



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة أم البواقي

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

أطروحة

مقدمة لنيل شهادة

دكتوراه الطور الثالث

الشعبة: علوم اجتماعية - علم الاجتماع

التخصص: علم اجتماع الاتصال

من طرف:

عمور عبد اللطيف

عنوان الأطروحة:

ثقافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية وتعزيز العمل التطوعي الجماعي

أطروحة مناقشة بتاريخ 2024/12/09 أمام لجنة المناقشة المشكلة من :

الرقم	اللقب والاسم	الرتبة	المؤسسة	الصفة
01	بوضرسة زهير	أستاذ	جامعة أم البواقي	رئيسا
02	سالم نصيرة	أستاذ	جامعة أم البواقي	مشرفا
03	دنبري لطفي	أستاذ	جامعة أم البواقي	ممتحنا
04	عيسات العمري	أستاذ	جامعة سطيف 2	ممتحنا
05	عميرش نجوى	أستاذ محاضر. أ	جامعة قسنطينة 2	ممتحنا
06	بروش عبد الله	أستاذ محاضر. أ	جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة	ممتحنا

شكر وعرفان

نشكر الله ونحمده على إتمام هذا العمل وأتقدم بخالص شكري وامتثاني إلى :

الاستاذة الفاضلة المشرفة الاستاذة الدكتور- نصيرة سالم- التي لا يسعني إلا

أن أوجه لها رسالة شكر خالصة ، أحييها فيها على توجيهاتها ونصائحها القيمة.

واتقدم بالشكر أيضا إلى الأستاذ الدكتور إسماعيل ميهوبي والأستاذ الدكتور عيسى

العمرى وإلى كل الأساتذة الذين حكموا لي الاستمارة .

كما لا يفوتني بالذكر إلى الجمعيات التطوعية ورؤسائها خاصة رئيسة جمعية التراحم

التي قدمت كل التسهيلات اللازمة وإلى

إلى صديقي رفيق النجاح يحيوي محمد.

الالهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

الحمد لله ربى العالمين والصلاة والسلام على أشرف المرسلين وبعد:

إلى الوالدة الكريمة بارك الله فى عمرهما

إلى زوجتى : حياة عدلى

إلى أبنائى : عمران ، عبد الله ، زكرياء ، محمد

إلى كل إخوتى وأخواتى تقديرا واحتراما

إلى كل العائلة الوفية

إلى كل الأصدقاء والأعزاء

إلى كل هؤلاء أبدي ثمرة جهدى

الفهرس

الصفحة	الموضوع
	الإهداء
	شكر وتقدير
I	فهرس المحتويات
IX	فهرس الجداول والأشكال
XIV	فهرس الملاحق
أ	مقدمة
الفصل الأول: الإطار المنهجي ولمفاهيمي للدراسة	
03	أولاً: إشكالية الدراسة وفرضياتها
07	ثانياً: أسباب اختيار الموضوع الذاتية والموضوعية
07	ثالثاً: أهمية الدراسة وأهدافها
08	رابعاً: تحديد المفاهيم
19	خامساً: الدراسات السابقة
37	سادساً: المدخل النظري للدراسة
الفصل الثاني: الثقافة ومتغيراتها في البيئة الاتصالية الرقمية	
51	تمهيد
52	أولاً. ماهية الثقافة
52	1. مفهوم الثقافة

53	2. نشأة وتطور الثقافة
55	3. خصوصيات وخصائص الثقافة
59	ثانيا. التفاعل الثقافي - الآليات والأنماط والوظائف -
59	1. آليات الثقافة
61	2. أنماط الثقافة
61	3. وظائف الثقافة
62	ثالثا. الثقافة الرقمية والثقافة الفرعية
62	1. الثقافة الرقمية
63	2. عوامل ظهور الثقافة الفرعية
64	3. الثقافة الفرعية في مخرجات البيئة الجديدة
65	رابعا. الثقافة الاتصالية ومواقع التواصل الاجتماعي
65	1. تعريف الثقافة الاتصالية
65	2. مكونات الثقافة الاتصالية
66	3. علاقة مواقع التواصل الاجتماعي بالثقافة
68	4. مشكلة الهوية في مواقع التواصل الاجتماعي
69	5. مواقع التواصل الاجتماعي والخصوصية الثقافية
70	خلاصة
الفصل الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي وتعدد الاستخدامات	
72	تمهيد

74	أولاً. مواقع التواصل الاجتماعي ماهيتها وأنواعها
74	1. تعريفات مواقع التواصل الاجتماعي
76	2. أقسام المواقع الإلكترونية
78	3. أنواع المواقع الإلكترونية
79	4. أنماط المواقع الإلكترونية
82	ثانياً. أهم مواقع التواصل الاجتماعي والأكثر استخداماً وخصائصها
82	1. فيس بوك
84	2. التويتر
68	3. اليوتيوب
88	4. المدونات الإلكترونية
88	5. موقع لينكد إن
88	6. الإنستغرام
89	7. وات ساب
90	ثالثاً. حدود استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
90	1. الإبداع والتأثير في مواقع التواصل الاجتماعي
91	2. التقارب الإعلامي
92	3. إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي
94	4. خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
95	رابعاً. الاستخدامات التحليلية الرقمية لوسائل التواصل الاجتماعي وفهم البيئة الاتصالية

96	1. أساسيات التحليلات الرقمية لوسائل التواصل الاجتماعي
96	2. قياس حجم الجمهور على وسائل التواصل الاجتماعي
97	3. الأمن الرقمي والقضايا الأخلاقية
98	4. تنظيم تحليلات وسائل التواصل الاجتماعي
98	5. أدوات تحليلات وسائل التواصل الاجتماعي المجانية
100	خلاصة
الفصل الرابع: المجتمع المدني والعمل التطوعي في الجزائر	
103	تمهيد
103	أولاً. التأصيل النظري للمجتمع المدني والعمل الجمعي
103	1- المجتمع المدني النشأة والتطور
106	2- المجتمع المدني في الفكر الغربي والعربي
106	3- خصائص المجتمع المدني
107	4- بناء قدرات منظمات المجتمع المدني
108	ثانياً . مقارنة مفاهيمية للعمل الخيري والعمل التطوعي
108	1- العمل الخيري خصائصه ومراحل تطوره في المجتمع العربي
111	2. الفرق بين العمل الخيري والعمل التطوعي
111	3. العمل التطوعي خصائصه أنواعه ومجالاته
115	4. العمل التطوعي أهميته ووظائفه
120	ثالثاً. الجمعيات الخيرية والعمل والتطوعي الجمعي

120	1. الجمعيات الخيرية ووظائفها
121	2. التطور التاريخي للعمل التطوعي الجماعي
122	3. دوافع العمل التطوعي الجماعي
122	رابعا . الخلفية التاريخية للعمل الجماعي في الجزائر
123	1. مرحلة ما قبل الاستقلال
123	2. المرحلة الثانية (1979 إلى 1989)
124	3. الفترة الثالثة من سنة 1990 إلى الوقت الحالي
125	خلاصة
الفصل الخامس: التنمية التطوعية ومعوقاتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي	
128	تمهيد
128	أولا. التغيرات السوسيو إتصالية لمنظمات المجتمع المدني
129	1. منظمات المجتمع المدني بين الإعلام القديم والإعلام الإلكتروني
129	2. الإعلام ونشاط المجتمع المدني
129	3. مواقع التواصل الاجتماعي ومنظمات المجتمع المدني
131	4. النشاط الاتصالي والإعلامي لمنظمات المجتمع المدني عبر مواقع التواصل الاجتماعي
131	ثانيا: استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في التنمية التطوعية
131	1. التواصل التتموي التشاركي
133	2. التضامن الرقمي والحشد الاجتماعي
133	3. التطوع الإلكتروني

