وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of higher education and scientific research
جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي - تبسة
Echahid Cheikh Larbi Tebessi University- Tebessa
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
faculty of humanities and social sciences

قسم علم الاجتماع
تخصص جريمة و انحراف

مذكرة ماستر تحت عنوان

# التسول الالكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي

## دراسة ميدانية من وجهة نظر مستخدمي الفايسبوك -اليوتوب- والتيك توك

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر L.M.D

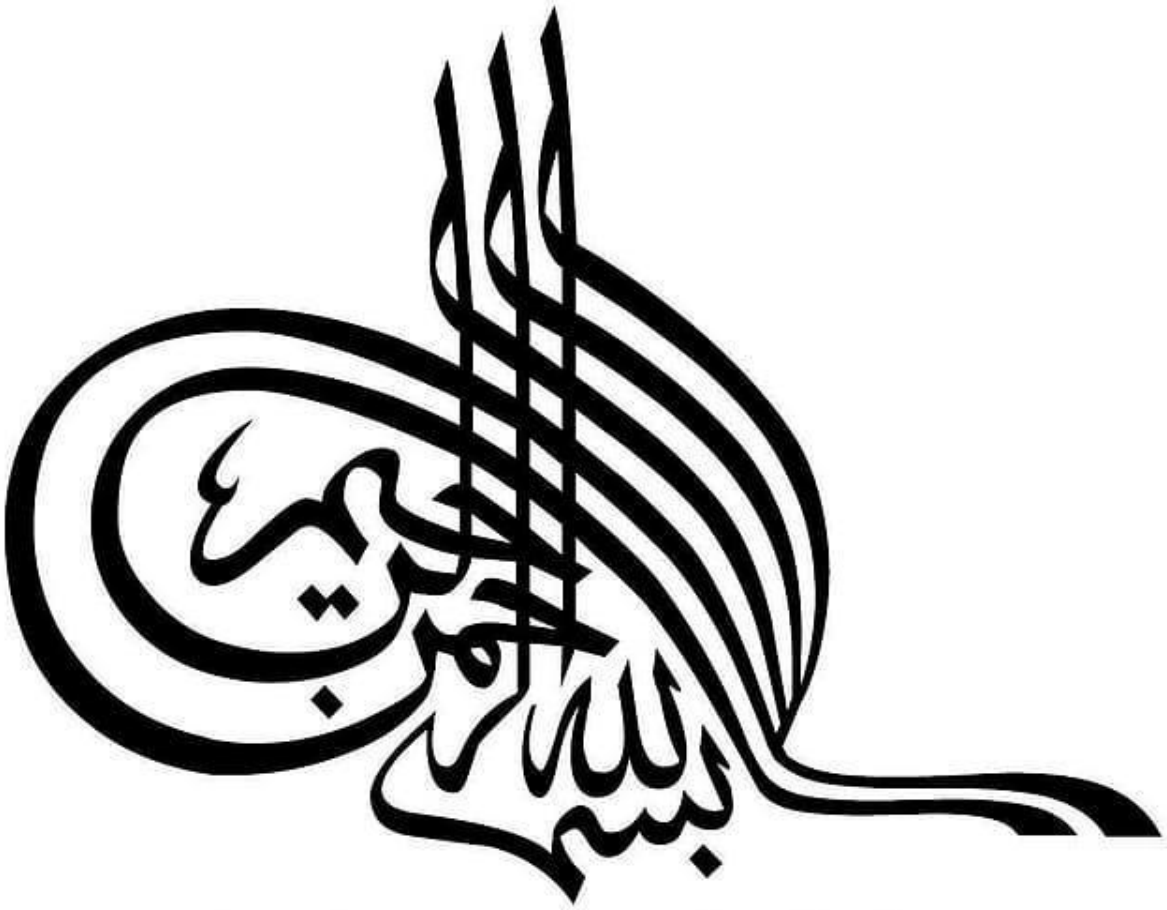
من اعداد الطالب:
- هيثم حفظ الله

إشراف الأستاذ:
د. محمـــــد براي

أعضاء لجنة المناقشة :

| الاسم واللقب | الرتبة العلمية | الصفة |
|---|---|---|
| جمال عناق | أستاذ التعليم العالي | رئيســـــــا |
| محمد براي | أستاذ محاضر أ | مشرفا ومقررا |
| خير الدين بوزيان | أستاذ محاضر أ | عضوا ممتحنا |

السنة الجامعية : 2025/2024


بسم الله الرحمن الرحيم

# شكروعرفان

الحمد لله السميع ذي العزة والفضل العظيم والصلاة والسلام على المصطفى الهادي الكريم وعلى آله وصحبه أجمعين،وبعد قوله تعالى"ولئن شكرتم لأزيدنّكم". أشكر الله العلي القدير الذي أنار لي درب العلم والمعرفة وأعانني على إتمام هذا العمل

كما أتقدم بالشكر والامتنان " للدكتور محمد براي" لقبوله الإشراف على هذه الدراسة والذي بذل وسعه في تقديم النصيحة والتوجيه لي طيلة إجراء هذه الدراسة من خلال إرشاداته القيمة وتوجيهاته في كل خطوات البحث.

والشكر أيضا إلى المناقشين الذين تفضلوا بقبول مناقشة هذه الدراسة و بذل الجهد في التدقيق و إثراء هذا البحث شكلا و مضمونا

كما أتقدم بالشكر والامتنان إلى أساتذتي الأفاضل بكلية العلوم الإنسانية والإجتماعية الذين ساهموا بتوجيهاتهم ونصائحهم ولكل طاقم الكلية فردا فردا

# الإهداء

أهدي هذا العمل للأهل والأقارب

للأصدقاء والأحباب وزملاء الدراسة

ولكل طالب للعلم ومحب له

.

# فهرس المحتويـــــات

شكر وعرفان
إهداء
فهرس المحتويـــــات ..... I
فهرس الجداول ..... III
فهرس الأشكال ..... V
مقدمة ..... أ
الفصـل الأول: مرتكـــزات الدراســة وإطارها المفاهيمـي والنظري
أولا: مرتكزات الدراسة وإطارها المفاهيمي ..... 5
1.إشكالية الدراسة: ..... 5
2- مبررات اختيار الموضوع ..... 7
3.أهداف الدراسة ..... 7
4.أهمية الدراسة: ..... 7
5. مصطلحات ومفاهيم الدراسة: ..... 8
6. الدراسات السابقة: ..... 12
7.النظرية المرجعية للدراسة: ..... 15
ثانيا: التسول ..... 19
1. أنواع التسول: ..... 19
2. أسباب ظاهرة التسول ..... 20
3. انعكاسات ظاهرة التسول ..... 21
ثالثا: التسول الالكتروني ..... 22
1.أنواع التسول الإلكتروني ..... 22
2.أسباب التسول الإلكتروني ..... 23
3.انعكاسات التسول الإلكتروني ..... 23
رابعا: وسائل التواصل الاجتماعي ..... 25
1-موقع فايسبوك ..... 25
1-1- نشأة موقع فايسبوك: ..... 25
1-2-مكونات موقع فايسبوك: ..... 26
1-3-استخدامات موقع فايسبوك: ..... 27
2-موقع تيك توك ..... 28

2-1- نشأة موقع تيك توك: ..... 28
2-2-مكونات موقع تيك توك: ..... 29
2-3-استخدامات موقع تيك توك: ..... 29
3-موقع يوتيوب ..... 30
3-1- نشأة موقع يوتيوب: ..... 30
3-2-مكونات موقع يوتيوب: ..... 30
3-3-استخدامات موقع يوتيوب: ..... 31
الفصل الثاني: مرتكزات الدراسة المنهجية وإطارها التطبيقي
أولا: الاجراءات المنهجية للدراسة: ..... 34
1. عينة الدراسة ..... 34
2.مجالات الدراسة ..... 34
1.2. المجال المكاني: ..... 34
2.2.المجال الزماني: ..... 35
3.المنهج المستخدم: ..... 35
4.أدوات جمع البيانات: ..... 36
ثانيا: عرض وتفسير البيانات الميدانية ..... 37
ثالثا: استخلاص ومناقشة نتائج الدراسة ..... 73
1- النتائج على ضوء اسئلة الدراسة: ..... 73
2- نتائج الدراسة على ضوء الدراسات السابقة ..... 77
3- نتائج الدراسة في ضوء النظرية المرجعية ..... 77
رابعا: استنتاجات عامة ..... 78
الخاتمة ..... 81
قائمة المصادر والمراجع: ..... 84
الملاحـق ..... 88

## فهرس الجداول


| عنوان الجدول | رقم الصفحة |
|---|---|
| الجدول رقم 01: يبين توزيع عينة البحث حسب الجنس | 37 |
| الجدول رقم 02: يبين توزيع عينة البحث حسب السن: | 38 |
| الجدول رقم 03: يبين توزيع عينة البحث حسب المنطقة السكنية | 39 |
| الجدول رقم 04: يبين توزيع عينة البحث حسب الحالة المهنية: | 40 |
| الجدول رقم 05: يبين توزيع عينة البحث حسب وجود نشاط جمعوي من عدمه: | 41 |
| الجدول رقم 06: يبين الفئة الاجتماعية الأكثر ممارسة للتسول الالكتروني عبر منصات التواصل الاجتماعية | 42 |
| الجدول رقم 07: يبين المنصات الافتراضية التي تنتشر فيها المنشورات المتعلقة بالتسول | 43 |
| الجدول رقم 08: يوضح أشكال التسول الالكترونية التي صادفتها عبر منصات التواصل الافتراضية | 44 |
| الجدول رقم 09: يبين رأي العينة حول لمنشورات الخاصة بالتسول الالكتروني إن كانت تصدر من حسابات وهمية | 45 |
| الجدول رقم 10: يبين ارتباط التسول بالمناسبات كرمضان والأعياد الدينية | 46 |
| الجدول رقم 11: يبين الدافع النفسي و زيادة انتشار ظاهرة التسول الالكتروني: | 47 |
| الجدول رقم 12: يبين ما إذا كان الدافع الاجتماعي يشكل سببا في زيادة انتشار ظاهرة التسول الالكتروني | 48 |
| الجدول رقم 13: يبين الدافع الاجتماعي لزيادة انتشار ظاهرة التسول الالكتروني | 49 |
| الجدول رقم 14: يبين ما إذا كان الدافع الاجتماعي لزيادة انتشار ظاهرة التسول الالكتروني | 50 |
| الجدول رقم 15: يبين وجودج شك في طلب المساعادات المالية عبر وسائل التواصل الاجتماعي | 51 |
| الجدول رقم 16: يوضح أن حملات التبرع التي تنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعية مقنعة بما يكفي لتشجيع المستخدمين على المساهمة فيها | 52 |
| الجدول رقم 17: يبين نتائج المحور الأول دوافع ممارسة التسول الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي | 53 |
| الجدول رقم 18: يبين التفاعل مع المحتويات المتعلقة بظاهرة التسول الالكتروني | 56 |
| الجدول رقم 19: يبين نوع هذا التفاعل مع المحتويات المتعلقة بالنسول الالكتروني | 57 |
| الجدول رقم 20: يبين وجود تردد في التفاعل مع المنشورات ذات الطابع الإنساني بسبب انتشار المحتالين عبر وسائل التواصل الاجتماعي | 58 |

| | |
|---|---|
| الجدول رقم 21: يبين شعور عينة الدراسة عند رؤية منشورات مشكوك في مصداقيتها يطلب الإعانة المادية عبر وسائل التواصل الاجتماعي | **59** |
| الجدول رقم 22: يبين وجود تردد في مشاركة محتوى انساني بسبب الخوف من المصداقية | **60** |
| الجدول رقم 23: يوضح نوع عملية تقديم المساعدة والتبرع المادي | **61** |
| الجدول رقم 24: يبين يبين نتائج المحور الثاني تأثير ظاهرة التسول الإلكتروني على الثقة بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي | **62** |
| الجدول رقم 25: يبين ما إذا كانت ظاهرة التسول الالكتروني خطيرة اجتماعيا حسب أفراد العينة | **64** |
| الجدول رقم 26: يبين معرفة المبحوث بالاجراءات القانونية ضد التسول الاكتروني | **65** |
| الجدول رقم 27: يبين الوسيلة المناسبة لتوعية المستخدمين بخطورة هذه الظاهرة؟ | **66** |
| الجدول رقم 28: يبين طبيعةالتصرف في حالة مصادفة منشور بخصوص التسول الالكتروني | **67** |
| الجدول رقم 29: يبين درجة تقيم مستوى الحملات التوعوية الموجهة للحد من ظاهرة التسول الالكتروني | **68** |
| الجدول رقم 30: يبين ضرورة الإبلاغ عن وجود احتيال عبر وسائل التواصل الاجتماعي من خلال منشورات التسول | **68** |
| الجدول رقم 31: يبين مدى توفير منصات التواصل الاجتماعية لأدوات كافية للإبلاغ عن المحتوى المضلل والمشبوه | **69** |
| الجدول رقم 32: يبين فعالية الجانب القانوني في الردع والحد من التسول الالكتروني | **70** |
| الجدول رقم 33: يبين وعي مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بمخاطر التسول الإلكتروني | **71** |

**فهرس الأشكال**


| عنوان الشكل | رقم الصفحة |
|---|---|
| الشكل رقم 01: يبين توزيع عينة البحث حسب حسن الجنس | 37 |
| الشكل رقم 02: يبين توزيع عينة البحث حسب السن | 38 |
| الشكل رقم 03: يبين توزيع عينة البحث حسب المنطقة السكنية | 39 |
| الشكل رقم 04: يبين توزيع عينة البحث حسب الحالة المهنية | 40 |
| الشكل رقم 05: يبين توزيع عينة البحث حسب وجود نشاط جمعوي من عدمه | 41 |

# مقدمـــة

**مقدمة**

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي اليوم تشكل ميداننا واسعا يجتمع من حوله ملايين المستخدمين من مختلف أنحاء العالم على الرغم من اختلاف لغاتهم ولهجاتهم وايديوليجباهم، هذه الاخيرة التي بقدر ما كانت وسيلة وهدف لتعزيز التواصل وتبادل وتلاقح الأفكار والخبرات أصبحت جزءا لا يتجزأ من حيانا اليومية نألفها كما نالف العديد من ضروريات الحياة، أثرت في أنماط تفكيرنا وفي سلوكياتنا و حتى في اعادة تشكيل العديد من القيم المجتمعية، وبالرغم من المنافع الكثيرة والمتعددة التي تقدمها هذه الوسائل كما سبق واشرنا، إلا أنها حملت معها انماطا حياتية واشكالات جديدة لم تكن حاضرة في قت ماض قريب.

ومع توسع استخدام المنصات والوسائط الرقمية، ظهرت ممارسات وسلوكيات مستحدثة تجاوزت حدود الاستفادة المجتمعية الهادفة، لتتحول في بعض الأحيان إلى أدوات اجتماعية تستغل بشكل غير مشروع، ولعل من بين أبرز هذه الممارسات ما يصطلح عليه بظاهرة التسول الإلكتروني، هذه الظاهرة المستحثة التي ولدت من جديد وظهرت عبر منصات التواصل الاجتماعية (الفيسبوك، اليوتيوب، والتيك توك) ووجدت من خلالها بيئة خصبة للنمو و للانتشار، هذه الظاهرة التي تستند إلى استثارة المشاعر الإنسانية واستغلال طبيعة المنصات المفتوحة لتحقيق مكاسب مالية بطرق تثير العديد من التساؤلات الأخلاقية والقانونية، وما يزيد الأمر تعقيدا أن هذا النمط من التسول لا يقتصر على طلب المساعدة بشكل مباشر، بل يأخذ أشكالا متعددة ومبتكرة يصعب على المستخدم العادي كشفها فتنوعت من خلالها أساليب المحتالين بين رواية قصص مأساوية، وبين تقديم محتوى مزيف يوحي بالحاجة الملحة، وفي استغلال قضايا إنسانية قد تكون حقيقية للحصول على تبرعات لا تستخدم للأغراض المعلنة،وأمام هذا الواقع يجد المستخدم نفسه في مواجهة مشكلة مستمرة بين الثقة بالمحتاجين فعلا ومن هم في فاقة والتفاعل مع معاناتهم من جهة، وبين الحذر من الوقوع في فخاخ الاحتيال الرقمي من جهة أخرى،هذه المعادلة الدقيقة تسلط الضوء على أهمية فهم أبعاد التسول الإلكتروني وآثاره النفسية والاجتماعية على الأفراد، خاصة في ظل تزايد اعتمادية الافراد على المنصات والوسائط الرقمية.

وإلى جانب التاثيرات الفردية تلقي هذه الظاهرة بظلالها على القيم المجتمعية بشكل أوسع و أعمق، فتهدد بذلك مصداقية المحتوى الاجماعي الرقمي وتشوه صورة العطاء والتضامن بين أفراد المجتمع، كما و تؤدي إلى إضعاف دور المبادرات الخيرية الحقيقية التي تحتاج إلى الدعم والثقة لتحقيق أهدافها المجتمعية النبيلة، ومن جابب أخر تفرض هذه الظاهرة تحديات إضافية على عديد الجهات، سواء كانت هيئات رسمية أو غير رسمية، خاصة اذا ما تحدثنا عن الوسط التي تتم فيه هذه الممارسات وتنتشر فيه و ضعف آليات الرقابة والإبلاغ عن تلك المحتويات المشبوه ذات الصلة بالتسول الالكتروني.

من هذا المنطلق جاءت هذه الدراسة الميدانية لاستقصاء آراء مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعية حول ظاهرة التسول الإلكتروني مركزة على موقع الفيسبوك، اليوتيوب، والتيك توك، في محاولة لفهم تصوراتهم وتجاربهم معها، كما تسعى إلى تقديم تحليل سوسيولوجي للظاهرة ليس فقط لرصد انتشارها، بل أيضا للكشف عن الأسباب التي ساهمت في تفاقمها، وآثارها على الفرد والمجتمع وفي اطار معالجة هذه الظاهرة تم تقسيم دراستنا هذه إلى فصلين؛ يركز الفصل الأول على تحديد الإطار المفاهيمي والنظري للدراسة، حيث يبدأ بعرض مرتكزات الدراسة، بما في ذلك إشكاليتها، أهميتها، أهدافها، والدراسات السابقة ذات الصلة. كما يقدم تعريفات واضحة لمصطلحات الدراسة والنظرية المرجعية المستخدمة، مع التركيز على علاقة نظرية الاستخدامات والإشباعات بموضوع التسول الإلكتروني.

يناقش الفصل أيضًا التسول التقليدي والإلكتروني من حيث أنواعهما، أسبابهما، وانعكاساتهما، قبل أن يسلط الضوء على وسائل التواصل الاجتماعي كأدوات رئيسية في انتشار الظاهرة، مع شرح مفصل لنشأة واستخدامات منصات مثل فيسبوك، تيك توك، ويوتيوب.

بالنسبة للفصل الثاني يعالج الجوانب المنهجية والتطبيقية للدراسة، حيث يوضح الإجراءات البحثية المتبعة، بما في ذلك اختيار عينة الدراسة، وتحديد المجالين المكاني والزماني، والمنهج المستخدم. كما يستعرض أدوات جمع البيانات وآلية تحليلها .يتضمن الفصل عرضاً وتفسيراً للبيانات الميدانية، مع مناقشة النتائج المستخلصة في ضوء أسئلة الدراسة، الدراسات السابقة، والنظرية المرجعية. يُختتم الفصل باستنتاجات عامة تسلط الضوء على أهم ما توصلت إليه الدراسة، مما يمهد لتوصيات عملية في الخاتمة.

# الفصـل الأول

## مرتكـــزات الدراســة وإطارها المفاهيمـي والنـظري

# أولا: مرتكزات الدراسة وإطارها المفاهيمي

**1- إشكالية الدراسة**

**2- فرضيات الدراسة.**

**3- أسباب اختيار الدراسة.**

**4- أهمية الدراسة.**

**5- أهداف الدراسة.**

**6- مفاهيم الدراسة.**

**7- الدراسات السابقة.**

**8-النظرية المرجعية للدراسة**

## أولا: مرتكزات الدراسة وإطارها المفاهيمي

### 1. إشكالية الدراسة:

شهدت المجتمعات الإنسانية منذ القدم العديد من الظواهر الاجتماعية لعلى ابرزها واكثرها انتشارا ظاهرة التسول، هذه الاخيرة التي ارتبطت غالبا بالفقر والبطالة والعجز الجسدي، إلا أن المستجد في هذه الظاهرة انها لم تبق مقتصرة على الطرقات والأماكن العامة، بل تغيرات اشكالها و امتدت لتشمل العالم الافتراضي وتنوعت مع تنوع وتطور التقدم التكنولوجي وتعدد الوسائط الرقمية، لتظهر بنك وشكل جديد يعرف اليوم بالتسول الإلكتروني، ومع زيادة انتشار الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي واتاحتها مع وسهولة استخادمها بات من السهل على الأفراد استغلال هذه المنصات لطلب المساعدات المالية بطرق متعددة، بعضها صادق وبعضها الآخر يحمل طابع الخداع والاحتيال.

هذا ويعد التسول الإلكتروني من الظواهر المستجدة التي انتشرت بشكل ملحوظ مع التطور السريع لتكنولوجيا الاتصالات الحيثة كما سبق اشرنا، حيث أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي بيئة خصبة لممارسة هذا النوع من التسول بطرق وأساليب متنوعة، فبعد أن كان التسول في زمن ماض غير بعيد ومزال في بعض الاحيان مرتبطا بالشارع وعلى ابواب المساجد وفي الاسواق والأماكن العامة، تحول اليوم إلى ممارسة رقمية افتراضية تستغل التعاطف الإنساني للحصول على المال بطرق احتيالية في كثير من الأحيان. وتعد منصات التواصل الاجتماعية المتنوعة على غرار "الفايسبوك واليوتوب والتيك توك" من أبرز الوسائل التي تستخدم في هذا السياق، نظرا لكونها تضم عددا هائل من المستخدمين حول العالم من جهة ولكونها وسائط تفاعلية من جهة ثانية، مما يجعلها بيئة مناسبة لنشاط المتسولين الإلكترونيين الذين يستغلون تعاطف المستخدمين وضعف وعيهم الرقمي في عديد الاحيان للممارسة هذه النشاطات المربحة دون جهد وعناء.

ولعلى التداخل في كثير من الاحيان بين العمل الخيري الحقيقي الواجب شرعا وخلقا، وبين أنماط التسول الإلكتروني الاحتيالي يشكل تحديا كبيرا أمام المستخدمين لهذه المنصات، إذ بات من الصعب التمييز بين الحالات التي تستحق فعلا المساعدة وتلك التي تستغل العواطف لأغراض شخصية واحتيالية خاصة في ظل مساهمة تقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز هذه الظاهرة، حيث يتم انشاء مجتويات رقمية تحاكي الواقع، اضافة الى توجيه هذه المحتويات للنشر بشكل استراتيجي لاستهداف الفئات المتعاطفة.

وكما ان هذه الوسائط قد أتاحت للأفراد المستخدمين بفضل إمكانياتها التفاعلية فرصة التعبير عن مشاعرهم ومشاركة قصصهم الحياتية، إلا أن بعض الأشخاص استغلوا هذه المنصة لنشر منشورات مؤثرة تتضمن طلبات المساعدة المالية بحجج متنوعة، مثل المرض، الفقر، الحاجة إلى سداد الديون، أو توفير تكاليف العمليات الجراحية، ففي بعض الأحيان تكون هذه الحالات حقيقية وتعكس معاناة اجتماعية فعلية

لكن في أحيان أخرى قد تستخم كوسيلة للتضليل و الخداع واستغلال مشاعر الآخرين لتحقيق مكاسب مادية غير مشروعة، وبذلك يصبح التسول الإلكتروني أحد أشكال الاحتيال الالكترونية في الوقت الراهن.

هذا وتتجلى خطورة هذه الظاهرة في كونها تؤثر على القيم المجتمعية السمحة، وتساهم في تعزيز ثقافة الربح والكسب السهل دون بذل مجهود حقيقي، مما قد ينعكس على العديد من المجالات والفئات المجتمعية خاصة اذا ما تحدثنا عن فئة الشباب الذين قد يجدون في هذا النوع من التسول مصدرا سهلا لجني الاموال، كما أن للتسول الإلكتروني تاثيرات اخرى قد تظهر في انتشار الحسابات الافتراضية الوهمية، حيث يلجأ بعض الأفراد إلى إنشاء هويات مزيفة للاحتيال على المستخدمين الآخرين، وهو ما يشكل تهديدا للأمن الرقمي ويفتح المجال أمام جرائم إلكترونية أخرى مثل سرقة الهوية والنصب والاحتيال المالي مما يزيد تعقيدا للواقع الافتراضي الذي بات مفروضا.

وعلى الرغم من أن العديد من الدول بدأت في اتخاذ تدابير قانونية لمكافحة هذه الظاهرة، إلا أن التشريعات الحالية لا تزال غير كافية للحد منها بشكل فعال. إذ يواجه المشرّعون تحديا كبيرا ومرهقا في التمييز بين الحالات الحقيقية التي تحتاج إلى الدعم وبين عمليات الاحتيال التي تستغل ثقة المستخدمين لتحقيق أرباح غير مشروعة،في هذا السياق يظهر دور المنصات الرقمية مثل فيسبوك، واليوتوب والتيكتوك في تحمل جزء من المسؤولية من خلال تعزيز سياسات الأمان الإلكتروني، ومراقبة المحتوى الذي ينشر عبرها، واتخاذ إجراءات ضد الحسابات المشبوهة التي تروج لأساليب التسول الإلكتروني، وعلى الصعيد الاجتماعي يلعب الوعي دورا مهما في الحد من انتشار التسول الإلكتروني فالمستخدمون بحاجة إلى تثقيف رقمي يساعدهم على التمييز بين الحالات الحقيقية والمزيفة، وذلك من خلال التحقق من مصادر المعلومات، وعدم الاستجابة العاطفية السريعة للنداءات التي يتم نشرها دون دلائل موثوقة كما يمكن أن تلعب المؤسسات الخيرية والمنظمات الإنسانية دوررا محوريا في توفير قنوات رسمية لمساعدة المحتاجين، مما يقلل من الحاجة إلى اللجوء إلى أساليب التسول الرقمي العشوائية.

وفي ضوء هذه التحديات تبرز الحاجة إلى دراسات علمية معمقة لفهم أبعاد هذه الظاهرة وتحليل أسباب انتشارها وآثارها المختلفة، سواء من الناحية القانونية، الاجتماعية، الاقتصادية، أو حتى النفسية. ومن هنا، تأتي أهمية هذه الدراسة التي سعينا من خلالها الى تسليط الضوء على ظاهرة التسول الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مركزين على "الافيسبوك واليوتوب والتيك توك" كنماذج ووسائط تولد وتنتشر فيها هذه الظاهرة ،ومن هذا المنطلق تتمحور إشكالية هذه الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي:

- **ماهو واقع التسول الالكتروني من وجهة نظر مستخدمي مو اقع التواصل الاجتماعية ؟**

هذا ويتفرع عن التساؤل الرئيسي عدة تساؤلات فرعية نوردها فيمايلي:

- **ما هي الأسباب التي تدفع الأفراد إلى ممارسة التسول الإلكتروني عبرمو اقع التواصل الاجتماعي؟**
- **كيف تؤثرظاهرة التسول الالكتروني على الثقة بين مستخدمي مو اقع التواصل الاجتماعي ؟**
- **هل لمستخدمي مو اقع التواصل الاجتماعي وعي بمخاطر التسول الإلكتروني؟**

**2- مبررات اختيار الموضوع**

- الموضوع موصول بالتخصص المدروس في طور الماستر.
- حداثة الموضوع اضافة الى قلة الدراسات الأكاديمية التي تتناول الظاهرة بشكل سوسيولوجي.
- الانتشار الواسع للتسول الإلكتروني وتأثيره السلبي على مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي.
- امكانية دراسة الموضوع خاصة في ظل توقر البيئة الرقمية المناسبة.

**3.أهداف الدراسة**

- معرفة واقع التسول الالكتروني من وجهة نظر مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعية
- معرفة الأسباب التي تدفع الأفراد إلى ممارسة التسول الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- معرفة كفية تاثير ظاهرة التسول الالكتروني على الثقة بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.
- معرفة وعي مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بمخاطر التسول الإلكتروني.
-

**4.أهمية الدراسة:**

- يشكل التسول الإلكتروني في مواقع التواصل الاجتماعي ظاهرة متنامية تستدعي البحث والتحليل لفهم أبعادها المختلفة ومدى تأثيرها على المجتمع. خاصة في ظل تنامي التطور التكنولوجي الهائل وزيادة استخدام الإنترنت
- يشكل التأثير السلبي لهذه الظاهرة أحد الدوافع الأساسية لدراستها، حيث تؤثر على الأفراد والمجتمع من جوانب مختلفة فمن ناحية، قد يقع المستخدمون ضحايا لعمليات احتيالية تجعلهم يفقدون أموالهم نتيجة لثقتهم في قصص وحكايات مضللةو همية تعرض عليهم بأسلوب مؤثر وعاطفي، ومن ناحية أخرى فإن انتشار التسول الإلكتروني يقلل من مصداقية المساعدات الحقيقية التي يحتاجها أشخاص في أمسّ الحاجة إليها.
- تعدد أساليب التسول الإلكتروني يجعل من الضروري دراستها وتحليلها بشكل دقيق لكشف الطرق التي يستخدمها المتسولون لجذب تعاطف المستخدمين.

