرقمية واقترح أنّ تُصمّم المنظمات غير الربحية إستراتيجياتها للتواصل بناءً على نوع المشاركة وديناميكيات المنصة.

حلّل Dardis et al. (2024) في هذه الدراسة أكثر من ٤٨٧ ألف تغريدة من أفضل ١٠٠ منظمة غير ربحية في الولايات المتحدة، بتطبيق تقنيات التعلم الآلي وتحليل المشاعر لدراسة إستراتيجيات التواصل. وخلصت الدراسة إلى أنّ معظم الرسائل أحادية الاتجاه، إلا أنّ التغريدات التفاعلية والغنية بالوسائط والتي تتضمن صوراً ووسوماً ورسائل ثنائية الاتجاه تولّد مشاعر إيجابية أكثر وتزيد من الانتشار بين الجمهور. وعزّزت هذه النتائج الدور الجازم لثراء الوسائط في زيادة فعالية الرسائل وأثرها العاطفي في المتابعين. ومن المثير للاهتمام أنّ المشاعر السلبية الطفيفة يمكن أن تُعزز انتشار الرسائل والتي تؤكد على أنّ النبرة العاطفية عند دمجها مع الوسائط الغنية تؤثر في التقبل المدني لها. وأخيراً، قدّمت الدراسة دعماً تجريبياً لتطبيق نظرية ثراء وسائط الإعلام في إستراتيجيات التفاعل الرقمي وبناء الوعي في المنظمات غير الربحية.

أظهرت دراسة (Azmi and Al-Ghadir (2024) فعالية تويتر باعتبارها أداة رقمية لقياس الرأي العام تجاه الإصلاحات المجتمعية الكبرى في المملكة العربية السعودية. عملت الدراسة على تحليل ٢٠٠ مليون تغريدة عربية باستخدام تقنيات متقدمة لاكتشاف المواقف والتعلم الآلي والتي أظهرت كيف تعكس وسائل التواصل الاجتماعي الأنماط السلوكية والتحوليات في الرأي العام. سلطت الدراسة الضوء على ثراء المحتوى الذي يُنشئه المستخدمون في رصد الأبعاد المعرفية والعاطفية للوعي المجتمعي. عززت الدراسة من قدرة المنصة على تشكيل الخطاب العام والوعي العام ودعم فكرة أن البيانات الغنية بالوسائط مثل تويتر/إكس يمكن أن ترسم خريطة الوعي.

كشفت دراسة Celestin et al. (2024) دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز المرونة النفسية لدى المتطوعين الشباب في رواندا في أثناء جائحة كوفيد. ومن خلال تحليل موضوعي لـ ٢١ مقابلة مع جهات فاعلة في المجتمع والحكومة، حددت الدراسة أربع وظائف داعمة للمرونة: الوصول إلى المعلومات، ونشرها، وحل المشكلات بشكل تعاوني، والتكيف التكيفي دون الحاجة إلى حضور فعلي. أظهرت الدراسة أن منصات الإعلام مكّنت الفاعلين الشباب من مواصلة دعمهم المجتمعي بالرغم من الأزمات، مع التأكيد على الفائدة التواصلية والنفسية للمساحات الرقمية. وأكدت الدراسة أهمية ثراء وسائط الإعلام في دعم كلٍ من التفاعل العاطفي والقدرة على التكيف العملي في التدخلات التي يقودها المتطوعون.

التعليق على الدراسات السابقة:

وفي ضوء ما سبق، يتضح أن السنوات الأخيرة شهدت اهتماماً متزايداً من الباحثين بدور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز المشاركة المجتمعية وتشكيل الوعي العام. وأبرزت الكثير من الدراسات مدى تأثير البيانات الإعلامية الغنية التي مزجت بين النصوص والصور والعناصر التفاعلية في إدراك المستخدم والاستجابة العاطفية والسلوكية. فعلى سبيل المثال، كشفت دراسة Chen et al. (2020) أن استخدام الوسائط المتعددة في حسابات الجهات الحكومية في أثناء جائحة كوفيد-١٩ أسهم في رفع مستوى مشاركة المواطنين ولا سيما عند دمج الرسوم البيانية ومقاطع الفيديو لتعزيز وضوح الرسالة والتأثير العاطفي. وفي السياق نفسه، وجد Dardis et al. (2024) عبر البيانات الضخمة وتقنيات التعلم الآلي أن المنظمات غير الربحية التي اعتمدت على رسائل عاطفية وكانت غنية بصرياً على منصة تويتر/X تمكنت من الوصول إلى جمهور أوسع، بل حققت تفاعلاً أكثر إيجابية من جماهيرها. كما ركزت دراسة Lee (2022)

على طبيعة العلاقات الرقمية على فيسبوك وتويتر، ويظهر جلياً أنَّ نوع العلاقة سواء مَن تُتابعه أو مَن يتابعك له تأثير مختلف في السلوك؛ مما يشير إلى أنَّ تركيبة التفاعل وثوراؤه تؤثر تأثيراً واضحاً في النتائج السلوكية للمستخدمين.

ومن جانب آخر، يؤكد **Choi et al. (2021)** هذا الأمر من خلال تسليط الضوء على كيفية تعزيز سرد القصص والمحتوى متعدد الوسائط على وسائل التواصل الاجتماعي للانتماء المجتمعي، وإسهامه في تشكيل هوية خاصة إذا كان محتواه ذا صلة ثقافية. ومن منظور نظريٍّ أوسع، أجرى **Skoric et al. (2016)** مراجعة تحليلية شاملة كشفت أنَّ ثراء وسيلة التواصل يشكل عاملاً حاسماً ومتكرراً في نجاح الحشد الرقمي، مع التأكيد على أهمية التفاعل والمشاركة العاطفية لا مجرد نقل المعلومات. وبالمثل، تحدى **Kaun and Uldam (2018)** الآراء التقليدية من خلال توضيح كيفية عمل التطوع عبر المنصات الاجتماعية، إذ أظهر أنَّ التطوع عبر المنصات الاجتماعية يحدث في سياق يجمع بين المنطق الاقتصادي والتواصلي، حيث يحرص المستخدمون على الظهور والمصادقية والإلاحاح من خلال محتوى مُثرٍ.

أما في السياقات غير الغربية، فتصبح الأهمية الثقافية لثراء الوسائط أكثر وضوحاً. فقد درس **(2023)** المشاركة المدنية والاجتماعية للشباب في الصين كاشفاً أنَّ السلوكيات لم تتشكل فقط من خلال إمكانات المنصة فقط، بل من خلال تصوُّر المستخدمين للثراء والثقة والظهور بين الأقران. وفي سياق المجال الرقمي العربي، أظهرت دراسة **Azmi and Al-Ghadir (2024)** كيف أسهمت منصة تويتر في إظهار مواقف الجمهور فورياً خلال التحولات الاجتماعية الكبرى، حيث ساعدت الخصائص الغنية للمنصة (كاللغة العاطفية، الصور، والوسوم) في تضخيم النقاشات حتى في البيانات اللغوية المعقدة.

أما الدراسات المتخصصة في العمل التطوعي فقد دعمت هذه الديناميكيات دعماً مباشراً وعززت هذه الرؤى بجلاء. فقد ركز **Celestin et al. (2024)** على تجارب المتطوعين الشباب في رواندا، موضحين كيف أسهمت وسائل التواصل الاجتماعي في تبادل المعلومات، وتقديم الدعم النفسي، والتنسيق عن بُعد إبان فترات الإغلاق بسبب الجائحة. وكانت البيئة الإعلامية الغنية عنصراً أساسياً في الحفاظ على التفاعل في أثناء تلك الأزمة. وبالمثل، حلَّت دراسة **Carlsen and Toubøl (2024)** نماذج من العمل التطوعي عبر فيسبوك إبان جائحة كوفيد-١٩، وأوضحت أنَّ التطوع الرقمي غير الرسمي رغم أنه يتسم بالعفوية واللامركزية اعتمد

اعتماداً كبير على محتوى ثري وسردى وعاطفى لتحقيق الفعالية، ولا سيما في سياق التواصل في أثناء الأزمات.

ومع ذلك، تشير بعض الدراسات إلى وجود عوائق تنظيمية أو معرفية. على سبيل المثال، وجدت **Kandaurova and Lee (2019)** أن تقنيات الواقع الافتراضي يمكن أن تثير مشاعر التعاطف والمسؤولية، إلا أن الوعي لا يُترجم دائماً إلى عطاء أو مشاركة فعلية؛ مما يدل على ضرورة تصميم المحتوى الإعلامي بطريقة واعية تُجسّر الفجوة بين المعرفة والسلوك.

وبناءً على هذا العرض التحليلي السابق، تدعم الدراسات البحثية بقوة فكرة أن ثراء الوسيلة الرقمية يسهم في بناء الوعي وتعزيز المشاركة التطوعية. ومع ذلك، تظهر ثلاث فجوات رئيسية في الدراسات السابقة:

١. ضعف التركيز على مفهوم "الوعي التطوعي" باعتباره مفهوماً مهماً، بغض النظر عن نية المشاركة في التطوع.
 ٢. قلة الدراسات التي تتناول سلوك المستخدمين على منصة X في البيئات العربية عامة، والخليجية خاصةً.
 ٣. غياب دراسات تبحث العلاقة المباشرة بين نظرية ثراء الوسيلة وتكوين الوعي التطوعي. وبناءً على هذه الفجوات، تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف كيف يسهم ثراء الوسيلة في منصة X في تشكيل الوعي التطوعي لدى المستخدمين في المملكة العربية السعودية، وذلك من خلال دراسة ميدانية محلية تستند إلى إطار علمي دقيق، بما يعزز الدور الأكاديمي ويوفر رؤى تطبيقية لتصميم محتوى إعلامي حكومي أو غيره يتناسب مع الخصوصيات الثقافية.
- بناءً على التحليل النقدي السابق، يتضح أن وسائل التواصل الاجتماعي ولا سيما منصة X، أثبتت فعاليتها في دعم المشاركة الاجتماعية وتعزيز العمل التطوعي في سياقات عالمية متعددة. كما حظيت نظرية ثراء الوسيلة بقبول واسع كإطار نظري لفهم تفاعل المستخدمين مع الرسائل الرقمية عبر مختلف المنصات.
- إلا أن المراجعة العلمية تكشف عن فجوات بحثية بارزة، من أهمها ندرة الدراسات الميدانية التي تتناول الوعي التطوعي بوصفه عملية معرفية واجتماعية مستقلة، وليست مجرد سلوك أو نية سلوكية. كما لم تُول الدراسات السابقة اهتماماً كافياً بطبيعة ثراء الوسائط الرقمية ودورها في تشكيل هذا الوعي داخل السياق السعودي، وخاصةً في مدينة مكة المكرمة ذات الخصوصية الثقافية والدينية.

وعليه، تهدف هذه الدراسة إلى سدّ هذه الفجوات باستقصاء دور منصة X في تشكيل الوعي التطوعي لدى المستخدمين، في ضوء نظرية ثراء الوسائط الإعلامية. وستُجرى هذه الدراسة ضمن إطار ميداني محلي يستند إلى منهجية علمية دقيقة. ومن المتوقع أن تُسهم النتائج في إثراء الأدبيات العربية حول التطوع الرقمي، وتقديم رؤى عملية تسهم في تعزيز المشاركة المدنية والاجتماعية عبر تصميم محتوى إعلامي ثري يتناسب مع الخصوصيات الثقافية المحلية.

٧- الإطار النظري للدراسة:

نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية (MRT) Media Richness Theory

إنَّ نظرية ثراء الوسائط (MRT) التي قدّمها (Daft and Lengel (1986 في الأصل واحدة من أكثر النظريات تأثيراً في فهم تأثير التواصل وفعاليته عبر الوسائط المختلفة، وشرح كيفية اختلاف وسائل الاتصال في قدرتها على تقليل الغموض وتعزيز الفهم. تُحدد النظرية أربعة أبعاد رئيسة لثراء الوسائط: (١) سرعة التغذية الراجعة، (٢) القدرة على معالجة تعدّد الإشارات، (٣) استخدام اللغة الطبيعية، و(٤) جذب التركيز الشخصي أو الاجتماعي. تستطيع الوسائط الغنية نقل إشارات متعددة في وقت واحد، مثل: نبرة الصوت، وتعبيرات الوجه، والصور، مقارنةً بمحدودية قدرة الوسائط أو الوسائل الأقل كثافة على نقل صيغ نصية أو غير مترامنة (Daft & Lengel, 1986; Trevino et al., 1987).

وفقاً للإطار الأصلي، يُعد التواصل وجهاً لوجه أغنى أشكال التفاعل؛ نظراً لأنه مباشر وإشاراته غير لفظية. في المقابل، تجد أنَّ المذكرات المكتوبة والنصوص المطبوعة تأتي في مرتبة أدنى على مقياس الثراء. ومع ذلك، مع صعود التقنيات الرقمية الحديثة طُوّرت نظرية الوسائط وتطبيقاتها. اختبر Kinney and Dennis (١٩٩٨) هذه النظرية في بيئات تعتمد على الحاسب ووجد أنَّ الثراء في الاتصال الرقمي لا يعتمد فقط على الوسيلة، بل يعتمد أيضاً على استخدام ميزات محددة، مثل: التفاعلية والتغذية الراجعة.

توفر المنصات الرقمية - مثل X وإنستغرام وتيك توك مستويات - ثراء متفاوتاً تبعاً لكيفية استخدام المستخدمين. على سبيل المثال: استخدام أدوات مثل الرموز التعبيرية والوسائط المتعددة المدمجة وأيضاً سلاسل التعليقات واستطلاعات الرأي والوسوم بتلك المنصات يعطي تفاوتاً مختلفاً. تتيح هذه الإمكانيات سرعة استجابة عالية وإضفاء طابع شخصي؛ مما يجعلها مناسبة للتواصل المعقد أو التأثير العاطفي (Kahai & Cooper, 2003; Rho et al., 2003).

(2020). ومن ثم؛ تمتد قابلية تطبيق نظرية الوسائط الإعلامية إلى ما هو أبعد من السياقات المؤسسية التقليدية، إلى عالم التواصل المدني الرقمي. في السنوات الأخيرة، طبق الباحثون نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية لاستكشاف عملية استخدام الجهات الحكومية والمنظمات غير الربحية لوسائل التواصل الاجتماعي لإشراك الجمهور خلال الأزمات. على سبيل المثال: وجد (Chen et al. (2020 أن التغريدات المضمنة بمقاطع فيديو ورسوم بيانية توضيحية في أثناء جائحة كوفيد ١٩ عززت من مشاركة المواطنين؛ وذلك بتقليل حالة الشك وبناء الثقة. وبالمثل، أظهر (Dardis et al. (2024 أن المنظمات غير الربحية التي تستخدم إستراتيجيات غنية بالوسائط، مثل: الصور العاطفية والرسائل التفاعلية كانت أكثر نجاحاً في جذب مشاركة الجمهور على منصة X.