134	4. الوصول إلى المجتمع مرن
135	5. مواقع التواصل الاجتماعي وإدارة الأزمات
136	6. إشباكات العمل التطوعي الجموعي
138	ثالثا. خصائص التنظيمات الجموعية المتصلة بمواقع التواصل الاجتماعي
142	رابعا. معوقات العمل التطوعي
142	1. معوقات على المستوى الفردي
143	2. معوقات على مستوى الجمعية (التنظيم)
144	3. معوقات متعلقة بالمجتمع
145	خامسا. تحديات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التنمية التطوعية
148	خلاصة
الفصل السادس: الإجراءات المنهجية للدراسة	
151	تمهيد
151	أولا. مجالات الدراسة
166	1. المجال الجغرافي
153	2. المجال البشري
154	1-2 عينة الدراسة
156	3. المجال الزمني
159	ثانيا. منهج الدراسة
160	1. أسباب اختيار المنهج الوصفي التحليلي

160	2. المنهج الوصفي وكيفية توظيفه في الدراسة
162	ثالثا. أدوات جمع البيانات
162	1. الملاحظة
162	2. المقابلة
163	3. الاستمارة
167	4. الوثائق والسجلات
167	خامسا. أساليب المعالجة الإحصائية
168	خلاصة
الفصل السابع: عرض وتحليل نتائج الدراسة	
171	تمهيد
171	أولا. عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية
171	1. عرض وتحليل البيانات الأولية
179	2. عرض وتحليل نتائج بيانات المحور الأول
207	3. عرض وتحليل نتائج بيانات المحور الثاني
233	4. عرض وتحليل نتائج بيانات المحور الثالث
220	5. عرض وتحليل نتائج بيانات المحور الرابع
235	6. عرض وتحليل نتائج بيانات المحور الخامس
258	ثانيا. مناقشة وتحليل نتائج الدراسة
258	1. مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات

264	2. مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة
272	3. مناقشة نتائج الدراسة في ضوء التراث النظري
273	ثالثا. النتائج العامة للدراسة
284	خاتمة
287	قائمة المراجع
299	الملاحق
320	ملخص

فهرس الجداول والأشكال

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
153	قائمة الدوائر الإقليمية وبلدياتها	01
155	الجمعيات الخيرية عينة الدراسة وصفحاتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي	02
161	المواقع الأكثر استخداما في صفحة الجمعية	03
165	محكمي الاستمارة	04
166	معاملات الثبات للمحورين 4-5	05
171	يبين توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس	06
172	يبين توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن	7
174	يبين توزيع عينة الدراسة حسب متغير الحالة العائلية	8
175	يبين توزيع عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي	9

177	يبين توزيع عينة الدراسة حسب متغير الوظيفة	10
178	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الوضعية المادية	11
180	الأقدمية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	12
181	الأقدمية في استخدام مواقع التواصل حسب متغير الجنس	13
183	يبين الأقدمية في استخدام مواقع التواصل حسب متغير السن	14
185	عدد الساعات التي يقضيها المبحوثون عبر مواقع التواصل الاجتماعي	15
186	عدد الساعات التي يقضيها المبحوثون عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس	16
188	يبين عدد الساعات التي يقضيها المبحوثون عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير السن	17
190	عدد مرات مشاهدة صفحة الجمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	18
191	يبين عدد مرات تصفح صفحة الجمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس	19
193	يبين عدد المرات التصفح عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير السن	20
194	مع من تشارك الاطلاع على مستجدات صفحة الجمعية	21
195	مع من تشارك الاطلاع على مستجدات صفحة الجمعية حسب متغير الجنس	22
196	يبين مع تشارك الاطلاع على مستجدات صفحة الجمعية حسب متغير السن	23
197	يمثل الغرض من تواصل الجمهور مع الصفحة	24
199	يبين الفئات الأكثر تواصلا مع صفحة الجمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	25
201	تواصل صفحة الجمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي مع مختلف الفئات حسب متغير المستوى التعليمي	26

202	يبين التواصل مع صفحة الجمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير المستوى الاقتصادي	27
204	ما إذا كان الجمهور المتابع جمهورًا حقيقيًا أم لا.	28
205	يبين رأي المبحوثون في حجم الجمهور المتابع للصفحة.	29
206	يبين نوعية التفاعل مع صفحة الجمعية:	30
208	المواقع الأكثر استخدامًا في صفحة الجمعية	31
209	المواقع الأكثر استخدامًا في صفحة الجمعية حسب متغير الجنس	32
212	يبين مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخدامًا حسب متغير المستوى التعليمي	33
213	يبين الوسائط المستخدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	34
215	المنشورات الأكثر تجاوزًا مع الجمهور عبر صفحة الجمعية حسب متغير المستوى التعليمي	35
216	مدى حرص الجمعية على متابعة حضور الأعضاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي	36
218	يبين نوعية التقييم لنشاطات صفحة الجمعية	37
219	يبين الأنماط الاتصالية المعتمدة من قبل الجمعية	38
220	يبين إمكانات الجمعيات الخيرية المادية	39
222	الوسيلة المستعملة في الاتصال من قبل الجمعية	40
223	يبين نوعية التوصيلات الشبكية المستخدمة في الاتصال مع الجمعية وشدة تدفقها	41
225	يبين مصدر الاشتراك وإمكانات الجمعية المادية	42
225	الإمكانات البشرية للجمعيات التطوعية	43

227	يبين إجابات المبحوثون حول الإمكانيات البشرية للجمعية حسب متغير المستوى التعليمي	44
228	العلاقة بين الإمكانيات المادية والإمكانيات البشرية للجمعيات	45
230	أقدمية المبحوثون في الجمعية	46
230	إدارة وتسيير صفحة الجمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	47
232	يبين عدد الأصدقاء في صفحة الجمعية	48
234	يبين التكوينات لفائدة الأعضاء ونوعيتها	49
235	ميزان تقديري لجدول ليكرت الخماسي المعتمد في توزيع قيم درجات الدراسة	50
236	أهداف استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الفردي	51
239	أهداف استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الجمعية التنظيم	52
243	هدف استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى المجتمعي	53
245	اتجاه العينة حول الأهداف الثلاثة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	54
246	معوقات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على مستوى الفرد	55
249	يبين معوقات الاتصال عبر مواقع التواصل الاجتماعي المتعلقة الجمعية (التنظيم)	56
254	معوقات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على مستوى المجتمع	57
257	بين اتجاه العينة حول معوقات التنمية التطوعية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	58

فهرس الأشكال

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
01	نموذج " كاتز " لنظرية الاستخدامات والإشباعات (بتصرف)	47
02	مخطط توضيحي لنموذج البحث في الدراسة	48
03	يمثل الشبكات الاجتماعية الأكثر شهرة في جميع أنحاء العالم اعتبارا من يناير 2022، وهي مرتبة حسب عدد المستخدمين النشطين	86
04	موقع التواصل الأكثر استخداما في العالم لعام 2022 الإحصاءات العالمي Statista	89
05	أنواع الجمهور على موقع الفاييس بوك	97
06	يمثل تحليلات لصفحة فاييس بوك المتابعين الصور والصوت، المنشورات، معدل التفاعل.	99
07	نموذج canry لتحليلات الوسائط الاجتماعية للمشاركة المدنية	146
08	ولاية برج بوعرييج حسب دوائرها	152
09	الاستثمارات توزيعها واسترجاعها على عينة الدراسة	166
10	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس	171
11	توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن	173
12	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الحالة العائلية	174
13	توزيع عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي	176
14	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الوظيفة	177
15	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الوضعية المادية:	179
16	يبين الأقدمية في استخدام مواقع التواصل حسب متغير الجنس	182
17	يوضح الأقدمية في استخدام مواقع التواصل حسب متغير السن	184
18	يبين عدد الساعات التي يقضيها البحوثون عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس	187