- كما لاتقتصر أهمية دراسة هذه الظاهرة على فهم أبعادها فقط، بل تمتد إلى اقتراح حلول عملية وفعالة للحد من انتشارها.
- الحاجة إلى فهم أبعاد التسول الإلكتروني واقتراح حلول لمعالجته.

**5. مصطلحات ومفاهيم الدراسة:**

**1.5.التسول الإلكتروني:**

**1.1.5. تعريف التسول**

- **لغة:**

أصل كلمة تسول من سول ويقصد بذلك استرخاء البطن..[1]

والتسول من فعل: تسول - يتسول - تسولا. وسأل واستجد الرجل: أي سأل الناس العطاء[2]

- اصطلاحا:

يشير المصطلح إلى طلب المتسول المال من الناس في الطرق والأزقة العامة باستخدام وسائل متنوعة تهدف إلى إثارة عطفهم وشعورهم بالشفقة، ويُعد ذلك وسيلة لاستغلال العاهات أو الأمراض بهدف كسب التعاطف المالي[3]

ويحدد محمد أبو زيد مفهوم التسول أنه طلب الصدقة والإحسان في الطرق العامة وهو فعل مجرم في بعض البلدان[4].

كما يعرفه توفيق خشول: على انه جماعة استجداء طلب حسنة أو إعانة مجانية لمصلحة شخصية[5].

**2.1.5.تعريف التسول الالكتروني:**

هو ظاهرة اجتماعية افتراضية، تعتمد على الحيلة في استقطاب انتباه الأفراد وتعاطفهم بهدف توسيع حظوظ الاستفادة من مخرجات ذلك التأثير العاطفي ماديا أو معنويا[6].

يُعرف التسول الإلكتروني بأنه استغلال منصات تقنية المعلومات ووسائل التواصل الاجتماعي بهدف استدراج تعاطف المستخدمين للحصول على منافع مادية وعينية. يتم ذلك من خلال إرسال رسائل نصية وصور

---

[1]ابن منظور جمال الدين محمد بن مكرم الإفريقي، **لسان العرب**، دار إحياء الترك للنشر والتوزيع، بيروت، ج 11، ص350.

[2]**القاموس الجديد للطلاب، معجم عربي مدرسي**، الشركة التونسية للنشر والتوزيع، المؤسسة الجزائرية للكتاب، 1984، ص 90.

[3] - حامد جاسم الحسن أحلام المعموري ، **دراسة أسباب ظاهرة تسول الأطفال في مركز محافظة بابل ومعالجتها**، مجلة جامعة بابل للعلوم الانسانية، مجلد 27، 2019، ص. 67.

[4]محمد أبوزيد، **المعجم في علم الإجرام والاجتماع القانوني والعقاب** ، دار غريب للطباعة و النشر، القاهرة، 2003، ص 424.

[5]توفيق خشول، **المدينة والتاطير الأمني بالوسط الحضري**، رسالة ماجستير تخصص التهيئة العمرانية، جامعة الإخوة منتوري قسنطينة، غير منشورة، 2009، ص 39.

[6]القاضي نادية، **التسول الإلكتروني في الجزائر بين استقطاب التضامن الاجتماعي والاحتيال الافتراضي**.، مجلة دفاتر السياسة والقانون، المجلد 9، العدد 2، 2018، ص239.

مفبركة تُظهر معاناة زائفة، مما يُغوي الجمهور للتبرع. لذا، فإن مواجهة هذه الظاهرة تتطلب حملات توعية فعّالة، إذ يستغل المتسولون الفضاء الرقمي لتحقيق أهداف غير مشروعة.[1]

**التعريف الإجرائي:**هو السلوك الذي يقوم به الأفراد عبر منصات التواصل الاجتماعي لاستدراج مساعدات مالية من الجمهور بأساليب متنوعة قد تكون صادقة أو احتيالية.

**2.5.مو اقع التواصل الاجتماعي:**

في اللغة الإنجليزية، يُستخدم مصطلحان أساسيان لوصف هذا النوع من التواصل، هما Social Media، الذي يترجم حرفيا إلى "الوسائط الاجتماعية"، لكنه لا يعبر بدقة عن التفاعل البشري المقصود، وSocial Networking، الذي يعني "التواصل أو التشبيك الاجتماعي"، وهو أقرب إلى مفهوم التفاعل الشبكي بين الأفراد.

وبينما تستخدم مصطلحات مختلفة في الترجمة العربية، مثل "مواقع التشبيك الاجتماعي"، فإن المصطلح الأكثر دقة وانتشارًا هو "شبكات التواصل الاجتماعي"، أو أحيانا "المواقع الاجتماعية". ويعكس هذا المصطلح طبيعة هذه المنصات التي تتيح للأفراد بناء علاقات اجتماعية وتبادل المحتوى والتفاعل في فضاء رقمي متصل، مما يجعله الأقرب إلى جوهر هذه الأدوات الاتصالية الحديثة.[2]

وهناك من يرى أن الترجمة الصحيحة لمواقع التّواصل الاجتماعي في اللّغة الإنجليزية هي: Social Media Webs، ومن حسن الحظ أن المصطلح باللغة العربية أدق من ناحية الوصف[3].

هذا ويعتبر مفهوم "مواقع التواصل الاجتماعي" من المفاهيم المثيرة للجدل الفكري نظرا لتعدد الآراء والاتجاهات حول تعريفه، حيث يعكس التطور التقني الذي طرأ على استخدام التكنولوجيا في المجال الرقمي. وقد أطلق هذا المصطلح على كل ما يمكن استخدامه من قبل الأفراد والجماعات عبر الإنترنت للتواصل والتفاعل.

---

[1] أمل سمير نزال مرجي، **موقف الشريعة الاسلامية والتشريع الامر اتي من ظاهرة التسول الاكتروني، دراسة مقارنة**، مجلة البحوث الفقهية والقانونية، عدد39، 2022، ص1780.

[2] وردة بن عمر، **تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الحراك السياسي في الدول العربية، مصر أنموذجا**، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2014/2013، ص، 50.

[3] خالد غسان يوسف المقدادي، **ثورة الشبكات الاجتماعية**، دار النفائس للنشر،الأردن، 2013، ص، 24.

وبهدف تحديد مفهوم موحد قدم العديد من الباحثين تعريفات متنوعة له نورد منها التعريفات التالية:

- حيث يعرفها شريف درويش بأنها خدمات عبر الإنترنت تتيح إنشاء بيانات شخصية وقوائم اتصال متبادلة بين المستخدمين[1].

- ويعرفها زاهر راضي مواقع التواصل الاجتماعي على أنها شبكات إلكترونية تتيح للمستخدمين إنشاء مواقع خاصة وربطها بأنظمة اجتماعية إلكترونية وفقًا لاهتماماتهم[2].

- وفي سياق آخر تعتبر هذه المواقع مجتمعات إلكترونية ضخمة تقدم خدمات تفاعلية تدعم التواصل بين الأفراد، مثل التراسل الفوري، وإنشاء المجموعات، ومشاركة المحتوى الرقمي كالفيديوهات والصور، وتنظيم الفعاليات، والتعبير عن الاهتمامات والانتماءات المختلفة[3].

- هذا ويشير فضل الله وائل مبارك خضر إلى أن هذه الشبكات ظهرت مع الجيل الثاني للويب (Web 2.0) وساهمت في خلق بيئات افتراضية تجمع الأفراد وفقًا لمجالات اهتمامهم أو انتماءاتهم (بلد، جامعة، مؤسسة).[4]

**التعريف الإجرائي:**

أما إجرائيا فيمكن القوقل بأنها منصات رقمية تواصلية تفاعلية يستغلها بعض الأفراد والمجموعات لنشر محتوى يستدر عواطف المستخدمين بهدف الحصول على مساعدات مالية دون وجود حاجة حقيقية. ويعتمد المتسولون الإلكترونيون على استراتيجيات مختلفةمثل إنشاء حسابات وهمية، أو نشر قصص مأساوية مزيفة، أو جمع التبرعات بحجج إنسانية دون أي رقابة أو توثيق رسمي.

**1.2.5.تعريف الفايسبوك Facebook:**

يعد موقع فايسبوك (Facebook) واحدا من أبرز مواقع التشبيك الاجتماعي، حيث لا يقتصر دوره على كونه منصة للتواصل الاجتماعي فحسب، بل أصبح بيئة تكنولوجية مرنة تتيح للمستخدمين إمكانية التفاعل والمشاركة وفقًا لاحتياجاتهم المختلفة.[5]

وبحسب قاموس الإعلام والاتصال (Communications and Media Dictionary)، يعرف على أنه موقع تواصل اجتماعي تم تأسيسه عام 2004، ويتيح للمستخدمين إنشاء صفحات شخصية (Profiles)

---

[1] نصر رمضان سعد الله حربي، **الشائعات ونشرها عبر مو اقع و شبكات التواصل الاجتماعي ( آثارها- المسؤولية المترتبة علها – سبل التصدي لها)**، مداخلة مقدمة في المؤتمر العلمي السادس بكلية الحقوق تحت عنوان، القانون والشائعات، جامعة طنطا، يومي، 22، 23 أفريل، 2019، ص، 13.

[2] زاهر راضي، **استخدام مو اقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي**، مجلة التربية للنشر والتوزيع، عمان، 2003، ص، 23.

[3] شريف درويش اللبان، **مداخلات في الإعلام الجديد والنشر الإلكتروني في الانترنت**، دار العالم العربي للنشر، القاهرة، 2001، ص، 86.

[4] فضل لله وائل مبارك خضر، **أثر الفايس بوك على المجتمع**، دار شمس النهضة، السودان، 2010، ص، 10.

[5] عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص، 218.

لمشاركة المعلومات والتفاعل مع الآخرين. وقد تم تطويره في البداية لخدمة طلاب الجامعات وأعضاء هيئة التدريس والموظفين، لكنه سرعان ما توسّع ليشمل جميع الأفراد حول العالم.[1]

**التعريف الإجرائي:**

موقع الفايسبوك هو أحد مواقع التواصل الاجتماعي التي تتيح للمستخدمين إنشاء حسابات شخصية بهدف الوصول والتواصل مع أكبر عدد ممكن من المستخدمين، والتفاعل مع المحتوى المتعلق باهتماماتهم الأكاديمية والاجتماعية والثقافية وغيرها من الاهتمامات الاخرى، ولعلى أحد هذا الغايات توجيها لظاهرة التسول الاكتروني.

**2.2.5.تعريف التيك توك Tik Tok:**

يعد تطبيق "تيك توك (TikTok) "منصة وسائط اجتماعية حديثة تعنى بمشاركة مقاطع الفيديو القصيرة، وقد تم تطويره من قبل شركة "بايت دانس (ByteDance) "الصينية، وأطلق لأول مرة في السوق الصينية عام 2016 تحت اسم"Douyin" ، ثم أطلق عالميا باسم "TikTok" في عام 2017 شهد التطبيق نموا غير مسبوق في فترة وجيزة، خاصة بعد اندماجه مع تطبيق "Musical.ly" في عام 2018، مكنه من استقطاب جمهور واسع من فئة الشباب والمراهقين في مختلف أنحاء العالم[2].

هذا ويمكن تيك توك المستخدمين من إنشاء مقاطع فيديو قصيرة تتراوح مدتها بين 15 ثانية و10 دقائق، مع إمكانية إضافة تأثيرات بصرية وصوتية، وموسيقى، وفلاتر متنوعة، كما يتيح التفاعل الاجتماعي من خلال التعليقات، الإعجابات، وإعادة النشر. تعتمد خوارزميات التطبيق على الذكاء الاصطناعي لتحليل تفضيلات المستخدمين وتقديم محتوى مخصص يعزز من تفاعلهم المستمر، ما يجعله أحد أكثر التطبيقات إدمانن وانتشارا بين الفئات العمرية الشابة.[3]

**3.2.5. اليوتوب**

يتكون مصطلح "يوتيوب (YouTube) "من كلمتين"You"، التي تشير إلى المستخدم أو المتصفح، و"TUBE"، التي تعني "وعاء" أو "حاوية"، وتشير هنا إلى الوسائط الإلكترونية. ويُظهر هذا التركيب اللغوي أن المصطلح يركز على مخاطبة الفرد المستخدم. وفقًا لمعجم المصطلحات كما أنه موقع على الإنترنت يتيح للمستخدمين تحميل مقاطع فيديو تهمهم ومشاركتها مع الآخرين[4]

---

[1] Marcel Danesi، **Dictionary of media and communications**, M.E. Sharpe, New York, 2009, p، 117.

[2] - محمد زكرياء خراب، **ثقافة استخدام واستهلاك الشباب الجزائري لتطبيق تيك توك رؤية نقدية**، المجلة الجزائرية لبحوث الاعلام والرأي العام، مجد 2، عدد2، 2019، ص ص 451-452.

[3] - محمد زكرياء خراب، **المرجع السابق**، ص452..

[4] - غريبي حنان وباية بووزة، **دور اليوتيوب في تحقيق الإشباع السياسي لدى الرأي العام الجزائري**، مجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، مجلد9، عدد2، 2022، ص76

**6. الدراسات السابقة:**

**1.6.الدراسة الاولى موسومة بعنوان "التسول الإلكتروني في الجزائر بين استقطاب التضامن الاجتماعي ومؤشرات الاحتيال الافتراضي - دراسة تحليلية لآراء عينة من رواد مو اقع التواصل الاجتماعي بولاية تيزي وزو".**

أعدتها الباحثة **القاضي نادية**، وهي **دراسة وصفية تحليلية** أُجريت في **جامعة مولود معمري، تيزي وزو** عام **2023** وقد استندت الدراسة إلى عينة مكونة من **72فرداً من سكان ولاية تيزي وزو** من خلال طرح تساؤل رئيسي حول ما إذا كان التسول الإلكتروني ظاهرة اجتماعية تتطلب التضامن أم مجرد شكل من أشكال الاحتيال، هدف الدراسة تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف آراء المواطنين الجزائريين حول التسول الإلكتروني، ومدى قبولهم له كوسيلة للحصول على المساعدة. من خلال توزيع استبيان على عينة من السكان في ولاية تيزي وزو، تسعى الدراسة لمعرفة إذا ما كان يرى المواطنون أن هذه الظاهرة تتطلب تضامناً اجتماعياً، أو إذا كانت مجرد أسلوب للكسب غير المشروع. تركز الأبحاث على الفئات المختلفة في المجتمع لضمان تمثيل شامل للمواطنين. كما تهدف إلى تقديم توصيات قد تسهم في مواجهة هذه الظاهرة. المفاهيم الأساسية للتحليل تشمل التضامن الاجتماعي والاحتيال الرقمي.

أظهرت نتائج الدراسة أن غالبية المشاركين يدعون إلى ضرورة سن قوانين لضبط ظاهرة التسول الإلكتروني وحمايتها. من إجمالي العينة، أكدت نسبة كبيرة على أهمية الوعي بالآثار السلبية للتسول الإلكتروني على المجتمع. كما أشار المشاركون إلى ضرورة تعزيز دور الجهات الأمنية في مراقبة هذه الظواهر. تمت الإشارة في النتائج إلى أن بعض الأفراد يؤيدون التسول في حالات معينة، بينما يعارضون الاعتماد عليه كوسيلة دائمة لكسب المال. هذه النتائج تستدعي من المسؤولين التفكير بجدية في اتخاذ إجراءات لمواجهتها.

**2.6.الدراسة الثانية موسومة "بالتسول الإلكتروني وتأثيره على الأمن الاجتماعي في المجتمع السعودي: دراسة تطبيقية تحليلية على التسول الإلكتروني من وجهة نظر مستخدمي التيك توك"**، أعدّتها **هدي بنت مخلد العوني** عام **2024**، وهي **دراسة تطبيقية تحليلية** .

تعكس هذه الدراسة الوضع الاجتماعي القائم وكيفية تفاعل الأفراد مع هذه الظاهرة :.تتمحور إشكالية الدراسة حول مدى معرفة مستخدمي "التيك توك" بالتسول الإلكتروني وتأثيره على الأمن الاجتماعي والوطني في المجتمع السعودي. تسعى الدراسة للإجابة عن سؤال رئيسي يتعلق بكيفية فهم هؤلاء المستخدمين لتداعيات هذه الظاهرة على القيم والمبادئ الاجتماعية. تكشف الإشكالية عن قضايا مرتبطة بالهوية الاجتماعية والعلاقات بين أفراد المجتمع نتيجة لتزايد التسول الإلكتروني، هدفت الدراسة إلى تحقيق عدة أهداف رئيسية، منها التعرف على عادات التسول الإلكتروني وممارساته في المجتمع السعودي. كما تسعى

الدراسة لاستكشاف تأثير هذه الممارسات على الأمن الاجتماعي ورفع مستوى الوعي حول المخاطر المرتبطة بها. ترغب الدراسة في تقديم توصيات تتعلق بالسياسات الاجتماعية وتوجيه الجهود نحو معالجة هذه القضية بشكل فعال، تتكون عينة الدراسة من عدد من مستخدمي منصة "التيك توك" في المملكة العربية السعودية، حيث تم اختيار هذه العينة بهدف فهم وجهات نظرهم وتجاربهم. تم جمع البيانات من خلال استبيانات تم توزيعها على مجموعة من المشاركين الذين يعبرون عن فئات عمرية وثقافية متنوعة. يساعد هذا التنوع في تقديم رؤى شاملة عن تأثير التسول الإلكتروني على الفئات المختلفة داخل المجتمع.

أظهرت نتائج الدراسة أن التسول الإلكتروني قد أثر بشكل ملحوظ على العلاقات الاجتماعية والأمن المجتمعي، حيث زادت من الشعور بالعزلة وتدني القيم الاجتماعية بين بعض الأفراد. كما كشفت النتائج عن وجود ارتباط بين استخدام "التيك توك" وزيادة حالات التسول الإلكتروني، مما يبرز أهمية منصات التواصل الاجتماعي في تعزيز أو تقويض القيم الاجتماعية. توصي النتائج بضرورة تعزيز التوعية وتقوية الأواصر الاجتماعية لمواجهة هذه الظاهرة.

**3.6.الدراسة الثالثة بعنوان التسول الالكتروني وتأثيره الاجتماعي والاقتصادي في المجتمع الأردني من وجهة نظر عينة من مستخدمي الفيس بوك، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، أعدهتها رانية محمد عطية الهشلمون**

تبحث في كيف يُؤثر التسول الإلكتروني على مختلف جوانب المجتمع الأردني. تقدم الدراسة صورة شاملة لتداعيات هذه الظاهرة في العصر الرقمي، وتأخذ في الاعتبار أراء مستخدمي الفيس بوك الذين تعرضوا لهذا النوع من التسول.تتمثل إشكالية الدراسة في تزايد ظاهرة التسول الإلكتروني وتأثيراتها السلبية العديدة على المجتمع الأردني. يعاني الكثير من الأفراد من الاحتيال بسبب هذه الظاهرة، مما يسبب فقدان الثقة بين الأفراد ويزيد من تفشي الجرائم المالية. كما تسلط الدراسة الضوء على قلة الوعي بمخاطر هذا النوع من التسول وتأثيره على العلاقات الاجتماعية والاقتصادية، هدف الدراسة إلى التعرف على ظاهرة التسول الإلكتروني وتأثيرها الاجتماعي والاقتصادي على المجتمع الأردني، وتقديم حلول مناسبة للتخفيف من تفاقم هذه المشكلة في المستقبل. كما تهدف إلى جمع بيانات شاملة حول هذه الظاهرة من مستخدمي فيس بوك، وتحليل النتائج بهدف تقديم توصيات استراتيجية تساعد في توعية المجتمع وتنظيم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشكل أفضل، تكونت عينة الدراسة من 500 مستجيب تم اختيارهم بطريقة عشوائية بسيطة، ممن تعرضوا للتسول الإلكتروني عبر مجموعات اجتماعية وثقافية على فيس بوك. تم استخدام استبيان إلكتروني لجمع البيانات من هؤلاء المستجيبين، حيث تم التركيز على فهم تجاربهم وتأثيرات هذا النوع

من التسول على حياتهم اليومية. يعكس اختيار العينة تنوع مستخدمي فيس بوك ويمثل وجهات نظر فئات مختلفة من المجتمع الأردني.

أظهرت نتائج الدراسة أن للتسول الإلكتروني آثارًا سلبية على الاقتصاد الوطني وثقة الناس في بعضهم البعض. حيث يساهم هذا النوع من التسول في زيادة معدلات الجريمة ويقلل من التماسك الاجتماعي. كما تبين أن التسول الإلكتروني يمثل عبئًا على المجتمع ويؤدي إلى عدم مشاركة المتسولين في الناتج المحلي الإجمالي، مما يحتم ضرورة توعية الجمهور حول مخاطر هذه الظاهرة وإيجاد حلول مستدامة.

### 4.6.المقارنة بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة

**الجدول رقم (01): أوجه التشابه والاختلاف مع الدراسات السابقة**

| الدراسة | أوجه التشابه | أوجه الاختلاف |
|---|---|---|
| **الدراسة الأولى:بعنوان "التسول الإلكتروني في الجزائر بين استقطاب التضامن الاجتماعي ومؤشرات الاحتيال الافتراضي - دراسة تحليلية لآراء عينة من رواد مواقع التواصل الاجتماعي بولاية تيزي وزو".** | ركزت الدراستين على ظاهرة التسول الإلكتروني عبر منصات التواصل الاجتماعي<br>اعتمدت الدراستين على المنهج الوصفي التحليلي، باستخدام استبياناتلجمع البيانات من عينات مختلفة من المستخدمين.<br>شملت العينات فئات متنوعة من المجتمع لضمان تمثيل آراء مختلفة. | الدراسة الحالية تجمع بين الفايسبوك والتيك توك بينما هاته الدراسة تركز على الفيسبوك فقط<br>العينة غير محددة في دراستنا أما هاته الدراسة فقدرت ب72 فردا |
| **الدراسة الثانية:بعنوان "التسول الإلكتروني وتأثيره على الأمن الاجتماعي في المجتمع السعودي: دراسة تطبيقية تحليلية على التسول الإلكتروني من وجهة نظر مستخدمي التيك توك"**، أعدّتها **هدي بنت مخلد العوني** عام **2024**، وهي **دراسة تطبيقية تحليلية** . | ركزت الدراستين على ظاهرة التسول الإلكتروني عبر منصات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تيك توك)،<br>اعتمدت الدراستين على المنهج الوصفي التحليلي، باستخدام استبياناتلجمع البيانات من عينات مختلفة من المستخدمين.<br>شملت العينات فئات متنوعة من المجتمع لضمان تمثيل آراء مختلفة. | الدراسة الحالية تجمع بين الفايسبوك والتيك توك بينما هاته الدراسة تركز على التيك توك فقط<br>تركز هذه الدراسة على الأمن الاجتماعي بشكل مخصص |
| **الدراسة الثالثة: بعنوان التسول الالكتروني وتأثيره الاجتماعي والاقتصادي في المجتمع الأردني من وجهة نظر عينة من مستخدمي** | ركزت الدراستين على ظاهرة التسول الإلكتروني عبر منصات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تيك توك)،<br>اعتمدت الدراستين على المنهج الوصفي | الدراسة الحالية تجمع بين الفايسبوك والتيك توك بينما هاته الدراسة تركز على الفيسبوك فقط<br>العينة غير محددة في دراستنا أما |

| | | |
|---|---|---|
| **الفيس بوك، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، أعدهتا رانية محمد عطية الهشلمون** | التحليلـي، باســتخدام اســتبياناتلجمع البيانـــات مـــن عينـــات مختلفـــة مـــن المستخدمين.<br>شملت العينات فئات متنوعة من المجتمع لضمان تمثيل آراء مختلفة. | هاته الدراسة فقدرت ب500 فردا |

**7.النظرية المرجعية للدراسة:**

**1.7. تعريف نظرية الاستخدامات والاشباعات.**

تُعد نظرية الاستخدامات والإشباعات من أبرز النظريات الاتصالية ذات المنطلق السيكولوجي، وقد نشأت كرد فعل على النظريات التي كانت تنظر إلى الجمهور على أنه سلبي ومتلقٍ فقط للرسائل الإعلامية. تنطلق هذه النظرية من فرضية أن الأفراد يمتلكون دوافع واعية لاختيار وسائل الإعلام التي يستخدمونها، ويهدفون من خلالها إلى تحقيق إشباع لمجموعة من الحاجات النفسية، والاجتماعية، والمعرفية. فالمتلقي وفقًا لهذا الطرح لا يُعتبر ضحية للرسالة الإعلامية، بل شريكًا في العملية الاتصالية يقوم بالانتقاء والتفاعل مع المحتوى حسب حاجاته وتوقعاته المسبقة.

في هذا السياق، ترى النظرية أن العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور هي علاقة تبادلية، حيث يسعى الأفراد لاستخدام الوسائل التي تُمكّنهم من تحقيق الرضا الشخصي، بينما تسعى الوسائل إلى إنتاج محتوى يُحقق تلك الإشباعات لضمان الاستمرارية والجاذبية. كما تؤكد النظرية أن استخدام الإعلام ليس عملية عشوائية بل موجهة بالأهداف الفردية، مثل الترفيه، وتحصيل المعلومات، والتفاعل الاجتماعي، وحتى تحقيق الذات. هذا التوجه النظري ساهم في الانتقال من تحليل الرسائل إلى تحليل المتلقّي، مما جعل الجمهور يُصنّف على أساس الفعالية والقدرة على توجيه اختياراته الاتصالية[1].

**2.7. فرضيات النظرية**

اعتمدت نظرية الاستخدامات والإشباعات على مجموعة من الفرضيات التي طورها باحثون أمثال "إلياهو كاتز" و"بلوملر"، والتي تنطلق من اعتبار الجمهور فاعلًا ونشطًا في العملية الاتصالية. إذ يُفترض أن الجمهور يتعامل مع وسائل الإعلام باعتبارها أدوات لإشباع حاجاته، وهو ما يجعله مسؤولًا عن اختيار الوسيلة والمحتوى الذي يُحقق له منفعة معينة. كما يُفترض أن الجمهور قادر على التمييز بين ما يناسب احتياجاته

[1] - ماجد بوشاني وآخرون، **ثقافة الانترنت و أثرها على الشباب**، ندوة اعلامية، اصدارات دائرة الثقافة والاعلام، الشارقة، 2006، ص56.

المعرفية أو الوجدانية، وما لا يحقق له إشباعًا، وهو ما يجعل العلاقة بين المتلقي والوسيلة الإعلامية علاقة غائية ووظيفية[1].

### 3.7. أهدافها النظرية

وتسعى هذه النظرية إلى تحقيق جملة من الأهداف، من أبرزها محاولة تفسير دوافع التعرض لوسائل الإعلام المختلفة، وفهم سلوك الجمهور النشط الذي يختار الوسيلة والمحتوى استنادًا إلى حاجاته. كما تهدف إلى توضيح أثر هذا التعرض في تشكيل مواقف وسلوكيات المتلقي، بالإضافة إلى تحليل كيف تتفاعل الحاجات الفردية مع البيئة الاتصالية لتُنتج أنماطًا معينة من الاستخدام الإعلامي. وبهذا المنظور، تسعى النظرية إلى تقديم تفسير شامل لتجربة المتلقي الإعلامية، من زاوية تضع حاجاته ومواقفه في مركز التحليل.

تُبنى نظرية الاستخدامات والإشباعات على عدد من المفاهيم المركزية، من أبرزها مفهوم "الجمهور النشط"، الذي يُشير إلى امتلاك الأفراد قدرة على الانتقاء الواعي للمضامين الإعلامية. فالفرد، ضمن هذا النموذج، لا يكتفي بالتعرض، بل يشارك في العملية الاتصالية من خلال الاندماج مع المحتوى الإعلامي والتفاعل معه عبر التعليقات أو إعادة النشر أو المناقشة. ويُترجم هذا النشاط من خلال ثلاثة أبعاد رئيسية هي: الانتقاء، أي اختيار الوسيلة والمحتوى الملائم، والاستغراق، أي الانغماس الذهني والنفسي في المحتوى، والتفاعل، أي التعبير عن موقف أو رأي تجاه الرسالة الاتصالية.[2]

### 4.7. عناصرودو افع النظرية

كما أن هذه النظرية تأخذ بعين الاعتبار الأصول النفسية والاجتماعية للمستخدمين، وتُشير إلى أن الفرد لا يستخدم وسائل الإعلام بمعزل عن سياقه الاجتماعي والثقافي، بل يتأثر بعوامل مثل القيم، والخبرات، والمكانة الاجتماعية، والتنشئة، وهي جميعها تؤثر في تفسيره للمحتوى الإعلامي واستجابته له. من هنا فإن الاستخدام الإعلامي ليس فقط تعبيرًا عن احتياج نفسي، بل هو نتاج تفاعل معقد بين الفرد وبيئته، وهو ما يُفسر اختلاف أنماط الاستخدام بين الأفراد وفقًا لخلفياتهم المختلفة.

أما من حيث دوافع الاستخدام، فتُشير النظرية إلى أن الأفراد يلجؤون إلى وسائل الإعلام لإشباع حاجات متنوعة، تتراوح بين الحاجات المعرفية، التي تتعلق بالسعي وراء المعرفة والمعلومات، والحاجات الوجدانية المرتبطة بالترفيه أو تخفيف التوتر أو التعبير عن المشاعر، إضافة إلى الحاجات الاجتماعية كالتواصل والانتماء، وحاجات تحقيق الذات كالطموح الشخصي وبناء الهوية. وترتبط كل وسيلة إعلامية بمجموعة

---

[1] - رايس علي ابتسام، **نظرية الاستخدامات والاشباعات وتطبيقاتها على الاعلام الجديد**، مجلة دراسات وأبحاث، عدد25، ديسمبر 2016، ص ص508- 509.