تتقاطع النظرية أيضاً مع مفهوم الرنين العاطفي الذي هو مفهوم جوهري في العمل التطوعي والعمل المدني. أظهر (Kandaurova and Lee (2019 أن الوسائط الواقعية مثل الواقع الافتراضي زادت من العطاء الخيري من خلال الشعور والتعاطف والمسؤولية. يتماشى هذا مع تأكيد MRT على أن الوسائط الأكثر ثراءً تُعزز الجاهزية العاطفية والمعرفية الأعمق. وبالمثل، أكد (Lee (2022 أن رأس المال الاجتماعي الذي تمّ بناؤه من خلال التفاعلات الرقمية الغنية مثل المتابعة مقابل المتابعين على تويتر ويرتبط بأشكال مختلفة من المشاركة الاجتماعية والمدنية.

في حين ركزت الصياغات المبكرة لـ MRT على أداء المهام في المؤسسات، أثبتت التعديلات الحديثة فائدتها في السياقات المدنية، وخاصةً ضمن الثقافات الرقمية، حيث يؤدي التواصل العاطفي دوراً رئيساً. على سبيل المثال، جادل (Choi et al. (2021 بأن السرد القصصي متعدد الوسائط على وسائل التواصل الاجتماعي يُعزز الهوية المدنية ويشجع المشاركة المحلية. ووسّع (Pang (2023 نطاق هذا ليشمل الشباب في الصين، مشيراً إلى أن ثراء الوسائط الإعلامية يُسهم في العلاقة بين رأس المال الاجتماعي والمشاركة المدنية.

من خلال تطبيق نظرية ثراء الوسيلة MRT على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي - وخاصةً في السياقات العربية، مثل المملكة العربية السعودية - تبحث الدراسة الحالية في كيفية تأثير ثراء الرسائل على منصة X من خلال المرئيات والتفاعل والمباشرة على وعي المستخدمين بالتطوع. يتيح هذا المنظور النظري تحليل ليس فقط محتوى الرسائل، بل أيضاً كيفية تأثير بنيتها وطريقة توصيلها في التفاعل المعرفي والعاطفي. كما يُساعد في تفسير التباينات في

استجابات المستخدمين للحملات الإعلامية، ويُسلط الضوء على الآليات الخاصة بكل منصة والتي قد تُعزز أو تُضعف فعالية الرسائل.

باختصار، يوفر نموذج **MRT** إطاراً مرناً ومراعياً للسياق لتحليل التفاعل بين بنية الرسائل الرقمية وتكوين الوعي المدني. إنَّ تركيزه على التفاعلية والمباشرة والنبرة العاطفية يجعله مناسباً على نحوٍ خاصٍ لفهم التواصل المتعلق بالمتطوعين في البيئات الاجتماعية الغنية بوسائل الإعلام.

على الرغم من تصميم نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية (**MRT**) في المقام الأول لفهم كفاءة الاتصال للسياقات التنظيمية الداخلية، أثبتت التعديلات اللاحقة عليها ملاءمتها لدراسة التفاعل في بيئات مختلفة وخصوصاً في السياقات الرقمية. وقد أظهرت أبحاث حديثة أنَّ عناصر، مثل: الرواية متعدد الوسائط، والتفاعل اللحظي والنبرة العاطفية تؤثر مباشرة في تشكيل الهوية المدنية وتعزيز المشاركة المجتمعية. على سبيل المثال: أشار **Choi et al. (2021)** إلى أنَّ استخدام الوسائط المتعددة في الرسائل الاجتماعية على المنصات الرقمية يعزز وعي الأفراد بقضايا المجتمع ويزيد من احتمالية مشاركتهم الفعلية. وأكد **Pang (2023)** أنَّ ثراء الوسيلة يُعد وسيطاً مهماً بين رأس المال الاجتماعي والمشاركة المدنية، وخاصةً لدى فئة الشباب.

وفي هذا السياق، تعتمد الدراسة الحالية على نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية (**MRT**) لتحليل أثر ثراء الرسائل الرقمية في حسابات التواصل الاجتماعي، وتحديدًا على منصة X في تشكيل وعي الشباب السعودي تجاه العمل التطوعي. وبذلك تُقدِّم نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية (**MRT**) منظوراً نظرياً مرناً يمكن توظيفه في دراسة المحتوى الرقمي الموجَّه للوعي التطوعي، مع التركيز على مدى التفاعلية والوضوح والثراء الاتصالي في الرسائل الرقمية.

٨- أسئلة الدراسة:

ما مدى إسهام حساب العمل التطوعي السعودي (**SaudiNVG@**) على منصة X في تعزيز الوعي التطوعي لدى الشباب السعودي؟

ما أنماط استخدام الشباب السعودي لمنصة X وبأي درجة يتفاعلون مع محتوى حساب العمل التطوعي السعودي (**SaudiNVG@**) المتعلق بالعمل التطوعي؟

ما أبرز الدوافع التي تحفِّز الشباب السعودي على متابعة حساب **SaudiNVG@** وكيف تنعكس تلك الدوافع على مستوى وعيهم التطوعي؟

ما طبيعة التفاعل السلوكي والمعرفي والوجداني الذي يبديه مستخدمو منصة X مع محتوى الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG)؟
إلى أي مدى يسهم تنوع الوسائط الإعلامية (النصوص، الصور، الفيديو، الإنفوجرافيك) المستخدمة في حساب SaudiNVG@ في تقليل الغموض ورفع مستوى الوضوح حول مفاهيم التطوع؟

ما نوع الإشباعات (المعرفية، الاتجاهية، السلوكية) التي يحققها حساب SaudiNVG@ لمتابعيه من الشباب السعودي فيما يخص قضايا العمل التطوعي؟
٩- فرضيات الدراسة:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدة متابعة الشباب السعودي لحساب العمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X ومستوى وعيهم التطوعي.
توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين دوافع متابعة حساب SaudiNVG@ ومستوى تفاعل المستخدمين مع المحتوى التطوعي المنشور عبر الحساب.
يسهم تنوع أشكال وأساليب عرض المحتوى الإعلامي في حساب SaudiNVG@ (نصوص، صور، فيديوهات، إنفوجرافيك) في تقليل الغموض وزيادة الفهم لمفاهيم التطوع لدى المتابعين.
توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى تفاعل المستخدمين مع المحتوى التطوعي المنشور في حساب SaudiNVG@ (الإعجاب، التعليق، إعادة النشر) ومستوى إشباع حاجاتهم المعرفية والاتجاهية والسلوكية نحو العمل التطوعي.
تُسهم متابعة حساب العمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X في تنمية الاتجاهات والسلوكيات التطوعية لدى الشباب السعودي.

١٠- الإجراءات المنهجية للدراسة

لتحقيق أغراض الدراسة قام الباحث باستخدام المنهج الوصفي التحليلي، والذي يعنى بجمع الحقائق والبيانات، وتصنيفها، ومعالجتها، وتحليلها تحليلًا كافيًا ودقيقًا؛ لاستخلاص دلالتها والوصول إلى النتائج للتمكن من تحليل جوانب المشكلة بدقة وتوضيح أسبابها والظروف المحيطة بها والتوصل إلى إجابات عن تساؤلات وفرضيات الدراسة وتعميم النتائج المتحصل عليها بشكل علمي في إطار هذا المنهج البحثي.

جدول رقم (١)

توزيع عينة الدراسة وفقاً للنوع، السن، المستوى التعليمي.

المتغير	المجموعات	التكرار	النسبة
النوع	ذكور	١٨٧	٥٧.٠٠
	إناث	١٤١	٤٣.٠٠
السن	من ١٨ إلى ٢٢ سنة	١٢٧	٣٨.٧٠
	من ٢٣ إلى ٢٧	١٠٢	٣١.١٠
	من ٢٨ إلى ٣٢ سنة	٥٦	١٧.١٠
	من ٣٣ فما فوق	٤٣	١٣.١٠
المستوى التعليمي	إبتدائي	٤٨	١٤.٦٠
	ثانوي	٦٧	٢٠.٤٠
	متوسط	١٠٣	٣١.٤٠
	جامعي	١١٠	٣٣.٦٠
المجموع		٣٢٨	١٠٠

١١- المعالجة الإحصائية للبيانات :

لاستخراج نتائج الدراسة قام الباحث باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS) حيث استخدم بعض الأساليب الإحصائية التي تتلاءم وطبيعة البيانات المطلوبة مثل :

١- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.

٢- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

٣- تحليل التباين ذي البعد الواحد One Way Analysis of Variance ANOVA

لدراسة الفروق الإحصائية بين المتوسطات الحسابية للمجموعات في أحد متغيرات الدراسة.

٤- الاختبارات البعدية Post Hoc Tests بطريقة أقل فرق معنوي Least Significance

Difference والمعروف بـ L.S.D لمعرفة مصدر التباين بين المجموعات التي يؤكد تحليل التباين على وجود فرق بينها.

٥- معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من متغيرات الدراسة.

٦- اختبار "ت" T-Test للمجموعات المستقلة لدراسة الفروق بين المتوسطين الحسابيين لمجموعتين من المبحوثين على أحد متغيرات الدراسة.

٧- اختبار مربع كاي (χ^2) لجدول التوافق لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المستوى الأسى.

٨- معامل التوافق (Contingency Coefficient) الذي يقيس شدة العلاقة بين متغيرين اسميين في جدول أكثر من 2×2 .

٩- اختبار "Z Test" لدراسة معنوية الفرق بين نسبتيين مؤبتيين.

١٢- خطوات تقنين أدوات الدراسة:

أولاً: صدق الاستبيان:

يقصد بصدق الاستبيان صحته في قياس ما يدعى انه يقيسه، والاستبيان الصادق يقيس ما وضع لقياسه^(١). وللتحقق من صدق الاستبيان تم الاعتماد على ثلاث طرق مختلفة وهي: الصدق المنطقي، الصدق الظاهري أو صدق المحكمين، صدق الاتساق الداخلي.

أ- الصدق المنطقي (صدق المحتوى):

اعتمد الباحث في بناء هذا الاستبيان واختيار العبارات المكونة لأبعاده على الدراسات السابقة التي اتخذت من شبكات التواصل الاجتماعي وتكوين الوعي التطوعي موضوعاً لها، وكذلك اشتقت بعض عبارات الاستبيان من بعض المقاييس الخاصة بالدراسات السابقة، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، واستكمل باقي عبارات الاستبيان من الدراسات التي تناولت أحد جوانب أو أبعاد الدراسة، ويشير هذا الاعتماد على المصادر السابقة إلى تمتع المقاييس الفرعية للاستبيان بقدر مقبول ومعقول من الصدق المنطقي وأن الاستبيان صالح للتطبيق.

ب- الصدق الظاهري أو صدق المحكمين:

تم عرض استمارة الاستبيان على مجموعة من المحكمين المتخصصين في الإعلام في الجامعات السعودية وعددهم (١٠)^(٢)، وذلك بغرض دراسة مفردات كل مجال في ضوء التعريف الإجرائي له، وكذلك الهدف من الأدوات، وقد أقر المحكمون صلاحية الاستبيان بشكل عام بعد إجراء بعض التعديلات التي اقترحها المحكمون، وقد تم الإبقاء على المفردات التي جاءت نسبة اتفاق المحكمين عليها ٩٠٪ فأكثر، وتم حذف بعض العبارات وتعديل بعضها في ضوء الملاحظات التي أبداهها المحكمون؛ حيث انتهى عدد تساؤلات الاستبيان إلى ٢١ سؤال، بالإضافة إلى المتغيرات الديموغرافية.

ج- صدق الاتساق الداخلي للاستبيان:

تم حساب معاملات الارتباط بين درجة كل بعد من أبعاد الاستبيان والدرجة الكلية للاستبيان، وذلك لمعرفة مدى ارتباط كل بعد بالدرجة الكلية للاستبيان، ولهدف التحقق من مدى صدق الاستبيان، ويتضح ذلك من خلال جدول التالي.

جدول (٢)

معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لكل مقياس فرعى والدرجة الكلية للاستبيان

مستوى الدلالة	معامل الارتباط	المجال
دالة عند ٠.٠١	٠.٧٢٥	مقياس مستوى استخدام المبحوثين لمنصة X
دالة عند ٠.٠١	٠.٦٨٩	مقياس مستوى دوافع استخدام المبحوثين لمنصة X
دالة عند ٠.٠١	٠.٧٢١	مقياس مستوى متابعة المبحوثين للمضامين المتعلقة بالتطوعية السعودية عبر منصة X
دالة عند ٠.٠١	٠.٦٩٨	مقياس مستوى متابعة المبحوثين للحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X
دالة عند ٠.٠١	٠.٧٢٨	مقياس مستوى تفاعل المبحوثين مع الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X
دالة عند ٠.٠١	٠.٧٤١	مقياس مستوى دوافع متابعة المبحوثين للحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X
دالة عند ٠.٠١	٠.٧٧٢	مقياس مستوى تفاعل المبحوثين مع مضامين الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X
دالة عند ٠.٠١	٠.٨١٢	مقياس مستوى الاشباعات المعرفية المتحققة نتيجة متابعة مضامين الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X
دالة عند ٠.٠١	٠.٧٤٥	مقياس مستوى الاشباعات الوجدانية المتحققة نتيجة متابعة مضامين الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X
دالة عند ٠.٠١	٠.٦٨٢	مقياس مستوى الاشباعات السلوكية المتحققة نتيجة متابعة مضامين الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X

يتبين من الجدول السابق أن أبعاد الاستبيان تتمتع بمعاملات ارتباط قوية ودالة إحصائياً عند مستوى دلالة أقل من ٠.٠١، وقد تراوحت معاملات الارتباط لمجالات الاستبيان بين (٠.٦٨٢ ، ٠.٨١٢) وهذا دليل كافٍ على أن الاستبيان يتمتع بمعامل صدق عالي.

ثانياً: ثبات الاستبيان:

يقصد بثبات الاستبيان عادة أن يكون على درجة عالية من الدقة والإتقان والاتساق فيما تزودنا به من بيانات عن سلوك المبحوث^(٣)، والاستبيان الثابت هو الذي يعطي نفس النتائج (تقريباً) إذا طبق على نفس الأشخاص في فرصتين مختلفتين^(٤)، وقد تم حساب معامل ثبات الاستبيان

(أداة الدراسة) على عينة قوامها (٦٠) مفردة ، وذلك باستخدام طريقة إعادة التطبيق لحساب ثبات المقاييس، طريقة التجزئة النصفية (S.H)، حساب ثبات الاستبيان بطريقة ألفا كرونباخ (Cronbach).