189	بين عدد الساعات التي يقضيها المبحوثون عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير السن	19
192	يبين عدد مرات تصفح صفحة الجمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس	20
193	يبين عدد مرات تصفح موقع الجمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير السن	21
198	يمثل الغرض من تواصل الجمهور مع الصفحة	22
199	يبين الفئات الأكثر توصالاً مع صفحة الجمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	23
203	يبين التواصل مع صفحة الجمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير المستوى الاقتصادي	24
206	يبين نوعية التفاعل مع صفحة الجمعية	25
208	المواقع الأكثر استخداماً في صفحة الجمعية	26
211	المواقع الأكثر استخداماً في صفحة الجمعية حسب متغير الجنس	27
213	يبين الوسائط المستخدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	28
216	مدى حرص الجمعية على متابعة حضور الأعضاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي	29
218	يبين نوعية التقييم لنشاطات صفحة الجمعية	30
219	يبين الأنماط الاتصالية المعتمدة من قبل الجمعية	31
221	يبين إمكانات الجمعيات الخيرية المادية	32
224	يبين نوعية التوصيلات الشبكية المستخدمة في الاتصال مع الجمعية وشدة تدفقها	33
240	يبين إجابات المبحوثون حول الإمكانيات البشرية للجمعية وفقاً لمتغير المستوى التعليمي	34
229	العلاقة بين الإمكانيات المادية والإمكانات البشرية للجمعيات	35
231	إدارة وتسيير صفحة الجمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	36
233	يبين عدد الأصدقاء في صفحة الجمعية	37

رقم الملحق	الملاحق	الرقم
01	دليل الاستمارة	299
02	دليل المقابلة	305
03	دليل الملاحظة	306
04	الجمعيات النشطة وفق إحصائيات مديرية النشاط الاجتماعي	307
05	الجمعيات الولائية المعتمدة وفق إحصائيات مكتب الجمعيات بمقر ولاية برج بوعرييج	308
06	الجمعيات البلدية وفق إحصائيات مكتب الجمعيات بمقر بلدية ولاية برج بوعرييج	309
07	مختلف النشاطات في مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك	310
08	صفحات ذات نشاطات فردية	310
09	قانون الجمعيات الجريدة الرسمية	311

مقدمة

منذ أن تشكلت المجتمعات البشرية انفردت بمجموعة من الخصائص والميزات، كالعادات والتقاليد والأعراف والقيم والمعتقدات وما حققته من منشآت وإنجازات عرفت باسم بالثقافة، وتدرج ضمن هذه الخصائص الثقافية عادات وأساليب وطرق الاتصال اليومية، وهي محور أي تفاعل اجتماعي، تطورت فيه العملية الاتصالية من ايسط أشكالها إلى اعقدها، فتشكلت الرموز والإشارات في التجمعات البدائية وأخذت أنماط أخرى في المجتمعات الحديثة، مرورًا بمحطات مفصلية كمرحلة الكتابة ثم مرحلة الطباعة ثم مرحلة عصر الاتصال الجماهيري والاتصال الشبكي وصولاً إلى مرحلة الاتصال الرقمي التفاعلي.

هذه المرحلة الأخيرة التي تعدّ نقلة نوعية في مجال الاتصال، حيث ساهمت تكنولوجيا الاتصال من الدمج بين الأنترنت ووسائل الاتصال الحديثة من الحواسيب واللوحات الرقمية والهواتف الذكية في إعطاء مفهوم آخر لمعني الاتصال فظهر الاتصال الافتراضي أو الاتصال الشبكي الذي تميز بخصائص جديدة لم يسبق لها مثيل كالكونية، التفاعلية، واللاتزامنية، والأنية والفورية.

هذه التحولات السوسيواتصالية ما فتئت تظال جل العلاقات لاجتماعية الاتصالية بين الأفراد والجماعات والتنظيمات في طابعها غير الرسمي والرسمي، فكانت بذلك محط وأنظار الكثير من الدراسات والبحوث كل حسب اختصاصه واهتمامه ، للوقوف على أبعادها ومآلها للاستفادة منها حق استفادة.

وتعد الجمعيات الخيرية من التنظيمات التي تعتمد بشكل كبير على مخرجات العملية الاتصالية، وما تقدمه لها في تحقيق أهدافها، كان لها الفضل في الرقي بالمجتمع المدني وتحسين ظروف الكثير من الفئات المستهدفة وكان لها الأثر البالغ في سيرورة الحياة الاجتماعية.

فالعامل التطوعي الذي يتشكل في صورة أفعال وممارسات ونشاطات خيرية ما إلا نتيجة صورة اتصالية تفاعلية بين الأفراد والجماعات والتنظيمات التي تتم في أرقى معانيها، لذا كانت ثقافة

الاتصال والتواصل في مجال العمل التطوعي تمثل ثقافة الجزء من الكل وتختلف من مجتمع إلى آخر.

وإنَّ إحداهن تنمية تطوعية لا يتأتى إلا من خلال استغلال جميع الإمكانيات المادية والبشرية أحسن استغلال وتوظيفها في احسن توظيف، وتعد عادات وأنماط الاستخدام اليومية معيار مهم لفهم الثقافة الاتصالية بالجمعيات الخيرية، وقد حددت اليونيسيف ثلاث أنواع رئيسية من الاتصالات هي: الدعوة؛ والتعبئة الاجتماعية؛ والتواصل لتغيير السلوك، ومن خلال التنمية ترتفع استخدامات الناس من خدمات ودخل وتحقيق الرفاه الاجتماعي، حيث يتعلق بالاستخدام الهادف لمنهجيات ومبادئ وتقنيات الاتصال من قبل أصحاب المصلحة لتحقيق التنمية والتحسين في جميع جوانب الأفراد،¹ ولكون معظم العمليات الاتصالية تتم عبر مواقع التواصل الاجتماعي فكانت الدراسة في ثقافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية وتعزيز العمل التطوعي الجماعي من خلال التطرق إلى سبعة محاور تم الانتقال منها من الجانب النظري إلى الجانب الميداني ومن إعطاء الدراسة قالب التدرج من الإطار المنهجي من التعريف بمحاور الدراسة إلى عمليات جمع البيانات وتحليلها واستخلاص نتائجها وقد جاءت الدراسة على النحو التالي:

تم توضيح في الفصل الأول الخطوط العريضة للدراسة من الاطار المنهجي ولمفاهيمي من بناء الإشكالية وطرح تساؤلات الدراسة و صياغة فرضياتها، و تبيان أهمية الدراسة و تحديد أسباب اختيار الموضوع والهدف منها، وبعدها تحديد المفاهيم الظاهرة والكامنة، وما توصلت إليه الدراسات السابقة لاستفادة منها والانطلاق نحو مالم يتم التطرق إليه، وربط الدراسة بالخلفية النظرية التنظيرية.

وفي الفصل الثاني من الجانب النظري خصص الباحث محور حول الثقافة ومتغيراتها في البيئة الاتصالية الرقمية، بالتطرق إلى الثقافة وماهيتها من حيث المفهوم والنشأة والتطور وخصوصياتها، والتطرق إلى التفاعل الثقافي من الأليات والأنماط والوظائف، وعلاقة كل من

¹ Odoom, Daniel, **Understanding Development Communication** : A Review of Selected Literature, E-Journal of Humanities, Arts and Social Sciences2020/05/26, 10.38159/ehass.2020055,p43.

الثقافة الرقمية الأصلية بالثقافة الرقمية الفرعية، والانتقال بعدد ذلك إلى العلاقة بين الثقافة ومواقع التواصل الاجتماعي.

