

دور وسائل التواصل الاجتماعي في تحقيق الريادة المجتمعية بالأزمات من وجهة نظر طلبة كلية التربية

بشرى موفق حمامه¹

¹ مدرسة - جامعة دمشق - كلية التربية - قسم تربية الطفل.

bushra.hamameh@damascusuniversity.edu.sy

الملخص:

هدف البحث الحالي إلى تحديد دور وسائل التواصل الاجتماعي في تحقيق الريادة المجتمعية بالأزمات من وجهة نظر طلبة كلية التربية، من خلال تحديد درجة إسهام وسائل التواصل الاجتماعي بالريادة المجتمعية، وتحديد درجة إسهام وسائل التواصل الاجتماعي بإدارة الأزمات، كما هدفت لتحديد درجة إسهام أنواع وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة بالمبادرات المجتمعية. تم تصميم استبانة مكونة من 3 محاور وكل محور تضمن (10) عبارات. وتكونت عينة الدراسة من (300) طالباً وطالبة من طلبة كلية التربية بجامعة دمشق. تم سحبهم بشكل عشوائي. وتوصلت الدراسة إلى أن درجة إسهام وسائل التواصل الاجتماعي بالريادة المجتمعية هي درجة مرتفعة وقد بلغت (2.69). الأمر الذي تعزوه الباحثة للتأثير الكبير لوسائل التواصل الاجتماعي ووصولها لشريحة كبيرة من الناس بالإضافة لكونها من وسائل الجذب الفعالة بالأزمات. وبلغت درجة إسهام وسائل التواصل الاجتماعي بإدارة الأزمات (2.40) هي درجة مرتفعة.

الأمر الذي تعزوه الباحثة لكون وسائل التواصل الاجتماعي مجانية ومتاحة لجميع الأشخاص وتخلق حالة من التعاطف بالأزمات من خلال المبادرات المجتمعية التطوعية والإغائية. كما بلغت درجة إسهام أنواع وسائل التواصل الاجتماعي بالمبادرات المجتمعية (2.36) هي درجة مرتفعة. والوسيلة الأكثر استخداماً وتأثيراً هي الواتس آب والفيس بوك. الأمر الذي تعزوه الباحثة لفاعلية المجموعات على الواتساب بنشر ومشاركة المبادرات المجتمعية التطوعية. كما توصلت لعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي استجابات الطلبة على الاستبانة المصممة تبعاً لمتغيري الجنس و التخصص. واقترحت الباحثة: ضرورة توجيه الطلبة بمرحلة الدراسات العليا للقيام بأبحاث تتناول تنظيم المجتمع لدراسة ريادة الأعمال الاجتماعية وضرورة دمج ريادة الأعمال الاجتماعية كمساق دراسي بكلية التربية. كما اقترحت التركيز على تعليم مهارات ريادة الأعمال الاجتماعية لتحقيق الخدمة الاجتماعية والعمل على تبني المنظمات المحلية مشروعات ريادة الأعمال الاجتماعية وضرورة التوظيف الفعال لمواقع التواصل الاجتماعي بهدف التسويق الفعال لمشروعات ريادة الأعمال المجتمعية.

الكلمات المفتاحية: وسائل التواصل الاجتماعي، الريادة المجتمعية، الأزمات.

تاريخ الإيداع: 2023/4/30

تاريخ القبول: 2023/7/5



حقوق النشر: جامعة دمشق -

سورية، يحتفظ المؤلفون بحقوق

النشر بموجب الترخيص

CC BY-NC-SA 04

The role of social communication in achieving leadership and crises from the perspective of students of the College of Education

Bushra Muffak Hamameh¹

¹ Instructor -Damascus University -Faculty of Education -Child Education Department. bushrahamameh@damascusuniversity.edu.sy

Abstract:

The current research aimed to determine the role of social media in achieving community leadership in crises from the perspective of the students of the College of Education, by determining the degree of social media contribution to community leadership. And to determine the degree of contribution of social media to crisis management, as it aimed to determine the degree of contribution of different types of social media to community initiatives. A questionnaire was designed consisting of 3 axes, each axis included (10) statements. The study sample consisted of (300) male and female students from the Faculty of Education at Damascus University. They were drawn at random. The study concluded that the degree of social media contribution to community leadership is high, amounting to (2.69). Which the researcher attributes to the great impact of social media and its access to a large segment of people, in addition to being an effective means of attracting crises. The degree of social media contribution to crisis management was (2.40), which is a high degree. Which the researcher attributes to the fact that social media is free and available to all people and creates a state of sympathy for crises through voluntary and relief community initiatives. The degree of contribution of the types of social media to community initiatives was (2.36), which is a high degree. The most used and influential means are WhatsApp and Facebook. Which the researcher attributes to the effectiveness of groups on WhatsApp by publishing and sharing voluntary community initiatives. It also found that there were no statistically significant differences between the average students' responses to the questionnaire designed according to the variables of gender and specialization. The researcher suggested: the necessity of directing postgraduate students to conduct research dealing with community organization to study social entrepreneurship. And the need to integrate social entrepreneurship as a course in universities. It also suggested focusing on teaching social entrepreneurship skills to achieve social service. And work on local organizations adopting social entrepreneurship projects. And the need for effective employment of social networking sites in order to effectively market community entrepreneurship projects.

Key Words: Social Media, Community Leadership, Crises.

Received: 30/4/2023

Accepted: 5/7/2023



Copyright: Damascus University- Syria, The authors retain the copyright under a CC BY- NC-SA

مقدمة البحث:

غزت وسائل التواصل الاجتماعي كافة مجالات الحياة وأضحت الوسيلة الأكثر شيوعاً واستخداماً بالمجتمعات، وأصبح مستخدموها يتجاوزون المليارات من كافة أنحاء العالم. فهي وسيلة شديدة التأثير في المجتمعات، كما أنها مصدر من مصادر حصول الشباب على الأخبار والمعلومات التي من شأنها التأثير في تشكيل الرأي العام لديهم، ومنافسة لوسائل الإعلام التقليدية في ذلك لأنها تستخدم أساليب جذب لا حصر لها فهي تستهوي متابعيها من جميع الفئات ومن جميع الأعمار وهو ما يجعلها سلاح ذو تأثير كبير، فمن شأنها زيادة ثقافة المرء وحثه على العديد من القيم الإيجابية بحال تم توظيفها بشكل صحيح.

وقد ملك الإنسان في عصر ما بعد الحداثة من القدرات والفعاليات ما أدخله عالم الخيال، أو ما يعبر عنه بالعالم الافتراضي، وأطلق قوى جديدة كامنة في عقله لم تكن فاعلة من قبل، وهذا ما وحد خطوط التواصل الإنساني باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي من قبل الشباب بالجامعات وبالأعمال التطوعية، فهي أداة شديدة الإيجابية إذا أحسن استخدامها وتم توظيفها بما يخدم الأغراض والمبادرات المجتمعية، كما أنها كفيلة بأن تنقل السلوك الجيد بالإضافة لتأثيرها على الآخرين.

وتعدّ ريادة الأعمال القوة الأساسية بإزدهار الاقتصاد في الكثير من الدول، فهي أداة من أدوات تحقيق الوفرة في الوظائف وزيادة الثروة والإبداع وتحقيق النمو الاقتصادي والاجتماعي لأي مجتمع. وأسهمت وسائل التواصل الاجتماعي في تحفيز الابتكار وترسيخ مفاهيم ريادة الأعمال ودعم مبادرات الشباب وأتاحت مشاركة جميع قطاعات المجتمع بإدارة الأزمات (الحمالي والعربي، 2016، 33). وتتسم الأزمات بطبيعتها بالصعوبة وعدم القدرة على توقع النتائج، مما يجعلها تحتاج من المنظمات إلى استجابة مباشرة (Coombs, 2014, 9) ومخططة بإحكام. ويقع الاتصال في قلب إدارة الأزمة ولقد ازدادت صعوبة عملية الاتصال أثناء الأزمة لأن الجمهور أصبح لديه القدرة على القيام بدور مباشر في التفاعل حول (Lin & others, 2016) عملية إدارة الأزمة نتيجة استخدامه لوسائل التواصل الاجتماعي وتتنوع المنصات الالكترونية التي يمكن استخدامها في إدارة الأزمات التنظيمية لتشمل مواقع التواصل الاجتماعي مثل فيس بوك، تويتر، انستغرام، يوتيوب، فقد زادت تكنولوجيا الإعلام الجديد من تعقد عمليات إدارة الأزمات التنظيمية، حيث أضافت لهذه المواقف المزيد من الصعوبة وعدم القدرة على التنبؤ أو توقع النتائج. كما أن وسائل التواصل الاجتماعي كانت السبب في إتاحة الفرصة للتعبير عن جميع الآراء والأفكار بحرية كاملة، بالإضافة إلى تقبل العديد من الأفكار التي تقع بين الرأي والرأي الآخر، فهي الوسيلة الأسرع في التواصل مع الآخرين بالأزمات والوسيلة الأفضل لنقل الأخبار والأحداث الهامة بين الأفراد، وتداول الأخبار الاجتماعية بالأزمات. كما أنها تتيح التحضير للأحداث والمؤتمرات والنشاطات الإنسانية بالأزمات، وتتيح تغيير العديد من القرارات والمساهمة بالمبادرات المجتمعية لاسيما بالأزمات. (رحومة، 2007، 85).