طريقة إعادة التطبيق

تم تطبيق الاستبيان على عينة مكونة من ٦٠ مفردة من الجمهور السعودي ثم أعيد تطبيقه مرة أخرى على المجموعة نفسها بعد فاصل زمني قدره ثلاثة أسابيع، ثم قام الباحث بحساب معامل الثبات بين درجات المبحوثين في التطبيقين الأول والثاني، وقد أشارت معاملات الارتباط إلى الاتفاق بين الإجابات على كل بعد من أبعاد الاستبيان بين التطبيق الأول والثاني بنسبة بلغت ٠.٧٦٨. ويتضح ذلك من الجدول التالي :

جدول رقم (٣)

معامل ثبات مقياس الدراسة وأبعاده المختلفة

مستوى الدلالة	معامل الثبات	البعد
دالة عند ٠.٠١	٠.٥٥٢	مقياس مستوى استخدام المبحوثين لمنصة X
دالة عند ٠.٠١	٠.٦٢٥	مقياس مستوى دوافع استخدام المبحوثين لمنصة X
دالة عند ٠.٠١	٠.٥٩٨	مقياس مستوى متابعة المبحوثين للمضامين المتعلقة بالتطوعية السعودية عبر منصة X
دالة عند ٠.٠١	٠.٤٩٦	مقياس مستوى متابعة المبحوثين للحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X
دالة عند ٠.٠١	٠.٧٢٥	مقياس مستوى تفاعل المبحوثين مع الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X
دالة عند ٠.٠١	٠.٦٦٨	مقياس مستوى دوافع متابعة المبحوثين للحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X
دالة عند ٠.٠١	٠.٥٨٦	مقياس مستوى تفاعل المبحوثين مع مضامين الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X
دالة عند ٠.٠١	٠.٧١٢	مقياس مستوى الاشباعات المعرفية المتحققة نتيجة متابعة مضامين الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X
دالة عند ٠.٠١	٠.٦٦٥	مقياس مستوى الاشباعات الوجدانية المتحققة نتيجة متابعة مضامين الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X
دالة عند ٠.٠١	٠.٥٩٨	مقياس مستوى الاشباعات السلوكية المتحققة نتيجة متابعة مضامين الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X
دالة عند ٠.٠١	٠.٧٦٨	الدرجة الكلية

يتضح من الجدول السابق مدى تقارب نسبة الثبات بين الأبعاد المختلفة، كما يتضح أن معاملات ثبات الأبعاد المختلفة قد تراوحت ما بين (٠.٤٩٦ – ٠.٧٢٥) وجميعها معاملات ثبات دالة عند مستوى ٠.٠٠١، كما يبين أن معامل ثبات الدرجة الكلية للاستبيان قد بلغ ٠.٧٦٨ وهي نسبة توجي بالثقة في صلاحية الاستبيان كأداة من أدوات الدراسة.

ب- طريقة التجزئة النصفية (S.H):

كما قام الباحث بحساب معامل ثبات كل مقياس فرعي من المقاييس المكونة للاستبيان، وحساب معامل ارتباط المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان مع بعضها وكذلك حساب معامل ارتباط الأبعاد مع الدرجة الكلية للاستبيان وفقا لطريقة التجزئة النصفية لجتمان ومعامل سبيرمان وبراون.

جدول رقم (٤)

معامل ثبات الاستبيان وأبعاده وفقا (التجزئة النصفية لجتمان- سبيرمان وبراون).

معامل ارتباط سبيرمان - براون	معامل ارتباط التجزئة النصفية لجتمان	المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان
٠.٥٦٨	٠.٤٦٥	مقياس مستوى استخدام المبحوثين لمنصة X
٠.٥٥٥	٠.٥١٢	مقياس مستوى دوافع استخدام المبحوثين لمنصة X
٠.٦٣٢	٠.٦١٢	مقياس مستوى متابعة المبحوثين للمضامين المتعلقة بالتطوعية السعودية عبر منصة X
٠.٥٤٩	٠.٥٦٧	مقياس مستوى متابعة المبحوثين للحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X
٠.٦١٢	٠.٥٩٨	مقياس مستوى تفاعل المبحوثين مع الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X
٠.٤٨٢	٠.٤٣٥	مقياس مستوى دوافع متابعة المبحوثين للحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X
٠.٥٦٨	٠.٥٥٤	مقياس مستوى تفاعل المبحوثين مع مضامين الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X
٠.٥٨٧	٠.٥٥٨	مقياس مستوى الاشباعات المعرفية المتحققة نتيجة متابعة مضامين الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X
٠.٥٩٨	٠.٥٧١	مقياس مستوى الاشباعات الوجدانية المتحققة نتيجة متابعة مضامين الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X
٠.٥١٤	٠.٤٩٨	مقياس مستوى الاشباعات السلوكية المتحققة نتيجة متابعة مضامين الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X
٠.٦٦٧	٠.٦٣٤	معامل ارتباط الأبعاد مع بعضها
٠.٦٩٨	٠.٧٤٢	ارتباط الأبعاد مع الدرجة الكلية

يتضح من الجدول السابق أن المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان حققت معاملات ثبات على درجة معقولة ومقبولة علمياً، حيث تراوحت معاملات ثبات المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان وفقاً لمعامل التجزئة النصفية لجتمان ما بين ٠.٤٣٥ - ٠.٦١٢، بينما تراوح معامل ثبات المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان وفقاً لمعامل ارتباط سبيرمان وبراون ما بين ٠.٤٨٢ - ٠.٦٣٢، وفيما يتعلق بمعاملات ارتباط المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان مع بعضها فقد كانت ٠.٦٣٤ وفقاً لمعامل ارتباط التجزئة النصفية لجتمان، بينما كانت وفقاً لمعامل سبيرمان - براون ٠.٦٦٧، وهي معاملات ثبات عالية وتدل على ثبات الأبعاد، وفيما يتعلق بمعاملات ارتباط المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان مع الدرجة الكلية للاستبيان فقد كانت ٠.٧٤٢ وفقاً لمعاملات ارتباط التجزئة النصفية لجتمان، وبلغت ٠.٦٩٨ وفقاً لمعامل سبيرمان وبراون وهي معاملات ثبات عالية وتشير إلى ثبات المقياس الفرعية المكونة للاستبيان وصلاحيته للاستخدام.

ج- حساب ثبات الاستبيان بطريقة ألفا كرونباخ (Cronbach):

تعتمد معادلة ألفا كرونباخ (Cronbach) على تباينات بنود المقياس، وتشتت أن تقيس بنود الاختبار سمة واحدة فقط، ولذلك قام الباحث بحساب معامل الثبات لكل بعد على إنفراد، ثم قام بحساب معامل ثبات الاستبيان ككل، وقد استخدم الباحث البرنامج الإحصائي SPSS لحساب معاملات الثبات، حيث تبين أن قيمة ألفا كرونباخ (Cronbach) للمقياس ككل ٠.٨٣٢ وهذا دليل كاف على ثبات استمارة الاستبيان وصلاحيته للتطبيق.

جدول (٥)

معامل ثبات ألفا كرونباخ (Cronbach) لأبعاد الاستبيان والدرجة الكلية للاستبيان

القيمة ألفا	المجال
٠.٥٧٤	مقياس مستوى استخدام المبحوثين لمنصة X
٠.٤٩٨	مقياس مستوى دوافع استخدام المبحوثين لمنصة X
٠.٤٤٧	مقياس مستوى متابعة المبحوثين للمضامين المتعلقة بالتطوعية السعودية عبر منصة X
٠.٣٩٨	مقياس مستوى متابعة المبحوثين للحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X
٠.٣٨٧	مقياس مستوى تفاعل المبحوثين مع الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X
٠.٤١٢	مقياس مستوى دوافع متابعة المبحوثين للحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X
٠.٤٥٤	مقياس مستوى تفاعل المبحوثين مع مضامين الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X
٠.٤٣٩	مقياس مستوى الاشباعات المعرفية المتحققة نتيجة متابعة مضامين الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X
٠.٥٤٧	مقياس مستوى الاشباعات الوجدانية المتحققة نتيجة متابعة مضامين الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X
٠.٥٧٨	مقياس مستوى الاشباعات السلوكية المتحققة نتيجة متابعة مضامين الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X
٠.٨٣٢	الدرجة الكلية للاستبيان

تشير البيانات في الجدول السابق إلى قيم معامل الثبات لإجابات الباحثين، وترواحت قيمة معامل ألفا ما بين (٠.٣٨٧ - ٠.٥٧٨) وهي توحى بثبات الاستبيان، كما تشير قيمة معامل الثبات ألفا على إجمالي الاستبيان إلى ثبات الاستبيان وقدرته على قياس ما وضع لقياسه حيث بلغت قيمته ٠.٨٣٢.

نتائج الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين الوعي التطوعي: دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي منصة X، وفي إطار منهج المسح تم ملء استمارة الاستبيان إلكترونياً لعينة الدراسة وقوامها (٣٢٨) مفردة من الجمهور السعودي بمكة المكرمة، وذلك من خلال تم تصميم الاستبيان إلكترونياً عبر منصة Qualtrics، حيث أطلق الباحث صحيفة الاستبيان عبر مواقع التواصل الاجتماعي لمدة خمسة أسابيع، حيث وصل عدد الاستجابات على الاستبيان ٣٢٨ مفردة، وتم مراعاة المتغيرات الديموغرافية لعينة الدراسة، وفيما يلي عرض الباحث أهم نتائج الدراسة الميدانية التي أجريت على عينة من الجمهور السعودي، وذلك للإجابة عن تساؤلات الدراسة، وهو ما يعكس سمات وخصائص العينة في علاقته بمواقع التواصل الاجتماعي، الأمر الذي يساعد في معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين الوعي التطوعي: دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي منصة X. وقد أسفر تحليل استجابات الباحثين التي تضمنتها بيانات صحيفة الاستبيان بعد عملية الجدولة والتصنيف عن بيانات كمية دعمت الثقة في النتائج وموضوعيتها، كما ساعدت على التحقق من أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها.

أولاً: نتائج الإجابة على تساؤلات الدراسة:

١- كثافة استخدام الباحثين لمنصة X.

جدول (٦) كثافة استخدام الباحثين لمنصة X وفقاً للنوع

النوع		ذكور		إناث		الإجمالي	
كثافة الاعتماد		ك	%	ك	%	ك	%
مرتفع		٩١	٤٨.٦٦	٥٨	٤١.١٣	١٤٩	٤٥.٤٣
متوسط		٨٤	٤٤.٩٢	٤١	٢٩.٠٨	١٢٥	٣٨.١١
منخفض		١٢	٦.٤٢	٤٢	٢٩.٧٩	٥٤	١٦.٤٦
الإجمالي		١٨٧	١٠٠	١٤١	١٠٠	٣٢٨	١٠٠

قيمة مربع كاي (χ^2) = ٣٢.٩٦٥ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠.٣٠٢ مستوى الدلالة = دالة عند ٠.٠٠١

بحساب قيمة مربع كاي (χ^2) من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢ ، بلغت القيمة الإحصائية ٣٢.٩٥٦ وتُعد قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠.٠٠٠١ ، أي أن مستوى المعنوية أصغر من ٠.٠٠٥ ، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.٣٠٢ تقريباً مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائية بين النوع (ذكور - إناث) وكثافة استخدام المبحوثين لمنصة X (مرتفع - متوسط - منخفض). وتشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى أن المبحوثين مرتفعي مستوى استخدام منصة X بلغت نسبتهم ٤٥.٤٣٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٤٨.٦٦٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤١.١٣٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة المبحوثين متوسطي مستوى استخدام منصة X ٣٨.١١٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٤٤.٩٢٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٩.٠٨٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وجاءت نسبة المبحوثين منخفضي مستوى استخدام منصة X ١٦.٤٦٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٦.٤٢٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٩.٧٩٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث.

٢- سنوات خبرة استخدام المبحوثين لمنصة X.

جدول (٧) سنوات خبرة استخدام المبحوثين لمنصة X وفقاً للنوع

النوع		ذكور		إناث		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
سنوات خبرة الاستخدام							
أقل من عام		١٩	١٠.١٦	٢٤	١٧.٠٢	٤٣	١٣.١١
من عام إلى أقل من عامين		٦٠	٣٢.٠٩	٤٥	٣١.٩١	١٠٥	٣٢.٠١
من عامين إلى أقل من ثلاثة أعوام		٦٣	٣٣.٦٩	٢٩	٢٠.٥٧	٩٢	٢٨.٠٥
ثلاثة أعوام أو أكثر		٤٥	٢٤.٠٦	٤٣	٣٠.٥٠	٨٨	٢٦.٨٣
الإجمالي		١٨٧	١٠٠	١٤١	١٠٠	٣٢٨	١٠٠

قيمة مربع كاي (χ^2) = ٩.٠٦٢ درجة الحرية = ٣ معامل التوافق = ٠.١٦٤ مستوى الدلالة = دالة عند ٠.٠٥

بحساب قيمة مربع كاي (χ^2) من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢ ، وجد أنها = ٩.٠٦٢ وتُعد قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠.٠٠٥ ، أي أن مستوى المعنوية أصغر من ٠.٠٠٥ ، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.١٦٤ تقريباً مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائية بين النوع (ذكور - إناث) وسنوات خبرة استخدام المبحوثين لمنصة X. وتشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى أن المبحوثين مستخدمي منصة X منذ أقل من عام بلغت نسبتهم

١٣.١١٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ١٠.١٦٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٧.٠٢٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة المبحوثين مستخدمي منصة X من عام إلى أقل من عامين ٣٢.٠١٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٣٢.٠٩٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣١.٩١٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وجاءت نسبة المبحوثين مستخدمي منصة X من عامين إلى أقل من ثلاثة أعوام ٢٨.٠٥٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٣٣.٦٩٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٠.٥٧٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وجاءت نسبة المبحوثين مستخدمي منصة X من ثلاثة أعوام أو أكثر ٢٦.٨٣٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٢٤.٠٦٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣٠.٥٠٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث.

٥- أهم الأماكن التي يستخدم المبحوثين خلالها منصة X.

جدول رقم (٨) أهم الأماكن التي يستخدم المبحوثين خلالها منصة X وفقاً للنوع.

الرمز	الدالة	قيمة z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع
			%	ك	%	ك	%	ك	
١	دالة **	٢.٨٠٣	٦٦.٧٧	٢١٩	٧٥.١٨	١٠٦	٦٠.٤٣	١١٣	البيت
٢	دالة *	٢.٢٨٢	٥٨.٢٣	١٩١	٥١.٠٦	٧٢	٦٣.٦٤	١١٩	فضاءات الترفيهية
٤	غير دالة	١.٢٧١	٤٤.٢١	١٤٥	٤٨.٢٣	٦٨	٤١.١٨	٧٧	مكان العمل
٣	غير دالة	١.٨٠٧	٤٦.٠٤	١٥١	٥١.٧٧	٧٣	٤١.٧١	٧٨	في كل الأماكن
			٣٢٨		١٤١		١٨٧		إجمالي عدد المستجيبين

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم الأماكن التي يستخدم المبحوثين خلالها منصة X وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول البيت، حيث جاءت بنسبة بلغت ٦٦.٧٧٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦٠.٤٣٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٧٥.١٨٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠١، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٢.٨٠٣ وهى قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٩ وجاء في الترتيب الثانى فضاءات الترفيه، حيث جاءت بنسبة بلغت ٥٨.٢٣٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦٣.٦٤٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥١.٠٦٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين

النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٥، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٢.٢٨٢ وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٥. وجاء في الترتيب الثالث في كل الأماكن، حيث جاءت بنسبة بلغت ٤٦.٠٤٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٤١.٧١٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥١.٧٧٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١.٨٠٧ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٥.

٦- موقف المبحوثين من التعامل مع مضامين منصة X عند استخدامه.