وفي الفصل الثالث جاء حول مواقع التواصل الاجتماعي وتعدد الاستخدامات الذي اندرج حول محاور هي: التطور التاريخي لشبكات التواصل الاجتماعي من التعريفات والأقسام والأنواع والأنماط، وأهم مواقع التواصل الاجتماعي والأكثر استخداما في الجزائر، والتعرف على حدود استخداماتها بين التأثير والإعلام، والإيجابيات والسلبيات والخصائص، ثم التطرق إلى أهم الاستخدامات التحليلية الرقمية لوسائل التواصل الاجتماعي وكيفية فهم البيئة الاتصالية الرقمية، بالتعرف على أساسيات التحليل الرقمية، وقياس الجمهور، وأساليب الأمن الرقمي، و التعرف على أدوات تنظيم تحليلات مواقع التواصل الاجتماعي.

وفي الفصل الرابع تم التطرق إلى المجتمع المدني والعمل التطوعي في الجزائر من خلال إعطاء مقارنة مفاهيمية للعمل الخيري والعمل التطوعي بالتعرف على الفرق بين العمل الخيري والعمل التطوعي، وعرض خصائص كل من العمل الخيري ومراحل تطوره في المجتمع العربي، وتبيان مكانته والتعرف على مجالاته وأهميته وكيفية تعزيز العمل الجماعي والمسؤولية الاجتماعية، ثم التطرق إلى التأصيل النظري لجمعيات المجتمع المدني والعمل الجماعي بالتعرف على المجتمع المدني النشأة والتطور انطلاقا من فهم الخلفية التاريخية للعمل الجماعي في الجزائر في الفترة قبل الاستقلال والمراحل التي جاءت بعده.

وجاء في المحور الأخير من الجانب النظري أي الفصل الخامس: حول التنمية التطوعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومعيقاتها، حيث تم التطرق إلى العمل التطوعي من منظور سوسيواتصالي بالتطرق إلى أهمية الإعلام ونشر ثقافة المجتمع المدني، والعلاقة بين الإعلام الرقمي والإعلام الرقمي، والنشاط الاتصالي لمنظمات المجتمع المدني عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ثم التطرق إلى أهداف استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بالتعرف على الاتصال التنموي التشاركي والتضامن الرقمي والحشد الاجتماعي، والقدرة إلى الوصول إلى ذوي التفكير المماثل ثم التطوع الإلكتروني، وبعدها معالجة وسائل التواصل الاجتماعي وكيفية التوجه نحو

المرونة المجتمعية، بالتعرف على خصائص المجتمعات المتصلة وأهمية وسائل التواصل الاجتماعي في إدارة الأزمات.

وأخيرا وليس آخرا تم التطرق إلى مختلف المعوقات التي تقف دون إحداث تنمية تطوعية على المستويات الثلاث على مستوى الفرد والجمعية أو التنظيم وعلى مستوى المجتمع، وتبيان أهم التحديات التي تواجه ثقافة العمل التطوعي.

أما في الجانب الميداني فقد تم التعرف على الإجراءات المنهجية للدراسة، بداية بمجالات الدراسة الزمانية والمكانية والبشرية، ثم تبيان المنهج المعتمد وأدواته، وتبيان كل من أدوات جمع البيانات كالملاحظة والمقابلة والاستمارة والوثائق والسجلات، وبعدها التعرف أكثر على عينة الدراسة، وأساليب المعالجة الإحصائية.

أما في المحور السابع والأخير فكان حول عرض وتحليل ومناقشة نتائج الدراسة في إطار محاور الأسئلة المطروحة التي كانت حول عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الجمعيات الخيرية عينة الدراسة، ورصد الإمكانيات المادية والبشرية، والتعرف على أهداف ومعوقات التنمية التطوعية على المستوى الفردي و على مستوى الجمعية التنظيم وعلى المستوى المجتمع، ثم مناقشة نتائج الدراسة عموما ثم مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات، و مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة وفي ضوء التراث النظري وعرض النتائج العامة للدراسة.

الفصل الأول

الإطار المنهجي ولمفاهيمي للدراسة

أولاً: إشكالية الدراسة وفرضياتها

ثانياً: أسباب اختيار الموضوع الذاتية والموضوعية

ثالثاً: أهمية الدراسة وأهدافها

رابعاً: تحديد المفاهيم

خامساً: الدراسات السابقة

سادساً: المدخل النظري للدراسة

أولاً. إشكالية الدراسة وفرضياتها:

1. الإشكالية:

يعدّ الاتصال أقدم أوجه النشاط الإنساني، استطاع بواسطته فهم البيئة المحيطة به، وقد تطور عبر فترات تاريخية متلاحقة ومتداخلة، امتازت كل مرحلة بنمط ثقافي معين يميز تلك المرحلة عن غيرها، انتقلت فيها المجتمعات من الاتصال البسيط كالرموز و الإشارات إلى الاتصال المعقد والمركب وصولاً إلى مرحلة الاتصال الجماهيري و الاتصال الرقمي التفاعلي، حيث ساهمت التطورات التكنولوجية خاصة الاتصال الشبكي و الأنترنت، في انفتاح شبكة الاتصالات الاجتماعية العالمية، و خلقت بذلك فضاءات افتراضية بطرق و أساليب جديدة للاتصال و التفاعل و نتج عنها أيضاً تأثير و تأثير متبادل امتزجت فيه الثقافات عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي تضم الفيس بوك، التويتر، اليوتيوب، الأنستغرام، التي حلت محل وسائل الاتصال القديمة من الصحف و المجلات و الراديو و التلفزيون و الفضائيات، و امتازت هذه الأخيرة بوسائطها المتعددة و القدرة على مشاركة أطراف بعيدين كل البعد يربطهم الهدف من الاتصال، فشاع استخدامها لدى الأفراد و التنظيمات، فلا يكاد تنظيم أو مؤسسة إلا قد استفادت من خدماتها و اصبح لها موقع أو صفحة تعرف باسمها.

فاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت سمة المجتمعات الحديثة، ولا يمكن بأي حال من الأحوال الاستغناء عنها، فهي حتمية لا مناص منها، و وسيلة للاتصال و التواصل و وسيلة لتحقيق الانسجام بين مختلف التنظيمات و مواكبة التطورات الحاصلة في مختلف المجالات، فالعملية الاتصالية في مسارها طورت و تطورت و غيرت في المفاهيم و الأدوار و تجلت مظاهرها في البنية السوسيو ثقافية للمجتمعات، فالبيئة الاتصالية كانت دائماً انعكاساً لثقافة المجتمع مع طول الوقت، حيث يؤكد عالم الاجتماع الاتصال "دنيس ماكويل": "أن التواصل ليس سوى عملية

اجتماعية، لا يمكن فهمها إلا في سياقها الاجتماعي، وأن الظاهرة الاتصالية لا تعد وكونها تمثيلاً لأي عملية اجتماعية وشكلاً من أشكال الممارسة الاجتماعية في المجتمع¹.