مشكلة البحث:

في ظل التحديات والأزمات السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي يشهدها العالم اليوم، تواجه المجتمعات مجموعة من الأزمات التي تتطلب استخدام استراتيجيات وأدوات فعالة في إدارتها. ومع تطور تكنولوجيا الاتصال التفاعلي واتساع نطاق استخدامها على المستوى التنظيمي، أصبح من الضروري أن تحرص المجتمعات على الاستفادة من إمكانات الوسائل الإلكترونية الحديثة في إدارة اتصالات الأزمة وبخاصة عبر صفحات التواصل الاجتماعي.

حيث أشار ليو (Lio،2010،36) إلى سعي الجمهور في أوقات الأزمات للحصول على المعلومات السريعة والدقيقة عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي.

فالجمهور يفضل متابعة التعليقات والآراء الشخصية التي يكتبها الأفراد عبر وسائل التواصل الاجتماعي عن استقبال المعلومات الرسمية التي تقدمها المواقع الإلكترونية أو المدونات الإلكترونية. ففي هذه الحالات تزداد رغبة الجمهور في مشاركة المعلومات وتبادل وجهات النظر مع الآخرين. (Malone & Stephens، 2009، 229).

ويزعم (chan) أنه من خلال تسخير الخصائص التي تتمتع بها وسائل التواصل الاجتماعي، فإنه يتم تعزيز القدرة التنظيمية للأفراد على التعايش وتحقيق التكيف الذاتي و ذلك من خلال خلق سبل جديدة للتعاون من أجل بناء مجتمعات قادرة على الصمود ضد الصدمات عبر الزمن . وبصفة عامة قد ثبت اتجاه الأفراد والجماعات نحو الترابط خلال اوقات الأزمات على نحو يفوق الأوقات العادية. وذلك من حيث العمل المشترك من اجل غاية تستهدف التغلب على التحديات الناجمة عن الأزمة . وهكذا يمكن لوسائل التواصل الاجتماعي أن تكون أداة ثمينة في التعامل مع الأزمات.

لذلك أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي ضمن الأدوات الحديثة التي يستخدمها الأفراد في إدارة اتصالات الأزمة . فالجمهور قد أصبح باحثاً نشطاً عن المعلومات ، وتزايد اتجاهه نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الحصول عليها وفي التعبير عن آرائه والتواصل مع الآخرين حول الأزمة من خلال هذه الوسائل، لذلك أصبح لزاماً على مسؤولي مواقع التواصل إيجاد (Chung،2014،9) التواصل مع الجمهور عبر هذه الوسائل وبخاصة في أوقات الأزمات.

وأشارت دراسة النشار (2018) للدور الفعال لمواقع التواصل الاجتماعي بجمع الأخبار حول الأزمات ونشرها ثم التعاون من أجل وضع الحلول للمشكلات الناتجة عن هذه الأزمات. كما أشارت دراسة أبو سريع (2019) إلى ضرورة دمج وسائل التواصل الاجتماعي ضمن عملية الإدارة الاستراتيجية الشاملة ، بالإضافة إلى ضرورة التكامل بين وسائل الاتصال التقليدية والحديثة في عمليات إدارة الأزمات.

وبالتالي تتحدد مشكلة البحث بمحاولة الإجابة عن السؤال الرئيس التالي:

ما دور وسائل التواصل الاجتماعي في تحقيق الريادة المجتمعية بالأزمات من وجهة نظر طلبة كلية التربية؟
أهمية البحث:

- 1- قد تفيد نتائج البحث الجامعات في إتخاذ إجراءات تتعلق بتدريس وإضافة مقرر الريادة المجتمعية للطلبة.
- 2- قد تفيد نتائج البحث في توعية الطلبة بكيفية تحقيق الريادة المجتمعية عن طريق الإدارة الواعية والفعالة لوسائل التواصل الاجتماعي.
- 3- قد تفيد نتائج البحث بتسليط الضوء على ضرورة تبني الجامعة لمدخل متكامل في إدارة الأزمات باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي.
- 4- قد تفيد نتائج البحث الباحثين بإجراء دراسات حول آلية الاستخدام التنظيمي لوسائل التواصل الاجتماعي بالريادة المجتمعية.

أهداف البحث:

يهدف البحث الحالي إلى:

- 1-تحديد درجة إسهام وسائل التواصل الاجتماعي في تحقيق الريادة المجتمعية.

2- تحديد درجة إسهام وسائل التواصل الاجتماعي بإدارة الأزمات.

3- تحديد درجة إسهام أنواع وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة بالمبادرات المجتمعية.

أسئلة البحث:

1- ما درجة إسهام وسائل التواصل الاجتماعي في تحقيق الريادة المجتمعية؟

2- ما درجة إسهام وسائل التواصل الاجتماعي بإدارة الأزمات؟

3- ما درجة إسهام أنواع وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة بالمبادرات المجتمعية؟

فرضيات البحث:

1- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي استجابات الطلبة على الاستبانة تبعاً لمتغير الجنس.

2- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي استجابات الطلبة على الاستبانة تبعاً لمتغير التخصص.

التعريفات الإجرائية للبحث:

- وسائل التواصل الاجتماعي: " مجموعة من المنصات الالكترونية التي تقوم على أسس تكنولوجية للجيل الثاني من المواقع الالكترونية ويب2" (رحومة، 2007، 75)

وتعرفها الباحثة إجرائياً بأنها مواقع على الانترنت وتطبيقات على الجوال تتيح تبادل الأخبار والمعلومات والتواصل مع الآخرين، وتم تحديدها إجرائياً بالواتس آب والفيس بوك وتويتر ويوتيوب وانستغرام، ويقاس دورها إجرائياً بالدرجة الكلية لاستجابات الطلبة على محاور الاستبانة المصممة.

- الريادة المجتمعية: هي " مزيج من رسالة اجتماعية وعلم إدارة الأعمال والتزام نحو احتياجات اجتماعية، لخلق حلول مبتكرة، بهدف حل مشكلات إجتماعية وإنجاز الأهداف بعيدة المدى بما يحقق التغيير المنشود ". (محمد، 2017، 13)

وتعرفها الباحثة إجرائياً على أنها: الإجراءات التي يقوم بها الشباب لتوفير الخدمات الاجتماعية للتخفيف من حدة المشكلات الإجتماعية وقت الازمات، وذلك من خلال إدارة وسائل التواصل الاجتماعي وتقاس بدرجة إجابة الطلبة على الاستبانة المصممة.

- عملية إدارة الأزمة بأنها " خطة منظمة وشاملة في حال حدوث أزمة غير متوقعة، بما يحقق معالجة الأزمة وتقليل الجوانب السلبية ". (James, 201, 100, التي تنتج عنها من خلال استخدام أساليب إدارية مبتكرة وسريعة لإعادة التوازن")

وتعرفها الباحثة إجرائياً بأنها الاستراتيجيات المتبعة لإدارة الكوارث والأحداث التي قد تطرأ على مجتمع ما، والتي تتحقق من خلال وسائل علمية تكنولوجية ونظام اتصالات حديث.