جدول (٩) موقف المبحوثين من التعامل مع مضامين منصة X عند استخدامه وفقاً للنوع

النوع		ذكور		إناث		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
النشر والتعليق		٦٥	٣٤.٧٦	٣٩	٢٧.٦٦	١٠٤	٣١.٧١
النشر فقط		٣٦	١٩.٢٥	٧٠	٤٩.٦٥	١٠٦	٣٢.٣٢
القراءة فقط		٥٣	٢٨.٣٤	٢٣	١٦.٣١	٧٦	٢٣.١٧
التعليق فقط		٣٣	١٧.٦٥	٩	٦.٣٨	٤٢	١٢.٨٠
الإجمالي		١٨٧	١٠٠	١٤١	١٠٠	٣٢٨	١٠٠

قيمة مربع كاي $(\chi^2) = ٣٧.٢٤٣$ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠.٣١٩ مستوى الدلالة = دالة عند

٠.٠٠١

بحساب قيمة مربع كاي (χ^2) من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢، وجد أنها = ٣٧.٢٤٣ وتُعد قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠.٠٠٠١، أي أن مستوى المعنوية أصغر من ٠.٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.٣١٩ تقريباً مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) وموقف المبحوثين من التعامل مع مضامين منصة X عند استخدامه. وتشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى أن من يتعاملون مع مضامين منصة X عند استخدامه بالنشر والتعليق بلغت نسبتهم ٣١.٧١٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٣٤.٧٦٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٧.٦٦٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من يتعاملون مع مضامين منصة X عند استخدامه بالنشر فقط ٣٢.٣٢٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ١٩.٢٥٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٩.٦٥٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وجاءت نسبة من يتعاملون مع مضامين منصة X عند استخدامه بالقراءة فقط ٢٣.١٧٪ من إجمالي مفردات

عينة الدراسة موزعة بين ٢٨.٣٤٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٦.٣١٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما جاءت نسبة من يتعاملون مع مضامين منصة X عند استخدامه بالتعليق فقط ١٢.٨٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ١٧.٦٥٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٦.٣٨٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث.

٧- أهم أسباب استخدام المبحوثين لمنصة X.

جدول رقم (١٠)

أهم أسباب استخدام المبحوثين لمنصة X وفقاً للنوع.

الأسباب	النوع	ذكور		إناث		الإجمالي		قيمة Z	الدالة	الترتيب
		ك	%	ك	%	ك	%			
الحصول على المعلومات	١٣٤	٧١.٦٦	٩٦	٦٨.٠٩	٢٣٠	٧٠.١٢	٠.٦٩٩	غير دالة	١	
متابعة الأخبار والأحداث	١٠٤	٥٥.٦١	٨٣	٥٨.٨٧	١٨٧	٥٧.٠١	٠.٥٨٨	غير دالة	٢	
حفظ الملفات الشخصية	٩٠	٤٨.١٣	٧١	٥٠.٣٥	١٦١	٤٩.٠٩	٠.٣٩٩	غير دالة	٣	
متابعة الصفحات	٨٦	٤٥.٩٩	٥٦	٣٩.٧٢	١٤٢	٤٣.٢٩	١.١٣٣	غير دالة	٥	
الانضمام للمجموعات	٨٨	٤٧.٠٦	٦٣	٤٤.٦٨	١٥١	٤٦.٠٤	٠.٤٢٧	غير دالة	٤	
التواصل والعلاقات الاجتماعية	٧٧	٤١.١٨	٥٨	٤١.١٣	١٣٥	٤١.١٦	٠.٠٠٨	غير دالة	٦	
التسلية والترفيه	٨١	٤٣.٣٢	٧٠	٤٩.٦٥	١٥١	٤٦.٠٤	١.١٣٧	غير دالة	٤	
إجمالي عدد المستجيبين	١٨٧		١٤١		٣٢٨					

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم أسباب استخدام المبحوثين لمنصة X وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول الحصول على المعلومات، حيث جاءت بنسبة بلغت ٧٠.١٢٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٧١.٦٦٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٦٨.٠٩٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٢.٨٠٣ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٥. وجاء في الترتيب الثانى متابعة الأخبار والأحداث، حيث جاءت بنسبة بلغت ٥٧.٠١٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٥٥.٦١٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٨.٨٧٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد

بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.١٠٠ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٥ وجاء في الترتيب الثالث حفظ الملفات الشخصية، حيث جاءت بنسبة بلغت ٤٩.٠٩٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٤٨.١٣٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٠.٣٥٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٣٩٩ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٥.

٨- موقف المبحوثين حول العبارات التى تحدد درجة دوافع استخدام الجمهور السعودي لمنصة X:

جدول (١١)

موقف المبحوثين حول العبارات التى تحدد درجة دوافع استخدام الجمهور السعودي لمنصة X

الاستجابة	مرتفع		متوسط		منخفض		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مرتفع	درجة الدوافع
	ك	%	ك	%	ك	%				
الأكثر انتشاراً وشعبية بين المستخدمين	١٧٣	٥٢.٧٤	١١٦	٣٥.٣٧	٣٩	١١.٨٩	٢.٤١	٠.٦٩	٩	مرتفع
سهل الاستخدام	١٨٦	٥٦.٧١	١١٤	٣٤.٧٦	٢٨	٨.٥٤	٢.٤٨	٠.٦٥	٧	مرتفع
يحمي البيانات الشخصية للمستخدم	١٧٣	٥٢.٧٤	١٢٦	٣٨.٤١	٢٩	٨.٨٤	٢.٤٤	٠.٦٥	٨	مرتفع
سريع في نشر الأخبار والأحداث	٢٢٨	٦٩.٥١	٧٣	٢٢.٢٦	٢٧	٨.٢٣	٢.٦١	٠.٦٣	٣	مرتفع
له أساليب متنوعة في النشر (نص، صورة، فيديو)	٢١٦	٦٥.٨٥	٨٦	٢٦.٢٢	٢٦	٧.٩٣	٢.٥٨	٠.٦٤	٤	مرتفع
متنوع المضامين والمحتويات	٢٥٤	٧٧.٤٤	٥١	١٥.٥٥	٢٣	٧.٠١	٢.٧٠	٠.٥٩	١	مرتفع
يتيح لجميع المستخدمين إمكانية المشاركة والتعليق	٢١١	٦٤.٣٣	٩١	٢٧.٧٤	٢٦	٧.٩٣	٢.٥٦	٠.٦٤	٦	مرتفع
فضاء للترفيه والتسلية	٢٣٦	٧١.٩٥	٧٢	٢١.٩٥	٢٠	٦.١٠	٢.٦٦	٠.٥٩	٢	مرتفع
يسهل إقامة العلاقات الاجتماعية	٢١٩	٦٦.٧٧	٧٦	٢٣.١٧	٣٣	١٠.٠٦	٢.٥٧	٠.٦٧	٥	مرتفع
إجمالي عدد المستجيبين	ن = ٣٢٨						٢.٥٦	٠.٦٤	-	مرتفع

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف المبحوثين حول العبارات التى تحدد درجة دوافع استخدام الجمهور السعودي لمنصة X، التى جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط

حسابي ٢.٥٦، بينما تراوحت تقدير استجابات المبحوثين على العبارات المكونة للمقياس ما بين مرتفع، وجاء في مقدمة هذه العبارات متنوع المضامين والمحتويات، حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٧٠، وجاءت فضاء للترفيه والتسلية في الترتيب الثاني حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٦٦، وجاءت سريع في نشر الأخبار والأحداث في الترتيب الثالث حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٦١، وجاءت له أساليب متنوعة في النشر (نص، صورة، فيديو) في الترتيب الرابع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٥٨، وجاءت يسهل إقامة العلاقات الاجتماعية في الترتيب الخامس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٥٧، وجاءت يتيح لجميع المستخدمين إمكانية المشاركة والتعليق في الترتيب السادس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٥٦.

- درجة دوافع استخدام الجمهور السعودي لمنصة X.

جدول (١٢)

درجة دوافع استخدام الجمهور السعودي لمنصة X وفقاً للنوع

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
مرتفعة	١١٣	٦٠.٤٣	٦٠	٤٢.٥٥	١٧٣	٥٢.٧٤
متوسطة	٧١	٣٧.٩٧	٤٥	٣١.٩١	١١٦	٣٥.٣٧
منخفضة	٣	١.٦٠	٣٦	٢٥.٥٣	٣٩	١١.٨٩
الإجمالي	١٨٧	١٠٠	١٤١	١٠٠	٣٢٨	١٠٠

قيمة مربع كاي (χ^2) = ٤٤.٤١٠ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠.٣٤٥ مستوى الدلالة = دالة عند

٠.٠٠١

بحساب قيمة مربع كاي (χ^2) من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢، وجد أنها = ٤٤.٤١٠ وتعد قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠.٠٠٠١، أي أن مستوى المعنوية أصغر من ٠.٠٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.٣٤٥ تقريباً مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائية بين النوع (ذكور - إناث) ودرجة دوافع استخدام المبحوثين لمنصة X. وتشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى أن المبحوثين مرتفعي دوافع استخدام منصة X بلغت نسبتهم ٥٢.٧٤٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٦٠.٤٣٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٢.٥٥٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة المبحوثين

متوسطي دوافع استخدام منصة X ٣٥.٣٧٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٣٧.٩٧٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣١.٩١٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وجاءت نسبة المبحوثين منخفضي دوافع استخدام منصة X ١١.٨٩٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ١.٦٠٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٥.٥٣٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث.

٩- معدل تناول منصة X للمواضيع التطوعية من وجهة نظر المبحوثين.

جدول (١٣)

معدل تناول منصة X للمواضيع التطوعية من وجهة نظر المبحوثين وفقا للنوع

النوع		ذكور		إناث		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
مرتفعة		١٢٣	٦٥.٧٨	٧٩	٥٦.٠٣	٢٠٢	٦١.٥٩
متوسطة		٤٥	٢٤.٠٦	٤٨	٣٤.٠٤	٩٣	٢٨.٣٥
منخفضة		١٩	١٠.١٦	١٤	٩.٩٣	٣٣	١٠.٠٦
الإجمالي		١٨٧	١٠٠	١٤١	١٠٠	٣٢٨	١٠٠

قيمة مربع كاي $(\chi^2) = ٤.٠٦٧$ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠.١١١ مستوى الدلالة = غير دالة

بحساب قيمة مربع كاي (χ^2) من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢ ، وجد أنها = ٤.٠٦٧ وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥ ، أى أن مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥ ، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.١١١ تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) ومعدل تناول منصة X للمواضيع التطوعية من وجهة نظر المبحوثين. وتشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى أن نسبة من يرون أن منصة X يتناول المواضيع التطوعية بدرجة مرتفعة بلغت نسبتهم ٦١.٥٩٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٦٥.٧٨٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٦.٠٣٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من يرون أن منصة X يتناول المواضيع التطوعية بدرجة متوسطة ٢٨.٣٥٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٢٤.٠٦٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣٤.٠٤٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وجاءت نسبة من يرون أن منصة X يتناول المواضيع التطوعية بدرجة منخفضة ١٠.٠٦٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ١٠.١٦٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٩.٩٣٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث.

١٠- مدى متابعة المبحوثين للمواضيع التطوعية السعودية على منصة X .

جدول (١٤)

مدى متابعة المبحوثين للمواضيع التطوعية السعودية على منصة X وفقاً للنوع

النوع		ذكور		إناث		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
دائماً		١٣٩	٧٤.٣٣	١٠٤	٧٣.٧٦	٢٤٣	٧٤.٠٩
أحياناً		٣٢	١٧.١١	٢٧	١٩.١٥	٥٩	١٧.٩٩
نادراً		١٦	٨.٥٦	١٠	٧.٠٩	٢٦	٧.٩٣
الإجمالي		١٨٧	١٠٠	١٤١	١٠٠	٣٢٨	١٠٠

قيمة مربع كاي $(\chi^2) = ٠.٤٠٦$ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠.٣٥ = مستوى الدلالة = غير دالة

بحساب قيمة مربع كاي (χ^2) من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢ ، وجد أنها = ٠.٤٠٦ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥ ، أي أن مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥ ، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.٣٥ تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين النوع (ذكور - إناث) ومدى متابعة المبحوثين للمواضيع التطوعية السعودية على منصة X . وتشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى أن نسبة من يتابعون المواضيع التطوعية السعودية على منصة X دائماً بلغت نسبتهم ٧٤.٠٩٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٧٤.٣٣٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٧٣.٧٦٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من يتابعون المواضيع التطوعية السعودية على منصة X أحياناً ١٧.٩٩٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ١٧.١١٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٩.١٥٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وجاءت نسبة من يتابعون المواضيع التطوعية السعودية على منصة X نادراً ٧.٩٣٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٨.٥٦٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٧.٠٩٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث.

١١- أهم الصفحات التي يتابع المبحوثين من خلالها المواضيع التطوعية السعودية على منصة X.

جدول رقم (١٥)

أهم الصفحات التي يتابع المبحوثين من خلالها المواضيع التطوعية السعودية على منصة X وفقاً للنوع.

الترتيب	الدلالة	قيمة Z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع
			%	ك	%	ك	%	ك	
٢	غير دالة	١.٤٢١	٥٢.٧٤	١٧٣	٤٨.٢٣	٦٨	٥٦.١٥	١٠٥	صفحات الأفراد المؤثرين
١	غير دالة	١.٤٢٦	٦٣.٧٢	٢٠٩	٦٨.٠٩	٩٦	٦٠.٤٣	١١٣	الصفحات الرسمية لمؤسسات الدولة
٣	دالة *	٢.٤٠٢	٥١.٢٢	١٦٨	٥٨.٨٧	٨٣	٤٥.٤٥	٨٥	صفحات المجموعات التطوعية
٥	دالة **	٢.٧٦٥	٤٤.٢١	١٤٥	٣٥.٤٦	٥٠	٥٠.٨٠	٩٥	صفحات جمعيات التطوع
٤	دالة *	٢.٤٣٤	٤٨.١٧	١٥٨	٤٠.٤٣	٥٧	٥٤.٠١	١٠١	صفحات المنظمات الدولية للتطوع
			٣٢٨		١٤١		١٨٧		إجمالي عدد المستجيبين

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم الصفحات التي يتابع المبحوثين من خلالها المواضيع التطوعية السعودية على منصة X وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول الصفحات الرسمية لمؤسسات الدولة، حيث جاءت بنسبة بلغت ٦٣.٧٢٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦٠.٤٣٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٦٨.٠٩٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١.٤٢٦ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٥. وجاء في الترتيب الثاني صفحات الأفراد المؤثرين، حيث جاءت بنسبة بلغت ٥٢.٧٤٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٥٦.١٥٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٨.٢٣٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١.٤٢١ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٥. وجاء في الترتيب الثالث صفحات المجموعات التطوعية، حيث جاءت بنسبة بلغت ٥١.٢٢٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٤٥.٤٥٪ من إجمالي

مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٨.٨٧٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٠٥، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٢.٤٠٢ وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٩٥.

١٢- مدى متابعة المبحوثين للحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X.