لذا فقد استفادت الأنظمة والحكومات بمختلف توجهاتها لمواكبة التغيرات الحاصلة لفرض وجودها على الفضاء الاجتماعي الجديد، و من أهم المجالات الأكثر استخداماً لشبكات التواصل الاجتماعي منظمات المجتمع المدني، التي تمثل القطاع الثالث بعد القطاع العام والقطاع الخاص؛ و تعدّ ركيزة أساسية في بناء المجتمع المدني الحديث و تعمل على استدامته فهي معياراً مهم لتحقيق المساواة و والتقدم في الدول الغربية و تعدّ رأس مال اجتماعي لا يستهان به لما تحمله من قيم إنسانية سامية ومثال للعطاء وعلى درجة عالية للإحساس بالانتماء والمواطنة، و لها القدرة على التغيير الإيجابي بتقديم عمل نفعي و غير مأجور يزداد أهميته وقت الأزمات والحروب والأمراض الفتاكة، فهو يهدف للتكامل والتكافل الاجتماعي، حيث ركزت العديد من الدول على مساهمات المتطوعين لتحقيق التنمية المستدامة، من أجل مكافحة الفقر والجوع والمرض والتدهور البيئي والصحي والمساواة بين الجنسين، وأصبحت لهذه الأعمال إلى يقومون بها يوم يحتفل به من كل عام ، وهو اليوم العالمي للمتطوعين في 05 ديسمبر المعروف باسم (IVD) بتكليف من الجمعية العامة للأمم المتحدة 1985، وذلك من أجل تعزيز روح التطوع على المستويات المحلية والوطنية والدولية.²

ومن أشكال منظمات المتجمع المدني؛ الجمعيات أو التنظيمات الجمعوية، وهي تنظيمات طوعية غير ربحية، تعتمد على استقطاب أكبر عدد من الأفراد والمتطوعين، و كان لها الحض الأوفر من الاستفادة على هذه الوسائل التكنو اتصالية والمواقع الرقمية لما تساعدها في تحقيق أهدافها، فمواقع التواصل الاجتماعي كانت بذلك الوجهة الأولى للمجتمع المدني في العصر الحالي لما تضم أكبر عدد الأفراد من المتابعين والمنخرطين و المتطوعين عبر مختلف المواقع التواصلية،

1. حلمي خضري ساري، التواصل الاجتماعي الأبعاد والمبادئ والمهارات، الطبعة الأولى، دار كنوز المعرفة، الأردن، 2014، ص 27.

2. An overview of International Volunteer Day (IVD) www.un.org/ar/observances/volunteer-day
18:00:2023/11/10:2023/09/26 أطلع عليه

ويتجلى دور الجمعيات الخيرية في تقديم المساعدة للأفراد والفئات الهشة أو المحتاجة، وتعمل على تحقيق التماسك الاجتماعي والقضاء على الكثير من المشاكل الاجتماعية والمحافظة على المجتمع وتوازنه واستمرارية، من خلال استقطاب الفاعلين والمتطوعين وربط علاقات مع مختلف الهيئات والتنظيمات، وتعد الثقافة المجتمعية السائدة معيار أساسي لفهم سيرورة العملية الاتصالية.

و العمل التطوعي الجمعي في الجزائر شهد انفتاحا وتوسعا في مجالات متنوعة ومتخصصة منها اجتماعية حقوقية، تضامنية، إنسانية، قانونية، صحية، بيئية، ثقافية، فنية وفي خضم التغيرات الاتصالية الجديدة والانفتاح العالمي، والفجوة بين الأغنياء والفقراء و زيادة عدد الفئات المستهدفة والمحتاجة، وفي ظل تبدل المفاهيم و امتزاج الثقافات و نشأة جيل جديد يختلف عن الأجيال السابقة في تفكيره و سلوكياته وجدت الجمعيات الخيرية نفسها أمام طرح تحديات كبيرة، في إرساء ثقافة العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، و جعل منها تقف أمام هذا التغيرات السوسيوالاتصالية في البيئة الافتراضية المفتوحة موقف حيرة في تحقيق أهدافها ومتطلباتها وتسويق خدماتها، في حين أكدت الكثير من المنظمات والجمعيات الخيرية حضورها و استطاعت فرض ذاتها ووجودها، و أصبحت نشطة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعملت على تحقيق التميز عبر صفحاتها، في حين نجد أخرى آلت إلى الزوال والانحسار.

ومن خلال دراسة ميدانية لعينة من الجمعيات الخيرية النشطة في مواقع التواصل الاجتماعي بمدينة برج بوعرييج نسعى لفهم واقع ثقافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومساهمتها في تعزيز و تنمية العمل التطوعي، وذلك من خلال التركيز على عدة أبعاد بالتطرق إلى عادات وأنماط الاستخدام اليومية ومدى تأثير الفروق الديمغرافية، والوقوف على واقع إمكانيات الجمعيات المتاحة، والتعرف على أهداف استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وذلك على المستوى الفرد و الجمعية أو التنظيم و المجتمع، وبالمقابل رصد أهم المعوقات في كل من المستويات الثلاثة، حيث جاء:

التساؤل الرئيسي:

إلى أي حد تساهم ثقافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية وتعزيز العمل التطوعي بالجمعيات الخيرية بمدينة برج بوعرييج؟

التساؤلات الفرعية:

1. إلى أي حد ساهمت عادات وأساليب استخدام الجمعيات الخيرية بمدينة برج بوعرييج لمواقع التواصل الاجتماعي في تنمية وتعزيز العمل التطوعي؟
2. ما مدى مساهمة الإمكانيات المتاحة للجمعيات الخيرية بمدينة برج بوعرييج في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟
3. ما هي الأهداف التي تسعى الجمعيات الخيرية في مدينة برج بوعرييج إلى تحقيقها من خلال استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي؟
4. ما هي المعوقات التي تواجه الجمعيات الخيرية في مدينة برج بوعرييج أثناء استخدامها مواقع التواصل الاجتماعي؟

2. فرضيات الدراسة:

1. تختلف استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في الجمعيات الخيرية تبعا لمتغيرات الجنس والسن.
2. تختلف استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في الجمعيات الخيرية تبعا لمتغيري المستوى التعليمي والمستوى الاقتصادي.
3. تختلف استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في الجمعيات الخيرية وفقا للإمكانيات المادية المتاحة.
4. تبرز الأهداف الفردية والشخصية عن باقي الأهداف في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الجمعيات الخيرية.

5. تتصدر المعوقات المتعلقة بالجمعية (التنظيم) لأدراه الصفحة من التوجه نحو تنمية تطوعية.

ثالثاً. أسباب اختيار الموضوع الذاتية والموضوعية:

1- الذاتية:

طبيعة العمل الذي كنت اشغله كمساعد اجتماعي في مؤسسة إعادة التربية، بالتكفل بفئة من المحبوسين المعوزين وانشغالاتهم بالتنسيق مع مختلف المصالح والهيئات الإدارية لاسيما منها منظمات المجمع المدني والجمعيات الخيرية والتساؤل حول واقع استخدامات الجمعيات الخيرية لمواقع التواصل الاجتماعي، ومدى استفادتها منها في تحقيق التنمية في المجال التطوعي.

2- الموضوعية:

إن الدراسة تعالج فعل اجتماعي بامتياز وهو العمل التطوعي، وهو عمل إرادي خالص يعتمد بشكل كبير على الاتصال والتواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الموضوع يدرس واقع قطاع غير ربحي، وهو في مصاف اهتمام الدول المتقدمة، وما يقدمه من قيم اجتماعية عالية في الانتماء وترسخ ثقافة المواطنة فهو أساس تكوين راس مال اجتماعي.

ثالثاً. أهمية الدراسة وأهدافها:

1- أهمية الدراسة:

- العمل التطوعي الجماعي يحقق خدمات للفئات الهشة والضعيفة والمحتاجة ويخلق تماسك اجتماعي وتنمية مستدامة.
- الجمعيات الخيرية لها المعرفة الجيدة بالمجتمعات واحتياجاتها.
- يمثل أعضائها قادة رأي ولهم القبول والتواصل والتأثير في المجتمع.
- تعتمد الجمعيات الخيرية على الليونة والقدرة على التكيف مع الأحداث الطارئة والأزمات والقدرة على احتوائها للمستجدات.

➤ القدرة على التعبئة والحشد الاجتماعي وجعل المجتمع أكثر مرونة.

2. أهداف الدراسة:

➤ التعرف على ثقافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الجمعيات الخيرية.

➤ فهم عادات الاتصال اليومية بالجمعيات الخيرية.

➤ فهم الأساليب الاتصالية المعتمدة من قبل الجمعيات الخيرية النشطة عبر مواقع التواصل

الاجتماعي في تنمية العمل التطوعي.

➤ التعرف على الإمكانيات المادية والبشرية للجمعيات الخيرية النشطة عبر مواقع التواصل

الاجتماعي.