الدراسات السابقة:

أولاً: الدراسة الأجنبية:

1- دراسة (Hardy Loh Rahim, Mohd Ali Bahari Abdul Kadir 2015) -ماليزيا:

هدفت الدراسة التعرف إلى أهمية تعليم ريادة الأعمال في التعليم الماليزي، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي الذي يصف ظاهرة ريادة الأعمال في التعليم العالي الماليزي، حيث اتخذت وزارة التعليم العالي الماليزي إجراءات بشأن تدريس مواد ريادة الأعمال بشكل إلزامي لجميع الطلاب في الجامعات، و تشجيع الطلاب على المشاركة في العديد من الأنشطة الريادية، وبالتالي

يمكن الحكومة الوطنية، وأيضاً يمكن أن يؤدي هذا الجهد إلى انخفاض عدد الخريجين العاطلين عن العمل، وزيادة في الأعمال التجارية.

ثانياً: الدراسات العربية:

2-دراسة العتيبي، منصور بنايف، موسى، محمد فتحي علي(2015) -السعودية: هدفت تحديد مستوى الوعي بثقافة ريادة الأعمال لدى طلاب جامعة نجران، من خلال تحديد درجة معرفة طلاب جامعة نجران بثقافة ريادة الأعمال، والتعرف على اتجاهاتهم نحوها، والتعرف على معوقات ريادة الأعمال في المجتمع السعودي من وجهة نظر الطلاب. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وأداة الدراسة الاستبانة، وطبقت على عينة من طلاب جامعة نجران، بلغ عددها 336 طالباً وطالبة، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: جاءت درجة معارف الطلاب بريادة الأعمال مرتفعة، واتجاهاتهم نحو ريادة الأعمال بدرجة متوسطة، ومعوقات ريادة الأعمال من وجهة نظر طلاب جامعة نجران مرتفعة.

3-دراسة الحمالي والعربي، (2016) - السعودية: هدفت الدراسة إلى تعرف واقع ثقافة ريادة الأعمال وآليات تفعيلها في جامعة حائل من وجهة نظر الهيئة التدريسية، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات من أفراد العينة(234) فرداً بنسبة 30% من مجتمع الدراسة، وتوصلت الدراسة إلى نتائج من أهمها: ضرورة وضع سياسات وأهداف محددة وخطط تنفيذية فيما يخص ريادة الأعمال في الجامعة، وتوصلت لحاجة خطط ريادة الأعمال في الجامعة إلى ميزانيات مرصودة ومعتمدة حتى تستطيع تحقيق الأهداف التي تسعى إليها.

4-دراسة عبد الفتاح، محمد زين العابدين (2016)-السعودية: هدفت الدراسة التعرف إلى مستوى وعي طلبة السنة التحضيرية/جامعة الملك سعود بثقافة ريادة الأعمال واتجاهاتهم نحوها، وأبرز معوقات ريادة الأعمال من وجهة نظر الطلبة، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتكونت عينة الدراسة من 510 مفردة، طبقت عليهم استبانة، وقد جاءت نتائج الدراسة كما يلي: جاءت استجابة الطلبة على البعد الأول معارف الطلاب بريادة الأعمال بدرجة مرتفعة، وجاءت استجابات الطلبة على: اتجاهات الطلبة نحو ريادة الأعمال بدرجة متوسطة، ولا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات الطلبة تعزى لمتغير الجنس، ولا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات الطلبة تعزى لمتغير المسار الدراسي إنساني أو علمي.

5-دراسة النشار (2018) - مصر: هدفت الدراسة تعرف تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على أنشطة التكيف الذاتي للأفراد خلال فترات الأزمات، بالإضافة لتحديد آليات انتشار الاخبار وتداولها بشأن الأزمة بين المستخدمين، كما هدفت لاستكشاف كيفية وضع الحلول للمشكلات الناتجة عن هذه الأزمات. وهدفت للوصول إلى فهم وافٍ بأنشطة التكيف الذاتي معها. وتوصلت لدور مواقع التواصل الاجتماعي بجمع الأخبار حول الأزمات ونشرها ثم التعاون من أجل وضع الحلول للمشكلات الناتجة عن هذه الأزمات ومن ثم تحقيق التكيف الذاتي معها.

6-دراسة أبو سريع (2019) - مصر: هدفت هذه الدراسة إلى تحديد أهم القضايا الرئيسية والفرعية التي تناولتها دراسات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في إدارة الأزمات ، كما هدفت لتحديد ملامح إطار إرشادي عند عملية إدارة الأزمة. وتوصلت الدراسة إلى أن الإطار الإرشادي المقترح يتضمن: دمج وسائل التواصل الاجتماعي ضمن عملية الإدارة الاستراتيجية الشاملة للمنظمة . بالإضافة إلى التكامل بين وسائل الاتصال التقليدية والحديثة في عمليات إدارة الأزمات. كما ذكرت معايير اختيار وتأهيل مسؤولي إدارة الأزمات بالمنظمات.

7-دراسة الشنتلي (2022) - الإمارات: هدفت إلى تقييم انعكاسات منصات التواصل الاجتماعي على رائدات الأعمال في دولة الإمارات العربية المتحدة ، ومدى تمكين هذه الأدوات لسيدات الأعمال من التنافس في السوق والتغلب على الحواجز الثقافية والمجتمعية والمالية. وبالاعتماد على مقابلات متعمقة أجريت مع 14 سيدة أعمال في الدولة ، تسلط هذه الورقة الضوء على كيفية استفادة رائدات الأعمال من الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي لبناء شركاتتهن الناشئة ومشاريعهن التجارية ، وإلى أي مدى ساعدتهن هذه الأدوات في التغلب على مختلف أشكال المعوقات التي تواجه سيدات الأعمال في الدولة. وقد أظهرت النتائج أن منصات التواصل الاجتماعي في دولة الإمارات العربية المتحدة قد قدمت مساعدة كبيرة للمرأة لتصبح مستقلة، وتبدأ أعمالها الخاصة ، مع تقليل بعض التحديات التي تواجهها لتحقيق أهدافها. بالإضافة إلى ذلك ، أسهمت وسائل التواصل الاجتماعي في إعادة صياغة أدوارها في المجتمع ووضعها في السياق الصحيح لتصبح مستقلة مالياً.

استفادت الباحثة من الدراسات السابقة بـ:

- 1-إعداد الاستبانة المتعلقة بوسائل التواصل الاجتماعي ودورها بالريادة المجتمعية.
- 2-إعطاء صورة واضحة عن وسائل التواصل الاجتماعي ودورها بالأزمات.
- 3-تعرف الأساليب الإحصائية المناسبة لمعالجة النتائج.

تميز البحث الحالي عن الدراسات السابقة بـ:

- 1-تتاول مجالاً هاماً ألا وهو دور وسائل التواصل الاجتماعي بإدارة الأزمات.
- 2-تحديد دور وسائل التواصل الاجتماعي بالريادة المجتمعية.

يختلف البحث الحالي عن الدراسات السابقة بـ:

- 1-تحديد أهم وسائل التواصل الاجتماعي بالريادة المجتمعية.
 - 2-تسليط الضوء على أهم النظريات المفسرة لظاهرة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.
- لم تتناول أياً من الدراسات السابقة متغيرات البحث الحالي (دور - وسائل التواصل الاجتماعي -الريادة المجتمعية-الأزمات).

الإطار النظري:

أولاً: مواقع التواصل الاجتماعي:

مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي: " منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، و من ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها". (رحومة، 2007، 75)

ثانياً: النظريات المفسرة لظاهرة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي:

أجريت العديد من الدراسات والبحوث العلمية حول موضوع مواقع التواصل الاجتماعي بنيت تلك البحوث والدراسات على نظريتين وهما:

النظرية الأولى: الحتمية التكنولوجية:

وتأتي القناعة الخاصة بمعتقدتي تلك النظرية من أن التكنولوجيا في حد ذاتها تتمتع بقوة التغيير في طبيعة العلاقات الاجتماعية والواقع الاجتماعي، ويرى مستخدمي هذه النظرية "الحتمية التكنولوجية" والمتفائلين بها أنها تملك مقاليد التقدم للبشرية وتضعها