جدول (١٦) مدى متابعة المبحوثين للحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X وفقاً للنوع

النوع		ذكور		إناث		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
دائماً		٨٨	٤٧.٠٦	٩٢	٦٥.٢٥	١٨٠	٥٤.٨٨
أحياناً		٨١	٤٣.٣٢	٣١	٢١.٩٩	١١٢	٣٤.١٥
نادراً		١٨	٩.٦٣	١٨	١٢.٧٧	٣٦	١٠.٩٨
الإجمالي		١٨٧	١٠٠	١٤١	١٠٠	٣٢٨	١٠٠

قيمة مربع كاي (χ^2) = ١٦.٢٧٩ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠.٢١٧ مستوى الدلالة = دالة عند ٠.٠٠١

بحساب قيمة مربع كاي (χ^2) من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢، وجد أنها = ١٦.٢٧٩ وتعد قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، أي أن مستوى المعنوية أصغر من ٠.٠٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.٢١٧ تقريباً مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائية بين النوع (ذكور - إناث) ومدى متابعة المبحوثين للحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X. وتشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى أن نسبة من يتابعون الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X دائماً بلغت نسبتهم ٥٤.٨٨٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٤٧.٠٦٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٦٥.٢٥٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من يتابعون الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X أحياناً ٣٤.١٥٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٤٣.٣٢٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢١.٩٩٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وجاءت نسبة من يتابعون الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X نادراً ١٠.٩٨٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٩.٦٣٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٢.٧٧٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث.

١٣ - موقف المبحوثين حول العبارات التي تحدد درجة التفاعل مع الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X:

جدول (١٧)

موقف المبحوثين حول العبارات التي تحدد درجة التفاعل مع الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X

الاستجابة العبارات	دائماً		أحياناً		نادراً		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الدوافع
	ك	%	ك	%	ك	%			
التعليق	١٤٩	٤٥.٤٣	١٣٧	٤١.٧٧	٤٢	١٢.٨٠	٢.٣٤	٠.٦٩	٦ مرتفع
المشاركة وإعادة النشر	١٦٥	٥٠.٣٠	١٣٢	٤٠.٢٤	٣١	٩.٤٥	٢.٤١	٠.٦٦	٥ مرتفع
التفاعل الإيموجي	٢٠٩	٦٣.٧٢	٩٣	٢٨.٣٥	٢٦	٧.٩٣	٢.٥٦	٠.٦٤	٤ مرتفع
الاطلاع العابر	٢٤٠	٧٣.١٧	٦٤	١٩.٥١	٢٤	٧.٣٢	٢.٦٦	٠.٦١	١ مرتفع
المرور دون تفاعل	٢٣٧	٧٢.٢٦	٦٨	٢٠.٧٣	٢٣	٧.٠١	٢.٦٥	٠.٦١	٢ مرتفع
الإرسال للأصدقاء	٢٢٤	٦٨.٢٩	٧٨	٢٣.٧٨	٢٦	٧.٩٣	٢.٦٠	٠.٦٣	٣ مرتفع
إجمالي عدد المستجيبين	ن = ٣٢٨						٢.٥٣	٠.٦٤	- مرتفع

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف المبحوثين حول العبارات التي تحدد درجة التفاعل مع الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢.٥٣، بينما تراوحت تقدير استجابات المبحوثين على العبارات المكونة للمقياس ما بين مرتفع، وجاء في مقدمة هذه العبارات الاطلاع العابر، حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٦٠، وجاءت المرور دون تفاعل في الترتيب الثاني حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٦٥، وجاءت الإرسال للأصدقاء في الترتيب الثالث حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٦٠، وجاءت التفاعل الإيموجي في الترتيب الرابع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٥٦، وجاءت المشاركة وإعادة النشر في الترتيب الخامس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٤١، وجاءت التعليق في الترتيب السادس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٣٤.

- درجة تفاعل المبحوثين مع الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X.

جدول (١٨)

درجة تفاعل المبحوثين مع الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X وفقا للنوع

النوع		ذكور		إناث		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
مرتفعة		٧٤	٣٩.٥٧	٧٥	٥٣.١٩	١٤٩	٤٥.٤٣
متوسطة		٩٥	٥٠.٨٠	٤٢	٢٩.٧٩	١٣٧	٤١.٧٧
منخفضة		١٨	٩.٦٣	٢٤	١٧.٠٢	٤٢	١٢.٨٠
الإجمالي		١٨٧	١٠٠	١٤١	١٠٠	٣٢٨	١٠٠

قيمة مربع كاي (χ^2) = ١٥.٢١٦ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠.٢١١ مستوى الدلالة = دالة عند ٠.٠٠١

بحساب قيمة مربع كاي (χ^2) من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢ ، وجد أنها = ١٥.٢١٦ وتعد قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠.٠٠٠١ ، أي أن مستوى المعنوية أصغر من ٠.٠٠٥ ، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.٢١١ تقريباً مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) ومدى تفاعل المبحوثين مع الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X. وتشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى أن نسبة من يتفاعلون مع الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X بدرجة مرتفعة بلغت نسبتهم ٤٥.٤٣٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٣٩.٥٧٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٣.١٩٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من يتفاعلون مع الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X بدرجة متوسطة ٤١.٧٧٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٥٠.٨٠٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٩.٧٩٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وجاءت نسبة من يتفاعلون مع الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X بدرجة منخفضة ١٢.٨٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٩.٦٣٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٧.٠٢٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث.

١٤- أهم أشكال تفاعل المبحوثين مع الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X.

جدول رقم (١٩)

أهم أشكال تفاعل المبحوثين مع الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X وفقاً للنوع.

الترتيب	الدلالة	قيمة Z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع
			%	ك	%	ك	%	ك	
١	غير دالة	٠.٤٧٦	٦٧.٣٨	٢٢١	٦٥.٩٦	٩٣	٦٨.٤٥	١٢٨	نقاشات تطوعية
٢	غير دالة	١.٥٨١	٦٢.٥٠	٢٠٥	٦٧.٣٨	٩٥	٥٨.٨٢	١١٠	نصوص تطوعية
٣	غير دالة	٠.٥٨٧	٥٢.٧٤	١٧٣	٥٤.٦١	٧٧	٥١.٣٤	٩٦	الفيديوهات
٦	دالة ***	٣.٧٧١	٤٨.١٧	١٥٨	٣٦.١٧	٥١	٥٧.٢٢	١٠٧	الصور تدل على التطوع
٤	دالة *	٢.١٨١	٤٩.٠٩	١٦١	٥٦.٠٣	٧٩	٤٣.٨٥	٨٢	أنفوجرافيك تطوعي
٨	غير دالة	١.١٦٣	٤٤.٨٢	١٤٧	٤١.١٣	٥٨	٤٧.٥٩	٨٩	تصويت وسبر آراء
٥	غير دالة	٠.٣٩٧	٤٨.٧٨	١٦٠	٤٧.٥٢	٦٧	٤٩.٧٣	٩٣	مشاركة الأحداث التطوعية events
٧	دالة *	٢.٤٣٩	٤٧.٥٦	١٥٦	٥٥.٣٢	٧٨	٤١.٧١	٧٨	إعادة النشر فقط لما سبق
			٣٢٨		١٤١		١٨٧		إجمالي عدد المستجيبين

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم أشكال تفاعل المبحوثين مع الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X وفقاً للنوع ، حيث جاء في الترتيب الأول نقاشات تطوعية، حيث جاءت بنسبة بلغت ٦٧.٣٨٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦٨.٤٥٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٦٥.٩٦٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٤٧٦ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٥. وجاء في الترتيب الثاني نصوص تطوعية، حيث جاءت بنسبة بلغت ٦٢.٥٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٥٨.٨٢٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٦٧.٣٨٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١.٥٨١ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٥...

١٥- سنوات متابعة المبحوثين للحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X.

جدول (٢٠)

سنوات متابعة المبحوثين للحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X وفقا للنوع

النوع		ذكور		إناث		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
أقل من عام		٩٥	٥٠.٨٠	٦٢	٤٣.٩٧	١٥٧	٤٧.٨٧
من عام إلى أقل من عامين		٥٦	٢٩.٩٥	٦٥	٤٦.١٠	١٢١	٣٦.٨٩
من عامين إلى أقل من ثلاثة أعوام		٢٣	١٢.٣٠	١٢	٨.٥١	٣٥	١٠.٦٧
ثلاثة أعوام أو أكثر		١٣	٦.٩٥	٢	١.٤٢	١٥	٤.٥٧
الإجمالي		١٨٧	١٠٠	١٤١	١٠٠	٣٢٨	١٠٠

قيمة مربع كاي $(\chi^2) = ١٢.٩٣٣$ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠.١٩٥ مستوى الدلالة = دالة عند

٠.٠١

بحساب قيمة مربع كاي (χ^2) من الجدول السابق عند درجة حرية = ٣ ، وجد أنها = ١٢.٩٣٣ وتعد قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠.٠٠١ ، أي أن مستوى المعنوية أصغر من ٠.٠٠٥ ، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.١٩٥ تقريباً مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائية بين النوع (ذكور - إناث) وسنوات متابعة المبحوثين للحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X. وتشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى أن نسبة من يتابعون الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X منذ أقل من عام بلغت نسبتهم ٤٧.٨٧٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٥٠.٨٠٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٣.٩٧٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من يتابعون الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X من عام إلى أقل من عامين ٣٦.٨٩٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٢٩.٩٥٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٦.١٠٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وجاءت نسبة من يتابعون الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X من عامين إلى أقل من ثلاثة أعوام ١٠.٦٧٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ١٢.٣٠٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في

مقابل ٨.٥١٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وجاءت نسبة من يتابعون الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X منذ ثلاثة أعوام أو أكثر ٤.٥٧٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٦.٩٥٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١.٤٢٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث.

١٦- أهم أسباب تفضيل المبحوثين للحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X.

جدول رقم (٢١)

أهم أسباب تفضيل المبحوثين للحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X وفقاً للنوع.

الترتيب	الدالة	قيمة Z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع أهم أسباب التفضيل
			%	ك	%	ك	%	ك	
١	غير دالة	٠.٠٦١	٦١.٨٩	٢٠٣	٦١.٧٠	٨٧	٦٢.٠٣	١١٦	طريقة عرضه للمحتويات
٢	غير دالة	١.٠٦٥	٦٠.٠٦	١٩٧	٥٦.٧٤	٨٠	٦٢.٥٧	١١٧	العدد الكبير لمتابعيه
٣	غير دالة	٠.٤٢٨	٥٨.٢٣	١٩١	٥٩.٥٧	٨٤	٥٧.٢٢	١٠٧	مواكبته الدائمة للأحداث
٤	دالة *	٢.٤٣٥	٥٧.٣٢	١٨٨	٤٩.٦٥	٧٠	٦٣.١٠	١١٨	موثوقية ورسمية الحساب
			٣٢٨		١٤١		١٨٧		إجمالي عدد المستجيبين

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم أسباب تفضيل المبحوثين للحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول طريقة عرضه للمحتويات، حيث جاءت بنسبة بلغت ٦١.٨٩٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦٢.٠٣٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٦١.٧٠٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٠٦١ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٩٥. وجاء في الترتيب الثاني العدد الكبير لمتابعيه، حيث جاءت بنسبة بلغت ٦٠.٠٦٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦٢.٥٧٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٦.٧٤٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث،

وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١.٠٦٥ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٥. وجاء في الترتيب الثالث مواكبته الدائمة للأحداث، حيث جاءت بنسبة بلغت ٥٨.٢٣٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٥٧.٢٢٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٩.٥٧٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث.

١٧- موقف المبحوثين حول العبارات التي تحدد درجة دوافع متابعة المبحوثين للحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X:

جدول (٢٢) موقف المبحوثين حول العبارات التي تحدد درجة دوافع متابعة المبحوثين للحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X

الاستجابة	العبارات	دائماً		أحياناً		نادراً		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مرتفع	درجة الدوافع
		ك	%	ك	%	ك	%				
١٨٥	متابعة أخبار العمل التطوعي محلياً وعالمياً	١٢٠	٣٦.٥٩	٢٣	٧.٠١	٢.٤٩	٠.٦٣	٦	مرتفع		
٢١٢	تحصيل خلفية معرفية حول العمل التطوعي	٩٣	٢٨.٣٥	٢٣	٧.٠١	٢.٥٨	٠.٦٢	٤	مرتفع		
٢٤١	اكتساب خبرات ومهارات العمل التطوعي	٦٢	١٨.٩٠	٢٥	٧.٦٢	٢.٦٦	٠.٦٢	١	مرتفع		
٢٣٢	تبادل الخبرات والمهارات التطوعية	٧٣	٢٢.٢٦	٢٣	٧.٠١	٢.٦٤	٠.٦١	٢	مرتفع		
٢٣١	تنمية الوعي التطوعي	٦٧	٢٠.٤٣	٣٠	٩.١٥	٢.٦١	٠.٦٥	٣	مرتفع		
٢٠٢	مشاركة الآخرين في العمل التطوعي	١٠٦	٣٢.٣٢	٢٠	٦.١٠	٢.٥٥	٠.٦١	٥	مرتفع		
	إجمالي عدد المستجيبين	ن = ٣٢٨						٢.٥٩	٠.٦٢	-	مرتفع

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف المبحوثين حول العبارات التي تحدد درجة دوافع متابعة المبحوثين للحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X

X، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢.٥٩، بينما تراوحت تقدير استجابات المبحوثين على العبارات المكونة للمقياس ما بين مرتفع، وجاء في مقدمة هذه العبارات اكتساب خبرات ومهارات العمل التطوعي، حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٦٦، وجاءت تبادل الخبرات والمهارات التطوعية في الترتيب الثاني حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٦٤، وجاءت تنمية الوعي التطوعي في الترتيب الثالث حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٦١، وجاءت تحصيل خلفية معرفية حول العمل التطوعي في الترتيب الرابع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٥٨، وجاءت مشاركة الآخرين في العمل التطوعي في الترتيب الخامس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٥٥، وجاءت متابعة أخبار العمل التطوعي محليا وعالميا في الترتيب السادس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٤٩.

١٧- درجة دوافع متابعة المبحوثين للحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X.

جدول (٢٣)

درجة دوافع متابعة المبحوثين للحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X وفقا للنوع

النوع		ذكور		إناث		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
مرتفعة		٩١	٤٨.٦٦	٩٤	٦٦.٦٧	١٨٥	٥٦.٤٠
متوسطة		٧٩	٤٢.٢٥	٤١	٢٩.٠٨	١٢٠	٣٦.٥٩
منخفضة		١٧	٩.٠٩	٦	٤.٢٦	٢٣	٧.٠١
الإجمالي		١٨٧	١٠٠	١٤١	١٠٠	٣٢٨	١٠٠

قيمة مربع كاي (χ^2) = ١١.١١٠ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠.١٨١ مستوى الدلالة = دالة عند ٠.٠١

بحساب قيمة مربع كاي (χ^2) من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢، وجد أنها = ١١.١١٠ وتُعد قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، أي أن مستوى المعنوية أصغر من ٠.٠٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.١٨١ تقريباً مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) ودرجة دوافع متابعة المبحوثين للحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X. وتشير النتائج التفصيلية للجدول السابق

إلى أن نسبة مرتفعي دوافع متابعة الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X بلغت نسبتهم ٥٦.٤٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٤٨.٦٦٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٦٦.٦٧٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة متوسطي دوافع متابعة الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X ٣٦.٥٩٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٤٢.٢٥٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٩.٠٨٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وجاءت نسبة منخفضي دوافع متابعة الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X ٧.٠١٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٩.٠٩٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤.٢٦٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث.