➤ الوصول إلى أهم الأهداف التي تكمن وراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

➤ الوصول إلى أهم معوقات التنمية الاتصالية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

➤ المساهمة في إثراء الموضوع بالتطرق إلى إحدى جوانبه المتعلقة بفهم ثقافة استخدام مواقع

التواصل الاجتماعي في البيئة الاتصالية الرقمية.

رابعاً. تحديد المفاهيم:

تعدّ المفاهيم مفتاح للموضوع المدروس، ومنها يستطيع الباحث إنتاج المقصود منها والتعرف

على حدوده من بين المفاهيم الأخرى، وفي موضوع الدراسة توجد المفاهيم الواردة في عنوان

الموضوع وتسمى بالمفاتيح الظاهرة، وتوجد مفاهيم أخرى وهي تسمى بالمفاهيم المستترة (غير

ظاهرة)، حيث تتم العملية المفهومية في التعرف على المفهوم لغة واصطلاحاً ثم الوصول بعد

ذلك إلى التعريف الإجرائي.

1. المفاهيم الظاهرة:

1.1 الثقافة:

1.2 لغة: "تعني الوحدة الكاملة للسلوك المتعلم الذي ينتقل من جيل إلى الجيل الذي يليه. وهي

سلوكيات يتوقع حدوثها في المجتمع، وهي نمط من التقليد (أو العرف)، حيث تنتقل

الرموز من جيل إلى جيل آخر من خلال التعليم الاجتماعي"¹.

- "والثقافة هي العلوم والمعارف والفنون التي يتطلب الحذق فيها"².

اصطلاحاً: يعرفها "تايلور Tylor:

"ذلك الكل المعقد الذي يجمع المعرفة والمعتقد والفن والأخلاق والقانون والعادات وأية قدرات

سلوكية اكتسبها المجتمع البشري"³.

يعرفها «بواز BOAS:

" أنها تضم كل العادات الاجتماعية في جماعة ما، وكل ردود أفعال الفرد المتأثرة بعادات

المجموعة التي يعيش فيها، وكل منتجات الأنشطة الإنسانية التي تحدد تلك العادات"⁴.

يعرفها «ليني شتراوس Strauss ":

" الثقافة بوصفها" مجموعة من المنظومات الرمزية التي تحتل اللغة المرتبة الأولى فيها

وقواعد الزواج والعلاقات الاقتصادية والفن والدين والعلم، وهذه المنظومات كلها تهدف إلى

التعبير عن بعض أوجه الواقع المادي والواقع الاجتماعي وكذلك العلاقات التي يقيمها هذان

النمطان مع بعضهما البعض، وتلك التي تقوم بين المنظومات الرمزية نفسها مع بعضها

البعض"⁵

1. الصالح مصحح، الشامل قاموس مصطلحات العلوم الاجتماعية، طبعة 1، دار عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، السعودية، 1999، ص137.

2. إبراهيم أنيس وآخرون، المعجم الوسيط، الطبعة 04، مكتبة الشروق الدولية، سنة 2004، ص98.

3. حارث علي العبيدي، هبة عدنان النعيمي، الثقافة بين المحلية والكونية في ظل عولمة الاتصال، الطبعة 1، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، سنة

2015، ص19.

4. المرجع نفسه، ص19.

5. فريدة صغير عباس، رضوان رباح، صراع القيم بين الثقافة المحلية والثقافة الافتراضية في ظل الفضاء السيبراني، مجلة البدر، العدد 11، 2018

ص1424.

يعرفها "مالينو فيسكي malinovskiy "

الثقافة بأنها: "الحرف الموروثة والسلع والعمليات الفنية والأفكار والعادات والقيم والبناء الاجتماعي، والمواثيق التي تتعاهد الجماعات المختلفة والأفكار والأعراف، فهي كل ما نعيشه وكل ما نلاحظه، أو هي باختصار كل ما يتعلق بعملية تنظيم بين البشر في جماعة، وعلى هذا فإن الثقافة تعني كل ما ينتجه المجتمع من نتاج مادي أو معنوي"¹.

التعريف الإجرائي للثقافة:

هي كل ما يوجد بالجمعيات الخيرية وتدخل الإنسان فيه إحداثه من هياكل ومنشآت وعادات وأفكار وقيم وقوانين تنظيمية وممارسات يومية، أصبحت سائدة ساعدت على عملية الاتصال والتواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فهي سلوكيات متوقعة تميزها عن غيرها من الجمعيات.

2.1 الاستخدام :

لغة: (خ د م) 1- مص. استخدم 2- في البديع: هو أن يذكر لفظ معنيان فيراد به أحد المعنيين ويراد بضميره الآخر، نحو: "من شهد منكم الشهر فليصمه" المقصود بالشهر هو الهلال وبضميره الشهر المعروف".

استخدم استخداما (خ د م) 1- اتخذه خادما 2- سأله أن يخدمه 3- استوهبه خادما²

اصطلاحا:

1. إيمان بن زايد، سي موسى عبد الله، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية دراسة في الاستعمالات والإشاعات لطلبة طاهري محمد بشار (الفائس بوك نمونجا)، مجلة دراسات، المجلد 7، العدد 2، 2018، ص.ص 265-280.
2. مسعود جبران، الرائد معجم لغوي عصري، الطبعة السابعة، بيروت، لبنان، 1992، ص.58.

يعرف على "أنه نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي في المجتمع بفضل التكرار والقدم، فحينما يصبح الاستعمال متكررا ويندمج في ممارسات وعادات الفرد يمكن حينئذ الحديث عن الاستخدام"¹.

التعريف الإجرائي للاستخدام:

هو عملية تطبيقية وتنفيذية متكررة تظهر في مختلف النشاطات والعادات اليومية من طرق الاتصال على مواقع التواصل الاجتماعي، كمدة الاطلاع وعدد مرات التصفح، وأساليب المشاركة الاتصالية، وتتجلى أيضا في الاستعمال المتكرر للوسائل المعتمدة كاستخدام الصور أو الفيديوهات أو المنشورات أو غيرها.

2.1 مواقع التواصل الاجتماعي:

لغة: تواصل: تواسلا. (و ص ل) الشخصان: اجتمعا واتفقا².

اصطلاحا:

موقع site: خدمة معلوماتية عادة ما تكون متعددة الوسائط متاحة على الشبكة وتتضمن العديد من الصفحات والموقع الشبكي يتميز بعنوانه http ، وعدد المواقع المتوفرة حاليا كبير جدا، والمواقع الشبكية متنوعة منها المواقع التجارية والمنتديات والمدونات والمواقع الاجتماعية والثقافية والتربوية.³

مواقع التواصل الاجتماعي:

1. وسام طایل البشاشة، دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي وإشباعاتها (فيس بوك وتويتر نموذجا) دراسة على طلبة الجامعة الأردنية وجامعة البترا أنموذجا، رسالة ماجستير كلية الآداب والعلوم تخصص الصحافة والإعلام جامعة البترا، سنة 2012-2013، ص 07.

2. مسعود جبران، مرجع سابق، ص 251.

3. مي العبد الله، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، الطبعة الأولى، درا النهضة العربية، بيروت، لبنان، سنة 2014، ص 267.

ويعرفها "زاهر راضي" " مواقع التواصل الاجتماعي منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها إنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهويات نفسها"¹.

ويعرفها "عباس محمود صادق" "هي مواقع الكترونية اجتماعية على الأنترنت، وتعتبر الركيزة الأساسية للأعلام الجديد أو البديل، التي تتيح للأفراد والجماعات التواصل فيما بينهم عبر الفضاء الافتراضي"².

تعرف على أنها: "تجمعات تشبه التجمعات القروية أو الريفية، لهم صفات مشتركة، وهي مليئة بملايين البشر يتطلعون إلى أن يكونوا متعاونين وإشهار هوياتهم وانتمائهم بداية من رياضة التنس وتطوير الصداقات وصولاً إلى السياسة"³.