ذريعة لفشلها في التواصل الحقيقي على أرض الواقع الذي لم تستطع البشرية تحقيقه، وتعدّه نوعاً من انتصار للتكنولوجيا على الواقع الذي تعايشه البشرية من حولها، فتجد أن الأفراد في مختلف بقاع الأرض فشلوا في التوصل إلى حل يبقّهم على اتصال دائم، في حين تدخلت التكنولوجيا بكل ما أوتيت من قوة لتقدم لهم الحلول الجذرية التي تقضي على جميع المشكلات التي تورقهم وتعمل على تقريب المسافات بين مشارق الأرض ومغاربها وهذا وحده كافي لمعتنقي تلك النظرية. في حين يرى البعض الآخر الذي يملك نظرة تشاؤمية أن التكنولوجيا ما هي إلا أداة لفرض الهيمنة والسيطرة على الشعوب الضعيفة، والتحكم في فئات الأفراد فهي تقوم بإقحام حياة الفرد الشخصية وتفتت علاقاته الاجتماعية الحقيقية على أرض الواقع. (صادق، 2011، 8)

النظرية الثانية: الحتمية الاجتماعية:

يرى أصحاب هذه النظرية أن العلاقات الاجتماعية لها قوة وتأثير كبير يدفع الأشخاص لمحاولة خلق بيئة تجمعهم محاولين خلق إطار موحد، وهو ما دفعهم إلى بناء وتكوين تلك الشبكات الاجتماعية سواء كانت على الشبكة العنكبوتية أو على أجهزة الهواتف النقالة الخاصة بهم أو من خلال الوسائل الإعلامية المسموعة والمرئية في محاولة منهم لتقريب المسافات بين بعضهم البعض، وهي نظرية في حد ذاتها معاكسة للنظرية الأولى "الحتمية التكنولوجية" والتي ترى أن التكنولوجيا هي صاحبة الفضل في خلق مناخ يجمع كل تلك العلاقات الاجتماعية في إطار واحد ومن خلال عدة تطبيقات ليختار كل فرد ما يتناسب مع احتياجاته وقناعاته الشخصية. (صادق، 2011، 9).

وترى الباحثة أن وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دوراً بإحداث التغيير في المواقف وتجعل الناس أكثر استعداداً لتقبل وجهات النظر المختلفة، فهي وسيط للتغيير والريادة المجتمعية بالأزمات. كما أنها تقدم منصات تقوم على نظام من الرموز المنظمة للتفاعل داخل المجتمع نفسه، وتوجد هناك العديد من الأمثلة الخاصة بالصور الرمزية التي يقدمها المستخدمون ويتبادلونها، كما يعيدون تغريدها.

ثالثاً- خصائص وسائل التواصل الاجتماعي:

- 1-التفاعلية: حيث يتبادل القائم بالاتصال والمتلقي الأدوار، وتكوين ممارسة الاتصال ثنائية الاتجاه وتبادلية وليس في اتجاه أحادي، بل يكون حوار بين الطرفين.
- 2-اللاتزامنية: وهي إمكانية التفاعل مع العملية الاتصالية في الوقت المناسب للفرد سواء كان مستقبلاً أم مرسلًا.
- 3-المشاركة والانتشار: تتيح وسائل التواصل الاجتماعي لكل شخص يمتلك أدوات بسيطة أن يكون ناشراً يرسل رسالته إلى الآخرين.
- 4-الحركة والمرونة: يمكن نقل الوسائل الجديدة بحيث تصاحب المتلقي والمرسل، مثل الحاسب المتنقل والهاتف المحمول.
- 5-الكونية: أصبحت بيئة الاتصال بيئة عالمية تتخطى حواجز الزمان والمكان والرقابة.
- 6-مزج الوسائط: في وسائل التواصل الاجتماعي يتم استخدام كل وسائل الاتصال مثل النصوص والصوت والصور الثابتة ...
- 7-الانتباه والتركيز: نظراً لأن المتلقي في وسائل التواصل الاجتماعي يقوم بدور الفاعل في اختيار المحتوى والتفاعل معه، فإنه يتميز بدرجة عالية من الانتباه والتركيز بخلاف التعرض لوسائل التواصل التقليدية الذي يكون عدة سلبياً وسطحياً
- 8-التخزين والحفظ: حيث يسهل على المتلقي تخزين وحفظ الرسائل الاتصالية واسترجاعها كجزء من قدرات وخصائص الوسيلة ذاتها. (تنبؤ وطاير، 2017، 212).

كما وفرت وسائل التواصل الاجتماعي قنوات جديدة للاتصال والتواصل وأتاحت منابر للنقاش والحوار، مما فتح المجال أمام أفراد المجتمع بما فيهم الطلبة لتبادل الآراء والأفكار، وحشد المناصرة والتأييد لقضية من القضايا، وتكوين الوعي حول القضايا والأزمات المختلفة، كما أتاحت ممارسة مختلف أنواع الاتصال وتحقيق الإعلام الأفقي والاتصال في جميع الاتجاهات.

رابعاً: مفهوم الريادة الاجتماعية:

الريادة الاجتماعية هي حلقة الوصل بين العمل الربحي والعمل الخيري، فهي تنشئ مشروعات هدفها إصلاح المجتمع وفي نفس الوقت تحقيق أرباح لإعادة استثمارها من أجل الاستدامة والتنمية، تهدف إلى تطوير المؤسسات وإقامة مشروعات اقتصادية تنموية متكاملة ومستقلة مالياً لضمان الاستمرارية والاستدامة (محمد، 2017، 22). إنَّ أهمَّ ما يميز ريادة الأعمال الاجتماعية عن المشروعات التجارية هي أنَّ الأولى تركز على الفئات المهمشة والفقيرة من أفراد المجتمع، وتسعى إلى سد الفجوة بين أولئك الذين يتمتعون بخدمات اجتماعية متميزة والذين يفتقدون هذه الخدمات، بينما تسعى المشروعات التجارية إلى تحقيق الأرباح. وتقوم ريادة الأعمال على خلق نماذج لإحداث التغيير الاجتماعي من خلال تنمية مبادرات (Chahine, 2016, 28) اجتماعية جديدة أو مشروعات جديدة أو تأسيس مؤسسات اجتماعية أو تنموية وتضيف ريادة الأعمال الاجتماعية قيمة إلى المجتمع، وتقدم حلولاً للمشكلات الاجتماعية وتسعى لزيادة الثروة الشخصية، ولا تولد قيمة اجتماعية فقط، ولكنها تخلق أيضاً الوظائف والثروة. وتتسأ عملية الريادة الاجتماعية من مهمة شخصية تتعلق بالرغبة في البدء بالتغيير أو التحول الاجتماعي من خلال السعي وراء أهداف مادية. كما تقوم مهمة ريادة الأعمال الاجتماعية بإسهام عميق في (Rey & others, 2016, 1) المجتمع من خلال تحريك الموارد لحل المشكلات المجتمعية وتلبية احتياجات إنسانية أساسية

وترى الباحثة أنَّ ريادة الأعمال الاجتماعية منهج لحل المشكلات التي تواجه المجتمع بأفكار جديدة وإبداعية أو تطوير فكرة موجودة مسبقاً، بهدف حل مشكلات المجتمع بطريقة مستدامة وريادية. فمشروعات ريادة الأعمال الاجتماعية لا تحتاج إلى دعم اقتصادي كبير، لكنها لا تستغني عن وجود مكون اقتصادي مادي، وخاصة عندما تستهدف إنتاج وتقديم سلع وخدمات جديدة يحتاجها المواطنون. لذلك يجب توفير مصادر التمويل المجتمعية اللازمة للبدء بتطوير مشروعات ريادة الأعمال الاجتماعية. كما أن احتضان ثقافة الريادة يحتاج لتضافر جميع الجهود للتوجه إلى الأعمال الريادية، وبعد النظام التعليمي بالجامعات من أهم الركائز التي تسهم في بناء الريادة وتطويرها.

خامساً- إدارة الأزمات:

ويمكن تعريف عملية إدارة الأزمة بأنها "الأساليب المتنوعة التي توظفها المنظمة لمنع أو الحد من التأثير السلبي للأزمة من خلال (coombs, 2014, 5) التواصل مع مجموعات المصالح لتوضيح استجابة المنظمة للأزمة.