١٨ - موقف المبحوثين حول العبارات التي تحدد درجة تفاعل المبحوثين مع محتويات الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X:

جدول (٢٤)

موقف المبحوثين حول العبارات التي تحدد درجة تفاعل المبحوثين مع محتويات الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X

الاستجابة	دائماً		أحياناً		نادراً		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الدوافع	العبارات
	ك	%	ك	%	ك	%				
التعليق	١٤٥	٤٤.٢١	١٤٧	٤٤.٨٢	٣٦	١٠.٩٨	٢.٣٤	٠.٦٧	٦	مرتفع
المشاركة وإعادة النشر	٢٢٦	٦٨.٩٠	٧٠	٢١.٣٤	٣٢	٩.٧٦	٢.٥٩	٠.٦٦	٣	مرتفع
التفاعل الإيموجي	٢٥٨	٧٨.٦٦	٥٣	١٦.١٦	١٧	٥.١٨	٢.٧٣	٠.٥٥	١	مرتفع
الإطلاع العابر	٢٤٨	٧٥.٦١	٥٠	١٥.٢٤	٣٠	٩.١٥	٢.٦٦	٠.٦٤	٢	مرتفع
المرور دون تفاعل	٢٠٩	٦٣.٧٢	٩٣	٢٨.٣٥	٢٦	٧.٩٣	٢.٥٦	٠.٦٤	٥	مرتفع
الإرسال للأصدقاء	٢١٠	٦٤.٠٢	٩٥	٢٨.٩٦	٢٣	٧.٠١	٢.٥٧	٠.٦٢	٤	مرتفع
إجمالي عدد المستجيبين	ن = ٣٢٨						٢.٥٨	٠.٦٣	-	مرتفع

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف المبحوثين حول العبارات التي تحدد درجة تفاعل المبحوثين مع محتويات الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على

منصة X، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢.٥٨، بينما تراوحت تقدير استجابات المبحوثين على العبارات المكونة للمقياس ما بين مرتفع، وجاء في مقدمة هذه العبارات التفاعل الإيموجي، حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٧٣، وجاءت الاطلاع العابر في الترتيب الثاني حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٦٦، وجاءت المشاركة وإعادة النشر في الترتيب الثالث حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٥٩، وجاءت الإرسال للأصدقاء في الترتيب الرابع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٥٧، وجاءت المرور دون تفاعل في الترتيب الخامس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٥٦، وجاءت التعليق في الترتيب السادس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٣٤.

- درجة تفاعل المبحوثين مع محتويات الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X.

جدول (٢٥)

درجة تفاعل المبحوثين مع محتويات الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X وفقا للنوع

النوع		ذكور		إناث		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
مرتفعة		١١٠	٥٨.٨٢	١١٦	٨٢.٢٧	٢٢٦	٦٨.٩٠
متوسطة		٥١	٢٧.٢٧	١٩	١٣.٤٨	٧٠	٢١.٣٤
منخفضة		٢٦	١٣.٩٠	٦	٤.٢٦	٣٢	٩.٧٦
الإجمالي		١٨٧	١٠٠	١٤١	١٠٠	٣٢٨	١٠٠

قيمة مربع كاي (χ^2) = ٢١.٢٥٥ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠.٢٤٧ مستوى الدلالة = دالة عند ٠.٠٠١

بحساب قيمة مربع كاي (χ^2) من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢، وجد أنها = ٢١.٢٥٥ وتعد قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠.٠٠٠١، أي أن مستوى المعنوية أصغر من ٠.٠٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.٢٤٧ تقريباً مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) ومدى تفاعل المبحوثين مع مضامين الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X. وتشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى أن نسبة من يتفاعلون مع مضامين الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي

(@SaudiNVG) على منصة X بدرجة مرتفعة بلغت نسبتهم ٦٨.٩٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٥٨.٨٢٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٨٢.٢٧٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من يتفاعلون مع مضامين الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X بدرجة متوسطة ٢١.٣٤٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٢٧.٢٧٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٣.٤٨٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وجاءت نسبة من يتفاعلون مع مضامين الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X بدرجة منخفضة ٩.٧٦٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ١٣.٩٠٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤.٢٦٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث.

١٩- أهم أساليب تفاعل المبحوثين مع محتويات الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X.

جدول رقم (٢٦)

أهم أساليب تفاعل المبحوثين مع محتويات الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X وفقاً للنوع.

الترتيب	الدالة	قيمة z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع
			%	ك	%	ك	%	ك	
١	دالة **	٢.٧٥٥	٧٦.٢٢	٢٥٠	٨٣.٦٩	١١٨	٧٠.٥٩	١٣٢	النصوص والمنشورات
٢	غير دالة	٠.٧٤٩	٦٧.٩٩	٢٢٣	٧٠.٢١	٩٩	٦٦.٣١	١٢٤	الدرشة والنقاشات
٣	دالة *	٢.٠٥١	٦٦.١٦	٢١٧	٧٢.٣٤	١٠٢	٦١.٥٠	١١٥	الإعجاب والتعليق
٤	غير دالة	١.٠٧٨	٦٢.٢٠	٢٠٤	٥٨.٨٧	٨٣	٦٤.٧١	١٢١	المشاهدات
			٣٢٨		١٤١		١٨٧		إجمالي عدد المستجيبين

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم أساليب تفاعل المبحوثين مع محتويات الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول النصوص والمنشورات، حيث جاءت بنسبة بلغت ٧٦.٢٢٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٧٠.٥٩٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٨٣.٦٩٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠١، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٢.٧٥٥ وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين

النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٩. وجاء في الترتيب الثانى الدردشة والنقاشات، حيث جاءت بنسبة بلغت ٦٧.٩٩٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦٦.٣١٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٧٠.٢١٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٧٤٩. وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٥. وجاء في الترتيب الثالث الإعجاب والتعليق، حيث جاءت بنسبة بلغت ٦٦.١٦٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦١.٥٠٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٧٢.٣٤٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٠٥، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٢.٠٥١. وهى قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٥.

٢٠- موقف المبحوثين حول العبارات التى تحدد درجة الاشباعات المعرفية المتحققة نتيجة التفاعل مع محتويات الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X :

جدول (٢٧)

موقف المبحوثين حول العبارات التى تحدد درجة الاشباعات المعرفية المتحققة نتيجة التفاعل مع محتويات الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X

الاستجابة / العبارات	مرتفع		متوسط		منخفض		الانحراف المعياري	درجة الدوافع
	ك	%	ك	%	ك	%		
للمنظمات والمؤسسات التي تقدم فرصاً للتطوع	١٤٢	٤٣.٢٩	١٥٣	٤٦.٦٥	٣٣	١٠.٠٦	٠.٦٥	مرتفع
لكيفية العثور على فرص تطوعية تناسب المهارات والاهتمامات	١٨٥	٥٦.٤٠	١٠٣	٣١.٤٠	٤٠	١٢.٢٠	٠.٧٠	مرتفع
لأنواع العمل التطوعي	١٨٤	٥٦.١٠	١٠٤	٣١.٧١	٤٠	١٢.٢٠	٠.٧٠	مرتفع

الاستجابة العبارات	مرتفع		متوسط		منخفض		المتوسط الحسابي		الانحراف المعياري	الدرجة
	ك	%	ك	%	ك	%				الدوافع
لقوانين وتشريعات وأخلاقيات العمل التطوعي	٢٠٢	٦١.٥٩	٨٦	٢٦.٢٢	٤٠	١٢.٢٠	٢.٤٩	٠.٧٠	٣	مرتفع
لأثر العمل التطوعي على المستويين الشخصي والاجتماعي	١٦٩	٥١.٥٢	١٢٦	٣٨.٤١	٣٣	١٠.٠٦	٢.٤١	٠.٦٧	٦	مرتفع
للمهارات اللازمة للعمل التطوعي	٢٢٢	٦٧.٦٨	٦٦	٢٠.١٢	٤٠	١٢.٢٠	٢.٥٥	٠.٧٠	٢	مرتفع
لأحدث الممارسات والمبادرات التطوعية الناجحة في العمل التطوعي	١٩١	٥٨.٢٣	١٠٥	٣٢.٠١	٣٢	٩.٧٦	٢.٤٨	٠.٦٧	٤	مرتفع
لكيفية ضمان استمرارية واستدامة العمل التطوعي	٢١٦	٦٥.٨٥	٨٥	٢٥.٩١	٢٧	٨.٢٣	٢.٥٨	٠.٦٤	١	مرتفع
إجمالي عدد المستجيبين	ن = ٣٢٨						٢.٤٧	٠.٦٨	-	مرتفع

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف المبحوثين حول العبارات التي تحدد درجة الإشباع المعرفية المتحققة نتيجة التفاعل مع محتويات الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢.٤٧، بينما تراوحت تقدير استجابات المبحوثين على العبارات المكونة للمقياس ما بين مرتفع، وجاء في مقدمة هذه العبارات لكيفية ضمان استمرارية واستدامة العمل التطوعي، حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٥٨، وجاءت للمهارات اللازمة للعمل التطوعي في الترتيب الثاني حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٥٥، وجاءت لقوانين وتشريعات وأخلاقيات العمل التطوعي في الترتيب الثالث حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٤٩، وجاءت لأحدث الممارسات والمبادرات التطوعية الناجحة في العمل

التطوعي في الترتيب الرابع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٤٨، وجاءت كإيجابية العثور على فرص تطوعية تناسب المهارات والاهتمامات ، لأنواع العمل التطوعي في الترتيب الخامس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٤٤، وجاءت لأثر العمل التطوعي على المستويين الشخصي والاجتماعي في الترتيب السادس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٤١.

- درجة الاشباكات المعرفية المتحققة نتيجة التفاعل مع محتويات الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X .

جدول (٢٨)

درجة الاشباكات المعرفية المتحققة نتيجة التفاعل مع محتويات الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X وفقا للنوع

النوع		ذكور		إناث		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
درجة الاشباكات							
مرتفعة		١١٥	٦١.٥٠	٧٠	٤٩.٦٥	١٨٥	٥٦.٤٠
متوسطة		٥٩	٣١.٥٥	٤٤	٣١.٢١	١٠٣	٣١.٤٠
منخفضة		١٣	٦.٩٥	٢٧	١٩.١٥	٤٠	١٢.٢٠
الإجمالي		١٨٧	١٠٠	١٤١	١٠٠	٣٢٨	١٠٠

قيمة مربع كاي $(\chi^2) = ١١.٨١٢$ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠.١٨٦ مستوى الدلالة = دالة عند ٠.٠١

بحساب قيمة مربع كاي (χ^2) من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢ ، وجد أنها = ١١.٨١٢ وتُعد قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، أي أن مستوى المعنوية أصغر من ٠.٠٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.١٨٦ تقريباً مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائية بين النوع (ذكور - إناث) ودرجة الاشباكات المعرفية المتحققة لدى المبحوثين نتيجة التفاعل الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X. وتشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى أن من لديهم درجة مرتفعة من الاشباكات المعرفية المتحققة بلغت نسبتهم ٥٦.٤٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٦١.٥٠٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٩.٦٥٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من لديهم درجة متوسطة من الاشباكات المعرفية المتحققة ٣١.٤٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٣١.٥٥٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣١.٢١٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وجاءت نسبة من لديهم درجة منخفضة من الاشباكات المعرفية المتحققة ١٢.٢٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٦.٩٥٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٩.١٥٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث.

٢١- موقف المبحوثين حول العبارات التي تحدد درجة الاشباعات الوجدانية المتحققة نتيجة التفاعل مع محتويات الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X :

جدول (٢٩)

موقف المبحوثين حول العبارات التي تحدد درجة الاشباعات الوجدانية المتحققة نتيجة التفاعل مع محتويات الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X

الاستجابة	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الدوافع	العبارات
ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١٦٧	٥٠.٩١	١٢٩	٣٩.٣٣	٣٢	٩.٧٦	٤	تعزيز قناعاتي بأهمية العمل التطوعي كجزء من المسؤولية المجتمعية
١٦١	٤٩.٠٩	١١٥	٣٥.٠٦	٥٢	١٥.٨٥	٥	تطوير رؤيتي لدور التطوع في تحقيق الأهداف الإنسانية والتنمية
١٤٩	٤٥.٤٣	١٣٩	٤٢.٣٨	٤٠	١٢.٢٠	٥	تعزيز شعوري بالانتماء للمجتمع عبر المشاركة في الأنشطة التطوعية
٢١١	٦٤.٣٣	٦٥	١٩.٨٢	٥٢	١٥.٨٥	٢	تنمية الدافع للمشاركة المستمرة والفعالة في العمل التطوعي
١٧٨	٥٤.٢٧	١٣٠	٣٩.٦٣	٢٠	٦.١٠	٢	الالتزام بالقيم الإيجابية التي يدعمها العمل التطوعي

الاستجابة	مرتفع		متوسط		منخفض		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الدوافع	العبارات
	ك	%	ك	%	ك	%				
زيادة وعبي بضرورة الاستمرار في العمل التطوعي	١٩٧	٦٠.٠٦	٩١	٢٧.٧٤	٤٠	١٢.٢٠	٠.٧٠	٢.٤٨	٢	مرتفع
زيادة رغبتني في تشجيع الآخرين على الانخراط في العمل التطوعي	١٨٥	٥٦.٤٠	١١١	٣٣.٨٤	٣٢	٩.٧٦	٠.٦٧	٢.٤٧	٣	مرتفع
إدراكي لقيمة العمل التطوعي في تطوير المهارات الذاتية والاجتماعية	٢٤٣	٧٤.٠٩	٦٤	١٩.٥١	٢١	٦.٤٠	٠.٥٩	٢.٦٨	١	مرتفع
إجمالي عدد المستجيبين	ن = ٣٢٨						٠.٦٨	٢.٤٧	-	مرتفع

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف المبحوثين حول العبارات التي تحدد درجة الاشباع الوحدانية المتحققة نتيجة التفاعل مع محتويات الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢.٤٧، بينما تراوحت تقدير استجابات المبحوثين على العبارات المكونة للمقياس ما بين مرتفع ومتوسط، وجاء في مقدمة هذه العبارات إدراكي لقيمة العمل التطوعي في تطوير المهارات الذاتية والاجتماعية، حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٦٨، وجاءت تنمية الدافع للمشاركة المستمرة والفعالة في العمل التطوعي، الالتزام بالقيم الإيجابية التي يدعمها العمل التطوعي، زيادة وعبي بضرورة الاستمرار في العمل التطوعي في الترتيب الثاني حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٤٨، وجاءت زيادة رغبتني في تشجيع الآخرين على الانخراط في العمل التطوعي في الترتيب الثالث حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٤٧، وجاءت تعزيز قناعاتي بأهمية العمل التطوعي كجزء من المسؤولية المجتمعية في الترتيب الرابع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٤١.