[2] - مرزوق عبد الحكيم العبدلي، **الاعلانات الصحفية، دراسة في الاستخدامات والاشباعات**، دار الفجر ، القاهرة، 2004، ص126.

معينة من هذه الإشباعات، وهو ما يجعل الاستخدام الإعلامي عملية انتقائية، موجهة بالغايات والنتائج المتوقعة.[1]

**5.7. الانتقادات الموجهة للنظرية**

رغم أهمية هذه النظرية، إلا أنها واجهت عددًا من الانتقادات، أبرزها ما أشار إليه "ماك كوانل" من أن النظرية تعتمد بدرجة مفرطة على التفسيرات النفسية لسلوك الجمهور، وتُهمل العوامل الهيكلية والثقافية التي قد تتحكم في استخدام الإعلام. كما أن افتراضها بأن جميع الأفراد يتصرفون بشكل واعٍ في استهلاكهم الإعلامي قد لا يعكس الواقع، إذ أحيانًا يكون التعرض الإعلامي غير واعٍ أو ناتجًا عن العادة أو الفراغ، وليس عن حاجة مدروسة أو هدف واضح.

ومن الانتقادات الأخرى أن النظرية تتأرجح بين الحتمية والتطوعية، حيث تنسب السلوك الإعلامي تارة إلى دوافع نفسية ثابتة، وتارة إلى اختيارات طوعية مرنة، مما يُنتج نوعًا من التناقض في التفسير. كما أن افتراضها بأن المتلقي دائمًا نشط قد لا ينطبق على جميع الأوساط، خاصة في السياقات التي تضعف فيها القدرة النقدية أو التي تهيمن فيها الرسائل الدعائية والإيديولوجية، مما يتطلب دمج رؤى أخرى لفهم التلقي الإعلامي بشكل أعمق[2].

**6.7. علاقتها نظرية الاستخدامات والاشباعات بموضوع الدراسة**

من هذا المنطلق، تمثل نظرية الاستخدامات والإشباعات إطارا تفسيريًا مناسبا لدراسة ظاهرة "التسول الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي" من منظور المستخدمين، وخصوصا عبر منصات الفيسبوك والتيك توك واليتوب، إذ يمكن من خلالها فهم الدوافع التي تجعل بعض الأفراد ينخرطون في هذا النمط من السلوك الاتصالي التفاعلي، سواء بهدف الحصول على تعاطف الجمهور أو جذب الانتباه أو تحقيق أرباح مادية. كما تساعد النظرية في تحليل الطريقة التي يستجيب بها المستخدمون لهذا المحتوى، من حيث طبيعة التفاعل، ومستوى الرضا، وسياق الاستهلاك الإعلامي.

إضافة إلى ذلك، توفر هذه النظرية أدوات لفهم الديناميات النفسية والاجتماعية التي تحكم العلاقة بين المستخدمين والمحتوى الرقمي المرتبط بالتسول الإلكتروني. فهي تبرز كيف يعيد الأفراد تشكيل حاجاتهم وتفضيلاتهم في ضوء الإمكانات التي توفرها وسائل الإعلام الاجتماعية، وكيف يسهم المحتوى في تلبية تلك الحاجات، أو التلاعب بها أحيانا، وهكذا فإن النظرية لا تقدم فقط تفسيرا للسلوك الاتصالي، بل تسلط الضوء أيضا على البعد القيمي والثقافي الذي أصبح يحكم استخدام الإعلام الرقمي في المجتمعات المعاصرة.

---

[1] - عبد الرحمن عزي، **دراسات في نظرية الاتصال**، مركز الدراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، 2003، ص101.

[2] - باديس لونيس، **جمهور الطلبة الجزائريين والانترنت**، رسالة ماجستير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2008، ص35.

**ثانيا: التسول**

1. **أنواع التسول**
2. **أسباب ظاهرة التسول**
3. **انعكاسات ظاهرة التسول**

**ثالثا: التسول الالكتروني**

1. **أنواع التسول الإلكتروني**
2. **أسباب التسول الإلكتروني**
3. **انعكاسات التسول الإلكتروني**

**رابعا: وسائل التواصل الاجتماعي**

1. **موقع فايسبوك**
2. **موقع تيك توك**
3. **موقع يوتيوب**

## ثانيا: التسول

### 1. أنواع التسول:

- **التسول الاضطراري:**

يُقصد به ذلك النوع من التسول الذي يلجأ إليه الأفراد نتيجة ظروف قاهرة مثل الفقر المدقع، البطالة، الإعاقة الجسدية، أو الكوارث الطبيعية. في هذا النوع، لا يملك الفرد خيارًا آخر سوى طلب المساعدة لتأمين لقمة العيش. ويُعد هذا الشكل من التسول هو الأقرب إلى الدافع الإنساني، حيث تظهر فيه الحاجة الحقيقية والبؤس المعيشي. وتُشير إحصاءات مديريات النشاط الاجتماعي في الجزائر إلى أن نسبة غير قليلة من المتسولين ينتمون إلى هذه الفئة، خصوصًا من كبار السن وذوي الاحتياجات الخاصة.

- **التسول الاحترافي**

هذا النوع يُمارس بشكل دائم من طرف أفراد أو جماعات اتخذوا منه مهنة رئيسية، حيث يستغلون مشاعر الشفقة والتعاطف لتحقيق دخل مادي ثابت. وتكمن خطورة هذا النوع في أنه يُفقد الفعل الإنساني قيمته ويُعرّض المجتمع للخداع، حيث يعتمد فيه المتسول على تمثيل المرض أو العجز أو الفقر لكسب المال. وقد كشفت بعض التحقيقات الأمنية في الجزائر عن شبكات منظمة تتقاسم الأرباح وتُوزع المهام بين أفرادها بطريقة ممنهجة.

- **التسول الموسمي**

يرتبط هذا النوع من التسول بفترات معينة من السنة، خاصة شهر رمضان الكريم، والأعياد الدينية، وموسم العودة المدرسية. إذ تشهد هذه المناسبات ذروة في النشاط الاجتماعي والتضامن، ما يجعلها بيئة خصبة للمتسولين. في كثير من الأحيان، يتنقل المتسولون من مدينة إلى أخرى خلال هذه الفترات مستغلين ازدياد الحراك السكاني وتنامي المشاعر الدينية.

- **التسول المقنع أو غير المباشر**

يُمارس هذا النوع بأساليب غير مباشرة، مثل بيع سلع بسيطة عديمة القيمة (مناديل، أقلام) أو تقديم خدمات شكلية (مسح زجاج السيارات) بقصد الحصول على المال، دون عرض واضح للتسول. وقد انتشر هذا الشكل من التسول بشكل كبير في الجزائر، خاصة عند إشارات المرور وفي الأسواق الشعبية، حيث يتم استغلال الأطفال والنساء غالبًا في هذا النوع من الأنشطة.[1]

[1] -أبو تراب تغريد قاسم محمد، **الاثار الاقتصادية لظاهرة التسول في العراق وطرق معالجتها**، مجلة دراسات في الاقتصاد وإدارة الأعمال، مجلد 4، عدد2، 2021، ص485.

**2. أسباب ظاهرة التسول**

- **الأسباب الاقتصادية**

يُعتبر الفقر، وانعدام مصادر الدخل، والبطالة من أبرز المحركات الأساسية لانتشار ظاهرة التسول. فمع تراجع القدرة الشرائية لدى بعض الفئات، وارتفاع نسب البطالة، خصوصًا في فئة الشباب، أصبح البعض يضطر إلى اللجوء إلى التسول كوسيلة للبقاء. وأكدت دراسات جزائرية ميدانية أن معظم المتسولين في الأحياء الشعبية ينتمون إلى فئات تعاني من الفقر المزمن أو البطالة طويلة الأمد.

- **الأسباب الاجتماعية والأسرية**

تؤدي هشاشة الروابط الأسرية، والطلاق، والعنف الأسري، إلى دفع الأطفال والنساء نحو الشارع وفتح الباب أمامهم لممارسة التسول. كما يُسهم غياب شبكات الدعم العائلي أو مؤسسات الرعاية البديلة في تفاقم الوضع. وقد بينت تقارير من مديرية الشؤون الاجتماعية في الجزائر أن نسبة معتبرة من المتسولين هم من فئة "أطفال الشوارع"، الذين يعيشون بدون رعاية أسرية حقيقية.

- **الأسباب النفسية والصحية**

يعاني بعض المتسولين من اضطرابات عقلية أو نفسية تمنعهم من الاندماج في الحياة المهنية الطبيعية، أو تعيقهم عن تكوين علاقات اجتماعية مستقرة. كما أن فئة المعاقين وذوي الأمراض المزمنة يشكلون شريحة معتبرة من المتسولين الذين لا تسمح لهم حالتهم الصحية بالعمل أو الكسب بوسائل عادية، ما يدفعهم إلى اللجوء إلى التسول طلبًا للمساعدة.

- **الأسباب الثقافية والمؤسساتية**

في بعض الحالات، تُغذّي الأعراف والتقاليد الشعبية النظرة المتسامحة تجاه المتسولين، حيث يُنظر إليهم كـ"مساكين" أو "أصحاب حق" في الزكاة والصدقة. كما يؤدي ضعف تدخل مؤسسات الدولة، وغياب الرقابة الصارمة، إلى استمرار الظاهرة، بل وتحولها إلى نشاط شبه منظم في بعض المناطق. هذا القبول المجتمعي الجزئي يعمّق من جذور الظاهرة ويُشرعنها ضمنيًا في الوعي الجماعي.[1]

[1] -حسان بوسروب، **الفقر وظاهرة التسول في المجتمع الجزائري دراسة ميدانية بولايتي سطيف والجزائر أنموذجا**، مجلة ڤرى للدراسات المعرفية والحضارية، مجلد 8، عدد1، 2022، ص129.

### 3. انعكاسات ظاهرة التسول

- **الانعكاسات على النظام العام**

تُعد ظاهرة التسول مصدر إزعاج للمواطنين في الأماكن العامة، خاصة في الأسواق ووسائل النقل والمساجد، حيث تؤدي إلى الفوضى والتسول العدواني أحيانًا. كما تخلق هذه الظاهرة حالة من الفوضى البصرية وتؤثر على النظام العام، خصوصًا في المدن الكبرى، ما يتطلب تدخلًا من السلطات العمومية للحفاظ على هيبة الفضاء العمومي وتنظيمه.

- **الانعكاسات على الأطفال والقصر**

يُعد إشراك الأطفال في التسول جريمة مزدوجة، حيث تُنتهك حقوقهم الأساسية في التعليم والحماية، ويُعرضون للاستغلال الجسدي والنفسي. ويؤدي هذا إلى ترسيخ دائرة الفقر والتهميش، ويُنتج جيلًا جديدًا من المتسولين قد يصعب دمجه لاحقًا في المجتمع. ووفقًا لدراسة ميدانية بمدينة الجزائر العاصمة، تبين أن أكثر من 60% من الأطفال المتسولين لا يرتادون المدارس.

- **التأثيرات الاقتصادية غير المباشرة**

رغم أن التسول يوحي بأنه ظاهرة متعلقة بالفقر، إلا أنه قد يُستغل كأداة لتحقيق أرباح غير شرعية، ما يشكل تهديدًا غير مباشر للاقتصاد الوطني. فبعض المتسولين يحققون دخلًا يفوق الحد الأدنى للأجور، دون الخضوع لأي نظام ضريبي أو قانوني، ما يُعد نوعًا من النشاط الموازي الذي يُضعف الاقتصاد الرسمي ويؤدي إلى خلل في توزيع الثروات.

- **الانعكاسات على القيم الاجتماعية**

تُضعف ظاهرة التسول من قيم العمل والاجتهاد، حيث تُشيع ثقافة الاتكال والكسل داخل المجتمع. كما تؤدي إلى تقليص فعل الخير المنظم، إذ يفقد المجتمع ثقته في الجمعيات الخيرية أو المؤسسات الإنسانية عندما يُساء استخدام المساعدات أو تُستغل في التسول الاحترافي. مما يؤدي إلى تراجع روح التضامن الفعلي، خاصة إذا شعر الأفراد أن عطاياهم تُستغل بطريقة غير شرعية أو احتيالية.[1]

[1] -أبو تراب تغريد قاسم محمد، المرجع السابق، ص490.

## ثالثا: التسول الالكتروني

### 1. أنواع التسول الإلكتروني

تتعدد أنواع التسول الالكتروني والتي يمكن تلخيصها فيما يلي: [1]

- **التسول عبر شبكات التواصل الاجتماعي**

أصبح التسول الإلكتروني أكثر انتشارًا من خلال منصات مثل فيسبوك، تيك توك، وإنستغرام، حيث ينشر الأفراد أو الحسابات صورًا وفيديوهات تدّعي الحاجة إلى المساعدة، مصحوبة برقم هاتف أو حساب بنكي. وغالبًا ما تُصاغ الرسائل بأسلوب مؤثر لجذب العطف وتحفيز التبرع. وتُظهر تقارير أمنية جزائرية أن العديد من هذه الحسابات وهمية وتستغل تعاطف الناس لجمع الأموال بطرق احتيالية.

- **التسول عبر البريد الإلكتروني والمراسلات**

يُرسل بعض المتسولين أو المحتالين رسائل إلكترونية جماعية يطلبون فيها المساعدة المالية مدّعين أنهم مرضى، أو مهاجرون في وضعية صعبة، أو طلاب يحتاجون للدعم. ويُرفقون قصصًا مفبركة ومؤثرة، وغالبًا ما تكون هذه الرسائل جزءًا من حملات احتيال إلكتروني دولية. وقد أصدر المركز الوطني للوقاية من الجرائم الإلكترونية في الجزائر عدة تحذيرات بشأن هذه الأساليب.

- **التسول عبر منصات التمويل الجماعي**

تُستغل منصات التمويل الجماعي لجمع التبرعات، أحيانًا بطرق غير شرعية، حيث يُطلق البعض حملات كاذبة باسم مرضى أو عائلات فقيرة دون وجود رقابة كافية. ورغم أن هذه المنصات يمكن أن تكون وسيلة شرعية لدعم المحتاجين، إلا أن بعض الأفراد في الجزائر استغلوا ثغراتها لنشر حملات احتيالية حصدت آلاف الدنانير دون وجه حق، كما ورد في تقارير تحقيقية منشورة في الصحف الوطنية.

- **التسول المقنّع عبر المحتوى الرقمي**

يعتمد بعض "صنّاع المحتوى" على بث مباشر يظهر فيه الشخص وهو في حالة من الحاجة أو البكاء أو المرض، ويطلب من المتابعين إرسال الهدايا الرقمية، أو الدعم عبر خدمات الدفع الإلكتروني. وغالبًا ما يتم تضخيم الحالة أو افتعال ظروف مأساوية لجذب المشاهدات والعوائد المالية، ما يدخل هذا السلوك في خانة التسول الرقمي المقنّع.

---

[1] - القاضي نادية، **التسول الاكتروني في الجزائر بين استقطاب التضامن الاجتماعي ومؤشرات الاحتيال الافتراشي، دراسة تحليلية لآراء عينة من رواد مو اقع التواصل الاجتماعي** بولاية تبيزي وزو، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية/، مجلد 9، عدد2، ديسمبر 2023، ص241.

**2. أسباب التسول الإلكتروني**

- **سهولة الوصول إلى الجمهور**

يُعد العالم الرقمي بيئة خصبة للتسول بسبب سهولة إنشاء حسابات إلكترونية والوصول إلى جمهور واسع خلال دقائق، دون الحاجة إلى التنقل أو المخاطرة بالتعرض للرقابة الميدانية. فوسائل التواصل أتاحت للمتسولين فضاءً مفتوحًا لنشر رسائلهم واستدراج التعاطف من دون حواجز قانونية واضحة، وهو ما ساعد على تنامي الظاهرة في الجزائر كما رصدته عدة دراسات حول الجرائم السيبرانية.

- **غياب الرقابة القانونية الرقمية**

ضعف التشريعات الخاصة بالتحكم في الأنشطة الإلكترونية، لا سيما في ما يتعلق بجمع التبرعات عبر الإنترنت، يفتح الباب أمام استغلال المتبرعين والاحتيال عليهم. وقد أشار باحثون جزائريون في مجلات القانون إلى غياب نصوص صريحة تجرم التسول الإلكتروني في قانون العقوبات، ما يجعل الملاحقة القانونية محدودة وغير فعّالة.

- **العوامل الاقتصادية والاجتماعية**

كما هو الحال في التسول التقليدي، تُعد البطالة، الفقر، والعوز من المحركات الأساسية التي تدفع البعض للتوجه نحو الإنترنت لاستجداء الدعم. إلا أن "المجال الرقمي" يُغري حتى الأفراد غير المحتاجين، بسبب العوائد السريعة، ما يجعل التسول الإلكتروني أحيانًا اختيارًا سهلًا حتى لمن لديهم بدائل مهنية أخرى.[1]

- **التقليد والتشجيع المجتمعي الرقمي**

تشجع بعض ثقافات منصات التواصل على تقديم الدعم المادي العشوائي كنوع من "الترند"، ما يدفع الكثير من الأشخاص لتقليد حملات التسول التي نجحت وجنت أموالًا، خاصة في تيك توك ويوتيوب. هذا التقليد يخلق سلوكًا جماعيًا مضللًا، يُشجع على الاتكالية الرقمية ويُضعف من قيمة العمل الجاد.

**3. انعكاسات التسول الإلكتروني**

- **آثار أخلاقية وسلوكية على المجتمع**

يُكرّس التسول الإلكتروني ثقافة الاتكالية والابتزاز العاطفي، ويُشجع على ترويج الكذب والمبالغة في المعاناة لكسب الدعم. كما يؤدي إلى تراجع ثقة الجمهور في المحتوى الاجتماعي والإنساني، ويخلق حالة من الشك العام حتى في الحالات الصادقة، مما يؤثر سلبًا على فعل الخير المنظم.

---

[1] -.هند بنت مخلد العوني، **التسول الالكتروني وتأثيره على الأمن الاجتماعي في المجتمع السعودي، دراسة تطبيقيةو تحليلية على التسول الاكتروني من وجهة مظرمستخدمي التيك توك**، مجلة مستقبل العلوم الاجتماعية، مجلد 18، عدد 2، 2024، ص23.

- **التأثير على فئة الشباب**

يُعتبر التسول الإلكتروني وسيلة جذابة لفئة من الشباب العاطلين أو الباحثين عن الربح السريع، إذ يرون في الإنترنت فرصة لكسب المال دون مجهود أو تأهيل. وهذا السلوك يُعزز القيم السلبية لدى الجيل الجديد، ويُضعف من دافع العمل والمبادرة، ويخلق نوعًا من "البطالة الرقمية" المبنية على طلب المال لا على الإنتاج.

- **الأضرار الاقتصادية**

يندرج التسول الإلكتروني ضمن الاقتصاد الموازي غير الخاضع للرقابة، حيث يتم تداول الأموال عبر طرق غير شرعية أو دون سند قانوني، مما يساهم في خلق اختلالات مالية. كما يفتح المجال أمام غسيل الأموال أو تحويل الأموال خارج الأطر البنكية، خاصة عند استخدام وسائط دولية مثل "بايبال" أو "ويب موني."

- **تعقيد جهود الجمعيات الخيرية**

يؤدي انتشار التسول الإلكتروني إلى تعقيد عمل الجمعيات الخيرية والمنظمات الإنسانية، حيث يُضعف ثقة الناس بها، ويُشتت جهود التبرع، بل ويُحول وجهة المساعدات نحو حسابات غير موثوقة. في بعض الحالات، أبلغت جمعيات جزائرية أن بعض المتبرعين توقفوا عن التبرع خوفًا من الاحتيال، وهو ما أضر بمشاريع دعم حقيقية.[1]

[1] -.رانية محمد عطية الهشلمون، **التسول الالكتروني وتأثيره الاجتماعي والاقتصادي في المجتمع الأردني من وجهة نظر عينة من مستخدمي الفيس بوك**، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، مجلد 5، عدد 4، 2021، ص65.

## رابعا: وسائل التواصل الاجتماعي

### 1-موقع فايسبوك

#### 1-1- نشأة موقع فايسبوك:

تُعد منصة "فيسبوك" إحدى أبرز الشبكات الاجتماعية التي حظيت بقبول واسع وتفاعل كبير، لا سيما في أوساط الشباب على مستوى العالم. وقد بدأت هذه المنصة مسيرتها بوصفها مجرد مدونة شخصية محدودة النطاق، أنشأها الطالب مارك زوكربيرغ خلال شهر نوفمبر من عام 2003، حينما كان يدرس بجامعة هارفارد في الولايات المتحدة الأمريكية. ولم تكن تلك المبادرة في بداياتها سوى مشروع بسيط موجَّه إلى دائرة ضيقة من زملاء زوكربيرغ داخل الحرم الجامعي، لا سيما وأنه كان مولعًا ببرمجة الحاسوب.

ومع أن إنشاء هذه المدونة لم يكن يستند إلى رؤية عالمية في تلك اللحظة، إلا أنها شهدت انتشارًا تدريجيًا بدأ من أوساط جامعة هارفارد، ليمتد لاحقًا إلى باقي الجامعات والمدارس الأمريكية. وقد عبّر مؤسسها لاحقًا عن اندهاشه من بطء استجابة الجامعة لفكرة إنشاء شبكة تواصل طلابية، قائلًا: "كان من السخف أن تستغرق الجامعة سنتين لتنفيذ هذا المشروع، في حين استطعت إنجازه خلال أسبوع واحد."[1]

وقد استمرت المنصة في التوسع، وظلت أعداد مستخدميها في تزايد ملحوظ حتى عام 2007، وهو العام الذي شكّل نقطة تحول محورية في تاريخ "فيسبوك"، إذ تم فتح المجال أمام المطورين لإضافة تطبيقاتهم وخدماتهم إلى الموقع. وقد ساهم هذا الانفتاح في تعزيز شهرة المنصة وانتشارها، مما مكنها من تجاوز الحدود الجغرافية للولايات المتحدة، لتصبح لاحقًا شبكة تواصل اجتماعي عالمية تضم مئات الملايين من المستخدمين عبر مختلف دول العالم.[2]

أسس مارك زوكربيرغ منصة "فيسبوك" بالشراكة مع كل من داستين موسكوفيتز وكريس هيوز، وهما زميلاه في السكن الطلابي بجامعة هارفارد، وكانا مثله يدرسان علوم الحاسب. وقد اقتصر استخدام الموقع في مراحله الأولى على طلبة جامعة هارفارد، إلا أن نطاق العضوية توسع تدريجيًا ليشمل كليات أخرى في مدينة بوسطن، ثم جامعات مرموقة كجامعة ستانفورد ومجموعة "آيفي ليغ"، إلى أن أصبح متاحًا لاحقًا لعموم طلبة الجامعات، ثم طلاب المدارس الثانوية، وأخيرًا لكل من تجاوز سن الثانية عشرة. وتشير الإحصاءات الحديثة إلى أن عدد مستخدمي "فيسبوك" قد تجاوز المليار مستخدم حول العالم.

وعلى الرغم من الانتشار الواسع الذي عرفته المنصة، إلا أنها لم تكن بمنأى عن الجدل، فقد تعرض الموقع للحظر في عدد من الدول مثل سوريا وإيران، سواء لأسباب سياسية أو أمنية. كما لجأت العديد من

---

[1] - السعيد مبروك ابراهيم، **مو اقع التواصل الاجتماعيوتعزيز تفاعل الثقافات في العصر الرقمي**، مؤسسة الباحث للاستشارات البحثية، القاهرة، 2019، ص، 69.

[2] - عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، **مو اقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني**، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015، 63.

المؤسسات وأرباب العمل إلى حجب الوصول إليه داخل مقراتها الرسمية، في محاولة للحد من تضييع الموظفين لأوقات العمل في تصفح المنصة. ومن جهة أخرى، واجه الموقع انتقادات متزايدة تتعلق بإشكالية الخصوصية الرقمية وحماية البيانات الشخصية للمستخدمين، وهي قضايا لطالما شكلت محورًا للنزاعات القانونية بين إدارة المنصة وبعض المستخدمين، وغالبًا ما جرى تسويتها وديًا.[1]

ولا يمكن النظر إلى "فيسبوك" اليوم بوصفه مجرد منتدى للتفاعل الاجتماعي، بل بات يُعدّ من أبرز نماذج الشبكات الاجتماعية المعولمة التي تُمكن الأفراد من التعبير عن ذواتهم، وتشكيل شبكاتهم الخاصة وفق تصنيفات محددة مثل الإقليم الجغرافي، أو المؤسسة التعليمية، أو مقر العمل. ويمنح الموقع للمستخدمين الجدد حرية الانضمام إلى إحدى هذه الشبكات والتفاعل ضمنها، ما يجعل من "فيسبوك" منصة متعددة الأبعاد، تدمج بين البُعد الاجتماعي والتقني بطريقة ميسّرة وفعالة.[2]

**1-2-مكونات موقع فايسبوك:**

لفهم كيفية عمل موقع "فيسبوك"، من الضروري الوقوف على أبرز مكوناته الرئيسية، والتي تُشكّل البنية الأساسية لتجربة المستخدم ضمن المنصة. من بين هذه المكونات ما يُعرف بـ"اللوح" أو "الإطار " (Frame)، وهو عنصر ثابت يتكرر ظهوره في كافة صفحات الموقع، ويوفر للمستخدم نقاطًا مرجعية تسهل التنقل بين وظائف المنصة المختلفة. يتكوّن هذا اللوح من ثلاثة عناصر أساسية: الشريط الأزرق، شريط التطبيقات، والتذييل.

يحتل الشريط الأزرق موقعًا بارزًا في أعلى واجهة الموقع، وهو يُعد بمثابة البوابة الأساسية للوصول إلى مختلف أقسام المنصة. يتضمن هذا الشريط روابط توجه المستخدم إلى الصفحة الرئيسية، حيث تُعرض مشاركات الأصدقاء والتحديثات الأخيرة، بالإضافة إلى الصفحة الشخصية التي تمثل مساحة المستخدم الخاصة وتحتوي على سيرته الذاتية ونشاطاته. كما يتضمن الشريط وظائف أخرى مثل البحث عن أصدقاء، الذي يُمكّن المستخدم من العثور على معارف جدد، وخدمة البريد الوارد التي تنبه المستخدم إلى الرسائل الجديدة. وتوجد فيه كذلك أدوات الإعدادات، والتي تسمح بتخصيص الحساب وفق رغبة المستخدم، إلى جانب طلبات الصداقة، وحقل البحث العام، الذي يتيح استكشاف محتويات المنصة والويب، وأخيرًا، قسم الإشعارات الذي يُطلع المستخدم على التفاعلات المتعلقة بمحتوى أصدقائه.

في الجهة السفلى من واجهة الموقع، يظهر التذييل(Footer) ، والذي رغم بساطته، يوفر مجموعة من الروابط المفيدة للمستخدم. من خلاله، يمكن اختيار اللغة المفضلة لتصفح الموقع، كما يمكن الوصول إلى

[1] - مها حامد جنيدي، **السوشيال ميديا**، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، مصر، 2018، ص 15.

[2] - أسامة غازي المدني، **دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العاملدى طلبة الجامعات السعودية "جامعة أم القرى نموذجا"**، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة السلطان قابوس، المجلد، 03، العدد، 02، 2016، ص، 400.

صفحات تعريفية تتعلق بفيسبوك كشركة، بما في ذلك فرص العمل، الإعلانات، وأدوات المطورين التي تُمكّن من بناء التطبيقات المتوافقة مع المنصة. كذلك، يتيح هذا القسم للمستخدم إنشاء صفحة مهنية أو تجارية، والاطلاع على إعدادات الخصوصية، إلى جانب شروط الاستخدام العامة، ومركز المساعدة الذي يقدم الدعم الفني والإرشادات الضرورية.[1]

أما شريط التطبيقات، فيُعد من العناصر الديناميكية الدائمة الظهور في الموقع، ويوفر للمستخدمين اختصارات مباشرة إلى التطبيقات المستخدمة مؤخرًا أو المفضلة. يحتوي هذا الشريط أيضًا على خاصية "الدردشة" التي تسمح بالتواصل الفوري بين المستخدم وأصدقائه.

ومن المكونات الأساسية الأخرى لواجهة "فيسبوك" ما يُعرف بصفحة "النبذة"، وهي الصفحة الشخصية التي تُشكّل مركز تفاعل المستخدم مع أصدقائه، حيث تُعرض فيها آخر مستجداته ومحتواه الخاص. تتضمن هذه الصفحة حقلًا لتحديث الحالة، يسمح للمستخدم بالإجابة على السؤال "ماذا تفعل الآن؟"، ما يمكّنه من مشاركة نشاطاته اليومية، أفكاره، أو اهتمامات آنية مع محيطه الاجتماعي. هذا التحديث يظهر بدوره في الصفحات الرئيسية للأصدقاء، ويمكن اعتباره بمثابة موجز إعلامي شخصي.