وتشتمل عمليات إدارة الأزمة على سلسلة من الأنشطة التي تركز بالأساس على محاولة السيطرة على الآثار السلبية الخطيرة التي يمكن أن تحدثها الأزمة. ويتولى فريق إدارة الأزمة تحديد هذه الأنشطة ومتابعة تنفيذها من خلال مجموعة من الإجراءات الفعلية والاتصالية المتتابعة الهادفة إلى تقليل التهديدات التي يمكن أن تخلقها الأزمة ما يخص الآثار المالية أو يتعلق (james, 2010, 81) بسمعة المنظمة ككل كما أثرت سرعة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وقدرتها الكبيرة على الوصول لمجموعات المصالح المستهدفة في قدرة وسائل الاتصال التقليدية المستخدمة في إدارة الأزمة (مثل المؤتمرات الصحفية على سبيل المثال على النجاح والمنافسة في البيئة (gruber, 2015, 16) الاتصالية الحديثة وترى الباحثة أن القاسم المشترك بين الريادة

الاجتماعية وإدارة الأزمات هو العمل في الجانب الاجتماعي وتبتعدان عن الجانب الربحي، كما تتفقان بالتركيز على الجوانب الإنسانية والاهتمام بالإنسان كهدف ووسيلة لمواجهة الأزمات، فهما مرتبطتان بالعدالة الاجتماعية، لذلك يجب الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي كمدخل وآلية لتحقيق الريادة الاجتماعية، بما يتوافق مع الأهداف والمساوي لخدمة المجتمعات المحلية والتخفيف من حدة الأزمات وتحقيق التغييرات الإيجابية بالمجتمعات لصالح التحديث والتطوير الذي تستدعيه طبيعة التطور العلمي والتكنولوجي المتمثل بوسائل التواصل الاجتماعي.

سادساً- نموذج إدارة اتصالات الأزمة عبر وسائل التواصل الاجتماعي:

يمثل الاتصال جوهر عملية إدارة الأزمات التنظيمية، حيث يلعب دوراً أساسياً في جمع ونشر المعلومات حول الأزمة في الوقت الذي يحتاج فيه الجمهور أن تمدّه المنظمة بالمعلومات السريعة والدقيقة في الوقت نفسه، ومن خلال الرسائل الاتصالية للمنظمة يمكنها تقليل حالة القلق وعدم التيقن لدى الجمهور، وكذلك الحفاظ على صورتها الإيجابية أو إعادة بناء صورتها المتأثرة بوقوع الأزمة، وهذا كله يسهم في التخفيف من حدة الآثار السلبية المترتبة على الأزمات التنظيمية (chung, 2014, 2). وتتوزع خصائص أفراد الجمهور المستخدم لوسائل التواصل الاجتماعي من حيث الاهتمام بالأزمة ومستوى النشاط نحوها. ويحدد نموذج إدارة اتصالات الأزمة ثلاث فئات للجماهير المتفاعلة مع المنظمة أثناء الأزمة، وهم:

1- المؤثرون Influential social media creators:

وهم الأشخاص المعروفون عبر هذه الوسائل والذين يقومون عادة ببدء إثارة الأزمة إلكترونياً من خلال نشر ومشاركة المعلومات.

2- المتابعون Social media followers:

يقدمه المؤثرون حول الأزمة ويعيدون نشره. وهم الأشخاص الذين يستهلكون المضمون الذي

3- غير الناشطين Social media Inactive :

وهم الأشخاص الذين تصل إليهم معلومات الأزمة عبر وسائل الإعلام التقليدية أو من خلال التواصل الشخصي مع الآخرين. ويعطي هذا النموذج أهمية كبرى للدور الذي يقوم به المؤثرون في نشر معلومات الأزمة وإدارتها مع التأكيد أيضاً على أهمية التفاعلات التي تحدث بين المؤثرين والمتابعين في ضوء تأثيرها على باقي فئات الجمهور.

ويتم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في إدارة الأزمة، وبخاصة في مراحلها الحرجة من حيث النشر والتبادل السريع للمعلومات والوصول الميسر إلى أعضاء الجمهور المستهدف.

كما أنّ ريادة الأعمال المجتمعية تمتلك منظوراً خاصاً في الابتكار يتيح التجديد للممارسات المجتمعية بالأزمات وإدارتها. ويساعد في تحقيق التحسين والتطوير والابتكار والتجديد في كل ما تقوم به وسائل التواصل الاجتماعي بأنواعها لاستيعاب التغييرات المبتكرة والاندماج فيها.

إجراءات البحث:

-حدود البحث : تم إجراء البحث وفق الحدود الآتية:

الحدود البشرية: طلبة كلية التربية بجامعة دمشق.

الحدود المكانية: جامعة دمشق.

الحدود الزمنية: الفصل الدراسي الأول من العام الجامعي 2022-2023.

-منهج البحث: تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي

-أداة البحث: تم تصميم استبانة مكونة من 3 محاور. وكل محور يتضمن 10 عبارات.

-مجتمع البحث وعينته:

شمل مجتمع البحث كافة طلبة كلية التربية جامعة دمشق للعام الدراسي 2022-2023 والبالغ عددهم (1110) طالباً وطالبة من كافة التخصصات العلمية-السنة الثالثة- بكلية التربية بجامعة دمشق. تم سحب عينة عنقودية شملت طلبة (معلم الصف-رياض الأطفال- الإرشاد النفسي) لتصبح (300) طالباً وطالبة، لتبلغ نسبتهم 27.02% من المجتمع الكلي. وتم اختيار العينة بطريقة عشوائية بسيطة من كل اختصاص من التخصصات (35% معلم الصف-18.34% رياض الأطفال-46.66% إرشاد نفسي)

-منهج البحث: تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي من خلال تصميم استبانة تضمنت ثلاثة محاور.

-أداة البحث:

تم تصميم استبانة مكونة من ثلاثة محاور وهي:

المحور الأول: وسائل التواصل الاجتماعي في تحقيق الريادة المجتمعية

المحور الثاني: وسائل التواصل الاجتماعي بإدارة الأزمات

المحور الثالث: أنواع وسائل التواصل الاجتماعي بالمبادرات المجتمعية

-صدق أداة الدراسة:

للتحقق من صدق الأداة قامت الباحثة بعرضها على عدد من السادة المحكمين في مجال تقنيات التعليم بهدف إبداء آرائهم وملاحظاتهم. قامت الباحثة بعمل التعديلات المطلوبة من حذف وتعديل وإضافة للفقرات بحيث أصبحت الأداة جاهزة.

-صدق الاتساق الداخلي (الصدق البنوي):

للتحقق من الصدق البنوي للمقياس قامت الباحثة بالإجراءات الآتية:

تم حساب معاملات ارتباط كل محور من المحاور مع الدرجة الكلية كما هو موضح بالجدول الآتي:

الجدول(1): معاملات ارتباط كل محور من المحاور مع الدرجة الكلية

الدرجة الكلية	المحور
.750**	المحور الأول: وسائل التواصل الاجتماعي في تحقيق الريادة المجتمعية
.799**	المحور الثاني: وسائل التواصل الاجتماعي بإدارة الأزمات
.789**	المحور الثالث: أنواع وسائل التواصل الاجتماعي بالمبادرات المجتمعية

يتضح من الجدول رقم(1) وجود معاملات ارتباط دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.05) بين كل محور من المحاور مع الدرجة الكلية للاستبانة.

- ثبات أداة الدراسة:

لقياس ثبات أداة الدراسة استخدمت الباحثة معامل ألفا كرونباخ ، وكانت النتائج كما هي مبينة بالجدول الآتي:
الجدول(2): قيم معاملات الثبات لمحاور أداة الدراسة وللأداة ككل باستخدام معامل ألفا كرونباخ

معامل الثبات	محاور الاستبانة
0.87	المحور الأول: وسائل التواصل الاجتماعي في تحقيق الريادة المجتمعية
0.88	المحور الثاني: وسائل التواصل الاجتماعي بإدارة الأزمات
0.92	المحور الثالث: أنواع وسائل التواصل الاجتماعي بالمبادرات المجتمعية
0.93	متوسط الأداة ككل

يتضح من الجدول رقم(2) أن قيم معاملات الثبات تراوحت بين(0.87-0.92) وهي معاملات قبات مرتفعة ومقبولة. مما يدل على أن الأداة تتمتع بالثبات.

الجدول (3): القيم الرقمية لبدائل الإجابة عن فقرات أداة الدراسة

المقاييس	موافق	لا رأي لي	غير موافق
القيمة	3	2	1

واستخدمت الباحثة الأساليب الإحصائية التي تتناسب مع طبيعة البحث الحالي:

-المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية

-معامل ارتباط بيرسون لقياس الصدق البنوي.

-معامل ألفا كرونباخ لاستخراج معامل الثبات.

-اختبار (ت) لدراسة الفروق بين متوسطي الدرجات تبعاً لمتغير الجنس.