فهي "روابط إلكترونية تسمح للأفراد من خلق موقع أو صفحة خاصة بهم، يقدمون فيها لمحة عن شخصيتهم أمام جمهور عريض أو محدد، وذلك حسب نظام معين يوضع قائمة لمجموعة من المستخدمين والمشاركين في الاتصال؛ مع القدرة على الاطلاع على صفحاتهم الخاصة أيضاً والمعلومات المتاحة، و تختلف طبيعة وتسمية هذه الروابط وتتنوع من موقع إلى آخر"⁴.

التعريف الإجرائي:

هي مواقع إلكترونية اتصالية تعتمد على الأنترنت ، تستخدمها الجمعيات الخيرية بوضع شعارها أو اسم الجمعية وأشهرها على الفاييس بوك، حيث تسمح لمستخدميها من أعضاء الجمعية والجمهور المتابع من التواصل والتفاعل فيما بينهم بطريقة مباشرة أو غير مباشرة

1. السعيد مبروك ابراهيم، مرجع سابق، ص31.

2. عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر و الطباعة، 2008 ، ص 21.

3. السعيد مبروك ابراهيم، مرجع سابق، ص31.

بواسطة الرسائل والمنشورات والصور والفيديوهات وتبادل الآراء والأفكار والمعلومات وجمعها اهتمام مشترك.

4.1 التنمية:

لغة: تعني الزيادة والرفع، وهي مشتقة من كلمة نمى، ويقال فلان نمى ذاكرته بمعنى طورها وزاد قوتها، ونمت النار أي اشتعلت وزاد توقدها¹.

عرّف كلمة التنمية في اللغة على أنها تشير للزيادة والرفع، فكلمة التنمية مشتقة من المصدر نمى، فيقال: فلان نمى ذاكرته؛ أي طورها وزاد من قوتها، ويقال: تنمية المحاصيل والإنتاج الزراعي، أي تكثيره وزيادته، ويقال: نمت النار، أي اشتعلت وزاد توقدها ولهبه

وهي "عملية تهدف إلى تحسين قدرات الفرد الذاتية بحيث يصبح قادرا على اتباع حاجاته الشخصية والاجتماعية، وقادرا على تحقيق أهدافه وفق الظروف المحيطة بالفرد"².

يعرفها "إدواردز" أنها عملية معتمدة من أجل تقليل الاحتياجات المادية وتعزيز قدرة الناس على عيش حياة يعتبرونها جيدة عبر أوسع نطاق ممكن من السكان³.

اصطلاحا:

يعرفها "نبيل السمالوطي": "هي عملية حضارية متكاملة تعنى برفع كفاءة القوى المنتجة مما ينمي الثورة القومية ويولد الفائض الاقتصادي اللازم للتوسع المضطرد في الاستثمار، كما تعنى التنمية بتوفير الخدمات الأساسية للأفراد المنتجين لتوفر لهم الشروط الموضوعية للوصول إلى مستوى التطور التكنولوجي المطلوب"⁴.

1. معجم المعاني الجامع

2. عبد العزيز محمد الغامدي، العمل الاجتماعي من منظور التربية الإسلامية، جامعة أم القرى، مكة المكرمة السعودية، 2009، ص10.

3. Odoom, Daniel, Understanding Development Communication: A Review of Selected Literature, E-Journal of Humanities, Arts and Social Sciences 2020/05/26, 10.38159/ehass.2020055p38.

4. طلعت مصطفى السروجي، التنمية الاجتماعية المثال والواقع، مركز نشر وتوزيع الكتاب الجامعي، جامعة حلوان، سنة 2001، ص. ص 15. 16.

ويعرفها " عبد الهادي والي " "أن التنمية أصبحت شعارا للطموح والجهد والإنجاز فهي تعني التركيز على الوعي من أجل إحراز تغير واسع النطاق نحو الاتجاهات المرغوبة، والطموح إلى التغيير وإيجاد الوسائل التنظيمية لإحرازه".

ويعرفها "محمود الكردي «أن التنمية هدف عام شامل لعملية ديناميكية تحدث في المجتمع وتتجلى مظاهرها في تلك السلسلة من التغيرات البنائية والوظيفية التي تصيب مكونات المجتمع وتعتمد هذه العملية على التحكم في حجم ونوعية الموارد المادية والبشرية المتاحة للوصول بها إلى أقصى استغلال ممكن في أقصر فترة مستطاعه، وذلك بهدف تحقيق الرفاهية الاقتصادية والاجتماعية المنشودة للغالبية العظمى من أفراد المجتمع¹.

ميز "ساندروزا " بين المعاني النظرية المختلفة للتنمية الاجتماعية وهي:

التنمية كعملية: بالتركيز على المتغيرات المتتابة، والتي ينتقل المجتمع من خلالها من النمط البسيط إلى النمط الأكثر تعقيدا، وتؤكد بذلك على الآثار الاجتماعية والنفسية على الأفراد. التنمية كمنهج: هي الاتجاه نحو الفعل ووسيلة لتحقيق غاية من خلال التركيز على المرحلة النهائية.

التنمية كبرنامج: بالتركيز على مجموع الأنشطة التي تصبح هدف في حد ذاته.

التنمية كحركة: تكون موجهة نحو التقدم وتحمل معنى الالتزام.²

التعريف الإجرائي:

التنمية هي عملية تفاعلية تحدث قيمة إيجابية مضافة في مجالات مختلفة بالجمعيات الخيرية، من خلال الوصول إلى تغطية شمولية لأكثر عدد من فئات المجتمع من التكفل

1. المرجع نفسه، ص 17.

2. طلعت مصطفى السروجي، مرجع سابق، ص 16.

بالمعوزين وتقديم المساعدات واستقطاب المتطوعين، بالاعتماد على الإمكانيات المادية والبشرية المتاحة، والقدرة على مسايرة التطورات الحاصلة والتي كانت نتيجة استخداماتها لمواقع التواصل الاجتماعي.

5.1 العمل التطوعي:

لغة: تطوع تطوعا (ط و ع) - الشيء أو له أو به: تبرع به (تطوع بالعمل الخيري

لغة: مشتق من مادة (طوع)، وتدل على الاصطحاب والانقياد¹.

والعرب تقول تطوع، أي تكلف استطاعته، ويقصد به أيضا التبرع².

اصطلاحا:

حسب برنامج الأمم المتحدة 2005 التطوع: هو "عمل غير ربحي لا يقدم نظير أجر معلوم، وهو غير وظيفي وغير مهني، يقوم به الأفراد من أجل مساعدة وتنمية مستوى معيشة الآخرين سواء في المناطق القريبة أو البعيدة أو المجتمعات البشرية بصفة عامة " ³ ويعرفه مدحت أبو النصر 2015 " أنه الوقت أو الجهد والمال الذي يبذله أي إنسان بمحض إرادته واختياره دون إجبار ووفقا لخبراته وظروفه وأحوال مجتمعه وبلده بلا مقابل أو بمقابل لا يوازي ولا يكافئ الجهد والوقت المبذولين، وذلك بهدف خدمة وطنه أو عشيرته أو مجتمعه المحلي أو المهني، والمشاركة في حل المشكلات التي تواجه المجتمعات الإنسانية بوجه عام أو خاص".

هو ذلك الجهد الذي يبذله الفرد من أجل مجتمعه أو من أجل جماعة معينة يتحمل فيه مسؤوليات العمل وذلك من خلال المؤسسات الاجتماعية القائمة على إرضاء لمشاعر ودوافع إنسانية داخلية ويلقى الرضا والقبول من جانب المجتمع⁴.

1. مسعود جبران، مرجع سابق، ص 219.

2. عماد نزل، التطوع الإلكتروني وسيلة معززة للعمل التطوعي، مجلة الجامعة العربية الأمريكية للبحوث، مجلد 1، العدد 1، فلسطين، 2015، ص 96.