كما تحتوي صفحة النبذة على عدد من علامات التبويب التي تتيح عرض أنواع متعددة من المعلومات مثل الصور، الأصدقاء، المعلومات الشخصية، وغيرها، ويمكن للمستخدم تعديل هذه التبويبات أو إضافة تبويبات جديدة مرتبطة بتطبيقات يستخدمها بشكل متكرر، مما يمنحه مرونة أكبر في تخصيص صفحته.
إلى جانب ذلك، يضم موقع "فيسبوك" أنواعًا أخرى من الصفحات ذات الطابع الوظيفي، مثل صفحة البريد الوارد التي تتضمن الرسائل الخاصة، وصفحة الإشعارات التي تعرض التفاعلات الجديدة، فضلًا عن صفحات المجموعات، الأحداث، الملاحظات، وصفحة الطلبات، وهي جميعها أدوات تساعد على تنويع وتوسيع تجربة التفاعل داخل الشبكة الاجتماعية.[2]

**1-3-استخدامات موقع فايسبوك:**

لقد شهد استخدام موقع "فيسبوك" تزايدًا مطّردًا خلال السنوات الأخيرة، ويُعزى هذا النمو المتواصل إلى تنوع الخدمات والخيارات التي يتيحها للمستخدمين، والتي لا تقتصر على تعزيز العلاقات الاجتماعية فحسب، بل تمتد لتشمل إمكانيات تفاعلية متعددة تُوظف لأغراض إعلامية وترويجية وشخصية على حد سواء. يُمكن القول إن "فيسبوك" يوفّر للمستخدم، وبشكل غير مباشر، فضاءً يشبه شبكة البث الشخصية، حيث يمنحه أدوات فعّالة لتبادل المعلومات، والتعبير عن اهتماماته، وتسويق مشاريعه.

[1] - مؤيد منصف جاسم السعدي، **الوظيفة الاتصالية لمو اقع التواصل الاجتماعي دراسة في موقع الفيسبوك**، ألفا للوثائق، 2016، ص ص، 173-174.

[2] - مؤيد منصف جاسم السعدي، **المرجع نفسه**، ص175

من بين الخدمات الرئيسة التي تقدمها المنصة: إمكانية استعادة الصلة بالأصدقاء القدامى، إلى جانب تكوين علاقات جديدة، فضلاً عن تتبع ما ينشره الأصدقاء من أفكار ونشاطات يومية. كما يتيح "فيسبوك" للمستخدمين مشاركة المحتوى من خلال نشر الملاحظات والروابط والصور ومقاطع الفيديو، مما يعزز من ديناميكية التفاعل داخل المنصة. وفي بُعد ترفيهي وتواصلي، تُستخدم التطبيقات المدمجة في الموقع للانخراط في الألعاب الإلكترونية مع الأصدقاء من مختلف أنحاء العالم، أو لتبادل الهدايا الرقمية، إضافة إلى نشر الأخبار والتعليق على قضايا اقتصادية، اجتماعية، وسياسية، عبر الوسائط المتعددة من صور ومقاطع مصورة.

كذلك، يوفر الموقع إمكانية تنظيم الدعوات إلى المناسبات الاجتماعية المختلفة، مثل الحفلات والعروض والاجتماعات، كما يسمح بإنشاء صفحات ومجموعات تفاعلية تجمع الأفراد ذوي الاهتمامات المشتركة، وتُستخدم هذه المجموعات في بعض الأحيان كمنصات إعلامية موازية للترويج للمبادرات الإبداعية والمشاريع ذات البعد المجتمعي أو الإنساني[1].

**2-موقع تيك توك**

**2-1- نشأة موقع تيك توك:**

تطبيق "تيك توك" هو منصة تواصل اجتماعي تُركّز على مشاركة مقاطع الفيديو القصيرة، وقد أُطلق في سبتمبر 2016 بواسطة شركة "بايت دانس" الصينية. جاء التطبيق كاستجابة لرغبة المستخدمين في إنشاء ومشاركة محتوى مرئي سريع الانتشار، مما ساهم في انتشاره الواسع بين فئة الشباب عالميًا.

بدأ "تيك توك" في الجزائر يكتسب شعبية ملحوظة بين المستخدمين، خاصةً الشباب والمراهقين، الذين وجدوا فيه وسيلة جديدة للتعبير عن الذات والتواصل مع الآخرين. وقد أشار الباحث محمد زكرياء خراب إلى أن التطبيق أصبح جزءًا من الثقافة الرقمية للشباب الجزائري، حيث يُستخدم للتسلية والتعبير عن الرأي والمشاركة في التحديات المختلفة

تعزى جاذبية "تيك توك" إلى سهولة استخدامه وواجهته البسيطة، مما يُمكّن المستخدمين من إنشاء محتوى دون الحاجة إلى مهارات تقنية متقدمة. كما أن خوارزميات التوصية في التطبيق تُعزز من تفاعل المستخدمين من خلال عرض محتوى يتناسب مع اهتماماتهم.

على الرغم من الفوائد التي يقدمها "تيك توك"، إلا أن هناك مخاوف تتعلق بالخصوصية وتأثير المحتوى على القيم الاجتماعية، مما يستدعي دراسة أعمق لفهم تأثيره على المجتمع الجزائري.[2]

[1] - مؤيد منصف جاسم السعدي، **مرجع سابق**، 164.

[2] - محمد زكرياء خراب، **ثقافة استخدام واستهلاك الشباب الجزائري لتطبيق تيك توك : رؤية نقدية**، المجلة الجزائرية لبحوث الاعلام والرأي العام، مجلد 23، عدد2، 2019، ص451

**2-2-مكونات موقع تيك توك:**

يتألف "تيك توك" من عدة مكونات رئيسية تُسهم في تجربة المستخدم، أبرزها واجهة المستخدم التي تُعرض فيها مقاطع الفيديو القصيرة التي يُنشئها المستخدمون. تُتيح هذه الواجهة التفاعل مع المحتوى من خلال الإعجابات والتعليقات والمشاركات.

يحتوي التطبيق على أدوات تحرير متقدمة تسمح للمستخدمين بإضافة مؤثرات بصرية وصوتية، مما يُعزز من جودة المحتوى المُقدم. كما يُوفر "تيك توك" مكتبة موسيقية واسعة تُستخدم في خلفيات الفيديوهات، مما يُضيف طابعًا ترفيهيًا وجاذبًا للمحتوى.

تعتبر خوارزميات التوصية من أبرز مكونات "تيك توك"، حيث تُحلل تفضيلات المستخدمين وسلوكياتهم لعرض محتوى يتناسب مع اهتماماتهم، مما يزيد من وقت التفاعل مع التطبيق

بالإضافة إلى ذلك، يُتيح "تيك توك" خاصية البث المباشر والتحديات، والتي تُشجع المستخدمين على المشاركة والتفاعل مع جمهور أوسع، مما يُعزز من شعور الانتماء للمجتمع الرقمي.[1]

**2-3-استخدامات موقع تيك توك:**

يستخدم "تيك توك" في الجزائر لأغراض متعددة، تتراوح بين الترفيه والتعبير عن الذات والتواصل الاجتماعي. وقد أظهرت الدراسات أن الشباب الجزائري يستخدمون التطبيق لمشاركة لحظاتهم اليومية، والمشاركة في التحديات، والتعبير عن آرائهم في مختلف القضايا

كما يستخدم "تيك توك" كمنصة للتعلم غير الرسمي، حيث يُشارك المستخدمون محتوى تعليمي في مجالات متنوعة مثل اللغات والمهارات الحياتية. وقد أشار الباحثون إلى أن التطبيق يُمكن أن يُسهم في تعزيز التعلم الذاتي بين الشباب

في الجانب الاقتصادي، بدأ بعض المستخدمين في استغلال "تيك توك" للترويج لمنتجاتهم وخدماتهم، مما يُشير إلى إمكانيات التطبيق في دعم ريادة الأعمال والتسويق الرقمي

مع ذلك، هناك تحديات تتعلق بالمحتوى غير المناسب وتأثيره على القيم الاجتماعية، مما يستدعي وضع استراتيجيات للتوعية وتعزيز الاستخدام المسؤول للتطبيق[2]

[1] - جلولي حفيظة، **صناعة المحتوى التعليمي على منصة التيكتوك اللغة الانجليزية نموذجا**، مجلة الرواق للدراسات الانسانية والاجتماعية، مجلد 10، عدد1، 2024، ص316

[2] - جلولي حفيظة، المرجع نفسه، ص317.

**3-موقع يوتيوب**

**3-1- نشأة موقع يوتيوب:**

يعد موقع يوتيوب أكبر منصة على الإنترنت تتيح للمستخدمين رفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو مجانًا. نشأت فكرته على يد ثلاثة أصدقاء أمريكيين كانوا موظفين في شركة باي بال، وهم: تشاد هيرلي، الذي صمّم شعار الموقع الشهير "بثّ لنفسك(Broadcast Yourself) "، وستيف تشين، وجواد كريم، الذي حمّل أول فيديو على المنصة، وكان عبارة عن مقطع صوّره لنفسه في حديقة الحيوانات أثناء حضور حفلة بمدينة سان برونو في ولاية كاليفورنيا.

كانت الفكرة وليدة موقف بسيط، حيث التقط الأصدقاء مقاطع فيديو خلال الحفلة، وأرادوا مشاركتها مع زملائهم، لكنهم واجهوا صعوبة في إرسال الملفات الكبيرة عبر البريد الإلكتروني، مما دفعهم للتفكير في إنشاء موقع مخصص لمشاركة مقاطع الفيديو. وهكذا، تم إطلاق يوتيوب رسميًا في 15 فبراير 2005.

بحلول صيف عام 2006، أصبح الموقع يستقبل حوالي 100 مليون مشاهدة يوميًا، وكان يُضاف إليه مقطع فيديو جديد كل 24 ثانية. لاحقًا، استحوذت شركة غوغل على المنصة، وأعلنت في عام 2009 أن يوتيوب يُسجّل أكثر من مليار مشاهدة يوميًا من مختلف أنحاء العالم.[1]

**3-2-مكونات موقع يوتيوب:**

يوفر موقع يوتيوب مجموعة من الأدوات التي تمكن المستخدمين من الاستفادة الكاملة من خدماته المتنوعة. من بين هذه الأدوات، تأتي أداة المشاهدة كالأداة الأساسية التي تُتيح للمستخدمين مشاهدة مقاطع الفيديو المنشورة على المنصة بكل سهولة. كما توجد أداة البحث، والتي تساعد في الوصول إلى أي فيديو معين من خلال إدخال كلمات مفتاحية أو أسماء أو مواضيع في شريط البحث المتوفر في الموقع.

ومن الأدوات المهمة أيضًا، أداة المشاركة، التي تتيح للمستخدم إرسال روابط المقاطع إلى الآخرين عبر البريد الإلكتروني أو من خلال الشبكات الاجتماعية. أما أداة التخصيص، فهي مخصصة لتعديل وتنسيق القناة الشخصية للمستخدم، بحيث يمكنه التحكم بمظهر قناته ومحتواها. كما يُمكن استخدام أداة "الوضع في المفضلة" لحفظ المقاطع المفضلة في قائمة خاصة للعودة إليها لاحقًا بسهولة.

بالإضافة إلى ذلك، يوفر يوتيوب العديد من الخدمات الأخرى، مثل إنشاء قوائم انتظار للمشاهدة، وتحميل مقاطع الفيديو، وإبداء الإعجاب والتعليق، فضلًا عن عرض الفيديوهات المقترحة بناءً على

[1] - أمينة مزيان: **الأساليب الإقناعية في مواقع التواصل الاجتماعي**، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باتنة -1-، 2021/2020، ص، 103.

اهتمامات المستخدم. كما يستخدم الموقع أيضًا لأغراض إعلامية متنوعة، مما يزيد من أهميته وانتشاره عالميًا.

ويتميّز موقع يوتيوب بعدة خصائص تجعله من أبرز منصات مشاركة الفيديو، من أهمها أنه يقدم خدماته مجانًا، مع توفير مساحة غير محدودة لتحميل مقاطع الفيديو، خاصة من نوع فلاش، والتي تتميز بصغر حجمها وسهولة رفعها. كما يتميز الموقع بواجهة استخدام بسيطة وسلسة، تجعل التفاعل معه مريحًا للمستخدمين من مختلف الفئات، دون الحاجة إلى خبرة تقنية.

ومن أبرز المزايا أيضًا، إمكانية مشاهدة المقاطع مباشرة من خلال الضغط على الرابط فقط، دون الحاجة إلى تحميلها، مع إمكانية حفظها باستخدام برامج مساعدة كل هذه الخصائص والخدمات جعلت من يوتيوب واحدًا من أشهر مواقع الشبكات الاجتماعية وأكثرها استخدامًا حول العالم.[1]

**3-3-استخدامات موقع يوتيوب:**

يعد موقع يوتيوب من أبرز المنصات الرقمية التي تشهد إقبالًا متزايدًا في مختلف أنحاء العالم، لما يوفّره من خدمات متعددة تُلبي حاجات المستخدمين في مجالات متنوعة. فإلى جانب كونه وسيلة ترفيهية لمشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو، يُستخدم يوتيوب أيضًا كأداة تعليمية وتثقيفية فعّالة، حيث تُعرض من خلاله محاضرات جامعية، وشروحات علمية، ودروس تعليمية في مختلف التخصصات والمجالات، مما يسهم في دعم التعلم الذاتي والتعليم عن بُعد.

كما أصبح يوتيوب وسيلة مهمة للإعلام الرقمي، حيث تُنشر من خلاله التقارير الإخبارية، والتحليلات السياسية، والمحتويات التوعوية، مما جعله قناة بديلة لوسائل الإعلام التقليدية. وفي السياق ذاته، يستخدمه الصحفيون والمؤسسات الإعلامية لبث المحتوى الحي والتفاعلي مع الجمهور.

فضلا عن ذلك، يُستغل يوتيوب لأغراض تجارية وتسويقية، إذ تعتمد عليه الشركات والأفراد في الترويج لمنتجاتهم وخدماتهم من خلال الإعلانات أو المحتوى المرئي الموجَّه. كما يُعد منصة لخلق فرص عمل رقمية عبر إنشاء المحتوى وتحقيق الدخل من خلال برامج الشراكة التي تقدمها المنصة.

وتتجلى أهمية يوتيوب كذلك في استخداماته الاجتماعية والثقافية، حيث يُستخدم لنشر الإبداعات الفنية، والتعبير عن الهوية الثقافية، وتوثيق الأحداث والمناسبات. وهكذا، يُعد موقع يوتيوب أداة متعددة

[1] - نوال بركات: **انعكاسات استخدام مو اقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية**، أطروحة دكتوراه علوم في علم الاجتماع، تخصص علم الاجتماع الاتصال والعلاقات العانة، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2016/2015، ص، 152.

الاستخدامات، تجمع بين الترفيه، والتعليم، والإعلام، والتسويق، والتواصل الثقافي، مما يعكس تحوّل المنصات الرقمية إلى فضاءات حيوية للتفاعل المجتمعي والمعرفي[1]

[1] - سلمي غروبة، سميرة سطوطاح: **تأثير مو اقع التواصل الاجتماعي على الممارسة الإعلامية للقنوات التلفزيونية**، حوليات جامعة قالمة للعلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد: 11، العدد: 22، ديسمبر 2017، ص، 277.

# الفصل الثاني:
# مرتكزات الدراسة المنهجية وإطارها التطبيقي

**أولا: الاجراءات المنهجية للدراسة:**

**1. عينة الدراسة**

تعتبر العينة من بين أهم الأدوات في البحوث الميدانية التي تقام في المجتمعات الكبيرة، إذ يعتبر البحث عن طريق المعاينة اختصارا للوقت والجهد والمال والوصول إلى النتائج بسرعة، إلا أنه في المقابل يحتاج إلى تكون العينة ممثلة للمجتمع المراد دراسته[1].

كماتعتبر العينة من العناصر الاساسية في البحوث الميدانية التي تقام في المجتمعات الكبيرة، إذ يعتبر البحث عن طريق المعاينة اختصارا للوقت والجهد والمال والوصول إلى النتائج بسرعة إلا أنه في المقابل يحتاج إلى تكون العينة ممثلة للمجتمع المراد دراسته[2].

وقد وقع الاختيار عن العينة العرضية (الصدفة) :هذا النوع من العينة يتم اختياره بالصدفة. على سبيل المثال، إذا أردنا معرفة وجهة نظر عمال مصنع حول موضوع معين، فسنلتقي بأولئك المرتدين على المقهي أثناء وقت الغذاء أو نرصدهم عند خروجهم من المصنع في نهاية النهار دون أن نتساءل عن أولئك الذين لا يتناولون غذاءهم بالمقهى في منتصف النهار، ولا عن أولئك الذين لم يأتوا إلى المقهى .هذا النوع من المعاينة نلجأ إليه عندما لا يكون أمامنا أي خيار (عدم القدرة على حماية مجتمع البحث أو عدم القدرة على اختيار العناصر بطريقة عشوائية)..[3]

وبما أن العينة المختارة متشعبة افتراضية لا يمكن قياسها بالاحتمالية كان من الأنسب اختيار العينة العرضية وهذا لتناسبها مع طبيعة المجتمع والعينة المختارة عبر الفضاء الرقمي

**1. مجالات الدراسة**

**1.2. المجال المكاني:**

تمت الدراسة الميدانية بالاعتماد على استمارة تم توزيعها الكترونيا عبر منصات ومواقع التواصل الاجتماعية على شكل رابط مباشر دون تحديد الإطار المكاني كالتالي::

https://docs.google.com/forms/d/1MRafYrWLqfZj_LLLJCPAlHSBGXVYH9oiaXNpkSBGBxQ/edit?usp=forms_home&ouid=118229933922496948443&ths=true

[1]- مروان عبد المجيد إبراهيم، **أسس البحث العلمي لأعداد الرسائل الجامعية**، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2001، ص157

[2]- ربعي عليان مصطفى، **البحث العلمي أسسه، مناهجه وأساليبه، إجراءاته**،بيت الأفكار الدولية، القاهرة، 2001، ص106

[3]- مسعود امحمد، **العينات في البحث الوصفي**، مجلة الباحث للعلوم الرياضية والاجتماعية، جامعة الجلفة، مجلد 4، عدد8، 2022، ص260.

**2.2.المجال الزماني:**

تم إجراء الدراسة في جميع مراحلها في الفترة الممتدة بين شهري جانفي 2025 وماي 2025 موزعة على النحو التالي:

كمرحلة أولى، تم الشروع في الدراسة الميدانية بالتزامن مع الدراسة النظرية، وعلى فترات متقطعة، ابتداءً من شهر جانفي 2025. شملت هذه المرحلة جمعا للمادة العلمية الخاصة بالإطار النظري لموضوع الدراسة وهذا بعد المصادقة على الموضوع المبحوث من قبل إدارة الكلية، كما تم ضبط خطة بحث تشمل نظرة أولية لعناصر البحث وتقسيماته.

بداية من شهر فيفري 2025 تم الانتهاء من اعداد الاشكالية وأسئلة الدراسة، والضبط النهائي للجانب المفاهيمي والنظري لموضوع الدراسة

أما شهر مارس 2025 فقد تم تخصيصه لبناء استمارة البحث وتحكيمها ، من طرف الذكتور بوراس نور الدين وهذا بعد العودة إلى ملاحظات الأستاذ المشرف، وبناءا على هذه المعطيات، أُجريت تعديلات ضرورية على صياغة العبارات، مما أفضى إلى إعداد الاستمارة بصيغتها النهائية لتكون جاهزة للتوزيع.

في شهر أفريل 2025 تم توزيع الاستمارة إلكترونيا عبر مختلف شبكات التواصل الاجتماعي والوسائل الرقمية المتاحة وهذا حتى تصل إلى أكبر عدد ممكن من المبحوثين واستمرت هاته العملية مدة شهر كامل .

في شهر ماي 2025 تم استرجاع نتائج الاستبيان وتحليلها وصياغة النتائج المنبثقة من البحث ثم اخراج المذكرة في صورتها النهائية

**3.المنهج المستخدم:**

تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي، ويقوم المنهج الوصفي التحليلي كغيره من المناهج الأخرى "على عدة مراحل أهمها التعرف على مشكلة البحث، وتحديدها،ووضع الفروض، واختيار الفئة المناسبة، واختيار أساليب جمع البيانات وإعدادها، ووضع قواعد لتصنيف البيانات، ووضع النتائج وتحليلها في عبارات واضحة، ومحاولة استخلاص تعميمات ذات مغزى تؤدي إلى تقدم المعرفة[1]

ويعرف على أنه:" المنهج الذي يصف الظاهرة وموضوع الدراسة ويحلل بيناتها وبيان العلاقة بين مكوناتها، حيث يعرف هذا المنهج بأنه يصف قضية اوحدث موجود حاليا يمكن الحصول منه على معلومات تجيب على التساؤلات التي يطرحها الباحث خلال موضوعه دون تدخل الباحث فيها"[2].

وتمثلت الاستفادة من المنهج الوصفي التحليلي في دراسة "التسول الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي" من خلال وصف الظاهرة بدقة وتحليل أسبابها وآثارها. يتم ذلك عبر جمع البيانات من مواقع التواصل، مثل دراسة محتوى المنشورات التي تتضمن طلبات مساعدة أو تبرعات، وتحليل أنماط التسول

[1]- فان دالين، ديولد، **مناهج البحث في التربية وعلم النفس"**، ددن، 1984، ص313.

[2]- أيمن أحمد فرجالبرديني، **العلاقة بين اللغة واضطراب التكامل الحسي عند الأطفال المتوحدين**،رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص علم النفس،جامعة غزة، 2006، ص146

المستخدمة والأساليب التي يعتمدها الأفراد في استغلال التعاطف العام. يساعد هذا الوصف في تقديم صورة واضحة عن الظاهرة من حيث حجمها وانتشارها وأشكالها المختلفة.

من الجانب التحليلي، تم الاعتماد على هذا المنهج لفهم العوامل التي تسهم في انتشار التسول الإلكتروني، مثل الظروف الاقتصادية أو الاجتماعية، وتأثيرات التكنولوجيا على الظاهرة. كما يمكن تحليل التأثيرات المترتبة على المجتمع، سواء من حيث الثقة في المعاملات الإلكترونية أو من خلال دراسة الحالات التي تتأثر بالتسول الإلكتروني، مما يتيح تقديم توصيات فعّالة للحد من هذه الظاهرة ومعالجتها.

**4.أدوات جمع البيانات:**

تختلف وتتنوع الأدوات المعتمدة في تجسيد الدراسة الميدانية، ولعل أبرز ما ساعدنا على معالجة موضوع البحث قيد الدراسة " **الاستبيان**"، فهو أداة للبحث تتكون من مجموعة أسئلة سيتم صياغتها من قبل الباحث للحصول على إجابات علمية لتحقيق أهداف يحددها الباحث في دراسته[1]

يعرف أيضا بأنه: أداة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع بحث محدد عن طريق استمارة يجري تعبئتها من قبل المستجيب، ويستخدم لجمع المعلومات بشأن معتقدات ورغبات المستجيبين ولجمع حقائق هم على علم بها، ولهذا يستخدم بشكل رئيسي في مجال الدراسات التي تهدف إلى استكشاف حقائق عن الممارسات الحالية واستطلاعات الرأي العام وميول الأفراد[2].

حيث تم الاعتماد على الاستمارة الالكترونية وتوزيعها عبر مختلف الوسائل الرقمية كالبريد الالكتروني ووسائل التواصل الاجتماعي بطريقة عشوائية، وقد بلغ عدد الاستمارات الموزعة 72 استمارة، تم استرجاع 68 منها و04 استمارات كانت اجابات العينة فيها ناقصة وتم استبعادها.

وقد تم تقسيم الاستبيان الخاصة بالدراسة إلى ثلاثة محاور إضافة إلى محور البيانات الشخصية جاءت كالتالي:

- ✓ **محور البيانات العامة: (05 عبارات)**
- ✓ **المحور الأول: دوافع ممارسة التسول الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي(10 عبارات)**
- ✓ **المحور الثاني: تأثير ظاهرة التسول الإلكتروني على الثقة بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي(06 عبارات)**
- ✓ **المحور الثالث: وعي مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بمخاطر التسول الإلكتروني (09 عبارات)**

[1]- علي احمد خضر المعماري، **إعادة تشكيل العالم، قراءة تحليلية في المفاهيم والمصطلحات الإعلامية المعاصرة**، دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، الأردن،2021، ص182

[2]- فايزة ريال ، أدوات **جمع البيانات في البحث العلمي**، مجلة المحكمة للدراسات التربوية والنفسية، مجلد 4، عدد8، 2021، ص ص 137، 138

## ثانيا: عرض وتفسير البيانات الميدانية

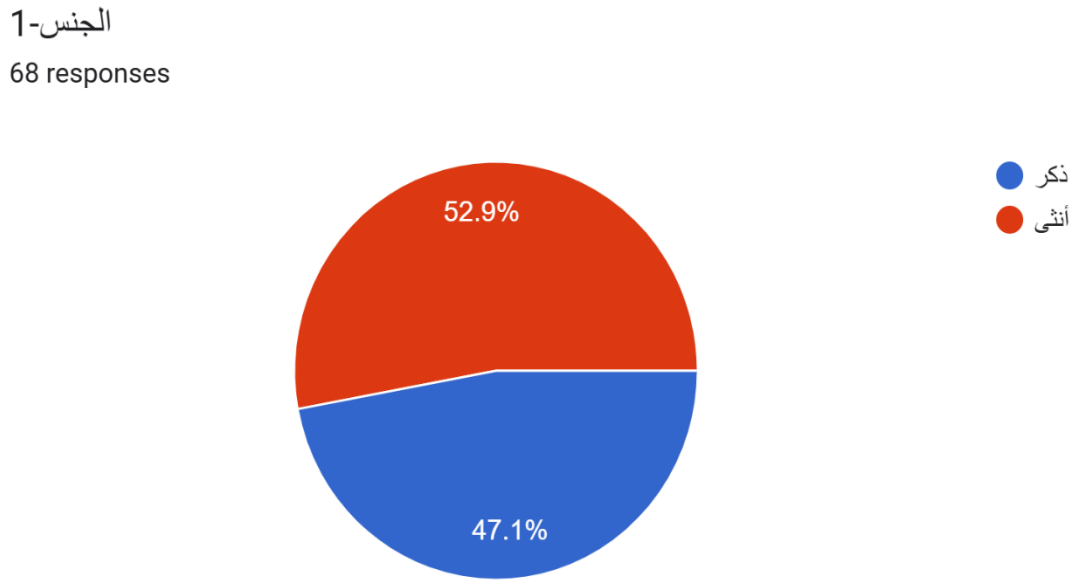
### 1. محورالبيانات العامة

**الجدول رقم 01: يبين توزيع عينة البحث حسب الجنس**

| الجنس | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| ذكر | 33 | 47.1 |
| أنثى | 35 | 52.9 |
| المجموع | 68 | %100 |

**المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على تفريغ بيانات الاستمارة الميدانية**

**الشكل رقم 01: توزيععينة البحث حسب حسن الجنس**



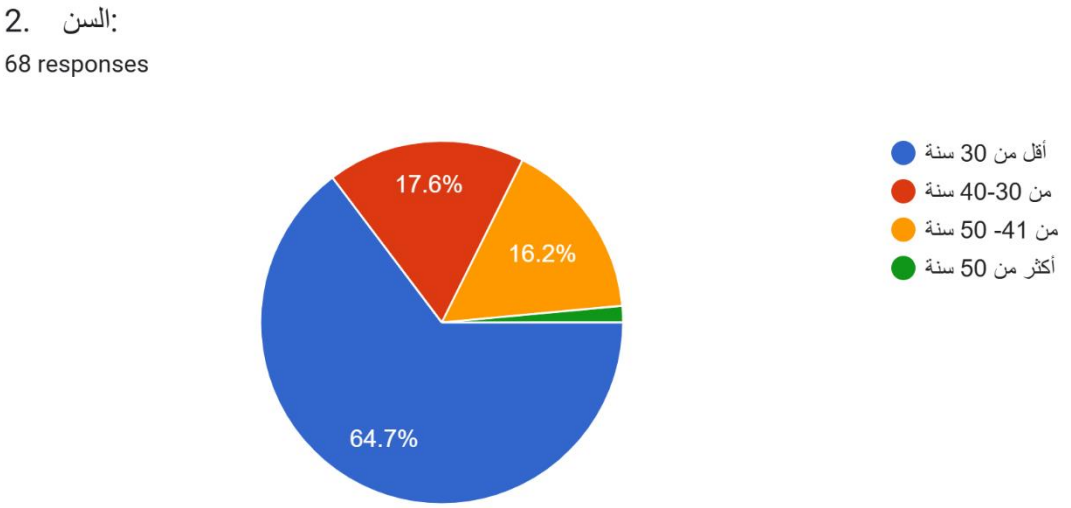

من خلال نتائج الجدول رقم 01 والذي يمثل توزيع عينة الدراسة حسب الجنس، نلاحظ أن عدد الإناث أكبر من عدد الذكور بشيء بنسبة قليلة، حيث بلغت نسبة الإناث 52.9%، في حين أن عدد الذكور قدرت نسبته بـ47.1% وبالتالي، هذا التوزيع يعكس توازنا من حيث الجنس في عينة البحث، ولعلى طبيعة استخدام منصات التواصل الاجتماعي صبحت مشتركة بين كلى الجنسين وهذا ما سيعزز لا شك من نتائج دراستنا هذه.