لدراسة الفروق بين متوسطات الدرجات تبعاً لمتغير التخصص. One way Anova-اختبار وفيما يلي محك الحكم على الاستجابات.

الجدول(4): محك الحكم على الاستجابات

قيمة البديل	الحدود الحقيقية للمتوسط الحسابي		درجة الموافقة	النسب المئوية	الدلالة اللفظية
	الحد الأدنى	الحد الأعلى			
1	1	1.66	غير موافق	1-40%	منخفضة
2	1.67	2.33	لا رأي لي	41-75%	متوسطة
3	2.34	3	موافق	76-100%	مرتفعة

الإجابة عن أسئلة البحث:

الإجابة عن السؤال الأول: ما درجة إسهام وسائل التواصل الاجتماعي في تحقيق الريادة المجتمعية؟

للإجابة عن هذا السؤال تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل بند من البنود كما هو موضح بالجدول التالي:

الجدول (5): درجة إسهام وسائل التواصل الاجتماعي في تحقيق الريادة المجتمعية

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الدرجة
المحور الأول: وسائل التواصل الاجتماعي في تحقيق الريادة المجتمعية					
1	تتيح المنصات الاجتماعية تحقيق الابتكار بمواجهة الأزمات	2.92	0.274048	2	مرتفعة
2	تساهم المنصات الاجتماعية في تحقيق الاستباقية بمواجهة الأزمات	2.98	0.141421	1	مرتفعة
3	تتيح المنصات الاجتماعية تعزيز الثقافة الريادية	2.63	0.696639	6	مرتفعة
4	تحقق المنصات الاجتماعية المرونة بمواجهة الأزمات	2.76	0.656521	5	مرتفعة
5	تتيح المنصات الاجتماعية تقديم الفرص للمبادرة المجتمعية بمواجهة الأزمات	92.	0.416497	3	مرتفعة
6	تساهم المنصات الاجتماعية بالحملات المجتمعية الإبداعية	2.62	0.666701	7	مرتفعة
7	تتيح المنصات الاجتماعية توظيف الموارد الاقتصادية بكفاءة	2.86	0.495284	4	مرتفعة
8	تتيح المنصات الاجتماعية الاستفادة من حاضنات الأعمال بمواجهة الأزمات	2.46	0.761577	9	مرتفعة
9	توظف المنصات الاجتماعية الموارد البشرية بفاعلية	2.36	0.827092	10	مرتفعة
10	تتيح المنصات الاجتماعية معرفة مبادرات المنظمات بالمجتمع	2.5	0.735402	8	مرتفعة
	الدرجة الكلية	2.69	1.720109		مرتفعة

من خلال الجدول رقم (5) يتبين أن عبارة "تساهم المنصات الاجتماعية في تحقيق الاستباقية بمواجهة الأزمات" جاءت بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره (2.98)، بينما جاءت عبارة "تتيح المنصات الاجتماعية تحقيق الابتكار بمواجهة الأزمات" بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي قدره (2.92)، وجاءت عبارة "تتيح المنصات الاجتماعية توظيف الموارد الاقتصادية بكفاءة" بالمرتبة الرابعة بمتوسط حسابي قدره (2.86). الأمر الذي تعزوه الباحثة للتأثير الكبير لوسائل التواصل الاجتماعي ووصولها لشريحة كبيرة من الناس بالإضافة لكونها من وسائل الجذب الفعالة بالأزمات. وجاءت بالمرتبة الأخيرة عبارة "توظف المنصات الاجتماعية الموارد البشرية بفاعلية" بمتوسط حسابي قدره (2.36) الأمر الذي تعزوه الباحثة لكون الدور الريادي اقتصادياً يعود للمنظمات وحاضنات الأعمال أكثر من وسائل التواصل الاجتماعي من ناحية التمويل. وبالعودة لمتوسط المحور السابق نجد أنه قد بلغ (2.69) وهو درجة مرتفعة، أي أن درجة إسهام وسائل التواصل الاجتماعي بالريادة المجتمعية هي درجة مرتفعة.

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة الشنتلي (2022) التي توصلت إلى أن منصات التواصل الاجتماعي قد قدمت مساعدة كبيرة للمرأة لتبدأ أعمالها الخاصة، مع تقليل بعض التحديات التي تواجهها لتحقيق أهدافها. كما أسهمت وسائل التواصل الاجتماعي في إعادة صياغة أدوارها في المجتمع ووضعها في السياق الصحيح لتصبح مستقلة مالياً.

الإجابة عن السؤال الثاني: ما درجة إسهام وسائل التواصل الاجتماعي بإدارة الأزمات؟

للإجابة عن هذا السؤال تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل بند من البنود كما هو موضح بالجدول التالي:

الجدول (6): درجة إسهام وسائل التواصل الاجتماعي بإدارة الأزمات

المحور الثاني: وسائل التواصل الاجتماعي بإدارة الأزمات					
الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الدرجة
1	تسهّم وسائل التواصل الاجتماعي بالتواصل في الأزمات	622.	0.779586	2	مرتفعة
2	تتيح وسائل التواصل الاجتماعي التسويق المجاني للحملات الإغاثية	452.	0.838122	3	مرتفعة
3	تلعب وسائل التواصل الاجتماعي دوراً بجمع الأموال لمساعدة المنكوبين	2.3	0.839096	7	متوسطة
4	ترفع وسائل التواصل الاجتماعي مستوى الوعي الفردي تجاه الأزمات	822.	0.881557	9	متوسطة
5	تقوم المنصات الاجتماعية بخلق الوعي الجمعي بالأزمات أفهم مشترك لتحقيق الأزمة	72.	0.707107	1	مرتفعة
6	ترفع المنصات الاجتماعية الشعور بالمسؤولية الفردية بالأزمات	242.	0.870374	8	متوسطة
7	تتيح المنصات الاجتماعية المشاركة الفردية بمواجهة الأزمات	162.	0.858095	10	متوسطة
8	تقوم المنصات الاجتماعية بالحشد المجتمعي تجاه القضايا الكبرى والأزمات	462.	0.787919	4	مرتفعة
9	تتيح المنصات الاجتماعية التغلب على التحديات بالأزمات من خلال الاستفادة من دعم المنظمات غير الربحية	2.44	0.884331	5	مرتفعة
10	ترفع المنصات الاجتماعية الشعور بالمسؤولية الاجتماعية بالأزمات	342.	0.93917	6	مرتفعة
	الدرجة الكلية	2.40	4.383829		مرتفعة

من خلال الجدول رقم (6) يتبين أن عبارة "تقوم المنصات الاجتماعية بخلق الوعي الجمعي بالأزمات" جاءت بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره (2.7) ، بينما جاءت عبارة "تسهّم وسائل التواصل الاجتماعي بالتواصل في الأزمات" بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي قدره (2.62) ، وجاءت عبارة "تتيح وسائل التواصل الاجتماعي التسويق المجاني للحملات الإغاثية" بالمرتبة الثالثة بمتوسط حسابي قدره (2.54). الأمر الذي تعزوه الباحثة لكون وسائل التواصل الاجتماعي مجانية ومتاحة لجميع الأشخاص، وتخلق حالة من التعاطف بالأزمات من خلال المبادرات المجتمعية التطوعية والإغاثية. بينما جاءت عبارة "تتيح المنصات الاجتماعية المشاركة الفردية بمواجهة الأزمات" بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي قدره (2.16) الأمر الذي تعزوه الباحثة لكون المشاركات الفردية بحاجة لجهود فعالة على أرض الواقع والانتقال من حالة التطوع إلى التنفيذ والمساهمة الفعلية بالتطوع والإغاثة.

وبالعودة لمتوسط المحور السابق نجد أنه قد بلغ (2.40) وهو درجة مرتفعة، أي أن درجة إسهام وسائل التواصل الاجتماعي بإدارة الأزمات هي درجة مرتفعة. وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة النشار (2018) التي توصلت لدور مواقع التواصل الاجتماعي بجمع الأخبار حول الأزمات ونشرها ثم التعاون من أجل وضع الحلول للمشكلات الناتجة عن هذه الأزمات ومن ثم تحقيق التكيف الذاتي معها.