- درجة الاشباكات الوجدانية المتحققة نتيجة التفاعل مع محتويات الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X .

جدول (٣٠)

درجة الاشباكات الوجدانية المتحققة نتيجة التفاعل مع محتويات الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X وفقا للنوع

النوع		ذكور		إناث		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
مرتفعة		١٠٤	٥٥.٦١	٦٣	٤٤.٦٨	١٦٧	٥٠.٩١
متوسطة		٦٣	٣٣.٦٩	٦٦	٤٦.٨١	١٢٩	٣٩.٣٣
منخفضة		٢٠	١٠.٧٠	١٢	٨.٥١	٣٢	٩.٧٦
الإجمالي		١٨٧	١٠٠	١٤١	١٠٠	٣٢٨	١٠٠

قيمة مربع كاي $(\chi^2) = ٥.٧٩٨$ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠.١٣٢ مستوى الدلالة = غير دالة

بحساب قيمة مربع كاي (χ^2) من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢ ، وجد أنها = ٥.٧٩٨ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥ ، أي أن مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥ ، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.١٣٢ تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) ودرجة الاشباكات الوجدانية المتحققة لدى المبحوثين نتيجة التفاعل الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X. وتشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى أن من لديهم درجة مرتفعة من الاشباكات الوجدانية المتحققة بلغت نسبتهم ٥٠.٩١٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٥٥.٦١٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٤.٦٨٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من لديهم درجة متوسطة من الاشباكات الوجدانية المتحققة ٣٩.٣٣٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٣٣.٦٩٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٦.٨١٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وجاءت نسبة من لديهم درجة منخفضة من الاشباكات الوجدانية المتحققة ٩.٧٦٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ١٠.٧٠٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٨.٥١٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث.

٢٢- موقف المبحوثين حول العبارات التي تحدد درجة الاشباع السلوكية المتحققة نتيجة التفاعل مع محتويات الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X :

جدول (٣١)

موقف المبحوثين حول العبارات التي تحدد درجة الاشباع السلوكية المتحققة نتيجة التفاعل مع محتويات الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X

العبارة	الاستجابة	مرتفع		متوسط		منخفض		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الدوافع
		ك	%	ك	%	ك	%			
الالتزام الدائم بالمشاركة الفعالة في الأنشطة التطوعية	٢١١	٦٤.٣٣	٦٤	١٩.٥١	٥٣	١٦.١٦	٢.٤٨	٠.٧٦	٣	مرتفع
القدرة على تحمل المسؤولية والقيام بالأدوار التطوعية بإيجابية	١٨٣	٥٥.٧٩	١١٨	٣٥.٩٨	٢٧	٨.٢٣	٢.٤٨	٠.٦٤	٣	مرتفع
تطبيق المبادرات التطوعية بشكل مستدام وفعال	١٥٠	٤٥.٧٣	١١٣	٣٤.٤٥	٦٥	١٩.٨٢	٢.٢٦	٠.٧٧	٧	مرتفع
تطوير العادات اليومية التي تدعم الأنشطة التطوعية	٢٤٠	٧٣.١٧	٥٤	١٦.٤٦	٣٤	١٠.٣٧	٢.٦٣	٠.٦٧	١	مرتفع
الالتزام بتنفيذ المشاريع التطوعية بجودة وكفاءة	٢١٦	٦٥.٨٥	٩٩	٣٠.١٨	١٣	٣.٩٦	٢.٦٢	٠.٥٦	٢	مرتفع
تمثيل قيم العمل الجماعي والتعاون في بيئات التطوع المختلفة	١٩٧	٦٠.٠٦	٦٦	٢٠.١٢	٦٥	١٩.٨٢	٢.٤٠	٠.٨٠	٤	مرتفع
تكريس السلوكيات الإيجابية التي تعكس الانتماء والمسؤولية المجتمعية	١٤٥	٤٤.٢١	١٣٨	٤٢.٠٧	٤٥	١٣.٧٢	٢.٣٠	٠.٧٠	٦	مرتفع
الحرص على تقديم الدعم للآخرين بروح العطاء والتفاني	١٥٠	٤٥.٧٣	١٣٨	٤٢.٠٧	٤٠	١٢.٢٠	٢.٣٤	٠.٦٨	٥	مرتفع
إجمالي عدد المستجيبين	٣٢٨ = ن									مرتفع

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف المبحوثين حول العبارات التي تحدد درجة الاشباكات السلوكية المتحققة نتيجة التفاعل مع محتويات الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابى ٢.٤٤، بينما تراوحت تقدير استجابات المبحوثين على العبارات المكونة للمقياس ما بين مرتفع ومتوسط، وجاء في مقدمة هذه العبارات تطوير العادات اليومية التي تدعم الأنشطة التطوعية، حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى ٢.٦٣، وجاءت الالتزام بتنفيذ المشاريع التطوعية بجودة وكفاءة في الترتيب الثانى حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى ٢.٦٢، وجاءت الالتزام الدائم بالمشاركة الفعالة في الأنشطة التطوعية، القدرة على تحمل المسؤولية والقيام بالأدوار التطوعية بإيجابية في الترتيب الثالث حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى ٢.٤٨، وجاءت تمثل قيم العمل الجماعي والتعاون في بيئات التطوع المختلفة في الترتيب الرابع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى ٢.٤٠، وجاءت الحرص على تقديم الدعم للآخرين بروح العطاء والتفاني في الترتيب الخامس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى ٢.٣٤.

- درجة الاشباكات السلوكية المتحققة نتيجة التفاعل مع محتويات الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X .

جدول (٣٢)

درجة الاشباكات السلوكية المتحققة نتيجة التفاعل مع محتويات الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X وفقا للنوع

النوع		ذكور		إناث		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
مرتفعة		١٢٤	٦٦.٣١	٨٧	٦١.٧٠	٢١١	٦٤.٣٣
متوسطة		٣٣	١٧.٦٥	٣١	٢١.٩٩	٦٤	١٩.٥١
منخفضة		٣٠	١٦.٠٤	٢٣	١٦.٣١	٥٣	١٦.١٦
الإجمالي		١٨٧	١٠٠	١٤١	١٠٠	٣٢٨	١٠٠

قيمة مربع كاي $(\chi^2) = ١.٠٤٥$ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠.٠٥٦ مستوى الدلالة = غير دالة

بحساب قيمة مربع كاي (χ^2) من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢ ، وجد أنها = ١.٠٤٥ وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠٥، أي أن مستوى المعنوية أكبر

من ٠.٠٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.٠٥٦ تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين النوع (ذكور - إناث) ودرجة الاشباكات الوجدانية المتحققة لدى المبحوثين نتيجة التفاعل الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X. وتشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى أن من لديهم درجة مرتفعة من الاشباكات الوجدانية المتحققة بلغت نسبتهم ٦٤.٣٣٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٦٦.٣١٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٦١.٧٠٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من لديهم درجة متوسطة من الاشباكات الوجدانية المتحققة ١٩.٥١٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ١٧.٦٥٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢١.٩٩٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وجاءت نسبة من لديهم درجة منخفضة من الاشباكات الوجدانية المتحققة ١٦.١٦٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ١٦.٠٤٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٦.٣١٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث.

ثانياً: نتائج التحقق من صحة الفروض:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى متابعة المضامين التطوعية السعودية عبر منصة X تبعاً

لاختلاف مستويات استخدام منصة X.

جدول رقم (٣٣)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى متابعة المضامين التطوعية السعودية عبر منصة X تبعاً لاختلاف مستويات استخدام منصة X

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	٤.٥٥٠	٢	٢.٢٧٥	٦.١١٦	دالة **
داخل المجموعات	١٢٠.٨٨٦	٣٢٥	٠.٣٧٢		
المجموع	١٢٥.٤٣٦	٣٢٧			

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات الاستخدام المختلفة لمنصة X ، وذلك على مقياس مستوى متابعة المضامين التطوعية السعودية عبر منصة X ، حيث بلغت قيمة ف ٦.١١٦ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠٥ ، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى متابعة المضامين التطوعية السعودية عبر منصة X تبعاً لاختلاف مستويات استخدام منصة X. أي أنه تزداد درجة متابعة المضامين التطوعية السعودية عبر منصة X بزيادة كثافة استخدام منصة X.

جدول رقم (١٨)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات على مقياس مستوى متابعة المضامين

التطوعية السعودية عبر منصة X تبعا لاختلاف مستويات استخدام منصة X

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	-			٢.٧٥
متوسط	٠.٠٧٤١	-		٢.٦٧
منخفض	٠.٢٧٠٤**	٠.٣٤٤٦***	-	٢.٤١

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، حيث اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطي مستوى استخدام منصة X ، والمبحوثين منخفضي مستوى الاستخدام بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٣٤٤٦ لصالح المبحوثين متوسطي مستوى استخدام منصة X، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠٠١، كما اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين منخفضي مستوى استخدام منصة X ، والمبحوثين مرتفعي مستوى الاستخدام بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٢٧٠٤ لصالح المبحوثين مرتفعي مستوى استخدام منصة X، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، بينما اتضح أنه ليس هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطي مستوى استخدام منصة X، والمبحوثين مرتفعي مستوى الاستخدام، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين ٠.٠٧٤١، وهو فرق غير دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠٥.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى متابعة الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة

X تبعا لاختلاف مستوى استخدام أساليب التفاعلية المتاحة على منصة X.

جدول رقم (١٩)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى متابعة الحساب

الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X تبعا لاختلاف مستوى استخدام أساليب التفاعلية

المتاحة على منصة X

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	٤.٣٩١	٢	٢.١٩٦	٤.٨٠٩	دالة **
داخل المجموعات	١٤٨.٣٨٩	٣٢٥	٠.٤٥٧		
المجموع	١٥٢.٧٨٠	٣٢٧			

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات الاستخدام المختلفة لأساليب التفاعلية المتاحة على منصة X، وذلك على مقياس متابعة الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X، حيث بلغت قيمة F ٤.٨٠٩ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠٠١، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى متابعة الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X تبعاً لاختلاف مستوى استخدام أساليب التفاعلية المتاحة على منصة X. أي أنه تزداد درجة متابعة الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X بزيادة كثافة استخدام أساليب التفاعلية المتاحة على منصة X.

جدول رقم (٢٠)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات على مقياس مستوى متابعة الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X تبعاً لاختلاف مستوى استخدام أساليب التفاعلية المتاحة على منصة X

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	-			٢.٦٢
متوسط	٠.١٧٦٩	-		٢.٥٤
منخفض	**٠.٢٦٦٦	٠.٠٨٩٧	-	٢.٣٦

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، حيث اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين منخفضي مستوى استخدام أساليب التفاعلية المتاحة على منصة X، والمبحوثين مرتفعي مستوى الاستخدام بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٢٦٦٦ لصالح المبحوثين مرتفعي مستوى استخدام أساليب التفاعلية المتاحة على منصة X، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، بينما اتضح أنه ليس هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطي مستوى استخدام أساليب التفاعلية المتاحة على منصة X، والمبحوثين مرتفعي مستوى الاستخدام، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.١٧٦٩، وهو فرق غير دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥، كما اتضح أنه ليس هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطي مستوى استخدام أساليب التفاعلية المتاحة على منصة X، والمبحوثين منخفضي مستوى الاستخدام، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين ٠.٠٨٩٧، وهو فرق غير دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥.

الفرض الثالث: تزداد درجة استخدام المبحوثين للحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X بزيادة درجة دوافع متابعة الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X.

جدول رقم (٢١)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام المبحوثين للحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X بزيادة درجة دوافع متابعة الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدالة
بين المجموعات	٦.٥٥١	٢	٣.٢٧٦	٧.٢٨٠	دالة ***
داخل المجموعات	١٤٦.٢٢٩	٣٢٥	٠.٤٥٠		
المجموع	١٥٢.٧٨٠	٣٢٧			

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون درجات دوافع المتابعة المختلفة للحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X، وذلك على مقياس متابعة الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X، حيث بلغت قيمة ف ٧.٢٨٠ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠٠١، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه تزداد درجة استخدام المبحوثين للحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X بزيادة درجة دوافع متابعة الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X. أي أنه تزداد درجة متابعة الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X بزيادة درجة دوافع متابعة الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X.

جدول رقم (٢٢)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات على مقياس استخدام المبحوثين للحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X بزيادة درجة دوافع متابعة الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	—			٢.٥٥
متوسط	*٠.٢٤٠١	—		٢.٣٢
منخفض	*٠.٤٢٦٣	٠.١٨٦٢	—	٢.١٣

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات الباحثين أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، حيث اتضح أن هناك اختلافاً بين الباحثين منخفضي درجة دوافع متابعة الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X، والمبشرين مرتفعي درجة الدوافع، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٤٢٦٣ لصالح الباحثين مرتفعي درجة الدوافع، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، كما اتضح أن هناك اختلافاً بين الباحثين متوسطي درجة دوافع متابعة الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X، والمبشرين مرتفعي درجة الدوافع، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٢٤٠١ لصالح الباحثين مرتفعي درجة الدوافع، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، بينما اتضح أنه ليس هناك اختلافاً بين الباحثين متوسطي درجة دوافع متابعة الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X، والمبشرين منخفضي درجة الدوافع، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين ٠.١٨٦٢، وهو فرق غير دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠٥.

الفرض الرابع: تزداد درجة تفاعل الباحثين مع مضامين الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X بزيادة درجة دوافع متابعة مضامين الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X.

جدول رقم (٢٣)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات الباحثين على مقياس التفاعل مع مضامين الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X تبعا لاختلاف درجة دوافع متابعة مضامين الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	٩.١٢٥	٢	٤.٥٦٣	١٠.٠٩٠	دالة ***
داخل المجموعات	١٤٦.٩٦٩	٣٢٥	٠.٤٥٢		
المجموع	١٥٦.٠٩٥	٣٢٧			

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الباحثين الذين يمثلون درجات دوافع المتابعة المختلفة للحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X، وذلك على مقياس متابعة مضامين الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X، حيث بلغت قيمة ف ١٠.٠٩٠ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠٠٠١، وهو

ما يثبت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه تزداد درجة تفاعل المبحوثين مع مضامين الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X بزيادة درجة دوافع متابعة مضامين الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X. أي أنه تزداد درجة متابعة مضامين الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X بزيادة درجة دوافع متابعة الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X.

جدول (٢٤)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات على مقياس التفاعل مع مضامين الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X تبعا لاختلاف درجة دوافع متابعة مضامين الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	-			٢.٥٤
متوسط	٠.١٢٩٣	-		٢.٢١
منخفض	***٠.٣٢٥٥	**٠.٤٥٤٧	-	٢.٠٨

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، حيث اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين منخفضي درجة دوافع متابعة مضامين الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X، والمبحوثين مرتفعي درجة الدوافع، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٣٢٥٥ لصالح المبحوثين مرتفعي درجة الدوافع، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠٠١، كما اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطي درجة دوافع متابعة مضامين الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X، والمبحوثين منخفضي درجة الدوافع، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٤٥٤٧ لصالح المبحوثين متوسطي درجة الدوافع، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، بينما اتضح أنه ليس هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطي درجة دوافع متابعة مضامين الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X، والمبحوثين مرتفعي درجة الدوافع، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين ٠.١٢٩٣، وهو فرق غير دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠٥.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية موجبة ذات دالة إحصائية بين كثافة متابعة المبحوثين للحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X والإشباع المتحققة لديهم نتيجة متابعة الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X.