**الجدول رقم 02: يبين توزيع عينة البحث حسب السن:**

| السن | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| أقل من30 سنة | 44 | %64.7 |
| 31 – 40 سنة | 12 | %17.6 |
| 41-50 سنة | 11 | %16.2 |
| أكثر من 50 سنة | 1 | %1.5 |
| المجموع | 68 | %100 |

**المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على تفريغ بيانات الاستمارة الميدانية**

**الشكل رقم 02: توزيع عينة البحث حسب السن:**




يتبين من خلال نتائج الجدول02 الخاص بتوزيع مجتمع البحث حسب السن أن 64.7% من المبحوثين تتراوح أعمارهم بأقل من 30 سنة، بالإضافة إلى أن ما نسبته 17.6% من المبحوثين ينتمون للفئة العمرية ضمن المحصورة بين 30-40 سنة، تليها نسبة 16.2% للفئة العمرية المحصورة بين 41-50 سنة وأخيرا فئة أكثر من 50 سنة تشكل نسبة 1.5%.

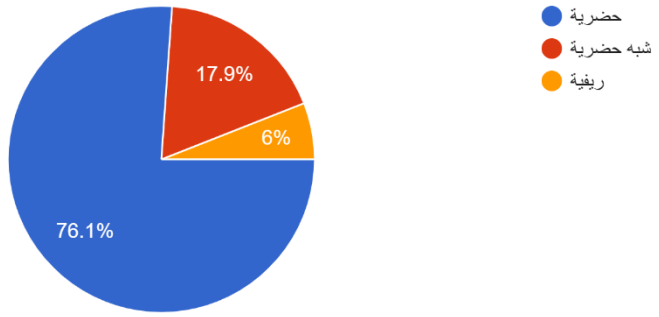
ويبين لنا من خلال النتائج أعلاه أن اعمار العينة المبحوثة متباينة، لكن الفئة الأغلب تعود لفئة الشباب أقل من30 سنة،وهذا راجع بطبيعة الحال الى أن هذه الفئة هي الاكثر تقبلا واستخداما للتكنولوجيا ووسائطها الملحقة.

**الجدول رقم 03: يبين توزيع عينةالبحث حسب المنطقة السكنية**

| المنطقة السكنية | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| حضرية | 46 | %76.1 |
| شبه حضرية | 13 | %17.9 |
| ريفية | 9 | %6 |
| المجموع | 68 | %100 |

**المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على تفريغ بيانات الاستمارة الميدانية**

**الشكل رقم 03: توزيع عينة البحث حسب المنطقة السكنية:**




تشير نتائج الجدول03 إلى أن النسبة الكبرى من أفراد عينة الدراسة ينتمون إلى البيئة الحضرية، حيث بلغت نسبتهم **76.1%**، مقابل **17.9%**من البيئة شبه الحضرية، في حين شكّل الأفراد المنتمون إلى البيئة الريفية أقل نسبة، بـ**6%** فقط من مجموع العينة.

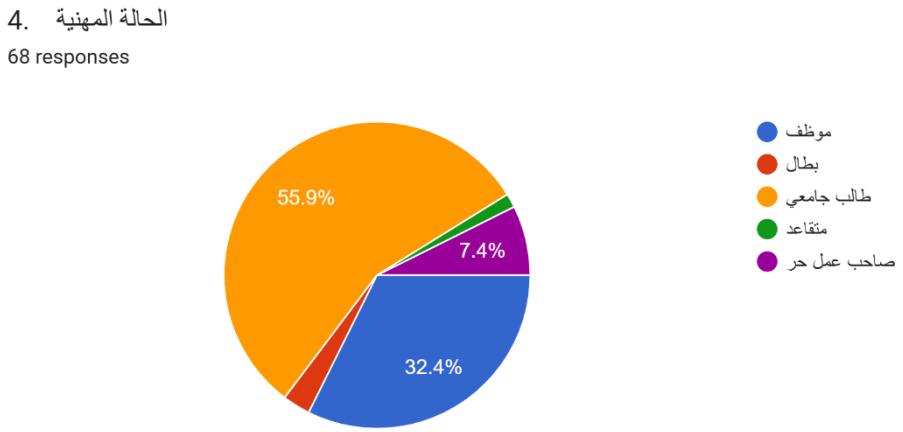
يعكس هذا التوزيع تركز مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي وخصوصا مستخدمي الفايسبوك، التيك توك، واليوتيوب في المناطق الحضرية، ما يشير إلى ارتفاع درجة الارتباط بالتكنولوجيا والأنترنت في المدن مقارنة بالمناطق الريفية، كما يمكن أن يُفهم من هذه النسب أن التعرض لظاهرة التسول الإلكتروني، سواء عبر المحتوى المباشر أو غير المباش، يكون أعلى لدى سكان المدن، بحكم كثافة الاستخدام وتنوع التفاعلات الرقمية،من جهة أخرى يُظهر ضعف تمثيل المناطق الريفية (6%) أن هذه الفئة أقل انخراطا في الاستخدام النشط لهذه المنصات، وهو ما قد يكون مرتبطًا بعوامل مثل ضعف البنية التحتية الرقمية، أو محدودية الثقافة التكنولوجية، مما يجعلها أقل عرضة للتفاعل أو التأثر بظاهرة التسول الإلكتروني عبر هذه الوسائط.

**الجدول رقم 04: يبين توزيع عينة البحث حسب الحالة المهنية**

| الحالة المهنية | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| موظف | 22 | %32.4 |
| متقاعد | 1 | %1.5 |
| بطال | 2 | %2.9 |
| صاحب عمل حر | 5 | %7.4 |
| طالب جامعي | 38 | %55.9 |
| المجموع | 68 | %100 |

**المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على تفريغ بيانات الاستمارة الميدانية**

**الشكل رقم 04: توزيع عينة البحث حسب الحالة المهنية:**



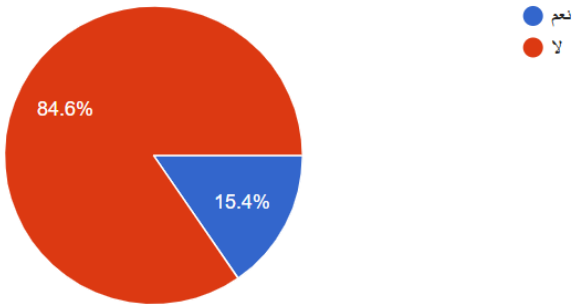

تشير نتائج الجدول04 إلى أن الطلبة الجامعيين يشكلون الفئة الأكبر من عينة الدراسة، بنسبة 55.9%، يليهم الموظفون بنسبة 32.4%، بينما تمثل الفئات الأخرى نسبًا ضعيفة نسبيًا، حيث شكّل أصحاب العمل الحر نسبة 7.4%، والبطّالون نسبة 2.9%، في حين كان تمثيل المتقاعدين محدودا جدا بنسبة 1.5% فقط.ويمكن أن تعزى هذه النتائج الا أن فئة الشباب هم الأكثر استخداما وتفاعلاً مع هذه الوسائط الرقمية. وهذا منطقي بالنظر إلى طبيعة الجيل الرقمي، الذي يمضي وقتا طويلا على الإنترنت ويتعرض بشكل مكثف للمحتويات الرقمية.

**الجدول رقم 05: يبين توزيع عينة البحث حسب وجود نشاط جمعوي من عدمه:**

| الحالة المهنية | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| نعم | 11 | %15.4 |
| لا | 57 | %84.6 |
| المجموع | 68 | %100 |

**المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على تفريغ بيانات الاستمارة الميدانية**

**الشكل رقم 05: توزيع عينة البحث حسب وجود نشاط جمعوي من عدمه:**




من خلال نتائج الجدول05 أفاد 84.6% من أفراد العينة بأنهم لا يمارسون أي نشاط جمعوي، في حين صرّح ما نسبته 15.4%بأن لهم نشاطا جمعويا، تعكس هذه المعطيات هيمنة فئة كبيرة من عينة الدراسة المبحوثة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ويمكن أن يرجع هذا الى عديد الاسباب لعلى منها ما يكمن في قلة الجعيات على المستوى المحلي، وحتى إن وجدت تغيب فيها اليات اقناع الافراد في الانخراط، اضافة الى قلة نشاطات هذه الجمعيات على مستوى الافتراضي مما يحد من مواكبتها للتطورات التكنولوجية التي باتت مسرحا لعديد النشاطات الجمعوية

بالتالي فإن هذه النتائج تبرز الحاجة إلى تكثيف جهود التوعية الرقمية، خاصة في أوساط الشباب ومستخدمي وسائل التواصل، وضرورة دعم المبادرات الجمعوية الرقمية لتكون أكثر حضورًا وتأثيرًا في توجيه الرأي العام نحو الاستخدام الآمن والمسؤول للمنصات الاجتماعية، ومكافحة الظواهر السلبية كالتسول الإلكتروني.

## المحور الأول: دو افع ممارسة التسول الإلكتروني عبر مو اقع التواصل الاجتماعي

**الجدول رقم 06: يبين الفئة الاجتماعية الأكثر ممارسة للتسول الالكتروني عبر منصات التواصل الاجتماعية**

| الاجابة | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| النساء | 42 | %61.8 |
| الرجال | 8 | %11.8 |
| كبار السن | 2 | %2.9 |
| المطلقات | 10 | %14.7 |
| الأرامل | 3 | %4.4 |
| الأطفال | 1 | %1.5 |
| ذوي الإعاقة | 2 | %2.9 |
| المجموع | 68 | %100 |

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على تفريغ بيانات الاستمارة الميدانية

أظهرت النتائج في هذا الجدول 06 أن النساء هنّ الأكثر ممارسة لهذا النشاط بنسبة 61.8%، تليهن المطلقات بنسبة 14.7%، ثم الرجال بنسبة 11.8%.بعد ذلك تأتي الأرامل بنسبة 4.4%، بينما تشترك كل من فئة كبار السن وذوي الإعاقة في نسبة 2.9%لكل منهما، وأخيرا الأطفال بنسبة 1.5%، وهي أقل الفئات تمثيلا في هذه الظاهرة، وتظهر هذه الأرقام بوضوح أن النساء يمثلن الغالبية الساحقة في هذا السلوك على الفضاء الرقمي بفارق كبير عن باقي الفئات.

تعكس هذه النتائج الاستخدام المكثف للصور النمطية المرتبطة بالنساء في حملات التسول الإلكتروني، حيث ينظر إليهن على أنهن أكثر قابلية لاستدرار التعاطف، خاصة حين يتم تقديمهن كأمهات معيلات، أو مطلقات ويأتي ارتفاع نسبة المطلقات (14.7%) في هذا السياق كمؤشر على أن الوضعية الاجتماعية الخاصة بهن تستغل افتراضيا لزيادة التأثير النفسي على المتلقي للمحتوى المعروض، ومن جهة أخرى تظهر النسبة المتدنية لفئات مثل الأطفال وكبار السن وذوي الإعاقة أن هذه الشرائح قد تستخدم بشكل غير مباشر عبر وسطاء أو حسابات مزيفة، أو لربما تواجه صعوبات في الوصول إلى الفضاء الرقمي مقارنة بالفئات الأخرى، أما الرجال فرغم وجودهم فإن حضورهم يبقى محدودا نسبيا، لغياب نفس التأثير العاطفي الذي تحققه صور النساء في ثقافة التعاطف عبر الإنترنت.

تؤكد هذه المعطيات أن التسول الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي يعتمد بشكل كبير على التمثيل الاجتماعي للفئات الضعيفة، وخاصة النساء كاستراتيجية أساسية للتعاطف والحصول على الدعم

**الجدول رقم 07: يبين المنصات الافتراضية التي تنتشر فيها المنشورات المتعلقة بالتسول**

| الاجابة | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| الفايسبوك | 42 | %61.8 |
| اليوتوب | 1 | %1.4 |
| التكتوك | 25 | %36.8 |
| المجموع | 68 | %100 |

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على تفريغ بيانات الاستمارة الميدانية

أظهرت نتائج الجدول07 أن فايسبوك هو المنصة الأكثر استخدامًا في التسول الإلكتروني بنسبة 61.8%، تليه تطبيق تيك توك بنسبة 36.8%، بينما جاءت منصة يوتيوب في المرتبة الأخيرة بنسبة 1.4% فقط. ويُفهم من ذلك أن أكثر من نصف الممارسات المتعلقة بالتسول الإلكتروني تجري على منصة فايسبوك، في حين يتركز جزء معتبر منها على تيك توك، ويكاد ينعدم وجودها على يوتيوب.

تشير هذه النتائج إلى أن فايسبوك يمثل البيئة الرقمية الأكثر تهيئة لانتشار منشورات التسول الإلكتروني، نظرًا لطبيعته التفاعلية التي تسمح بمشاركة المنشورات على نطاق واسع، وإمكانية استهداف جمهور متنوع من خلال الصفحات والمجموعات. كما أن توفر خاصية التعليقات والمشاركة السريعة يسهل تضخيم المحتوى العاطفي المرتبط بالتسول، اضافة الى عدد المشتركين الكبير (قدر عدد مستخدمي الفيسبوك لآخر احخصائية لسنة 2024 بـ 26 مليون مستخدم). أما تيك توك، فقد برز كمنصة مهمة في هذا المجال، خاصة من خلال الفيديوهات القصيرة التي تستخدم لخلق تأثير بصري وعاطفي مباشر لجذب تعاطف المشاهدين في المقابل، لا يعتبر يوتيوب منصة مفضلة للتسول ربما لطول مدة المحتوى أو لصعوبة تحقيق الانتشار السريع بالمقارنة مع فايسبوك وتيك توك.

تؤكد هذه المعطيات أن فايسبوك وتيك توك هما المنصتان الأساسيتان في ظاهرة التسول الإلكتروني، حيث تلعب خصائص كل منصة دورا محوريا في انتشار هذا النوع من المحتوى وبالتالي، فإن مواجهة هذه الظاهرة تستدعي تعزيز اليات المراقبة والضبط على هاتين المنصتين تحديدا، إلى جانب رفع وعي المستخدمين بخطورة التفاعل غير المدروس مع المنشورات العاطفية،التي قد تخفي خلفها أساليب احتيالية. كما ينبغي تشجيع المستخدمين على الإبلاغ عن المحتويات المشبوهة والتثبت من مصداقيتها قبل التجاوب معها.

**الجدول رقم 08: يوضح أشكال التسول الالكترونية التي صادفتها عبر منصات التواصل الافتراضية**

| الاجابة | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| مقاطع صوتية | 1 | %1.5 |
| مقاطع فيديو | 28 | %41.2 |
| منشورات كتابية | 39 | %57.4 |
| المجموع | 68 | %100 |

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على تفريغ بيانات الاستمارة الميدانية

يتبين من نتائج الجدول08 أعلاه أن الشكل الأكثر شيوعًا هو المنشورات الكتابية بنسبة 57.4%، تليها مقاطع الفيديو بنسبة 41.2%، ثم المقاطع الصوتية بنسبة ضئيلة لا تتعدى 1.5%. وهذا يعني أن أكثر من نصف التفاعلات مع التسول الإلكتروني تحدث من خلال منشورات مكتوبة، في حين يظل الفيديو وسيلة مهمة لكنها أقل انتشارا، فيما يعد استخدام الصوت منفردًا شبه منعدم.

تشير هذه النتائج إلى أن المحتوى الكتابي لا يزال الوسيلة الأكثر شيوعًا في التسول الإلكتروني، ربما بسبب سهولة إنتاجه ونشره، وقابليته للتكييف مع مختلف المنصات الرقمية خاصة على فايسبوك. وتمكن النصوص المكتوبة المتسولين من سرد قصص درامية واستدرار عواطف المتلقين بسرعة، دون الحاجة إلى موارد تقنية أو مهارات إنتاج أما الفيديوهات، فرغم أنها تتطلب جهدا أكبر، فإنها تخلق تأثيرا بصريا وعاطفييا أقوى، ولهذا تأتي في المرتبة الثانية بنسبة معتبرة. أما المقاطع الصوتية، فقد ثبت ضعف استخدامها، نظرا لانخفاض قدرتها على التأثير مقارنة بالنص والصورة، ولقلة تداول هذا الشكل من المحتوى في منصات التواصل الاجتماعي.

**الجدول رقم 09: يبين رأي العينة حول لمنشورات الخاصة بالتسول الالكتروني إن كانت تصدر من حسابات وهمية**

| الاجابة | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| نعم | 23 | %34.3 |
| لا | 9 | %13.4 |
| أحيانا | 36 | %52.2 |
| المجموع | 68 | %100 |

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على تفريغ بيانات الاستمارة الميدانية

الملاحظ في نتائج الجدول رقم 09 أعلاه أن أغلب أفراد العينة، بنسبة 52.2%، يرون أن هذه المنشورات تصدر أحيانًا من حسابات وهمية، فيما أفاد 34.3%بأن هذه المنشورات تصدر من حسابات وهمية فعلًا، و 13.4%فقط يرون أنها لا تصدر من حسابات وهمية.

توضح هذه النتائج أن هناك درجة عالية من الشك لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي تجاه مصداقية الحسابات التي تنشر محتوى يتعلق بالتسول الإلكتروني .فرأي الأغلبية (52.2%) بوجود احتمال جزئي بأن تكون الحسابات وهمية يعكس وعيا نسبيا من قبل المستخدمين تجاه التحايل الرقمي المنتشر عبر هذه المنصات. كما أن نسبة معتبرة (34.3%) ترى بشكل قاطع أن هذه الحسابات وهمية ومزيفة، ما يشير إلى انتشار تجارب سابقة أو مؤشرات واضحة دفعتهم لهذا الحكم. بالمقابل، فإن نسبة الذين يعتقدون أن المنشورات صادرة من حسابات حقيقية تبقى ضعيفة، مما يعزز فرضية التسول الاحتيالي الرقمي.

**الجدول رقم 10: يبين يزداد ظهور المنشورات المرتبطة بالتسول بالمناسبات كرمضان والأعياد الدينية**

| الاجابة | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| نعم | 62 | %91.2 |
| لا | 6 | %8.8 |
| المجموع | 68 | %100 |

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على تفريغ بيانات الاستمارة الميدانية

بالاعتماد على نتائج الجدول10 يتبيّن أن 91.2 %من أفراد العينة أكدوا أن المنشورات المتعلقة بالتسول الإلكتروني تزداد فعلا في هذه المناسبات، مقابل 8.8 %فقط يرون عكس ذلك، وهي نسبة ضئيلة تدل على شبه إجماع حول هذه الملاحظة.

تعكس هذه النتائج استغلال المتسولين للمناسبات الدينية، مثل رمضان والأعياد، كفرص سانحة لاستدرار عواطف المستخدمين، نظراً لما تحمله هذه الفترات من معانٍ دينية وإنسانية مرتبطة بالتكافل والتصدق ومساعدة المحتاجين. فارتفاع منسوب التفاعل العاطفي والتعاطف الجماعي خلال هذه المناسبات يجعل المستخدمين أكثر قابلية للتأثر بالخطاب التسولي، خصوصاً إذا صيغ بشكل يحاكي القيم الدينية والاجتماعية. ويشير ذلك إلى أن التسول الإلكتروني أصبح يمارس بوعي تام بسياقاته الزمنية والاجتماعية الأكثر فعالية.

يتضح لنا النتائج أن التسول الإلكتروني لم يعد عشوائيا، بل أصبح ظاهرة منظمة وموجهة ومستغلة للسياقات المناسبة لنيل تعاطف المستخدمين وجمع أكبر قدر ممكن من التبرعات أو المساعدات، وهذا ما يفرض ضرورة تعزيز الوعي الرقمي لدى المستخدمين، خاصة في الفترات الدينية، إضافة إلى تشديد الرقابة من طرف المنصات الرقمية على الحملات المشبوهة التي تظهر بكثرة خلال هذه المناسبات، تجنبا للاستغلال العاطفي والاحتيال باسم القيم الدينية.

**الجدول رقم 11: يبين ما إذا كان الدافع النفسي يشكل سببا في زيادة انتشار ظاهرة التسول الالكتروني:**

| الاجابة | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| نعم | 60 | %88.2 |
| لا | 8 | %11.8 |
| المجموع | 68 | %100 |

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على تفريغ بيانات الاستمارة الميدانية

بالاعتماد على الجدول 11 نلاحظ أن غالبية أفراد العينة، بنسبة 88.2%، يعتقدون أن الدافع النفسي له دور فعّال في انتشار هذه الظاهرة، في حين يرى 11.8%عكس ذلك

تشير هذه النتائج إلى أن هناك وعيا متزايدا لدى المستخدمين بأن الدوافع النفسية – مثل الحاجة إلى لفت الانتباه الإحساس بالعجز، أو الرغبة في إثارة الشفقة – تعد عوامل رئيسية تدفع بعض الأفراد إلى اللجوء إلى التسول عبر الوسائط الرقمية هذا النوع من التسول غالبا ما يرتبط بحالة نفسية معينة، مثل الاعتياد على طلب المساعدة دون بذل مجهود ذاتي، أو بناء هوية افتراضية قائمة على الضعف والحاجة .كما قد يعكس ذلك محاولة للهروب من الواقع أو استغلال تعاطف الناس كنوع من التكيّف النفسي مع ضغوط الحياة.

**الجدول رقم 12: يبين الدافع النفسي وزيادة انتشار ظاهرة التسول الالكتروني:**

| الاجابة | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| التعاطف | 45 | %75.4 |
| فعل الخير | 11 | %18.5 |
| أخرى | 4 | %6.1 |
| المجموع | 60 | %100 |

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على تفريغ بيانات الاستمارة الميدانية

بالاعتماد على الجدول 12صرّح 75.4%من المبحوثين أن التعاطف هو العامل الأساسي، في حين رأى 18.5% أن الرغبة في فعل الخير هي الدافع، و 6.1%أرجعوا الأمر إلى أسباب أخرى.

تظهر النتائج أن التعاطف الإنساني يعد البوابة النفسية الأوسع التي يعتمد عليها المتسولون الإلكترونيون لاستمالة الاخرين والحصول على اعاناتهم ومساعداتهم، فهذه النسبة المرتفعة (75.4%) تعكس طبيعة المستخدمين في المجتمعات العربية والاسلامية، حيث يعتبر التعاطف مع الضعفاء والمحتاجين قيمة اجتماعية راسخة، تستغل في الفضاء الرقمي لخلق حالة من الضغط النفسي على المتلقي للمحتوى، ما يدفعه للتجاوب دون تمحيص أو تحققفي غالب الاحيان،أما النسبة المتعلقة بفعل الخير، فهي تشير إلى أن بعض الأفراد يتفاعلون مع هذه المنشورات بدافع ديني أو أخلاقي، وإن لم تكن بنفس الحدة العاطفية .أما فئة "أخرى"، فقد تشمل دوافع مثل الإحساس بالذنب أو التأثر بحالات مشابهة في الواقع.

تدل هذه النتائج على أن التعاطف هو المحرك النفسي الأكثر استغلالا في التسول الإلكتروني، ما يستدعي ضرورة نشر ثقافة التحقق من مصداقية المحتوى قبل التفاعل معه، وتوجيه المستخدمين نحو قنوات رسمية منظمة وامنة للتبرع

**الجدول رقم 13: يبين ما إذا كان الدافع الاجتماعي يشكل سببا في زيادة انتشار ظاهرة التسول الالكتروني**

| الاجابة | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| نعم | 61 | %91 |
| لا | 7 | %9 |
| المجموع | 68 | 68 |

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على تفريغ بيانات الاستمارة الميدانية

بالاعتماد على الجدول13 عبر ما نسبته 91% من أفراد العينة (61 شخصًا من أصل 68) بأن الدافع الاجتماعي يُساهم في انتشار هذه الظاهرة، بينما رفض 9% فقط (7 أفراد) هذا الاختيار.

تشير هذه النتيجة المرتفعة إلى أن العوامل الاجتماعية تلعب دورا محوريا في تفشي التسول عبر المنصات الافتراضية، سواء تعلق الأمر بالفقرو البطالة أو هشاشة الروابط الاجتماعية، و غياب التكافل المؤسساتي . فالمتسولون الرقميون يستندون غالبا إلى خطاب اجتماعي مؤثر (مثل المرض، التهجير، مسؤولية إعالة أطفال، أو فقدان المعيل...) لاستعاطف الجمهور المتلقي لمحتوياتهم. كما أن ضعف آليات الرقابة الاجتماعية والمؤسسية تكون تعمل كارض خصبة لانتشار هذه الممارسات، خاصة حين تغيب بدائل الإعانة الرسمية أو تكون غير كافية.

**الجدول رقم 14: يبين ما إذا كان الدافع الاجتماعي لزيادة انتشار ظاهرة التسول الالكتروني**

| الاجابة | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| الفقروالحاجة | 39 | %64.2 |
| المرض | 2 | %3 |
| اليتم | 1 | %1.5 |
| الاقصاء والتهميش الاجتماعي | 13 | %22.4 |
| أخرى | 15 | %8.9 |
| المجموع | 61 | %100 |

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على تفريغ بيانات الاستمارة الميدانية

يوضح الجدول14 أن أغلبية العينة (64.2%) تعزو انتشار ظاهرة التسول الإلكتروني إلى الفقر والحاجة، يليه الإقصاء والتهميش الاجتماعي بنسبة 22.4%، ثم فئة "أخرى" بنسبة .8.9% بينما احتلت المرض واليُتم نسبًا ضئيلة جدًا بلغت % 3و 1.5%على التوالي، ما يشير إلى أن هذه الأسباب أقل تأثيرا في نظر المستجوبين.

تشير هذه النتائج إلى أن ظاهرة التسول الإلكتروني متجذرة في البنية الاقتصادية والاجتماعية أكثر من كونها ناتجة عن ظروف فردية أو صحية فارتفاع نسبة المستجيبين الذين ربطوا الظاهرة بالفقر تبين أن المنصات الافتراضية أصبحت بديلاارقميا لطلب الإعانة، خاصة في ظل ضعف آليات الحماية الاجتماعية ومحدودية فرص العمل. كما أن نسبة مهمة ترى في الإقصاء والتهميش دافعا رئيسيا، وهو ما يدل على أن فئات اجتماعية معينة تشعر بعدم الانتماء أو أنها مهمّشة من مشاريع التنمية، فتجد في التسول الإلكتروني وسيلة تعبير وطلب للدعم.

في السياق ذاته تعكس النسب المنخفضة المرتبطة بالمرض واليتم أن المستخدمين لا يعتبرون هذه الحالات عوامل عامة أو مهيمنة على ظاهرة التسول الإلكتروني، وربما يعود ذلك إلى تراجع الثقة في مصداقية هذه المبررات بعد تكرار استغلالها من طرف حسابات وهمية أو احتيالية. أما فئة "أخرى"، فقد تتضمّن دوافع غير تقليدية مثل الرغبة في الربح السريع، أو الاتجار بالعاطفة، أو حتى سلوكيات جماعية تتكرر بفعل التقليد الاجتماعي المنتشر على المنصات.

**الجدول رقم 15: يبين وجود شك في طلب المساعادات المالية عبروسائل التواصل الاجتماعي**

| الاجابة | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| نعم | 52 | %76.5 |
| لا | 8 | %11.8 |
| أحيانا | 8 | %11.8 |
| المجموع | 68 | %100 |

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على تفريغ بيانات الاستمارة الميدانية

كانت الإجابات في الجدول 15 موزعة على النحو التالي: 52 فردًا بنسبة 76.5% أبدوا شكوكًا واضحة، بينما أبدى 8 أفراد فقط (11.8%) عدم وجود شكوك، فيما عبّر 8 أفراد آخرون (11.8%) عن شعورهم بالشك أحيانًا.

تعكس النسبة المرتفعة (76.5%) لمن أبدوا شكوكا في طلبات المساعدات المالية عبر وسائل التواصل الاجتماعي حالة عامة من عدم الثقة في هذه الوسائل، ويمكن تفسير ذلك بانتشار حالات الاحتيال الإلكتروني وتكرار الأخبار حول قصص زائفة تستغل العواطف لجمع الأموال يشير هذا الاتجاه إلى أن المستخدمين أصبحوا أكثر وعيا بالمخاطر المحتملة لهذه الطلبات، مما دفعهم لتبني نهج أكثر حذرا.

كما تشير نسبة 11.8% لكل من الإجابتين (لا وأحيانًا) إلى وجود شريحة صغيرة لا تشعر بالشك أو تتردد أحيانا فقط في الحكم قد يكون هذا التوجه نتيجة لعوامل مثل الثقة الشخصية في القائمين على الطلبات، أو نجاح بعض الحالات في تقديم وثائق موثوقة لدعم مصداقيتهم. ومع ذلك، فإن هذه النسب تظهر أن الأغلبية لا تزال تميل إلى تبني موقف متحفظ.

**الجدول رقم 16: يبين حملات التبرع التي تنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعية مقنعة بما يكفي لتشجيع المستخدمين على المساهمة فيها**

| الاجابة | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| نعم | 41 | %59.7 |
| لا | 27 | %40.3 |
| المجموع | 68 | %100 |

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على تفريغ بيانات الاستمارة الميدانية

من خلال النتائج أعلاه في الجدول 16، يتضح أن النسبة الأكبر من المبحوثين (59.7%) يرون أن هذه الحملات مقنعة بما يكفي، في حين أن 27 مشاركا(40.3%) يرون عكس ذلك

النسبة التي تبلغ 59.7% تشير إلى أن غالبية المشاركين يعتبرون حملات التبرع المنشورة عبر وسائل التواصل الاجتماعي مقنعة بدرجة جيدة حيث يمكن أن يعزى ذلك إلى استخدام تقنيات التسويق العاطفي، وعرض قصص إنسانية مؤثرة، وتقديم أدلة مرئية في بعض الاحيان مثل الصور والفيديوهات التي تزيد من مصداقية الحملات وتُحفز المستخدمين على التبرع.