الإجابة عن السؤال الثالث: ما درجة إسهام أنواع وسائل التواصل الاجتماعي بالمبادرات المجتمعية؟

للإجابة عن هذا السؤال تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل بند من البنود كما هو موضح بالجدول التالي:

الجدول (7): درجة إسهام أنواع وسائل التواصل الاجتماعي بالمبادرات المجتمعية

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الدرجة
المحور الثالث: أنواع وسائل التواصل الاجتماعي بالمبادرات المجتمعية					
1	أستخدم فيسبوك للقيام بالمبادرات المجتمعية	2.64	0.776176	2	مرتفعة
2	أستخدم واتس أب للقيام بالمبادرات المجتمعية	2.54	0.838122	3	مرتفعة
3	أستخدم تويتر للقيام بالمبادرات المجتمعية	1.88	1.002853	10	متوسطة
4	أستخدم يوتيوب لمعرفة المبادرات المجتمعية	1.96	1.009344	9	متوسطة
5	أستخدم واتس أب لمعرفة المبادرات المجتمعية	2.72	0.70102	1	مرتفعة
6	يتيح تويتر متابعة المبادرات المجتمعية من خلال المؤثرين	2.44	0.836904	6	مرتفعة
7	يتيح تويتر المشاركة بالمبادرات المجتمعية	2.52	0.862838	4	مرتفعة
8	أستخدم موقع لينكد إن للاقتداء بالمبادرات المجتمعية	2.16	0.997139	8	متوسطة
9	أستخدم موقع لينكد إن لنشر أعمال التطوعية	2.26	0.921622	7	متوسطة
10	أستخدم موقع يوتيوب لمشاركة مبادرات التطوعية مع الزملاء	2.48	0.886175	5	مرتفعة
	الدرجة الكلية	2.36	4.733726		مرتفعة

يتبين من الجدول رقم (7) أن عبارة "أستخدم واتس أب لمعرفة المبادرات المجتمعية" جاءت بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره (2.72) الأمر الذي تعزوه الباحثة لفاعلية المجموعات على الواتساب بنشر ومشاركة المبادرات المجتمعية التطوعية، بينما جاءت عبارة "أستخدم فيسبوك للقيام بالمبادرات المجتمعية" بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي قدره (2.64). وهذا كون وسيلة الفيسبوك هي الأكثر انتشاراً بسوريا وبين الشباب العربي. بينما جاءت بالمرتبة الثالثة عبارة "أستخدم واتس أب للقيام بالمبادرات المجتمعية" بمتوسط حسابي قدره (2.54). وجاءت عبارة "أستخدم موقع لينكد إن لنشر أعمال التطوعية" بالمرتبة السابعة بمتوسط حسابي قدره (2.26)، الأمر الذي تفسره الباحثة بعدم معرفة الطلبة بهذا الموقع واستخداماته بالتواصل الاجتماعي ونشر الإنجازات. وجاءت عبارة "أستخدم تويتر للقيام بالمبادرات المجتمعية" بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي قدره (1.88) كونه الوسيلة الأقل استخداماً لدى العينة المستهدفة بالدراسة. وبالعودة لمتوسط المحور السابق نجد أنه قد بلغ (2.36) وهو درجة مرتفعة، أي أن درجة إسهام أنواع وسائل التواصل الاجتماعي بالمبادرات المجتمعية هي درجة متوسطة. والوسيلة الأكثر استخداماً وتأثيراً هي الواتس أب والفيس بوك.

ومن خلال الإجابة عن أسئلة البحث الفرعية تمت الإجابة عن السؤال الرئيسي للبحث، ألا وهو دور وسائل التواصل الاجتماعي في تحقيق الريادة المجتمعية بالأزمات من وجهة نظر طلبة كلية التربية.

الجدول (8): دور وسائل التواصل الاجتماعي في تحقيق الريادة المجتمعية بالأزمات من وجهة نظر طلبة كلية التربية.

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المحور
مرتفعة	1.720109	2.69	المحور الأول: وسائل التواصل الاجتماعي في تحقيق الريادة المجتمعية
مرتفعة	4.383829	2.40	المحور الثاني: وسائل التواصل الاجتماعي بإدارة الأزمات
مرتفعة	4.733726	2.36	المحور الثالث: أنواع وسائل التواصل الاجتماعي بالمبادرات المجتمعية
مرتفعة	7.014533	482,	الدرجة الكلية

يتبين من الجدول السابق أن الدرجة الكلية لدور وسائل التواصل الاجتماعي في تحقيق الريادة المجتمعية بالأزمات من وجهة نظر طلبة كلية التربية قد بلغت (2.48) وهي درجة مرتفعة.

الأمر الذي يمكن تفسيره لتزايد أعداد الطلبة المستخدمين لوسائل التواصل الاجتماعي، حيث تعدّ وسائل التواصل الاجتماعي من أكثر مواقع الإنترنت انتشاراً بين أوساط الطلبة. بالإضافة لسهولة استخدامها وكونها مجانية. كما أنها وفرت سبلاً جديدة للإتصال وميزة المشاركة التي أسهمت بظهور تيارات الوعي الاجتماعي، مما أدى لتشكيل الملامح والسمات التي تتصف بها الشبكات الاجتماعية في دعم الجانب الريادي المجتمعي.

الإجابة عن فرضيات البحث:

1- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي استجابات الطلبة على الاستبانة تبعاً لمتغير الجنس.

الجدول(9): قيمة ت لمتوسط استجابات الطلبة على الاستبانة المصممة تبعاً لمتغير الجنس.

النوع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	درجة الحرية	مستوى الدلالة
ذكر	38	78.4146	7.22487	227.	982	غير دال
أنثى	622	81.5556	5.59265			

يتبين من الجدول (9) أنّ قيمة ت قد بلغت (227). وهي أكبر من مستوى الدلالة 0.05 . مما يشير لعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي استجابات الطلبة على الاستبانة المصممة تبعاً لمتغير الجنس. الأمر الذي تعزوه الباحثة لوجود عدالة بالإتاحة الرقمية والفرص المتكافئة بالوصول للمنصات الالكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي. حيث يجيد الجنسين مهارات استخدام التكنولوجيا بالمبادرات المجتمعية. وتتفق نتيجة هذه الدراسة مع نتيجة دراسة عبد الفتاح(2016) التي توصلت إلى أنّه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات الطلبة تعزى لمتغير الجنس.

2- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي استجابات الطلبة على الاستبانة تبعاً لمتغير التخصص.

الجدول(10): الإحصاء الوصفي استجابات الطلبة على الاستبانة المصممة تبعاً لمتغير التخصص.

النوع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
معلم صف	105	80.1765	5.70346
رياض أطفال	55	78.7778	8.38455
إرشاد	140	77.8667	6.82293

الجدول(11): قيمة (ف) لمتوسط استجابات الطلبة على الاستبانة المصممة تبعاً لمتغير التخصص.

مستوى الدلالة	درجة الحرية	قيمة F	متوسط المربعات	مجموع المربعات	
.651 غير دال	982	.433	21.832	43.665	بين المجموعات
			50.368	2367.315	داخل المجموعات
				2410.980	كلي

يتبين من الجدول (11) أن قيمة ف قد بلغت (.433) بمستوى دلالة (.651) وهي أكبر من مستوى الدلالة (0.05) . مما يشير لعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي استجابات الطلبة على الاستبانة المصممة تبعاً لمتغير التخصص. الأمر الذي تعزوه الباحثة لكون الطلبة يدرسون مقررات تربوية مقاربة ومن خلفيات متشابهة، الأمر الذي لم يسبب وجود أي فروق. وتتفق نتيجة هذه الدراسة مع نتيجة دراسة عبد الفتاح(2016) التي توصلت إلى أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات الطلبة تعزى لمتغير المسار الدراسي إنساني أو علمي.