جدول رقم (٢٥)

معامل ارتباط بيرسون بين درجات المبحوثين على مقياس كثافة متابعة المبحوثين للحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X والاشباكات المتحققة لديهم نتيجة متابعة الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X

المتغير		كثافة متابعة المبحوثين للحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X		
		العدد	قيمة بيرسون	الدالة
الاشباكات المتحققة لديهم نتيجة متابعة الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X	إشباكات معرفية	٣٢٨	٠.٦٢٤	٠.٠٠١
	إشباكات وجدانية	٣٢٨	٠.٥٨٢	٠.٠٠١
	إشباكات سلوكية	٣٢٨	٠.٦٤٧	٠.٠٠١

تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون أتضح وجود علاقة ارتباطيه موجبة ودالة إحصائياً بين كثافة متابعة المبحوثين للحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X ومستويات الاشباكات المتحققة (معرفية- وجدانية- سلوكية) نتيجة متابعة الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X ، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠.٦٢٤ ، ٠.٥٨٢ ، ٠.٦٤٧ وجميعها قيم دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٠١ ، وبالتالي فقد تحقق صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد علاقة ارتباطيه موجبة ذات دالة إحصائياً بين كثافة متابعة المبحوثين للحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X والاشباكات المتحققة لديهم نتيجة متابعة الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X.

الفرض السادس: توجد علاقة ارتباطيه موجبة ذات دالة إحصائياً بين درجة دوافع متابعة المبحوثين للحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X ودرجة التفاعل مع مضامين الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X.

جدول رقم (٢٦)

معامل ارتباط بيرسون بين درجات المبحوثين على مقياس دوافع متابعة المبحوثين للحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X ودرجة التفاعل مع مضامين الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X

درجة التفاعل مع مضامين الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X			المتغير
العدد	قيمة بيرسون	الدلالة	
٣٢٨	٠.٧١٢	٠.٠٠١	دوافع متابعة المبحوثين للحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X

تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون أتضح وجود علاقة ارتباطيه موجبة ودالة إحصائياً بين درجة التفاعل مع مضامين الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X ودرجة دوافع متابعة المبحوثين للحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠.٧١٢ وتُعد قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة = ٠.٠٠١، وبالتالي فقد تحقق صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد علاقة ارتباطيه موجبة ذات دالة إحصائياً بين درجة دوافع متابعة المبحوثين للحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X ودرجة التفاعل مع مضامين الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي على منصة X.

الفرض السابع: توجد علاقة ارتباطيه موجبة ذات دالة إحصائياً بين درجة دوافع استخدام المبحوثين لمنصة X ودرجة متابعة المضامين المتعلقة بالعمل التطوعي السعودي عبر منصة X.

جدول رقم (٢٧)

معامل ارتباط بيرسون بين درجات المبحوثين على مقياس دوافع استخدام المبحوثين لمنصة X ودرجة متابعة المضامين المتعلقة بالعمل التطوعي السعودي عبر منصة X.

مستوى متابعة المضامين المتعلقة بالعمل التطوعي السعودي عبر منصة X			المتغير
العدد	قيمة بيرسون	الدلالة	
٣٢٨	٠.٦٨٥	٠.٠٠١	دوافع استخدام المبحوثين لمنصة X

تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون أتضح وجود علاقة ارتباطيه موجبة ودالة إحصائياً بين درجة دوافع استخدام المبحوثين لمنصة X ومستوى متابعة المضامين المتعلقة بالعمل التطوعي السعودي عبر منصة X، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠.٦٨٥. وتُعد قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة = ٠.٠٠١، وبالتالي فقد تحقق صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد علاقة ارتباطيه موجبة ذات دالة إحصائياً بين درجة دوافع استخدام المبحوثين لمنصة X ودرجة متابعة المضامين المتعلقة بالعمل التطوعي السعودي عبر منصة X.

الفرض الثامن: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على

مقياس مستوى متابعة الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي

(@SaudiNVG) على منصة X تبعاً لاختلاف المتغيرات الديموغرافية.

أ- توجد فروق ذات دلالة إحصائياً بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس مستوى متابعة الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X.

جدول (٢٨)

اختبار (ت) لدلالة الفروق بين المبحوثين في مستوى متابعة الحساب الرسمي للعمل

التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X وفقاً للنوع

المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
ذكور	١٨٧	٢.٣٧	٠.٦٥	١.٩٦٣	٣٢٦	دالة *
إناث	١٤١	٢.٥٢	٠.٧١			

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس مستوى متابعة الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X لصالح الإناث، حيث بلغت قيمة "ت" ١.٩٦٣. وتُعد قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠.٠٥، وبالتالي فقد يثبت صحة هذا الفرض. والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائياً بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس مستوى متابعة الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X.

ب- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى متابعة الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X تبعاً لاختلاف السن.

جدول رقم (٣٠)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى متابعة الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X تبعاً لاختلاف السن

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	١٨.٦٨٩	٣	٦.٢٣٣	١٥.٠٦١	دالة ***
داخل المجموعات	١٣٤.٠٨٢	٣٢٤	٠.٤١٤		
المجموع	١٥٢.٧٨٠	٣٢٧			

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون المستويات العمرية المختلفة، وذلك على مقياس مستوى متابعة الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X، حيث بلغت قيمة ف ١٥.٠٦١ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠٠١، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى متابعة الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X تبعاً لاختلاف السن.

ج- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى متابعة الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X تبعاً لاختلاف مستوى التعليم.

جدول رقم (٣٢)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى متابعة الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X تبعاً لاختلاف مستوى التعليم

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	١٦.٢٦٦	٣	٥.٤٢٢	١٢.٨٦٩	دالة ***
داخل المجموعات	١٣٦.٥١٤	٣٢٤	٠.٤٢١		
المجموع	١٥٢.٧٨٠	٣٢٧			

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون المستويات التعليمية المختلفة، وذلك على مقياس مستوى متابعة الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X، حيث بلغت قيمة ف ١٢.٨٦٩ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠٠١، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى متابعة الحساب الرسمي للعمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X تبعاً لاختلاف مستوى التعليم.

النتائج العامة وتوصيات الدراسة

أولاً: النتائج العامة للدراسة

- أظهرت نتائج الدراسة أن حساب العمل التطوعي السعودي (@SaudiNVG) على منصة X يتميز بمحتوى متنوع ويستخدم وسائل غنية فعالة (نصوصاً، صوراً، وإنفوجرافيك) مما يجعله مؤثراً بدرجة ملحوظة في تعزيز وعي الشباب السعودي بمفاهيم العمل التطوعي وأهدافه.
- كشفت النتائج عن تفاوت درجات تفاعل فئة الشباب مع حساب @SaudiNVG، حيث كان التفاعل الأكثر شيوعاً هو "الإعجاب" ثم "إعادة النشر" مما يشير إلى مستوى متوسط من الانخراط الرقمي مقارنةً بالمشاركة الفعلية أو الحوارات التفاعلية.
- تمثلت أبرز دوافع متابعة الحساب - كما بينت الدراسة - في استكشاف الفرص التطوعية، وتعزيز الانتماء الوطني، والرغبة في الظهور بصورة ذاتية إيجابية أمام الآخرين.
- أكدت النتائج أن المحتوى الغني بالوسائط (مثل، الفيديوهاات والإنفوجرافيك) يساعد كثيراً في توضيح حقيقة التطوع وأهميته ومجالاته، ويزيل المفاهيم المغلوطة حوله، ويزيد من فهم الأفراد له، مما يتسق مع ما تطرحه نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية.
- أظهرت نتائج الدراسة كذلك أن استخدام الشباب السعودي لمنصة X يأتي بدرجات متفاوتة، حيث تبين أن ٤٥.٤٣٪ من العينة يستخدمون المنصة بكثافة مرتفعة، و ٣٨.١١٪ يستخدمونها بشكل متوسط. مما يدل على فاعلية المنصة ودورها المؤثر واسع الانتشار، ويعزز أهميتها في تشكيل توجهات الجمهور حول القضايا المجتمعية وفي مقدمتها العمل التطوعي.
- تشير النتائج إلى فروق ذات دلالة إحصائية تُعزى لمتغير النوع (الذكور والإناث) في دوافع استخدام المنصة؛ إذ أظهر الذكور دوافع مرتفعة بنسبة ٦٠.٤٣٪، مقابل ٤٢.٥٥٪ للإناث، ويتسق هذا مع اختلاف الأهداف والاتجاهات بين الجنسين، ويرتبط بسلوكهم الإعلامي وتفاعلهم مع المحتوى.

ثانياً: توصيات الدراسة

- توصي الدراسة بتضمين المنصة مزيداً من المواد الإعلامية المتنوعة (فيديوهات قصيرة، إنفوجرافيك، قصصاً واقعية) حيث ثبت أن لهذا النوع من المحتوى قدرة أكبر على توصيل الرسالة التطوعية بوضوح وفاعلية؛ مما يزيد من فرص وصولها لعدد أكبر من مستخدمي المنصة وتأثرهم بها.
- يؤمل أن يُدرج حساب SaudiNVG@ في خطته حملات موسمية أو موضوعية بناءة تسهم في نمو الوعي البيئي وإعلاء قيمة المشاركة المجتمعية، تدعو المستخدمين للتفاعل المباشر، مثل: تحديات تطوعية أو مسابقات مما يحفز التفاعل الوجداني والسلوكي.
- يوصى بالعمل على دمج المحتوى الرقمي بفرص تطوعية عملية ومباشرة، وإتاحة آليات سهلة الاستخدام للمتطوعين لتقديم تغذية راجعة لهم؛ مما يعزز من استدامة الوعي وترسيخ السلوك التطوعي باستمرار.
- كما يجب إبراز دور المنصة الاجتماعي والتطوعي وتعزيزه ضمن المناهج أو الفعاليات الطلابية ذات الطابع المجتمعي.
- أخيراً، توصي الدراسة بإنشاء وتطوير أدوات رقمية لقياس الأثر الحقيقي للرسائل التطوعية المنشورة عبر المنصة؛ وذلك بهدف صياغة إستراتيجيات الإعلام المجتمعي وتطويرها باستمرار استناداً إلى منهجية علمية.

مراجع الدراسة:

- Azmi, A. M., & Al-Ghadi, A. I. (2024). Using Twitter as a digital insight into public stance on societal behavioral dynamics. *Journal of King Saud University - Computer and Information Sciences*. <https://doi.org/10.1016/j.jksuci.2024.102078>
- Celestin, B. P., Synnes, R. M., Eugene, R., & Bukuluki, P. (2024). Social media and self-resilience during pandemics: Experiences from youth volunteers in Rwanda. *Discover Social Science*. <https://doi.org/10.1007/s44155-025-00223-3>
- Chen, Q., Min, C., Zhang, W., Wang, G., & Ma, X. (2020). Unpacking the black box: How to promote citizen engagement through government social media during the COVID-19 crisis. *Computers in Human Behavior*, 110, 106380. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106380>
- Choi, D. H., Nah, S., & Chung, D. S. (2021). Social media as a civic mobilizer: Community storytelling network, social media, and civic engagement in South Korea. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 65(2), 301–320. <https://doi.org/10.1080/08838151.2021.1897818>
- Daft, R. L., & Lengel, R. H. (1986). Organizational information requirements, media richness and structural design. *Management Science*, 32(5), 554–571. <https://doi.org/10.1287/mnsc.32.5.554>
- Dardis, F. E., Buckley, C., Mitra, P., Heaton, C., & Xiao, A. (2024). Improving nonprofit engagement on social media: Using big data, machine-learning, and sentiment analysis to evaluate leading nonprofits' message strategies on Twitter/X. *International Journal of Information Technology and Decision Making*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1007/s41870-024-02263-5>
- Dennis, A. R., & Kinney, S. T. (1998). Testing media richness theory in the new media: The effects of cues, feedback, and task equivocality. *Information Systems Research*, 9(3), 256–274. <https://doi.org/10.1287/isre.9.3.256>
- Kahai, S., & Cooper, R. (2003). Exploring the core concepts of media richness theory in online learning environments. *Journal of Education for Business*, 78(4), 210–216. <https://doi.org/10.1080/08832320309598607>
- Kandaurova, M., & Lee, S. H. M. (2019). The effects of virtual reality (VR) on charitable giving: The role of empathy, guilt, responsibility, and social exclusion. *Journal of Business Research*, 100, 571–580. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.10.027>
- Kaun, A., & Uldam, J. (2018). 'Volunteering is like any other business': Civic participation and social media. *New Media & Society*, 20(3), 1262–1279. <https://doi.org/10.1177/1461444817731920>
- Lee, Y.-J. (2022). Social media capital and civic engagement: Does type of connection matter? *Computers in Human Behavior*, 134, 107416. <https://doi.org/10.1007/s12208-021-00300-8>
- Pang, H. (2023). Can WeChat really foster young people's civic engagement? *Aslib Journal of Information Management*, 75(1), 145–162. <https://doi.org/10.1108/AJIM-07-2021-0204>

- Rho, E., Yun, H., & Lee, J. (2020). Does social media affect perceived transparency of government? *Government Information Quarterly*, 37(1), 101425. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2019.101425>
- Skoric, M. M., Zhu, Q., Goh, D., & Pang, N. (2016). Social media and citizen engagement: A meta-analytic review. *New Media & Society*, 18(9), 1817–1839. <https://doi.org/10.1177/1461444815616221>
- Trevino, L. K., Lengel, R. H., & Daft, R. L. (1987). Media symbolism, media richness, and media choice in organizations: A symbolic interactionist perspective. *Communication Research*, 14(5), 553–574. <https://doi.org/10.1177/009365087014005006>

(١) السيد محمد خيرى: الإحصاء النفسى والتربوي، الرياض، مطبعة جامعة الرياض، ١٩٧٥، ص ٤٣.

(٢) أسماء السادة المحكمين لأداة الدراسة:

- أ. د هشام رشدى خيرالله أستاذ الإعلام بكلية التربية النوعية جامعة المنوفية، جمهورية مصر العربية.
 - أ. د. أحمد الزهراني أستاذ الإعلام بكلية الاتصال والإعلام جامعة الملك عبدالعزيز، السعودية.
 - د. رضوان سلامن أستاذ الإعلام المشارك بكلية الاتصال والإعلام جامعة الملك عبدالعزيز، السعودية.
- (٣) فؤاد أبو حطب، سيد عثمان: التقويم النفسى ، القاهرة ، الأنجلو المصرية ، ١٩٧٣ ، ص ٧٧٠ .
- (٤) السيد محمد خيرى : الإحصاء النفسى والتربوي ، مرجع سابق ، ص ٤١ .