مع ذلك، تظهر نسبة 40.3% أن هناك نسبة كبيرة من المستخدمين لا يجدون أن هذه الحملات مقنعة وقد يعود ذلك إلى انتشار حملات زائفة أو غير موثوقة، أو شعورهم بعدم وجود شفافية كافية في كيفية استخدام الأموال المجمعة

الجدول رقم 17: يبين نتائج المحور الأول دوافع ممارسة التسول الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي

| السؤال | الاجابة | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|---|
| الفئة الاجتماعية الأكثر ممارسة للتسول الالكتروني عبر منصات التواصل الاجتماعية | النساء | 42 | %61.8 |
| | الرجال | 8 | %11.8 |
| | كبار السن | 2 | %2.9 |
| | المطلقات | 10 | %14.7 |
| | الأرامل | 3 | %4.4 |
| | الأطفال | 1 | %1.5 |
| | ذوي الإعاقة | 2 | %2.9 |
| | المجموع | 68 | %100 |
| المنصات الافتراضية التي تنتشر فيها المنشورات المتعلقة بالتسول | الفايسبوك | 42 | %61.8 |
| | اليوتوب | 1 | %1.4 |
| | التكتوك | 25 | %36.8 |
| | المجموع | 68 | %100 |
| أشكال التسول الالكترونية التي صادفتها عبر منصات التواصل الافتراضية | مقاطع صوتية | 1 | %1.5 |
| | مقاطع فيديو | 28 | %41.2 |
| | منشورات كتابية | 39 | %57.4 |
| | المجموع | 68 | %100 |
| رأي العينة حول لمنشورات الخاصة بالتسول الالكتروني إن كانت تصدر من حسابات وهمية | نعم | 23 | %34.3 |
| | لا | 9 | %13.4 |
| | أحيانا | 36 | %52.2 |
| | المجموع | 68 | %100 |
| يزداد ظهور المنشورات المرتبطة بالتسول بالمناسبات كرمضان والأعياد الدينية | نعم | 62 | %91.2 |
| | لا | 6 | %8.8 |
| | المجموع | 68 | %100 |
| :يشكل الدافع النفسي سببا في زيادة انتشار ظاهرة | نعم | 60 | %88.2 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| التسول الالكتروني | لا | 8 | %11.8 |
| | المجموع | 68 | %100 |
| إذا كانت الإجابة بنعم هل ذلك راجع إلى | التعاطف | 45 | %75.4 |
| | فعل الخير | 11 | %18.5 |
| | أخرى | 4 | %6.1 |
| | المجموع | 60 | %100 |
| يشكل الدافع الاجتماعي سببا في زيادة انتشار ظاهرة التسول الالكتروني | نعم | 61 | %91 |
| | لا | 7 | %9 |
| | المجموع | 68 | 68 |
| إذا كانت الإجابة بنعم هل ذلك راجع إلى: | الفقر والحاجة | 39 | %64.2 |
| | المرض | 2 | %3 |
| | اليتم | 1 | %1.5 |
| | الاقصاء والتهميش الاجتماعي | 13 | %22.4 |
| | أخرى | 15 | %8.9 |
| | المجموع | 61 | %100 |
| وجودج شك في طلب المساعادات المالية عبروسائل التواصل الاجتماعي | نعم | 52 | %76.5 |
| | لا | 8 | %11.8 |
| | أحيانا | 8 | %11.8 |
| | المجموع | 68 | %100 |
| حملات التبرع التي تنشرعبرمو اقع التواصل الاجتماعية مقنعة بما يكفي لتشجيع المستخدمين على المساهمة فيها | نعم | 41 | %59.7 |
| | لا | 27 | %40.3 |
| | المجموع | 68 | %100 |

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على تفريغ بيانات الاستمارة الميدانية

يعرض الجدول17 نتائج دوافع ممارسة التسول الإلكتروني عبر منصات التواصل الاجتماعي. من بين الفئات الاجتماعية، تمثل النساء النسبة الأعلى من الممارسين لهذه الظاهرة بنسبة 61.8%، تليهن المطلقات بنسبة

14.7%. أما الأطفال وكبار السن والأرامل وذوي الإعاقة فكانت نسبهم أقل من 5% لكل فئة. فيما يتعلق بالمنصات، يتصدر فيسبوك (61.8%) وتيك توك (36.8%) كأكثر المنصات انتشارًا لظاهرة التسول الإلكتروني، في حين أن يوتيوب يساهم بشكل طفيف (1.4%). أشكال التسول الأكثر شيوعًا تتنوع بين المنشورات الكتابية (57.4%) ومقاطع الفيديو (41.2%)، مع استخدام محدود للمقاطع الصوتية.(1.5%)

تعكس النتائج أن النساء والمطلقات يشكلن الفئة الأكثر تمثيلًا في التسول الإلكتروني، مما يُظهر استغلال الفئات الهشة اجتماعيًا لهذه الظاهرة بهدف كسب التعاطف. كما أن تركيز التسول على منصات مثل فيسبوك وتيك توك يعكس القدرة الكبيرة لهذه الوسائط على الوصول إلى جمهور واسع، واستغلال خوارزمياتها التي تدعم المحتوى العاطفي أو الجدلي لتحقيق انتشار أوسع.

من ناحية الشكوك حول المصداقية، يشير 52.2% من المشاركين إلى أن حسابات التسول الإلكتروني تكون أحيانًا وهمية، بينما أكد 34.3% أنها غالبًا كذلك. هذا يُبرز أزمة ثقة حقيقية لدى المستخدمين، مما يعزز الحاجة إلى تنظيم المحتوى وزيادة وعي المستخدمين. كما أظهرت النتائج ارتباط الظاهرة بالمناسبات الاجتماعية والدينية، مثل رمضان والأعياد، بنسبة 91.2%، مما يعكس استغلال المناسبات ذات الطابع الخيري في إثارة التعاطف وجذب التبرعات.

الدوافع النفسية والاجتماعية كانت محورًا رئيسيًا، حيث أكد 88.2% من المشاركين أن التعاطف وفعل الخير يشكلان المحرك الأساسي وراء الظاهرة، بينما أشار 91% إلى أن الفقر والتهميش والإقصاء الاجتماعي هي الأسباب الأكثر تأثيرًا. هذه النتائج تضع الضوء على الجانب العاطفي والاجتماعي في تعزيز الظاهرة، مما يستدعي ضرورة معالجة الفقر والبطالة كمسببات رئيسية، إلى جانب زيادة حملات التوعية المجتمعية، وتنظيم منصات التواصل الاجتماعي، وتشديد الرقابة القانونية على مثل هذه الأنشطة.

**نتائج المحور الثاني: تأثير ظاهرة التسول الإلكتروني على الثقة بين مستخدمي مو اقع التواصل الاجتماعي**

**الجدول رقم 18:يبين التفاعل مع محتوى متعلق بظاهرة التسول الالكتروني**

| الاجابة | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| نعم | 46 | %67.6 |
| لا | 22 | %32.4 |
| المجموع | 68 | %100 |

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على تفريغ بيانات الاستمارة الميدانية

يتبين لنا من خلال الجدول18 أن النسبة الأكبر من المبحوثين المقدرة ب 67.6% يتفاعلون مع هذا النوع من المحتوى، بينما أفاد 22 مبحوثا بنسبة 32.4% بعدم التفاعل مع تلك المحويات ذات الصلة بالتسول الاكتروني.

هذا ويمكن تفسير النسبة البالغة 67.6% إلى أن غالبية المستخدمين يتفاعلون مع محتويات تتعلق بظاهرة التسول الإلكتروني لانتشار مثل هذهالمحتويات بشكل واسع عبر مواقع التواصل الاجتماعي، واعتماده على تقنيات جذب الانتباه مثل القصص الإنسانية المؤثرة أو الصور والفيديوهات التي تثير التعاطف، ويكمن أن يكون هذا التفاعل ناتجا عن رغبة المستخدمين في تقديم الدعم، أو على الأقل إظهار التعاطف، حتى لو كان ذلك بمجرد الإعجاب أو التعليق، كما عبرت نسبة 32.4% عن وجود شريحة كبيرة من المستخدمين لا يتفاعلون مع محتوى التسول الإلكترونيويعود هذا كا اشرنا في جداول سابقة للشكوك المرتبطة بمصداقية هذه الحملات

**الجدول رقم 19: يبين نوع التفاعل مع محتوى متعلق بظاهرة التسول الالكتروني**

| الاجابة | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| تقديم المساعدة | 13 | %29.2 |
| التعليق النقدي على المنشور | 9 | %18.8 |
| التشكيك في مصداقة المنشور | 11 | %25 |
| مشاركة المنشور مع التعليق | 11 | %25 |
| أخرى | 2 | %2.1 |
| المجموع | 46 | %100 |

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على تفريغ بيانات الاستمارة الميدانية

يُبين الجدول 19أن أنواع التفاعل مع محتوى التسول الإلكتروني على مواقع التواصل الاجتماعي تتوزع بين: تقديم المساعدة والمعبر عنهامن قبل المبحوثين بنسبة 29.2%، والتشكيك في مصداقية المنشورات ومشاركتها مع التعليق عليها بنسبة حددت ب 25%، فيما نجد الاجابة عاى اختيار التعليق النقدي بنسبة 18.8 تقدر بـ%، وفي الاخير نجد أنواع أخرى من التفاعل قدرت نسبها ب 2.1%، الملاحظ في عموم نتائج هذا الجدول أن هناك تباين ملحوظ في طرق تفاعل المستخدمين مع ظاهرة التسول الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي، تنحصر بين تقديم المساعدة احيانا والتشكيك والنقد احيانا اخرى، وعلى الرغم من ان فئة كبيرة تستجيب بالتعاطف والمساعدة في عديد الاحيان الا أنه في المقابل تظهر الشكوك والتحذيرات بشكل متزايدا حول مصداقية وجدية هذه المحتويات.

**الجدول رقم 20: يبين وجود تردد في التفاعل مع المنشورات ذات الطابع الإنساني بسبب انتشار المحتالين عبروسائل التواصل الاجتماعي**

| الاجابة | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| دائما | 22 | %32.4 |
| أحيانا | 44 | %64.7 |
| أبدا | 2 | %2.9 |
| المجموع | 68 | %100 |

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على تفريغ بيانات الاستمارة الميدانية

يوضح الجدول20 أن نسبة كبيرة من المستخدمين تتردد في التفاعل مع المنشورات ذات الطابع الإجتماعي بسبب انتشار المحتالين على وسائل التواصل الاجتماعي، إذ أفاد 64.7% من المبحوثين أنهم يترددون احيانا في التفاعل المباشر، بينما أشار ما نسبته 32.4% إلى أنهم يترددون في التفاعل مع هذه المحتويات بشكل دائم، أما النسبة القيلة والمقدرة ب2.9% فقط أفادوا بعدم الشعور بالتردد مطلقا.

وفي تفسيرنا للنسبة الإجمالية للتردد المحصورة بين الاجابة بدائما وأحيانا والتي تقدر مجموع نسبتهما ب 97.1%، نستشف أن الغالبية من المبحوثين كما بينت النسبة يتفاعلون بحذر مع المنشورات ذات الطابع الاجتماعي خوفا من الوقوع كضحايا للاحتيال أو دعم حملات غير حقيقية، وهذا يشير حتما إلى وجود تأثير سلبي على عامل الثقة الرقمية بين المستخدمين.

**الجدول رقم 21: يبين شعورعينة الدراسة عند رؤية منشورات مشكوك في مصداقيتها يطلب الإعانة المادية عبروسائل التواصل الاجتماعي**

| الاجابة | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| الشك | 20 | %29.4 |
| التعاطف | 7 | %10.3 |
| الغضب | 8 | %11.8 |
| اللامبالاة | 31 | %47.1 |
| أخرى | 2 | %1.5 |
| المجموع | 68 | %100 |

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على تفريغ بيانات الاستمارة الميدانية

يبين الجدول21 مشاعر عينة الدراسة حيث جاءت النتائج على النحو التالي: 47.1% من المشاركين يشعرون باللامبالاة، و29.4% يشعرون بالشك، ونسبة 11.8% بالغضب، و10.3% بالتعاطف، بينما 1.5% أفادوا بمشاعر أخرى.

وقد افادات النسبة الأكبر المقدرة ب47.1% بالشعور باللامبالاة تجاه هذه المنشورات وهذا يعكس المستوى الحقيقي لفقدان ثقة المستخدمين في المنشورات المشبوهة التي تطلب المساعدات المالية ولعلى تفسير ذلك يعود لكثرة تلك المنشورات وصعوبة التمييز بين الصادق منها والزائف.

فيما عبرت ايضا نسبة معتبرة من المبحوثين بالتشكيك في هذه المنشورات من خلال نسبة 29.4% و هذا ما يظهر مستوى عال من الوعي بين المستخدمين بالمخاطر المحتملة للتعامل مع هذه المنشورات فالشك قد يؤدي إما إلى عدم التفاعل أو إلى البحث عن طرق للتحقق من صحة المعلومات قبل اتخاذ أي إجراء

.

**الجدول رقم 22: يبين وجود تردد في مشاركة محتوى انساني بسبب الخوف من المصداقية**

| الاجابة | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| دائما | 24 | %35.8 |
| أحيانا | 39 | %58.2 |
| أبدا | 5 | %6 |
| المجموع | 68 | %100 |

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على تفريغ بيانات الاستمارة الميدانية

يشير الجدول رقم (22) إلى مدى وجود تردد لدى المستخدمين في مشاركة المحتوى الإنساني عبر وسائل التواصل الاجتماعي بسبب الخوف من المصداقيةحيث أفاد 35.8% من المشاركين بأنهم دائمًا يترددون في المشاركة، بينما عبر 58.2% منهم أنهم يترددون في بعض الاجيان، في حين أفاد 6% فقط بعدم وجود تردد لديهم.

هذا وقد عبرت النسبة الكبرى المقدرة ب58.2% بأنها تتردد في غالب الاحيان في مشاركة المنشورات ذات الصلة بالتسول عبر منصات التواصل، وهذ لا شك يعكس الحالة الجادة من الحذر والانتقائية بين المستخدمين في التعامل مع المحتوى الإنساني، قد يكون هذا السلوك مرتبطا بتقييمهم الشخصي لكل حالة على حدة، بناء على تفاصيل المنشور ومدى وضوح مصداقيته وهو ما يشير إلى عدم وجود ثقة مطلقة، حتى في الحالات التي قد تبدو مقنعة.

**الجدول رقم 23: نوع عملية تقديم المساعدة والتبرع المادي**

| الاجابة | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| عبر المنصات الالكترونية | 2 | %1.5 |
| التبرع عبر الجمعيات | 5 | %7.4 |
| عبر الجهات الرسمية | 9 | %13.2 |
| مباشرة للمحتاج | 53 | %77.9 |
| المجموع | 68 | %100 |

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على تفريغ بيانات الاستمارة الميدانية

يوضح الجدول23 أنواع عمليات تقديم المساعدة والتبرع المادي كما ورد في اجابات عينة الدراسة، إذ أظهرت النتائج أن النسبة الكبرى المقدرة 77.9% من المشاركين يفضلون تقديم المساعدة مباشرة إلى المحتاجين، تليها التبرعات عبر الجهات الرسمية بنسبة 13.2%، ثم التبرع عبر الجمعيات بنسبة 7.4%، فيما أشار 1.5% فقط إلى أن استخدامهم المنصات الإلكترونية لتقديم المساعدات.

وتعبر هن النسبة الكبيرة للمبحوثين المقدرة ب 77.9% أنها تفضل تقديم المساعدة مباشرة للمحتاجين وهذا ما يعكس رغبة المستخدمين في ضمان وصول التبرعات إلى المستحقين دون وسطاء لانعدام الثقة في الوسائل غير المباشرة بسبب المخاوف المتعلقة بالمصداقية كما سبق واشرنا في الجداول السابقة، خاصة مع انتشار المحتالين عبر وسائل التواصل الاجتماعي. كما قد يكون للتواصل المباشر أثر نفسي إيجابي في تعزيز شعور المانح بالثقة والطمأنينة.

**الجدول رقم 24: يبين نتائج المحور الثاني تأثير ظاهرة التسول الإلكتروني على الثقة بين مستخدمي مو اقع التواصل الاجتماعي**

| السؤال | الاجابة | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|---|
| التفاعل مع محتوى متعلق بظاهرة التسول الالكتروني | نعم | 46 | %67.6 |
| | لا | 22 | %32.4 |
| | المجموع | 68 | %100 |
| إذ كانت الإجابة بنعم، ماهو نوع هذا التفاعل؟ | تقديم المساعدة | 13 | %29.2 |
| | التعليق النقدي على المنشور | 9 | %18.8 |
| | التشكيك في مصداقة المنشور | 11 | %25 |
| | مشاركة المنشور مع التعليق | 11 | %25 |
| | أخرى | 2 | %2.1 |
| | المجموع | 46 | %100 |
| وجود تردد في التفاعل مع المنشورات ذات الطابع الإنساني بسبب انتشار المحتالين عبر وسائل التواصل الاجتماعي | دائما | 22 | %32.4 |
| | أحيانا | 44 | %64.7 |
| | أبدا | 2 | %2.9 |
| | المجموع | 68 | %100 |
| شعور عينة الدراسة عند رؤية منشورات مشكوك في مصداقيتها يطلب الإعانة المادية عبر وسائل التواصل الاجتماعي | الشك | 20 | %29.4 |
| | التعاطف | 7 | %10.3 |
| | الغضب | 8 | %11.8 |
| | اللامبالاة | 31 | %47.1 |
| | أخرى | 2 | %1.5 |
| | المجموع | 68 | %100 |
| وجود تردد في مشاركة محتوى انساني بسبب الخوف من المصداقية | دائما | 24 | %35.8 |
| | أحيانا | 39 | %58.2 |
| | أبدا | 5 | %6 |
| | المجموع | 68 | %100 |
| نوع عملية تقديم المساعدة والتبرع المادي | عبر المنصات الالكترونية | 2 | %1.5 |
| | التبرع عبر الجمعيات | 5 | %7.4 |
| | عبر الجهات الرسمية | 9 | %13.2 |
| | مباشرة للمحتاج | 53 | %77.9 |
| | المجموع | 68 | %100 |

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على تفريغ بيانات الاستمارة الميدانية

يعرض الجدول24 تأثير ظاهرة التسول الإلكتروني على الثقة بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي. أشار 67.6% من العينة إلى أنهم يتفاعلون مع محتوى التسول الإلكتروني، بينما 32.4% لا يتفاعلون معه. من بين أشكال التفاعل، جاءت "تقديم المساعدة" بنسبة 29.2%، و"التشكيك في المصداقية" و"مشاركة المنشور مع التعليق" بنسبة متساوية 25% لكل منهما. أظهرت النتائج أن 64.7% من المشاركين يترددون أحيانًا في التفاعل مع المنشورات ذات الطابع الإنساني بسبب انتشار المحتالين، و35.8% يشعرون بتردد دائم في مشاركة هذه المحتويات. أما نوع تقديم المساعدة، فقد فضّل 77.9% تقديم الدعم مباشرة للمحتاج، بينما كانت النسبة الأقل (1.5%) للتبرع عبر المنصات الإلكترونية.

- التفاعل مع محتوى التسول الإلكتروني يعكس انقسامًا في سلوك المستخدمين، حيث يتباين بين المساعدة المباشرة والتعبير عن الشكوك أو النقد. التردد في التفاعل بسبب الخوف من المصداقية يشير إلى أزمة ثقة تؤثر على مبادرات المساعدة، وهو ما يُظهر أن انتشار ظاهرة التسول الإلكتروني بات يُعقّد العلاقات بين المستخدمين على منصات التواصل.

- من ناحية الشعور تجاه منشورات التسول المشكوك في مصداقيتها، كانت "اللامبالاة" هي السمة الغالبة (47.1%)، تليها مشاعر الشك بنسبة 29.4%. هذا يوضح أن جزءًا كبيرًا من المستخدمين أصبحوا محصنين نفسيًا أو غير مبالين، وهو ما يمكن أن يؤثر سلبًا على الحالات الحقيقية التي تحتاج فعلاً إلى المساعدة. في المقابل، يعبر هذا التوجه أيضًا عن إرهاق عاطفي ناجم عن تكرار المحتوى غير الموثوق.

- التردد الواضح في مشاركة محتويات إنسانية (حيث أشار 94% إلى أنهم مترددون دائمًا أو أحيانًا) يعكس إدراكًا متزايدًا لخطورة ظاهرة التسول الإلكتروني، خصوصًا في ظل غياب آليات واضحة للتحقق من المصداقية. هذا يعكس الحاجة إلى تقنيات أفضل للتحقق من مصداقية الحملات الإنسانية على المنصات الافتراضية.

نتائج الجدول تُبرز تأثيرا عميقًا لظاهرة التسول الإلكتروني على ثقة المستخدمين في منصات التواصل الاجتماعي. بينما تظهر نسبة كبيرة من المستخدمين استعدادا لتقديم المساعدة مباشرة للمحتاجين، فإن التردد واللامبالاة الناتجين عن الشكوك في مصداقية المنشورات يعكسان حاجة ملحة لتعزيز الثقة عبر قوانين رقابية، وخلق بيئة افتراضية تضمن مصداقية المحتوى الإنساني.

**المحور الثالث : وعي مستخدمي مو اقع التواصل الاجتماعي بمخاطر التسول الإلكتروني**

**الجدول رقم 25: يبين ما إذا كانت ظاهرة التسول الالكتروني خطيرة اجتماعيا حسب أفراد العينة**

| الاجابة | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| نعم | 42 | %61.8 |
| لا | 3 | %4.4 |
| إلى حد ما | 23 | %33.8 |
| المجموع | 68 | %100 |

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على تفريغ بيانات الاستمارة الميدانية

يوضح الجدول25 آراء عينة الدراسة حول خطورة ظاهرة التسول الإلكتروني اجتماعيًا. حيث أفاد 61.8% من المشاركين بأنها ظاهرة خطيرة اجتماعيًا، بينما 33.8% يرونها خطيرة إلى حد ما، في حين ذكر 4.4% فقط أنها ليست خطيرة.

النسبة الأكبر (61.8%) التي ترى التسول الإلكتروني كظاهرة خطيرة اجتماعيًا تعكس وعيًا عميقا بأثر هذه الظاهرة على المجتمع و يظهر ذلك إدراكا بأن التسول الإلكتروني لا يقتصر على التأثير الفردي، بل يمتد ليشمل قضايا اجتماعية، مثل انعدام الثقة بين الأفراد واستغلال العواطف لتحقيق مكاسب غير مشروعة، كما تعبر ما نسبة 33.8% من المبحوثين بان هذه الظاهرة الاجتماعية ليست بالخطر الكبير وقد يكون هذا الرأي مرتبطا بعدم مواجهة هؤلاء المستخدمين لتجارب شخصية مباشرة مع المحتالين أو بتفاؤلهم بشأن إيجاد حلول للحد من الظاهرة، أما فيما يخص النسبة الصغيرة والتي عبرت عن رايها بنسبة 4.4% فلا تعتبر الظاهرة خطيرة جيث ترى أن التسول الإلكتروني شكل طبيعي من افرازات البيئة الرقمية ولا يعتبر بذلك تهديدًا حقيقيًا للمجتمع.

**الجدول رقم 26: يبين مدى معرفة عينة الدراسة بالاجراءات القانونية ضد التسول الاكتروني**

| الاجابة | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| ضعيفة | 26 | %39.7 |
| متوسطة | 33 | %48.5 |
| جيدة | 9 | %11.8 |
| المجموع | 68 | %100 |

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على تفريغ بيانات الاستمارة الميدانية

يوضح الجدول26 مدى معرفة عينة الدراسة بالإجراءات القانونية المتعلقة بمكافحة التسول الإلكتروني. حيث أشار 39.7% من المشاركين إلى أن معرفتهم ضعيفة، بينما أفاد 48.5% بامتلاكهم معرفة متوسطة، في حين ذكر 11.8% أن معرفتهم جيدة.

وتعبر النسبة الكبيرة من المشاركين الذين وصفوا معرفتهم بالإجراءات القانونية بأنها ضعيفة بنسبة تعبيرية تقدر ب39.7% أو متوسطة بنسبة تقدر ب48.5%، تعكس نقصصا عاما في الوعي القانوني المرتبط بهذه الظاهرة قد يرجع الى عدم وجود حملات توعوية كافية أو قلة انتشار المعلومات القانونية عبر القنوات الرسمية والمنصات الإعلامي، وبطبيعة الحال فإن ضعف المعرفة بالإجراءات القانونية قد يؤدي إلى تفاقم ظاهرة التسول الإلكتروني، خاصة وأن الأفراد قد لا يدركون كيفية الإبلاغ عن هذه الحالات أو التعامل معها بشكل قانوني، كما أن هذا الضعف قد يعزز ترددهم في التفاعل مع المحتوى الإنساني الصادق، خوفا من التورط في أنشطة غير مشروعة.، اما فيما يخص النسبة الصغيرة المقدرة ب 11.8% والتي أبلغت عن معرفتها الجيدة بالإجراءات القانونية تشير إلى وجود شريحة محدودة من المستخدمين لديهم وعي قانوني جيد وغالبا ما يكون هؤلاء الأفراد أكثر قدرة على حماية أنفسهم من الاحتيال والتعامل مع الظاهرة بشكل أكثر فعالية.

**الجدول رقم 27: يبين الوسيلة التي يراها المبحوثون مناسبة لتوعية المستخدمين بخطورة هذه الظاهرة**

| الاجابة | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| منشورات تفاعلية | 15 | %22.1 |
| مقاطع فيديو توعوية | 32 | %48.5 |
| دورات افتراضية وندوات مباشرة | 20 | %29.5 |
| المجموع | 68 | %100 |

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على تفريغ بيانات الاستمارة الميدانية

يوضح الجدول27 أن الوسائل التي تراها عينة الدراسة مناسبة لتوعية المستخدمين بخطورة ظاهرة التسول الإلكتروني حيث احتلت مقاطع الفيديو التوعوية المرتبة الأولى بنسبة 48.5%، تلتها الدورات الافتراضية والندوات المباشرة بنسبة 29.5%، ثم المنشورات التفاعلية بنسبة 22.1%. وتظهر النسبة الكبيرة للعينة المبحوثة التفضيل قد عبرت عن تفضيل مقاطع الفيديو التوعوية (48.5%) وهذا راجع الى أن المستخدمين عبر مواقع التواصل الاجتماعية يفضلون المحتوى البصري الذي يسهل فهمه ويتيح عرض المعلومات بشكل واقعي.

**الجدول رقم 28: يبين نوع التصرف في حالة مصادفة منشوربخصوص التسول الالكتروني**

| الاجابة | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| تتجاهل المنشور | 51 | %75 |
| تقدم المساعدة | 6 | %8.8 |
| تحذر المستخدمين منه | 12 | %16.2 |
| المجموع | 68 | %100 |

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على تفريغ بيانات الاستمارة الميدانية

يبنن الجدول رقم28 ردود أفعال عينة الدراسة عند مصادفة منشورات تتعلق بالتسول الإلكتروني. حيث أشار 75% من المشاركين إلى أنهم يتجاهلون المنشور، بينما 16.2% يحذرون المستخدمين منه، و8.8% فقط يقدمون المساعدة.

هذا و تعبر النسبة الكبيرة من المبحوثين المقدرة 75% بتجاهل المنشورات التي تظهر مستوى عال من الإحباط أو عدم الثقة لدى المستخدمين تجاه هذه الظاهرة يعكس هذا السلوك فقدان الأمل في التحقق من مصداقية المحتوى، ما يؤدي إلى انسحاب الأفراد من التفاعل تماما كوسيلة لتجنب الوقوع في الاحتيال.

اما نسبة 16.2% من العينةالمبحوثة تقوم بتحذير الآخرين ويظهر هذا وعيا إيجابيا بين المستخدمين الذين يسعون لحماية بقية المستخدمين، وهذا السلوك قد يشير إلى وجود شريحة من المستخدمين الافتراضين تسعى لتحويل تجربتها مع هذه المنشورات إلى فرصة لنشر الوعي والحد من انتشار المحتوى المشبوه.

**الجدول رقم 29: يبين درجة تقيم مستوى الحملات التوعوية الموجهة للحد من ظاهرة التسول الالكتروني**

| الاجابة | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| غير موجودة | 24 | %35.8 |
| قليلة | 42 | %62.7 |
| كثيرة | 2 | %1.5 |
| المجموع | 68 | %100 |

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على تفريغ بيانات الاستمارة الميدانية

يشير الجدول رقم 29 إلى تقييم عينة الدراسة لمستوى الحملات التوعوية الموجهة للحد من ظاهرة التسول الإلكتروني. حيث أفاد 62.7% من المشاركين بأن هذه الحملات قليلة، بينما رأى 35.8% أنها غير موجودة تماما، وأشار 1.5% فقط إلى أنها كثيرة.

وقد عبرت النسبة الكبرى المقدرة ب62.7 %من خلال وصف الحملات التوعوية بأنها قليلة تعكس وجود محاولات محدودة لنشر الوعي حول التسول الإلكتروني، لكنها تبقى غير كافية لتغطية حجم المشكلة ولعلى هذا النقص قد يكون ناتجا عن نقص الدعم المؤسسي لهذه الحملات أو ضعف الاهتمام العام بالظاهرة مقارنة بقضايا أخرى التي الفنا رؤيتها في ساحات هذا العالم الافتراضي.