نتائج البحث:

- 1- بلغت درجة إسهام وسائل التواصل الاجتماعي بالريادة المجتمعية (2.69) وهي درجة مرتفعة. الأمر الذي تعزوه الباحثة للتأثير الكبير لوسائل التواصل الاجتماعي ووصولها لشريحة كبيرة من الناس بالإضافة لكونها من وسائل الجذب الفعالة بالأزمات. وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة الشنتلي (2022) التي توصلت إلى أن منصات التواصل الاجتماعي قد قدمت مساعدة كبيرة للمرأة لتبدأ أعمالها الخاصة ، مع تقليل بعض التحديات التي تواجهها لتحقيق أهدافها. كما أسهمت وسائل التواصل الاجتماعي في إعادة صياغة أدوارها في المجتمع ووضعها في السياق الصحيح لتصبح مستقلة مالياً.
- 2- بلغت درجة إسهام وسائل التواصل الاجتماعي بإدارة الأزمات (2.40) هي درجة مرتفعة . الأمر الذي تعزوه الباحثة لكون وسائل التواصل الاجتماعي مجانية ومتاحة لجميع الأشخاص وتخلق حالة من التعاطف بالأزمات من خلال المبادرات المجتمعية التطوعية والإغائية. وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة النشار (2018) التي توصلت لدور مواقع التواصل الاجتماعي بجمع الأخبار حول الأزمات ونشرها ثم التعاون من أجل وضع الحلول للمشكلات الناتجة عن هذه الأزمات ومن ثم تحقيق التكيف الذاتي معها.
- 3- بلغت درجة إسهام أنواع وسائل التواصل الاجتماعي بالمبادرات المجتمعية(2.36) وهي درجة مرتفعة. والوسيلة الأكثر استخداماً وتأثيراً هي الواتس آب والفيس بوك. الأمر الذي تعزوه الباحثة لفاعلية المجموعات على الواتس آب بنشر ومشاركة المبادرات المجتمعية التطوعية.
- 4- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي استجابات الطلبة على الاستبانة المصممة تبعاً لمتغير الجنس. الأمر الذي تعزوه الباحثة لوجود عدالة بالإتاحة الرقمية والفرص المتكافئة بالوصول للمنصات الالكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي. وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة عبد الفتاح (2016) التي توصلت لعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات الطلبة تعزى لمتغير الجنس.

5- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي استجابات الطلبة على الاستبانة المصممة تبعاً لمتغير التخصص. الأمر الذي تعزوه الباحثة لكون الطلبة يدرسون مقررات تربوية مقاربة ومن خلفيات متشابهة، الأمر الذي لم يسبب وجود أي فروق. وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة عبد الفتاح (2016) التي توصلت لعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات الطلبة تعزى لمتغير المسار الدراسي إنساني أو علمي.

6- بلغت الدرجة الكلية لدور وسائل التواصل الاجتماعي في تحقيق الريادة المجتمعية بالأزمات من وجهة نظر طلبة كلية التربية (2.48) وهي درجة مرتفعة. الأمر الذي يمكن تفسيره لتزايد أعداد الطلبة المستخدمين لوسائل التواصل الاجتماعي، حيث تعدّ وسائل التواصل الاجتماعي من أكثر مواقع الإنترنت انتشاراً بين أوساط الطلبة. بالإضافة لسهولة استخدامها وكونها مجانية. كما أنها وفرت سبلاً جديدة للإتصال وميزة المشاركة التي أسهمت بظهور تيارات الوعي الاجتماعي، مما أدى لتشكيل الملامح والسمات التي تتصف بها الشبكات الاجتماعية في دعم الجانب الريادي المجتمعي.

مقترحات البحث:

- 1- ضرورة توجيه الطلبة بمرحلة الدراسات العليا للقيام بأبحاث تتناول تنظيم المجتمع لدراسة ريادة الأعمال الاجتماعية.
- 2- ضرورة دمج ريادة الأعمال الاجتماعية كمساق دراسي بالجامعات.
- 3- ضرورة التركيز على تعليم مهارات ريادة الأعمال الاجتماعية لتحقيق الخدمة الاجتماعية.
- 4- ضرورة التوظيف الفعال لمواقع التواصل الاجتماعي بهدف التسويق الفعال لمشروعات ريادة الأعمال المجتمعية.

التمويل:

هذا البحث ممول من جامعة دمشق وفق رقم التمويل (501100020595).

Funding:

this research is funded by Damascus university – funder No. (501100020595).

المراجع:

- 1- أبو سريع، إنجي.(2019).استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في إدارة الأزمات. دراسة تحليلية . بحث منشور بالمجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان - العدد الحادي عشر.
- 2- تتيو، فاطمة الزهراء وطاير، مفيدة(2017). المقومات التربوية للناشئة في ظل الإعلام الجديد. مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية،(11)،207-220
- 3- الحمالي، راشد بن محمد، والعربي، هشام يوسف مصطفى، (2016).واقع ثقافة ريادة الأعمال بجامعة حائل وأليات تفعيلها من وجهة نظر الهيئة التدريسية، دراسات عربية في التربية وعلم النفس. ASEP العدد السادس والسبعون.
- 4- خليفة، إيهاب.(2016). مواقع التواصل الاجتماعي "أدوات التغيير العصرية عبر الإنترنت". المجموعة العربية للتدريب والنشر، الطبعة الأولى.
- 5- رحومة، علي.(2007). الانترنت والمنظومة التكنو-اجتماعية، بيروت. مركز دراسات الوحدة العربية.
- 6-6- الشنتلي، علياء(2022) دور وسائل التواصل الاجتماعي في ريادة الأعمال النسائية في الإمارات: الآثار المترتبة على التنمية والمساواة بين الجنسين. مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية. مجلد 19 عدد 3
<https://doi.org/10.36394/jhss/19/3/8>
- 7- صادق، عباس.(2011). "الإعلام الجديد: دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة". البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال.
- 8- عبد الفتاح، محمد زين العابدين (2016). الوعي بثقافة ريادة الأعمال لدى طلبة السنة التحضيرية جامعة الملك سعود واتجاهاتهم نحوها: دراسة ميدانية، مجلة البحث العلمي في التربية - مصر، ع16، ج3، متاح على
<http://search.mandumah.com/Record/846899>
- 9- العتيبي، منصور بنايف، موسى، محمد فتحي علي(2015). الوعي بثقافة ريادة الأعمال لدى طلاب جامعة نجران واتجاهاتهم نحوها (دراسة ميدانية)، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، ع162، ج2، يناير، مصر..
- 10- محمد، محمد جابر عباس.(2017). ريادة الأعمال الاجتماعية كأحد الآليات المبتكرة لتحقيق التنمية المستدامة بالمجتمعات المحلية: دراسة مطبقة على رواد الأعمال الاجتماعية بمدينة أسوان. مجلة الخدمة الاجتماعية.
- 11- النشار، غادة. (2018). تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على أنشطة التكيف الذاتي للأفراد خلال فترات الأزمات. بحث منشور بالمجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال - العدد 23 - أكتوبر / ديسمبر .
- 12- Chahine,T.(2016). introduction to social entrepreneurship,CRC press
- 13- Coombs, W. T. (2014) Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding, 4th Ed., (Thousand Oaks, CA: SAGE), P.5.
- 14- Chan, J. C. (2013). The Role of Social Media in Crisis Preparedness, Response and Recovery. Retrieved from:
<http://www.oecd.org/governance/risk/The%20role%20of%20Social%20media%20in%20crisis%20preparedness,%20response%20and%20recovery.pdf> (accessed 10August 2017).
- 15- Chung, S. & Lee, S. (2014) Crisis communication strategies at social media and publics' cognitive and affective responses: A case of Foster Farms salmonella outbreak, Paper presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Montreal, Canada.

- 16- Rey-Martí, A., Ribeiro-Soriano, D., & Palacios-Marqués, D.
- 17- (2016). A bibliometric analysis of social entrepreneurship. *Journal of Business Research*, 69(5), 1651-1655.
- 18- Lin, X., Spence, P. R., Sellnow T L. & Lachlan K. A. (2016) Crisis communication, learning and responding: Best practices in social media, *Computers in Human Behavior* (65), PP. 601- 605.
- 19- Liu, B. F., (2010) Distinguishing how elite newspapers and a-list blogs cover crises: Insights for managing crises on and offline, *Public Relations Review*, 36(1), PP. 28-34.
- 20- Stephens, K. K., Malone, P. C., (2009) If the organizations won't give us information...: The use of multiple new media for crisis technical translation and dialogue, *Journal of Public Relations Research*, 21(2), PP. 229-239.
- 21- James, E. H., & Wooten, L. P. (2010), op.cit., PP. 74–94 (p.81).
- 22- Gruber, D. A., Smerek R. E., Thomas-Hunt M. C. & James E. H., (2015), op.cit., P.169.
- 23- Hardy Loh Rahim, Mohd Ali Bahari Abdul Kadir, ,(2015), entrepreneurship education in malaysia: a critical review, *Journal of Technology Management and Business* (ISSN: 2289-7224) Vol 02, No 02.