**الجدول رقم 30: يبين ضرورة الإبلاغ عن وجود احتيال عبر وسائل التواصل الاجتماعي من خلال منشورات التسول**

| الاجابة | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| نعم | 46 | %69.1 |
| لا | 4 | %4.4 |
| أحيانا | 18 | %26.5 |
| المجموع | 68 | %100 |

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على تفريغ بيانات الاستمارة الميدانية

يوضح الجدول رقم 30 أراء عينة الدراسة حول ضرورة الإبلاغ عن حالات الاحتيال عبر وسائل التواصل الاجتماعي من خلال منشورات التسول إذ أظهرت النتائج أن 69.1% من المستخدمين يرون أن الإبلاغ ضروري، في حين أفاد 26.5% بأنه ضروري في بعض الأحيان، وأشار 4.4% فقط إلى عدم الحاجة للإبلاغ.

حيث جاءت النسبة الكبيرة المقدرة ب69.1% بتأيد الإبلاغ عن منشورات التسول الاحتيالي وهو ما يعكس وعيا متزايدا بين المستخدمين حول خطورة هذه الظاهرة وأهمية اتخاذ خطوات فاعلة لمواجهتها، و يشير ذلك أيضا إلى إدراك الجمهور لدورهم في محاربة الاحتيال وحماية البيئة الرقمية.

**الجدول رقم 31: يبين ما إذا كانت منصات التواصل الاجتماعية توفر أدوات كافية للإبلاغ عن المحتوى المضلل المشبوه**

| الاجابة | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| نعم | 31 | %45.6 |
| لا | 37 | %54.4 |
| المجموع | 68 | %100 |

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على تفريغ بيانات الاستمارة الميدانية

يشير الجدول رقم 31 إلى تقييم المستخدمين لكفاية أدوات الإبلاغ عن المحتوى المضلل والمشبوه على منصات التواصل الاجتماعي حيث أظهرت النتائج أن 54.4% من المبحوثين يعتقدون أن هذه الأدوات غير كافية، في حين يرى 45.6% أنها كافية، وها مما يعكس ختلافا واضحًا وعدم اتفاق حول هذ الاتجاه. ولعى اقرار الأغلبية المبحوثةبهذه النسبة التي تفوق نصف المبحوثين يعزز من كلامنا السابق حول الشعور بالإحباط تجاه العديد من محتويات منصات التواصل الاجتماعي

أما ما تعلق بنسبة الفئة المبحوثةالتي ترى عبرت عن كفاية الأدوات المتعلقة بالابلاغ عن المحويات الزائفة والتي قدرت ب45.6%، فيشير إلى وجود مزايا ملموسة في آليات الإبلاغ الحالية بالنسبة لبعض المستخدمين، ويمكن ان يعزى قد هذا الى ان هذه الفئة أكثر دراية باستخدام هذه الأدوات أو لديها تجارب إيجابية في الإبلاغ عن المحتوى المضلل.

**الجدول رقم 32: يبين فعالية الجانب القانوني في الردع والحد من التسول الالكتروني**

| الاجابة | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| قوي | 8 | %10.4 |
| متوسط | 32 | %47.8 |
| ضعيف | 28 | %41.8 |
| المجموع | 68 | %100 |

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على تفريغ بيانات الاستمارة الميدانية

يتبين لنا من الجدول رقم 32 الخاص بتقييم عينة الدراسة لفعالية الجانب القانوني في الردع والحد من التسول الإلكتروني، حيث نرى في هذا السياق أن ما نسبته 47.8% من المبحوثين ترى بعد فاعلية الجانب القانوني بشكل كبير، بينما عبرت نسبة 41.8% بعد وجود فاعلية اصلا، كما أفادة ما نسبته 10.4% فقط بأن الجانب القانوني رادع لمثل هذه السلوكيات الممارسة عبر منصات التواصل الاجتماعية.

ولعل النسبة الكبيرة المقدرة ب 47.8% والتي ترى بفعالية القوانين ولو بشكل جزئي تبين أن هناك جهودا قانونية قائمة للحد من التسول الإلكتروني لكنها غير كافية لتحقيق الردع الكامل والقضاء على مثل هذه ممارسات، قد تكون هذه الفئة واعية بوجود قوانين رادعة في بعض الحالات، لكن انتشار الظاهرة يبين وجود ثغرات في عملية التنفيذ، على غرار غياب العقوبات الرادعة أو صعوبة تعقب المحتالين نظرا لطبيعة ادوات الاستخدام.

أما فيما تعلق بنسبة المبحوثين المقدرة ب 41.8% والتي تعتبر نسبة مرتفعة ايضا ترى أيضا أن الجانب القانوني المتعلق باستخدام شبكة الانترنت ووسائطها الملحقه ضعيف وليس كافيا لمواكبة مستجدات التكنولوجيا وهذا قد يشير إلى عدم كفاية الإطار القانوني الحالي أو ضعف تتطبيقه في عديد الحالات خاصة في ظل نقص الكفاءات المختصة في تعقب الجرائم الإلكترونية واثارها على المستخدمين.

فيما يجب ان لا نتجاهل في تحليلنا نسبة المستخدمين المقدرة ب 10.4% الذين عبرو عن قوة وفعالية القوانين. هذه النسبة قد تعكس تجربة إيجابية مع تطبيق القانون أو وعيهم بأهمية الجهود القانونية

القائمة،مع ذلك تبقى هذه النسبة قليلة، مما يُظهر الحاجة الملحة والماسة لتحيين الإطار القانوني ليتلائكم وطبيعة هذه الممارسات.

**السؤال رقم 33: اقتراحات المبحوثين لنشر الوعي بخطورة ظاهرة التسول الالكتروني عبر منصات التواصل الاجتماعي**

تظهر اقتراحات المبحوثين تنوعًا في التصورات لمواجهة ظاهرة التسول الإلكتروني، حيث تركز أغلبها على التوعية المجتمعية كعنصر أساسي في التصدي لهذه الظاهرة، اضافة الى الحث على تنظيم ندوات ودورات مباشرة، اضافة الى نشر مقاطع فيديو توعوية، وإطلاق حملات على مواقع التواصل الاجتماعي تعكس أهمية الإعلام التوعوي في تغيير السلوكيات المجتمعية وتعزيز الفهم الجماعي بخطورة هذه الممارسات، كما برزت فكرة التركيز على محتوى يحذر من المخاطر الاجتماعية لهذه الظاهرة ودورها في تشويه الثقة بين المستخدمين.

اضافة الى أن هناك دعوات ملحة من قبل المستخدمين لوضع قوانين صارمة تتلائم وطبيعة هذه الممارسات الافتراضية التي قد ترقى عديد الاحيان الى جرائم تتعلق بالاحتيال، بالإضافة إلى إنشاء منصة إلكترونية رسمية لجمع التبرعات بإشراف حكومي لضمان المصداقية والشفافية. هذه المقترحات تُظهر إدراك المبحوثين أن غياب التشريعات الواضحة أو التنظيم الرسمي قد يكون أحد أسباب انتشار هذه الظاهرة، وأن الحلول القانونية والتنظيمية يمكن أن تلعب دورًا كبيرًا في ردع المحتالين وحماية المجتمع الرقمي.

من جهة أخرى دعا المبحوثون إلى تحسين أساليب التحقق من الحالات الإنسانية قبل التعاطف معها، مثل تقديم المساعدات عبر قنوات رسمية كصناديق الزكاة والجمعيات الخيرية وهذا لا شك يظهر وعيا بأهمية تقديم المساعدة بشكل مسؤول دون الوقوع في فخ الاستغلال، إلى جانب ذلك أشار البعض إلى أهمية تعزيز التفكير النقدي لدى المستخدمين عند التعامل مع المحتوى المثير للشكوك.

الجدول رقم 34: نتائج المحور الثالث وعي مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بمخاطر التسول الإلكتروني

| السؤال | الاجابة | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|---|
| ظاهرة التسول الالكتروني خطيرة اجتماعيا حسب أفراد العينة | نعم | 42 | %61.8 |
| | لا | 3 | %4.4 |
| | إلى حد ما | 23 | %33.8 |
| | المجموع | 68 | %100 |
| ما مدى معرفة العينة بالاجراءات القانونية ضد التسول الالكتروني | ضعيفة | 26 | %39.7 |
| | متوسطة | 33 | %48.5 |
| | جيدة | 9 | %11.8 |
| | المجموع | 68 | %100 |
| الوسيلة التي تراها مناسبة لتوعية المستخدمين بخطورة هذه الظاهرة | منشورات تفاعلية | 15 | %22.1 |
| | مقاطع فيديو توعوية | 32 | %48.5 |
| | دورات افتراضية وندوات مباشرة | 20 | %29.5 |
| | المجموع | 68 | %100 |
| التصرف في حالة مصادفة منشوربخصوص التسول الالكتروني | تتجاهل المنشور | 51 | %75 |
| | تقدم المساعدة | 6 | %8.8 |
| | تحذر المستخدمين منه | 12 | %16.2 |
| | المجموع | 68 | %100 |
| درجة تقيم مستوى الحملات التوعوية الموجهة للحد من ظاهرة التسول الالكتروني | غير موجودة | 24 | %35.8 |
| | قليلة | 42 | %62.7 |
| | كثيرة | 2 | %1.5 |
| | المجموع | 68 | %100 |
| ضرورة الإبلاغ عن وجود احتيال عبروسائل التواصل الاجتماعي من خلال منشورات التسول | نعم | 46 | %69.1 |
| | لا | 4 | %4.4 |
| | أحيانا | 18 | %26.5 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| منصات التواصل الاجتماعية توفر أدوات كافية للإبلاغ عن المحتوى المضلل المشبوه | المجموع | 68 | %100 |
| | نعم | 31 | %45.6 |
| | لا | 37 | %54.4 |
| | المجموع | 68 | %100 |
| تقييم فعالية الجانب القانوني في الردع والحد من التسول الالكتروني | قوي | 8 | %10.4 |
| | متوسط | 32 | %47.8 |
| | ضعيف | 28 | %41.8 |
| | المجموع | 68 | %100 |

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على تفريغ بيانات الاستمارة الميدانية

تظهر النتائج في الجدول رقم 34 المتعلقة بالمحور الثالث أن 61.8% من المشاركين يعتبرون ظاهرة التسول الإلكتروني خطيرة اجتماعيًا، بينما يراها 33.8% "إلى حد ما". بالنسبة للمعرفة بالإجراءات القانونية، وصف 48.5% مستواها بالمتوسط، و39.7% بالضعيف، بينما أفاد 11.8% فقط بأنها جيدة. الوسيلة الأكثر فاعلية لتوعية المستخدمين بخطورة هذه الظاهرة كانت مقاطع الفيديو التوعوية بنسبة 48.5%. في حالة مواجهة منشور متعلق بالتسول، أشار 75% إلى تجاهله، بينما يحذر 16.2% الآخرين منه، كما أن تقييم مستوى الحملات التوعوية أظهر أنها "قليلة" ما عبرت عنه نسبة62.7%، و"غير موجودة" بنسبة 35.8%. حول الإبلاغ عن الاحتيال، وأيد 69.1% ضرورة القيام بذلك، لكن 54.4% من المبحوثين رأوا أن المنصات الاجتماعية لا توفر أدوات كافية لهذه المهمة، أما فعالية الجانب القانوني، فوصفت بأنها "متوسطة" بنسبة 47.8% و"ضعيفة" بنسبة 41.8%.

وفي عموم نتائج هذا المحور رصدنا اجماعا كبيرا حول خطورة التسول الإلكتروني وهذا يظهر وعيا عاما بالمشكلة واثارها السلبية على المجتمع ومع ذلك ضعف المعرفة بالإجراءات القانونية يعكس قصورا في التوعية القانونية والتنظيمية المتعلقة بالظاهرة هذا القصور يؤثر على قدرة المستخدمين على التصرف بفاعلية عند مواجهة المحتوى المشبوه.

- اضافة الى القول بأهمية مقاطع الفيديو التوعوية باعتبارها الوسيلة الأكثر شعبية للتوعية، حيث تبرز تفضيل المستخدمين للمحتوى المرئي الذي يسهل انتشاره وتأثيره، ومع ذلك فإن تجاهل المنشورات المرتبطة بالتسول بنسبة كبيرة قدرت ب75% يشير إلى انتشار الشعور بالإحباط أو الشكوك تجاه مصداقية مثل هذه المنشورات.

- أيضا ضعف الحملات التوعوية يُفسر عدم فعالية الجهود المبذولة للحد من التسول الإلكتروني، وهو ما يزيد من تعقيد الظاهرة وانتشارها. كما أن رأي 54.4% بعدم كفاية أدوات الإبلاغ على المنصات يُظهر أن هناك حاجة لتحسين ميزات الإبلاغ والتعامل مع المحتوى المشبوه.

- التقييم المتوسط أو الضعيف لفعالية الجانب القانوني يعكس فجوة بين القوانين والتطبيق العملي، ما يجعل الظاهرة تتفاقم دون ردع ومتابعة جادة وحقيقية من الضروري تعزيز الإطار القانوني مع حملات توعية قانونية.

- كما كشفت البيانات عن وعي جيد بخطورة ظاهرة التسول الإلكتروني، ولكنه يقترن بضعف المعرفة بالإجراءات القانونية وضعف في آليات التوعية والحملات و لتحسين الوضع يجب تعزيز الإطار القانوني، وتطوير أدوات الإبلاغ، وزيادة نشر حملات توعوية مبتكرة ومؤثرة لمكافحة الظاهرة بفعالية.

**ثالثا: استخلاص ومناقشة نتائج الدراسة**

**1- النتائج على ضوء اسئلة الدراسة:**

**1.1.قراءة وتحليل محور البيانات العامة:**

- يظهر توزيع العينة توازنًا نسبيًا بين الجنسين، حيث بلغت نسبة الإناث 52.9% مقابل 47.1% للذكور. يعكس هذا التقارب تقاربا عاما في تمثيل الجنسين لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي هذه الاخيرة التي تعد بيئة تفاعلية متاحة لجميع الفئات دون تمييز.
- أغلب المبحوثين في الدراسة هم من فئة الشباب تحت سن 30 سنة وهو ما عبرت عنه نسبة 64.7%. ويعتبر هذا طبيعيا بالنظر إلى أن الشباب هم الفئة الأكثر استخدامًا لمنصات التواصل الاجتماعي، أما فيما يخص تراجع انسب الاستخدام مع التقدم في العمر هو يشير إلى تقلص معدلات الاستخدام النشط لهذه الوسائط، ما يعكس ميلا أكبر للشباب نحو التفاعل مع هذه الفضاءات الرقمية وما يرتبط بها من ظواهر.
- النسبة الكبرى من العينة ينتمون للبيئات الحضرية بنسبة 76.1%، ما يؤكد تركّز مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي في المدن، حيث البنية التحتية الرقمية متوفرة أكثر مقارنةً بالمناطق الريفية وشبه الحضرية هذه النتيجة تدعم فكرة أن الظواهر المرتبطة بالتواصل الرقمي، مثل التسول الإلكتروني، تكون أكثر شيوعًا وتأثيرًا في البيئات الحضرية.
- الغالبية العظمى من العينة هم طلبة جامعيون بنسبة 55.9%، يليهم الموظفون بنسبة 32.4%. هذا التركيب يعكس وجود توجه أكبر لدراسة الظاهرة بين الشباب الجامعي، الذين يشكلون الفئة الأكثر تفاعلاً مع المحتوى الرقمي. كما أن النسب القليلة للبطّالين والمتقاعدين تشير إلى قلة تعرض هذه

الفئات لمظاهر التسول الإلكتروني نتيجة ضعف استخدامهم للمنصات أو ربما لعدم توفر الوقت الكافي.

- أظهرت النتائج أن 84.6% من العينة لا يشاركون في نشاطات جمعوية، ما يشير إلى ضعف انخراط المجتمع المدني في دعم وتنظيم التوعية الرقمية هذا الضعف قد يزيد من صعوبة مكافحة الظواهر السلبية في العالم الرقمي على غرار التسول الإلكتروني، ومنه تبرز الحاجة إلى تعزيز المبادرات الجمعوية سواء الرقمية أو الواقعية، لتحسين الوعي بالمخاطر وتعزيز الرقابة الاجتماعية على المحتوى المشبوه.

**2.1.نتائج المحور الأول: دوافع ممارسة التسول الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي**

- التسول الإلكتروني يستهدف غالبًا النساء بنسبة 61.8%، يليهن المطلقات بنسبة 14.7%، بينما تمثل الفئات الأخرى نسبًا أقل مثل الأطفال وكبار السن. وتعد منصة فيسبوك الأكثر استخدامًا بنسبة 61.8%، تليها تيك توك بنسبة 36.8%، مما يشير إلى اعتماد المتسولين على منصات تتيح تفاعلًا مباشرًا.
- أكثر الأساليب شيوعًا هي المنشورات الكتابية بنسبة 57.4%، يليها الفيديوهات بنسبة 41.2%. وغالبًا ما تصدر هذه المحتويات من حسابات وهمية، كما يعتقد 52.2% من العينة، وخاصة خلال المناسبات الدينية مثل رمضان والأعياد بنسبة 91.2%
- الدوافع الرئيسية للظاهرة تشمل الحاجة النفسية للتعاطف بنسبة 88.2%، والفقر والتهميش بنسبة 91%. ومع ذلك، يبقى الشك تجاه هذه الطلبات حاضرًا لدى 76.5% من المبحوثين، مما يعكس وعيًا بخطورة التسول الإلكتروني وضرورة مواجهته.

ومنه أظهرت النتائج في هذا المحور أن ظاهرة التسول الإلكتروني منتشرة بشكل ملحوظ بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يتفق أغلب المبحوثين على وجود هذه الظاهرة بدرجات متفاوتة تبيّن أن الأسباب الرئيسية لانتشارها تشمل سهولة الوصول إلى الجمهور واستغلال العواطف لتحقيق مكاسب مادية غير مشروعة، إلى جانب ضعف الرقابة على المحتوى الرقمي.

كما أشارت النتائج إلى أن هذه الظاهرة تؤثر سلبًا على الثقة بين المستخدمين، وتضعف مصداقية المبادرات الخيرية الحقيقية، مما يعكس حاجة ملحة لزيادة التوعية بخطورة هذه الظاهرة وتعزيز التدابير الوقائية للحد من انتشارها.

**3.1.نتائج المحور الثاني: تأثير ظاهرة التسول الإلكتروني على الثقة بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي**

- تشير نتائج الجدول إلى أن 67.6% من المبحوثين يتفاعلون مع محتوى التسول الإلكتروني، مما يعكس تأثير هذا النوع من المحتوى على المستخدمين يعتمد التفاعل غالبًا على إثارة العواطف من خلال القصص المؤثرة والصور، أما الذين لا يتفاعلون (32.4%)، فقد يكون ذلك بسبب الشكوك في المصداقية أو عدم الثقة بالمنشورات.
- أظهرت النتائج تنوع طرق التفاعل، حيث بلغت نسبة تقديم المساعدة 29.2%، في حين بلغت نسب التشكيك في المصداقية ومشاركة المنشور مع التعليق 25% لكل منهما، كما عبّر 18.8% عن تفاعلهم بالنقد المباشر، هذه التوجهات تكشف عن تباين بين الاستجابة العاطفية والنقدية ما يعكس وعياامتزايدا بالمخاطر المتعهلقة بهذا الاستخدام.
- أفاد 97.1% من المبحوثين بأنهم يترددون في التفاعل مع المحتوى الإنساني بسبب مخاوف من الاحتيال، حيث يشعر 64.7% بالتردد أحيانًا، بينما يتردد 32.4% دائمًا. يعكس هذا الحذر تأثيرًا كبيرًا لظاهرة التسول الإلكتروني على الثقة بالمحتوى المنشور.
- أشارت النتائج إلى أن 47.1% من المستخدمين يشعرون باللامبالاة تجاه المنشورات المشبوهة، بينما عبّر 29.4% عن شكوكهم. وشملت المشاعر الأخرى الغضب بنسبة 11.8% والتعاطف بنسبة 10.3%. يشير ذلك إلى أن اللامبالاة والشك هما المشاعر السائدة.
- أوضح 94% من المبحوثين أنهم يترددون دائمًا أو أحيانًا في مشاركة المحتوى الإنساني بسبب مخاوف المصداقية. يُبرز ذلك تأثير ظاهرة الاحتيال على الثقة في منصات التواصل الاجتماعي، مما يدعو إلى تعزيز الوعي وتطوير آليات مراقبة وتحقق فعالة.
- يفضل 77.9% تقديم المساعدة مباشرة للمحتاجين، مما يعكس انعدام الثقة في الوسائل غير المباشرة. أما التبرعات عبر الجهات الرسمية والجمعيات، فقد حصلت على نسب 13.2% و7.4% على التوالي. في حين أظهرت المنصات الإلكترونية نسبة ضئيلة جدًا (1.5%)، مما يشير إلى الحاجة لتعزيز شفافيتها ومصداقيتها.

**ومنه** تكشف نتائج هذا المحور أن التسول الإلكتروني يؤدي إلى تآكل الثقة بين المستخدمين وزيادة التردد في التعامل مع المحتوى الإجتماعي. ولتعزيز الثقة، يجب تحسين شفافية الحملات الإلكترونية وتوعية الجمهور بآليات التحقق، مع تعزيز دور الجهات الرسمية والجمعيات الخيرية كقنوات موثوقة للتبرع.

**4.1.نتائج المحور الثالث: وعي مستخدمي مو اقع التواصل الاجتماعي بمخاطر التسول الإلكتروني**

- 61.8%من المبحوثين يعتبرون التسول الإلكتروني ظاهرة اجتماعية خطيرة، بينما يرى 33.8% أنها خطيرة إلى حد ما، و4.4% فقط لا يرونها خطيرة. تعكس هذه النتائج وعيًا كبيرًا بالمخاطر الاجتماعية للظاهرة، مثل تآكل الثقة واستغلال العواطف.
- أفاد 39.7% من المبحوثين بضعف معرفتهم بالإجراءات القانونية المتعلقة بمكافحة التسول الإلكتروني، بينما كانت المعرفة متوسطة لدى 48.5%، وجيدة لدى 11.8%. يشير ذلك إلى نقص في الوعي القانوني، مما يستدعي تعزيز الحملات التوعوية القانونية.
- اعتبر 48.5% من المبحوثين أن مقاطع الفيديو التوعوية هي الوسيلة الأكثر فعالية، بينما اختار 29.5% الدورات الافتراضية والندوات، و22.1% المنشورات التفاعلية. تبرز هذه النتائج الحاجة إلى تنويع وسائل التوعية مع التركيز على المحتوى البصري.
- أظهر 75% من المبحوثين تجاهلهم لهذه المنشورات، في حين حذر 16.2% الآخرين منها، وقدم 8.8% فقط المساعدة. يشير ذلك إلى تأثير الظاهرة على الثقة بالمحتوى الإجتماعي، مما يتطلب تعزيز آليات الرقابة و التحقق وزيادة الوعي.
- رأى 62.7% أن الحملات التوعوية قليلة، و35.8% اعتبروها غير موجودة، بينما أشار 1.5% فقط إلى وجود حملات كافية. يعكس هذا ضعف الجهود التوعوية الحالية، مما يستدعي تكثيف الحملات وتنويعها.
- يعتقد 69.1% من المبحوثين أن الإبلاغ عن الاحتيال ضروري، و26.5% يرون أنه ضروري أحيانًا، بينما 4.4% فقط لا يرونه ضروريًا. تؤكد النتيجة أهمية توفير آليات سهلة وآمنة للإبلاغ عن مثل هذه المحتويات.
- اعتبر 54.4% من المبحوثين أن أدوات الإبلاغ غير كافية، بينما رأى 45.6% أنها كافية يشير هذا الانقسام إلى ضرورة تحسين منصات التواصل لتسهيل عمليات الإبلاغ وزيادة فعاليتها.
- أشار 47.8% إلى أن الجانب القانوني يتمتع بفعالية متوسطة، بينما وصفه 41.8% بالضعيف، و10.4% فقط اعتبروه قويًا. وتدل هذه النتيجة على حاجة ملحة لتطوير التشريعات وتفعيلها بشكل أكثر حزما.

**ومنه** نستشف من نتائج هذا المحور أن الجهود القانونية والمجتمعية المبذولة لمكافحة التسول الإلكتروني ما زالت دون المستوى المطلوب، حيث أشار معظم المبحوثين إلى نقص الحملات التوعوية واعتبروا أدوات الإبلاغ الحالية غير كافية كما وصف المبحوثون فعالية الجانب القانوني بأنها متوسطة إلى ضعيفة، مما يبرز الحاجة إلى تحسين التشريعات وتفعيلها بشكل أكثر صرامة،هذا و يؤكد المبحوثون أهمية الإبلاغ عن حالات الاحتيال مما يشير إلى وجود استعداد مجتمعي لدعم الجهود في هذا المجال إذا توفرت آليات أكثر كفاءة وسهولة.

**2- نتائج الدراسة على ضوء الدراسات السابقة**

تساعد الباحث في تحديد الفرق بين دراسته والدراسات السابقة المتصلة بالظاهرة محل الدراسة الهدف من ذلك هو تجنب تكرار المواضيع وضمان أن الدراسة الجديدة تُبنى على أساس معرفي متين من الدراسات السابقة.

من خلال النتائج التي تم تحصيلها ونتائج الدراسات السابقة، اتضح أن جميع الدراسات تُظهر أن الشباب هم الفئة الأكثر استخدامًا لمنصات التواصل الاجتماعي، مما يجعلهم الأكثر تأثرًا بظاهرة التسول الإلكتروني.، كما تمثلت أغلب العينات في بيئات حضرية، مما يبرز تركيز التسول الإلكتروني في المدن حيث تتوفر البنية التحتية الرقمية.

تشابهت وتقاربت النتائج أيضا في القول بأن الفقر والتهميش هما من أبرز دوافع التسول الإلكتروني، مع استغلال العواطف والمناسبات الاجتماعية والدينية لجذب التعاطف، كما أن النتائج تعكس تأثير التسول الإلكتروني على الثقة الاجتماعية، مما يضعف مصداقية المحتوى الإنساني ويزيد من الشكوك تجاه الحملات الخيرية.

ركزت دراسة الحالية على فيسبوك وتيك توك واليوتوب،فيما أظهرت دراسة "هدي بنت مخلد العوني" أهمية تيك توك في السياق السعودي، في حين ركزت دراسة الهشلمون على فيسبوك في المجتمع الأردني.

بينما أظهرت الدراسة الحالية ضعفًا واضحًا في تطبيق التشريعات وآليات الإبلاغ، قدمت دراسة "رانية الهشلمون" توصيات تفصيلية لتطوير حلول استراتيجية لمواجهة الظاهرة.

بشكل عام تتفق نتائج دراستنا الحالية مع معظم الدراسات السابقة في تحديد التسول الإلكتروني كظاهرة خطيرة تؤثر على الأمن الاجتماعي والثقة بين الأفراد. ومع ذلك، تظهر بعض الاختلافات المرتبطة بالسياق الثقافي والمنصات المستخدمة. يشير ذلك إلى الحاجة لتطوير سياسات وإجراءات مخصصة لكل مجتمع، مع تعزيز التعاون الدولي لتبادل الخبرات والآليات الناجحة لمكافحة الظاهرة.

**3. نتائج الدراسة في ضوء النظرية المرجعية**

كما هو معلوم تسعى نظرية الاستخدامات والإشباعات إلى تفسير كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام لتلبية احتياجاتهم النفسية والاجتماعية. ورجوعا على نتائج دراستنا الحالية، يتبين لنا أن أكثر فئة استخداما لمنصات التواصل الاجتماعي هي فئة الشباب وهذا يعكس رغبتهم في تحقيق التفاعل الاجتماعي والبحث عن الترفيه والتعبير عن الذات، وهي احتياجات ترتبط بشكل وثيق بمرحلتهم العمرية.

بالإضافة إلى ذلك، يُلاحظ تفضيل المتسولين الإلكترونيين لمنصات مثل فيسبوك وتيك توك من وجهة نظر العينة المبحوثة، هذه الأخير التي تتيح خاصية التفاعل المباشر وسرعة الوصول، مما يشير إلى اعتماد

هذه المنصات لتلبية حاجاتهم في التواصل واستغلال مشاعر المستخدمين. كما أن انتشار الظاهرة بشكل ملحوظ خلال المناسبات الاجتماعية والدينية مثل رمضان والأعياد يُبرز استغلال العواطف والميل إلى التعاطف، وهو ما يرتبط بإشباعات نفسية واجتماعية محددة.

أما تفاعل المستخدمين مع محتوى التسول الإلكتروني المقدرة نسبته 67.6%، فإنه يعكس إشباعًا لحاجاتهم العاطفية ورغبتهم في مساعدة الآخرين، في حين أن تزايد الشكوك واللامبالاة لدى البعض يشير إلى تغير في ديناميكية الإشباعات نتيجة تأثير الظاهرة على الثقة الاجتماعية.

كما أظهرت الدراسة أن هناك توازنًا نسبيًا في توزيع العينة بين الجنسين، مع هيمنة واضحة لفئة الشباب تحت سن الثلاثين، الذين يشكلون الفئة الأكثر استخدامًا وتفاعلًا مع منصات التواصل الاجتماعي. كما أن النسبة الكبرى من العينة ينتمون إلى البيئات الحضرية، مما يؤكد أن البنية التحتية الرقمية المتوفرة في المدن تسهم في تركّز الظاهرة في هذه المناطق، ومنه اتاحة استخدام هاته المنصات بشكل أكثر شمولا في المناطق الخضرية على بقية المناطق الأخرى.

أما فيما يتعلق بدوافع التسول الإلكتروني، فقد بيّنت النتائج أن المتسولين الإلكترونيين يعتمدون على استغلال العواطف وتحقيق مكاسب مادية من خلال منصات التفاعل المباشر، مع التركيز على المناسبات الاجتماعية والدينية. وأظهرت النتائج تأثيرًا سلبيًا لهذه الظاهرة على الثقة بين المستخدمين، حيث زادت الشكوك حول المصداقية وضعفت مصداقية المحتوى الاجتماعي.

وعلى الرغم من وعي المستخدمين بمخاطر التسول الإلكتروني، إلا أن ضعف المعرفة بالإجراءات القانونية ومحدودية الحملات التوعوية يشيران إلى ضرورة تكثيف الجهود لزيادة الوعي وتطوير آليات فعالة لمكافحة الظاهرة.

بناءً على النتائج، يتضح أن التسول الإلكتروني هو ظاهرة معقدة تتداخل فيها الأبعاد النفسية والاجتماعية والتقنية. تعتمد الظاهرة على تلبية احتياجات نفسية واجتماعية للمستخدمين، بينما تؤدي في الوقت نفسه إلى تأثيرات سلبية على التفاعل والثقة بين الأفراد. وهذا ما يبين جليا تلائم مفردات وأفكار نظرية الاستخدامات والاشباعات والنتائج البحثية المتوصل اليها.

**رابعا: استنتاجات عامة**

أظهرت هذه الدراسة أن التسول الإلكتروني يمثل ظاهرة اجتماعية متنامية في بيئة التواصل الرقمي، حيث يتم استغلال منصات التواصل الاجتماعي لاستجداء المساعدات بطرق متباينة تتراوح بين النصوص المؤثرة والمحتوى البصري الجاذب، اضافة الى ان النتائج أوضحت النتائج أن الظاهرة تستهدف شرائح متنوعة من المستخدمين، مع تركيز واضح على الشباب وسكان المدن الذين يشكلون النسبة الأكبر من المستخدمين

النشطين على هذه المنصات، و تبرز هذه الظاهرة كوسيلة مستحدثة لتحقيق مكاسب مادية، لكنها تحمل في طياتها تهديدًا للقيم الاجتماعية ومصداقية التفاعلات الرقمية.

أكدت الدراسة أن ضعف الرقابة القانونية وعدم كفاية الوعي المجتمعي يشكلان تحديًا رئيسيًا في مواجهة التسول الإلكتروني فالنتائج كشفت أن غالبية المستخدمين يشعرون بالقلق من الاحتيال الرقمي، ما يدفعهم إلى التردد أو الامتناع عن التفاعل مع المحتوى الإنساني هذا الأمر يؤدي إلى تآكل الثقة بين المستخدمين ويضعف مصداقية الحملات الخيرية الحقيقية، مما يستدعي تطوير استراتيجيات شاملة لزيادة الوعي وتنظيم آليات التحقق من مصداقية المحتوى الإنساني.

أظهرت الدراسة أن التسول الإلكتروني يؤثر بشكل ملحوظ على التماسك الاجتماعي، حيث تزايدت مشاعر الشكوك واللامبالاة بين المستخدمين تجاه المحتوى الإنساني المنشور ورغم إدراك المجتمع لخطورة هذه الظاهرة، فإن الجهود المبذولة لمواجهتها لا تزال غير كافية، سواء من حيث التوعية أو تفعيل القوانين وتشير هذه النتائج إلى أهمية توجيه الجهود لتحسين أدوات الإبلاغ الرقمي وتطوير التشريعات بما يضمن تطبيقها بشكل فعال ورادع.

# خاتمــة

**الخاتمة**

تعتبر ظاهرة التسول الإلكتروني عبر منصات التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك، اليوتيوب، والتيك توك، إحدى الظواهر المستحدثة التي تتطلب دراسة دقيقة لفهم أبعادها وتأثيراتها. تُظهر هذه الظاهرة كيف يمكن للتقنيات الحديثة أن تُستخدم بشكل غير مشروع لتحقيق مكاسب مالية، من خلال استغلال منصات مصممة للتواصل الإنساني البناء في استثارة عواطف المستخدمين وطلب المساعدة المالية بطرق مشبوهة وقد جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على هذه الظاهرة من وجهة نظر المستخدمين، وتقديم رؤية تحليلية شاملة مبنية على نتائج ميدانية.

أوضحت الدراسة أن التسول الإلكتروني يتركز بشكل أساسي بين فئة الشباب، التي تُعد الأكثر تفاعلاً مع المنصات الرقمية، وأيضًا بين سكان المناطق الحضرية حيث البنية التحتية الرقمية أكثر تقدمًا ويتجلى ذلك في ارتفاع نسبة مستخدمي هذه المنصات الذين أفادوا بتعرضهم لمحتوى متعلق بالتسول الإلكتروني، ما يعكس اتساع نطاق هذه الظاهرة كما بيّنت الدراسة أن المحتوى المتداول في هذا الإطار يعتمد غالبًا على إثارة المشاعر الإنسانية من خلال قصص مؤثرة وصور معبرة، مما يجعل من الصعب أحيانًا التمييز بين الحاجة الحقيقية والاحتيال.

من جهة أخرى، أظهرت الدراسة أن الثقة بين مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي قد تأثرت بشكل كبير بسبب انتشار هذه الظاهرة فالنسبة الكبيرة من المستخدمين الذين يعبرون عن شكوكهم تجاه المحتوى الإنساني المنشور تُعد مؤشرًا على تآكل الثقة، وهو أمر خطير يهدد مصداقية المبادرات الخيرية الحقيقية. كما أن تزايد الحذر بين المستخدمين عند التعامل مع أي طلب للمساعدة عبر الإنترنت يُبرز أهمية تعزيز الشفافية في التعاملات الرقمية.

ومن الجوانب التي أثارت القلق أيضًا هو غياب الوعي الكافي بالقوانين المتعلقة بمكافحة التسول الإلكتروني بين غالبية المشاركين في الدراسة فقد أشار جزء كبير من العينة إلى ضعف معرفتهم بالإجراءات القانونية المتاحة للإبلاغ عن هذه الحالات أو التعامل معها، يعكس هذا الضعف حاجة ملحة لتكثيف الجهود التوعوية والتثقيف القانوني، لتزويد الأفراد بالأدوات اللازمة لحماية أنفسهم من الوقوع ضحية لهذه الممارسات غير المشروعة.

إلى جانب ذلك، أشارت الدراسة إلى ضعف الجهود التوعوية الموجهة للتصدي لظاهرة التسول الإلكتروني، حيث أعرب أغلب المشاركين عن شعورهم بعدم كفاية الحملات التوعوية الحالية. هذا النقص يؤكد الحاجة إلى تطوير استراتيجيات تواصل فعالة تستهدف الفئات الأكثر تأثرًا بالظاهرة، مع تنويع الوسائل المستخدمة

لتشمل مقاطع الفيديو التوعوية، الدورات الافتراضية، والمنشورات التفاعلية، لزيادة الوعي بالمخاطر وتعزيز سبل الوقاية.

اما على المستوى التنظيمي والرقابي، فقد بيّنت النتائج أن أدوات الإبلاغ عن المحتوى المشبوه على منصات التواصل الاجتماعي غير كافية، مما يستدعي تحسين هذه الأدوات وتطوير آليات تحقق أكثر فعالية. كذلك، فإن ضعف تفعيل القوانين المتعلقة بمكافحة الاحتيال الرقمي يتطلب تدخلاً عاجلاً من الجهات المعنية لتحديث التشريعات وتفعيلها بصرامة أكبر، كما أن توفير آليات سهلة وآمنة للإبلاغ عن حالات التسول الإلكتروني قد يعزز من قدرة المجتمع على التعاون في مكافحة الظاهرة.

في الختام، يمثل التسول الإلكتروني تهديدًا كبيرًا ليس فقط على مستوى الأفراد الذين يتعرضون للاحتيال، بل أيضًا على مستوى العلاقات الاجتماعية والقيم المجتمعية وللحد من هذه الظاهرة، يجب اعتماد نهج متكامل يشمل التوعية المجتمعية، تعزيز الشفافية، تطوير أدوات الإبلاغ، وتفعيل القوانين بفعالية أكبر، كما يكمن دور الجمعيات الخيرية والجهات الرسمية في توفير قنوات موثوقة للتبرع يمكن أن يسهم في تقليل تأثير هذه الظاهرة وتحقيق بيئة رقمية آمنة وموثوقة للجميع.

.

# قائمة المصادر والمراجع

**قائمة المصادروالمراجع:**

**أولا: الكتب:**


1. اين منظور جمال الدين محمد بن مكرم الإفريقي، **لسان العرب**، دار إحياء الترك للنشر والتوزيع، بيروت، ج 11
2. خالد غسان يوسف المقدادي، **ثورة الشبكات الاجتماعية**، دار النفائس للنشر،الأردن، 2013
3. ربعي عليان مصطفى، **البحث العلمي أسسه، مناهجه وأساليبه، إجراءاته**،بيت الأفكار الدولية، القاهرة، 2001
4. زاهر راضي، **استخدام مو اقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي**، مجلة التربية للنشر والتوزيع، عمان، 2003
5. السعيد مبروك ابراهيم، **مو اقع التواصل الاجتماعي وتعزيز تفاعل الثقافات في العصر الرقمي**، مؤسسة الباحث للاستشارات البحثية، القاهرة، 2019
6. شريف درويش اللبان، **مداخلات في الإعلام الجديد والنشر الإلكتروني في الانترنت**، دار العالم العربي للنشر، القاهرة، 2001
7. عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2008
8. عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، **مو اقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني**، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015
9. عبد الرحمن عزي، **دراسات في نظرية الاتصال**، مركز الدراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، 2003
10. علي احمد خضر المعماري، **إعادة تشكيل العالم، قراءة تحليلية في المفاهيم والمصطلحات الإعلامية المعاصرة**، دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، الأردن، 2021
11. فان دالين، ديولد، **مناهج البحث في التربية وعلم النفس"**، ددن، 1984
12. فضل لله وائل مبارك خضر، **أثر الفايس بوك على المجتمع**، دار شمس النهضة، السودان، 2010
13. **القاموس الجديد للطلاب، معجم عربي مدرسي**، الشركة التونسية للنشر والتوزيع، المؤسسة الجزائرية للكتاب، 1984
14. محمد أبوزيد، **المعجم في علم الإجرام والاجتماع القانوني والعقاب** ، دار غريب للطباعة و النشر، القاهرة، 2003
15. مرزوق عبد الحكيم العبدلي، **الاعلانات الصحفية، دراسة في الاستخدامات والاشباعات**، دار الفجر ، القاهرة، 2004

16. مروان عبد المجيد إبراهيم، **أسس البحث العلمي لأعداد الرسائل الجامعية**، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2001

17. مها حامد جنيدي، **السوشيال ميديا**، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، مصر، 2018

18. مؤيد منصف جاسم السعدي، **الوظيفة الاتصالية لمو اقع التواصل الاجتماعي دراسة في موقع الفيسبوك**، ألفا للوثائق، 2016

**ثانيا: الرسائل الجامعية**

- **أطروحات الدكتوراه:**

1. أمينة مزيان: **الأساليب الإقناعية في مو اقع التواصل الاجتماعي**، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باتنة -1-، 2021/2020

2. نوال بركات: **انعكاسات استخدام مو اقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية**، أطروحة دكتوراه علوم في علم الاجتماع، تخصص علم الاجتماع الاتصال والعلاقات العانة، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2016/2015

- **مذكرات الماجستير**

1. أيمن أحمد فرجالبرديني، **العلاقة بين اللغة واضطراب التكامل الحسي عند الأطفال المتوحدين**، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص علم النفس ،جامعة غزة، 2006

2. باديس لونيس، **جمهور الطلبة الجز ائريين والانترنت**، رسالة ماجستير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2008

3. توفيق خشول، **المدينة والتاطير الأمني بالوسط الحضري**،مذكرة ماجستير تخصص التهيئة العمرانية، جامعة الإخوة منتوري قسنطينة، غير منشورة، 2009

4. وردة بن عمر، **تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الحراك السياسي في الدول العربية، مصر أنموذجا**، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2014/2013

**ثالثا: المجلات:**

1. أبو تراب تغريد قاسم محمد، **الاثار الاقتصادية لظاهرة التسول في العراق وطرق معالجتها**، مجلة دراسات في الاقتصاد وإدارة الأعمال، مجلد 4، عدد2، 2021

2. أسامة غازي المدني، **دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العاملدى طلبة الجامعات السعودية "جامعة أم القرى نموذجا"**، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة السلطان قابوس، المجلد، 03، العدد، 02، 2016

3. أمل سمير نزال مرجي، **موقف الشريعة الاسلامية والتشريع الامراتي من ظاهرة التسول الاكتروني، دراسة مقارنة**، مجلة البحوث الفقهية والقانونية، عدد39، 2022
4. جلولي حفيظة، **صناعة المحتوى التعليمي على منصة التيكتوك اللغة الانجليزية نموذجا**، مجلة الرواق للدراسات الانسانية والاجتماعية، مجلد 10، عدد1، 2024
5. حامد جاسم الحسن أحلام المعموري ، **درتسة أسباب ظاهرة تسول الأطفال في مركز محافظة بابل ومعالجتها**، مجلة جامعة بابل للعلوم الانسانية، مجلد 27، 2019
6. حسان بوسروب، **الفقر وظاهرة التسول في المجتمع الجزائري دراسة ميدانية بولايتي سطيف والجزائر أنموذجا**، مجلة ؤرى للدراسات المعرفية والحضارية، مجلد 8، عدد1، 2022
7. رانية محمد عطية الهشلمون، **التسول الالكتروني وتأثيره الاجتماعي والاقتصادي في المجتمع الأردني من وجهة نظر عينة من مستخدمي الفيس بوك**، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، مجلد 5، عدد 4، 2021
8. رايس علي ابتسام، **نظرية الاستخدامات والاشباعات وتطبيقاتها على الاعلام الجديد**، مجلة دراسات وأبحاث، عدد25، ديسمبر 2016
9. سلمي غروبة، سميرة سطوطاح: **تأثير مو اقع التواصل الاجتماعي على الممارسة الإعلامية للقنوات التلفزيونية**، حوليات جامعة قالمة للعلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد: 11، العدد: 22، ديسمبر 2017
10. غريبي حنان وباية بووزة، **دور اليوتيوب في تحقيق الإشباع السياسي لدى الرأي العام الجزائري**، مجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، مجلد9، عدد2، 2022.
11. فايزة ريال ، أدوات **جمع البيانات في البحث العلمي**، مجلة المحكمة للدراسات التربوية والنفسية، مجلد 4، عدد8، 2021
12. القاضي نادية، ال**تسول الاكتروني في الجزائر بين استقطاب التضامن الاجتماعي ومؤشرات الاحتيال الافتراشي، دراسة تحليلية لآراء عينة من رواد مو اقع التواصل الاجتماعي** بولاية تبيزي وزو، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية/، مجلد 9، عدد2، ديسمبر 2023
13. القاضي نادية، **التسول الإلكتروني في الجزائر بين استقطاب التضامن الاجتماعي والاحتيال الافتراضي**.، مجلة دفاتر السياسة والقانون، المجلد 9، العدد 2، 2018
14. محمد زكرياء خراب، **ثقافة استخدام واستهلاك الشباب الجزائري لتطبيق تيك توك رؤية نقدية**، المجلة الجزائرية لبحوث الاعلام والرأي العام، مجد 2، عدد2، 2019
15. محمد زكرياء خراب، **ثقافة استخدام واستهلاك الشباب الجزائري لتطبيق تيك توك : رؤية نقدية**، المجلة الجزائرية لبحوث الاعلام والرأي العام، مجلد 23، عدد2، 2019
16. مسعود امحمد، **العينات في البحث الوصفي**، مجلة الباحث للعلوم الرياضية والاجتماعية، جامعة الجلفة، مجلد 4، عدد8، 2022.

17. هند بنت مخلد العوني، **التسول الالكتروني وتأثيره على الأمن الاجتماعي في المجتمع السعودي، دراسة تطبيقيةو تحليلية على التسول الاكتروني من وجهة مظر مستخدمي التيك توك**، مجلة مستقبل العلوم الاجتماعية، مجلد 18، عدد 2، 2024

**رابعا: المداخلات**

1. نصر رمضان سعد الله حربي، **الشائعات ونشرها عبر مو اقع و شبكات التواصل الاجتماعي (آثارها- المسؤولية المترتبة عليها – سبل التصدي لها)**، مداخلة مقدمة في المؤتمر العلمي السادس بكلية الحقوق تحت عنوان، القانون والشائعات، جامعة طنطا، يومي، 22، 23 أفريل، 2019
2. ماجد بوشاني وآخرون، **ثقافة الانترنت و أثرها على الشباب**، ندوة اعلامية، اصدارات دائرة الثقافة والاعلام، الشارقة، 2006

**خامسا: المراجع باللغة الأجنبية**

1. Marcel Danesi، Dictionary of media and communications, M.E. Sharpe, New York, 2009

# الملاحـــق

الملحق رقم 01: الاستبيان


وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي

–تبسة–

قطب دريد عبد المجيد

كلية علوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علم الاجتماع


تخصص: جريمة وانحراف

استبيان ضمن متطلبات نيل شهاد الماستر في علم الاجتماع تخصص جريمة و انحراف

## بعنوان

# التسول الالكتروني عبر مو اقع التواصل الاجتماعي

دراسة ميدانية من وجهة نظر مستخدمي الفايسبوك -اليوتوب- والتيك توك


إعداد الطالب:

حفظ الله هيثم

إشراف الدكتور:

براي محمد


ملاحظة:بعد التحية والسلام. نرجو ملأ هذه الاستمارة من خلال الإجابة على هذه الأسئلة بكل موضوعية اسهاما منكم في انجاز هذا البحث علما ان المعلومات التي تصرحون بها لا تستعمل إلا لغرض علمي وتبقى سرية، وفي الأخير نشكركم

السنة الجامعية: 2025/2024

**محورالبيانات العامة**

1. **الجنس:**

- **ذكر** ☐ **- أنثى** ☐

2. **السن:**

- **أقل من 30 سنة** ☐ **من 30-40 سنة** ☐
- **من41 - 50 سنة** ☐ **أكثر من 50 سنة** ☐

3. **طبعية المنطقة السكنية:**

- **حضرية** ☐ **- شبه حضرية** ☐ **- ريفية** ☐

4. **الحالة المهنية**

**موظف** ☐ **متقاعد** ☐

**بطال** ☐ **صاحب عمل حر** ☐

**طالب جامعي** ☐

**مهنة اخرى:.....**

5. **ناشط في إطار جموعي:**

- **نعم** ☐
- **لا** ☐

**المحور الأول: دوافع ممارسة التسول الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي**

6. **جسب رأيك ما هي الفئة الاجتماعية الأكثر ممارسة للتسول الالكتروني عبر منصات التواصل الاجتماعية؟**

- **النساء** **الرجال** **كبار السن** ☐ **المطلقات**
  **الأرامل** ☐ **الأطفال** ☐ **ذوي الإعاقة** ☐ ☐

**فئات أخرى يمكن ذكرها:.....**

7. **ماهي المنصات الافتراضية التي تنتشر فيها المنشورات المتعلقة بالتسول؟**

- **الفايسبوك** ☐
- **اليتوب** ☐
- **التكتوك** ☐
- **اخرى يمكن ذكرها:.....**

8. **ما هي أشكال التسول الالكترونية التي صادفتها عبر منصات التواصل الافتراضية؟**

**مقاطع صوتية** ☐

**مقاطع فديو** ☐

**منشورات كتابية** ☐

**أخرى يمكن ذكرها:.....**

**9. جسب استخدامك و تعرضك للمنشورات الخاصة بالتسول الالكتروني هل هذه المنشورات تصدر من حسابات وهمية ؟**

- **نعم** ☐
- **لا** ☐
- **أحيانا** ☐

**10 – هل يزداد ظهور المنشورات المرتبطة بالتسول بالمناسبات كرمضان والأعياد الدينية ؟**

**نعم** ☐

**لا** ☐

**11- حسب وجهة نظرك هل يشكل الدافع النفسي سببا في زيادة انتشار ظاهرة التسول الالكتروني:**

**نعم** ☐ ☐

**إذا كانت الإجابة بنعم هل ذلك راجع إلى:**

- **التعاطف** ☐
- **فعل الخير** ☐
- **أخرى تذكر:.....**

**12- هل يشكل الدافع الاجتماعي سببا في زيادة انتشار ظاهرة التسول الالكتروني**

**نعم** ☐ **لا** ☐

**إذا كانت الإجابة بنعم هل ذلا راجع إلى:**

- **الفقر و الحاجة** ☐
- **المرض** ☐
- **اليتم** ☐
- **الإقصاء والتهميش الاجتماعي** ☐
- **أخرى يمكن ذكرها:.....**

**13- هل سبق وأن شككت في طلب المساعادات المالية عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟**

- **نعم** ☐
- **لا** ☐
- **أحيانا** ☐
- **اذا كانت الاجابة بنعم ما السبب حسب رايك؟:.....**

**14- هل تبدو لك حملات التبرع التي تنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعية مقنعة بما يكفي لتشجيع المستخدمين على المساهمة فيها ؟**

- **نعم** ☐ **لا** ☐

**<u>المحور الثاني: تأثير ظاهرة التسول الإلكتروني على الثقة بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي</u>**

**15- هل سبق وأن تفاعلت مع محتوى متعلق بظاهرة التسول الالكتروني؟**

- **نعم** ☐
- **لا** ☐

**إذ كانت الإجابة بنعم، ماهو نوع هذا التفاعل؟**

- **تقديم المساعدة** ☐
- **التعليق الندقي على المنشور** ☐
- **التشكيك في مصداقة المنشور** ☐
- **مشاركة المنشور مع التعليق** ☐
- **أخرى يمكن ذكرها:.....**

**16- هل تتردد في التفاعل مع المنشورات ذات الطابع الإنساني بسبب انتشار المحتالين عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟**

- **دائما** ☐
- **أحيانا** ☐
- **أبدا** ☐

17-**كيف تشعر عند رؤية منشورات مشكوك في مصداقيتها يطلب الإعانة المادية عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟**

- **الشك** ☐
- **التعاطف** ☐
- **الغضب** ☐
- **اللامبالاة** ☐
- **أخرى تذكر:.....**

18-**هل تتردد في مشاركة محتوى انساني بسبب الخوف من المصداقية؟**

- **دائما** ☐ **أحيانا** ☐ **أبدا** ☐

**19. كيف تفضل عملية تقديم المساعدة والتبرع المادي؟**

- عبر المنصات الالكترونية ☐
- التبرع عبر الجمعيات ☐
- عبر الجهات الرسمية ☐
- مباشرة للمحتاج ☐
- أخرى تذكر:.....

**المحور الثالث : وعي مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بمخاطر التسول الإلكتروني**

**20- هل ترى أن ظاهرة التسول الالكتروني خطيرة اجتماعيا؟**

- **نعم** ☐
- **لا** ☐
- **إلى حد ما** ☐

**19- ما مدى معرفتك بالاجراءات القانونية ضد التسول الاكتروني**

- **ضعيفة** ☐
- **متوسطة** ☐
- **جيدة** ☐

**20- ماهي الوسيلة التي تراها مناسبة لتوعية المستخدمين بخطورة هذه الظاهرة؟**

- **منشورات تفاعلية** ☐
- **مقاطع فيديو توعوية** ☐
- **دورات افتراضية وندوات مباشرة** ☐
- **أخرى تذكر:**.....

**21- كيف تتصرف إذا صادفت منشور بخصوص التسول الالكتروني؟**

- **تتجاهل المنشور** ☐
- **تقدم المساعدة** ☐
- **تحذر المستخدمين منه** ☐
- **أخرى تذكر:**.....

**22- كيف تقيم مستوى الحملات التوعوية الموجهة للحد من ظاهرة التسول الالكتروني؟**

- **غير موجودة** ☐
- **قليلة** ☐
- **كثيرة** ☐

23- **حسب رأيك هل يجب الإبلاغ عن وجود احتيال عبر وسائل التواصل الاجتماعي من خلال منشورات التسول؟**

- **نعم** ☐ **أحيانا** ☐ ☐

24- **هل ترى أن منصات التواصل الاجتماعية توفر أدوات كافية للإبلاغ عن المحتوى المضلل المشبوه ؟**

- **نعم** ☐
- **لا** ☐

25- **كيف تقيم فعالية الجانب القانوني في الردع والحد من التسول الالكتروني؟**

- **قوي** ☐
- **متوسط** ☐
- **ضعيف** ☐

26- **ماذا تقترح لنشر الوعي بخطورة ظاهرة التسول الالكتروني عبر منصات التواصل الاجتماعي؟**

.....

.....

.....

.....

**الملحق رقم 02: قائمة الأستاذة المحكمين للاستبيان**

| اللقب والاسم | الدرجة العلمية | الجامعة |
|---|---|---|
| بوراس نور الدين | أستاذ محاضر ب | جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي تبسة |

**الملحق رقم 03: تصريح شرفي**



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic OF Algeria
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
MINISTRY OF HIGHER EDUCATION AND SCIENTIFIC RESEARCH
جامعة العربي التبسي، تبسة
LARBI TEBESSI UNIVERSITY, TEBESSA

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
Faculty of Humanities and Social sciences

قسم علم الاجتماع

# تصريح شرفي

## بالالتزام بالأمانة العلمية لإنجاز البحوث (2025/2024)

ملحق القرار رقم 933 المؤرخ في 2016/02/20

أنا الممضي أسفله:

الطالب(ة): .....

صاحب(ة) بطاقة التعريف الوطنية رقم: .....

الصادرة بتاريخ: ..... عن دائرة/بلدية: .....

المسجل في السنة الثانية ماستر تخصص: .....

والمكلف بإنجاز مذكرة ماستر بعنوان: .....

.....

إشراف الأستاذ(ة): .....

أصرح بشرفي أنني إلتزمت بالنقيد بالمعايير العلمية والمنهجية والأخلاقية المطلوبة في انجاز البحوث الأكاديمية وفقا لما نص عليه القرار رقم 933 المؤرخ في 2016/07/20 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقة العلمية ومكافحتها.

تبسة في: .....

إمضاء المعني بالأمر

2025

**الملحق رقم 04: إذن بإيداع مذكرة الماستر**

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic OF Algeria
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
MINISTRY OF HIGHER EDUCATION AND SCIENTIFIC RESEARCH
جامعة العربي التبسي، تبسة
LARBI TEBESSI UNIVERSITY, TEBESSA

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
Faculty of Humanities and Social sciences
قسم علم الاجتماع

# إذن بإيداع مذكرة ماستر

أنا الممضي أسفله الأستاذ(ة): محمد براي الرتبة: أستاذ محاضر -أ-

المشرف على مذكرة ماستر بعنوان: التسول الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي

والمكملة لنيل شهادة الماستر في تخصص: انحراف وجريمة

بعنـــــوان السنة الجامعية: 2025/2024

من إعداد: الطالب(ة)1 : حنان الله هيتم رقم التسجيل: 34028552

الطالب(ة)2 : / رقم التسجيل: /

أصرح بأنني تابعت المذكرة عبر جلسات إشرافية خلال هذا الموسم الجامعي، وأنها تتوفر على الشروط المنهجية والعلمية، الشكلية والموضوعية، وبناء عليه أسمح بإيداع المذكرة لدى أمانة القسم لعرضها للمناقشة.

تبسة في: 21 . 05 . 2025

توقيع الأستاذ(ة) المشرف:

د/ محمد براي

**الملخص**:

أصبحت ظاهرة التسول الإلكتروني عبر منصات التواصل الاجتماعي، مثل الفيسبوك، اليوتيوب، والتيك توك، واقعًا جديدًا في المجتمعات الرقمية. تسعى هذه الدراسة لاستقصاء تصورات المستخدمين حول هذه الظاهرة وآثارها. أظهرت النتائج أن التسول الإلكتروني يتخذ أشكالًا متنوعة، تتراوح بين طلبات مباشرة للتبرع واستغلال قضايا إنسانية. تُبرز الدراسة أن هذه الظاهرة تُهدد القيم المجتمعية وتضعف الثقة بين الأفراد، كما تُؤثر سلبًا على مصداقية المبادرات الخيرية الحقيقية. أشارت النتائج أيضًا إلى ضعف آليات الرقابة في مواجهة هذه السلوكيات. بناءً على ذلك، تقترح الدراسة تعزيز وعي المستخدمين وتطوير سياسات صارمة من قِبل الجهات المعنية لضبط هذه الممارسات ومنع استغلال المنصات الرقمية لتحقيق مكاسب غير مشروعة.
الكلمات المفتاحية: التسول الإلكتروني، مواقع التواصل الاجتماعي، المنصات الرقمية، الفيسبوك، التيك توك، اليوتيوب

**Abstract**.

The phenomenon of electronic begging on social media platforms, such as Facebook, YouTube, and TikTok, has emerged as a new reality in digital societies. This study aims to explore users' perceptions of this phenomenon and its implications. The findings reveal that electronic begging manifests in various forms, ranging from direct donation requests to the exploitation of humanitarian issues. The study emphasizes that this phenomenon threatens societal values, undermines trust among individuals, and negatively impacts the credibility of genuine charitable initiatives. The results also highlight the weakness of regulatory mechanisms in addressing such behaviors. Accordingly, the study recommends enhancing user awareness and implementing strict policies by relevant authorities to regulate these practices and prevent the misuse of digital platforms for illegitimate gains.

**Keywords:** electronic begging, social media platforms, digital platforms, Facebook, TikTok, YouTube.