3. إسلام محمود مصلي المفتي، المشاركة في العمل التطوعي وعلاقتها بسمات الشخصية دراسة مقارنة بين طلاب الجامعة وطلاب المرحلة الثانوية من

متطوعي جمعية رسالة للإعمال الخيرية، دراسات تربوية و اجتماعية، جامعة حلوان، المجلد الخامس، العدد أكتوبر 2019 ، ص 20.

4. عبد الله الخطيب، العمل الجماعي التطوعي، الشركة العربية للتسويق القاهرة، مصر، 2010، ص 11.

وهو عمل اختياري بدون عائد نقدي، فهو ليس عمل أساسي ثانوي يستفيد منه المجتمع بصفة رسمية أو غير رسمية¹.

التعريف الإجرائي:

العمل التطوعي هو نشاط اجتماعي يقوم به مجموعة من الأفراد داخل تنظيم الجمعيات الخيرية وخارجها في إطار منظم غير ربحي، يكون بصفة إرادية من خلال تقديم خدمات متعددة عضلية أو مادية أو معنوية والسعي لتقديم خدمات أو مساعدات لفائدة الفئات المستهدفة من المعوزين والمرضى والمعاقين أو لصالح المجتمع من جهة، ومن جهة أخرى إيجاد قنوات الدعم من الفاعلين أشخاص أو منظمات أو هيئات دولة وتحقيق علاقة التوازن الاجتماعي.

2. المفاهيم المستترة:

1.2 العادات:

لغة: العادة، ج عادات وعوائد وعاد وعيد - نمط من السلوك أو التصرف يعتاد حتى يُفعل تكراراً أو جهد، عادة المدخنين، عادة الكذب².

اصطلاحاً:

يقصد بمفهوم "إيكسيس" وقد ترجمه في العصر الوسيط ألبير لو جران" و"توماس الأكويني" بكلمة "هابيتوس" *habitus* " ، وفي التقليد الأرسطي مجموعة الأحكام المكتسبة والثابتة، خاصة التي تكتسي الطابع الأخلاقي وهي أنظمة مستديمة وقابلة للتغير³.

التعريف الإجرائي:

1. جوي نوبل و آخرون، الدليل الأساسي لإدارة برامج العمل التطوعي، فهرسة مكتبة الملك الفهد الوطنية أثناء النشر، 2010، ص23
2. مسعود جبران، مرجع سابق، ص 533.
3. جيل فيريول، معجم مصطلحات علم الاجتماع، ترجمة أنسام محمد الأسعد، الطبعة الأولى، دار مكتبة الهلال، بيروت، 2011، ص 98 .

هي تلك السلوكيات اليومية الروتينية التي تميز فرد عن آخر ومجموعة عن أخرى، تكونت بفعل التنشئة الاجتماعية، والتي لها علاقة مع استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي، وأصبحت تشكل سمتها الظاهرة .

2.2 الأنماط:

لغة: أنمط أنماطا. (ن م ط) له العطاء: أقله. الأنماط (ن م ط) الطريقة¹.

اصطلاحا:

تتطوي كلمة نمط على عدة معاني وتستخدم على معنى النحويين "على نموذج الإعراب أو تصريف الأفعال"، وقد اسهب فيه "فردينان دوسوسور"، ويرتبط عند "ألكسي دي توكفيل" بالديمقراطية، وعن "كارل ماركس" صراع الطبقات، وبالتنشئة الاجتماعية عند "روبرت ميرتون"، من هنا فإن:

الصورة النمطية: تعني تصور يتكون لدى الفرد عن فرد آخر أو جماعة أو مؤسسة أو دولة أو غيرها طبقا لمجموعة من الأفكار والمعتقدات الثابتة لديه².

النمط: وهو الطرق التي تميز ثقافة الجمعية في صورتها العامة.

التعريف الإجرائي:

الأنماط هي مجموعة من الأساليب والطرق التي تنتهجها الجمعيات الخيرية على مواقع التواصل الاجتماعي كأساليب الوسائط المتعددة و التعامل وذلك بغية الوصول إلى أهداف معينة، والتي تشكل مع الوقت السمة النمطية أو الصور النمطية للمنظمة أو الجمعية وتميزها

1. مسعود جبران، مرجع سابق، ص 148.

2. محمود حافظ، معجم المصطلحات الإعلامية، مجمع اللغة العربية القاهرة، 2008، ص82.

عن غيرها من المنظمات، وتصبح على شكل براديجم المؤسسة وتقرض اتباعها للوصول إلى أهداف الجمعية.

2.2 الدوافع:

لغة: الدوافع أسافل الأرض السهلة¹.

والدافعة: لأنها تدفع فيه إلى الدفعة الأخرى، دافع motive عامل انفعالي حركي فطري أو مكتسب، شعوري أو لاشعوري، يثير نشاط الأفراد لأداء الإنجاز².

هو حالة داخلية جسمية أو نفسية تدفع الفرد نحو سلوك معين في ظروف معينة، وتوجهه نحو إشباع حاجة أو هدف محدد، أي أنها قوة محركة منشطة في وقت واحد.

وتستخدم كلمة دافع في الحياة أشمل من معناه السيكولوجي، فتشمل بذلك العادات والمثيرات الخارجية والانفعالات والأهداف، ويشير إلى القوى الداخلية الموجهة وينشأ داخل الفرد كنتيجة مباشرة لخبرته في الحياة³.

التعريف الإجرائي:

الدافع: هو مرتبط بالجانب النفسي للفرد وهو المحرك الذي يكون وراء السعي لإشباع حاجة معينة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعية، ويدخل ضمن الدوافع الطقوسية أو الدوافع المنفعالية، ويعمل على استمرارية نشاط الفرد وفعاليته، وتم الإشارة له في الدراسة في جملة من الأهداف التي يسعى الفرد لتحقيقها.

4.2 الحاجات:

1. مسعود جبران، مرجع سابق، ص 367.

2. جيل فيريول، مرجع سابق، ص 60 .

3. منير وهيبه الخازن، معجم مصطلحات علم النفس، دار النشر للجامعيين، لبنان ، د س ن ، ص 87.

لغة: الحاجة. ما يفتقر إليه الإنسان، الذي يحدث إثارة الدافع، حالة من التوتر وعدم الإشباع¹.

اصطلاحاً:

حالة من التوتر أو عدم الإشباع يشعر الفرد بها، وتدفعه إلى التصرف نحو الهدف الذي يعتقد أنه يحقق له الإشباع، ومن الأمثلة الحاجات السيكولوجية الاجتماعية، الحاجة إلى الاعتراف الشخصي، العاطفة، والاستقلال، وحاجات فيزيولوجية كالجوع والعطش².

التعريف الإجرائي:

الحاجة هي نقص في جانب نفسي أو اجتماعي أو غيره لدى أفراد الجماعات الخيرية بمختلف مسؤولياتهم داخل الجمعية، كالحاجة إلى الوصول إلى تحقيق مكانة اجتماعية داخل المجتمع، أو السعي لتحقيق سمعة طيبة لغرض سياسي، أو الحصول على الأجر والثواب أو غيرها، وهذه الحاجات متجددة وهي تختلف من فرد إلى آخر وتظهر أيضاً من خلال أهدافه المصرح بها أو سلوكياته التي يفعلها، وتشبع بمجرد الوصول إلى تحقيقها لتظهر مكانها حاجات أخرى.

خامساً. الدراسات السابقة:

تعتبر الدراسات السابقة بمثابة التراث العلمي المتخصص الذي يقوم على احترام القواعد المنهجية العلمية، ويستند إليها الباحث لاستكمال مشروعه البحثي في أي دراسة علمية كانت، وتخضع بذلك إلى عملية انتقاء واختيار الدراسات المتخصصة المشابهة أو المقاربة، والتي قد عالجت الموضوع بشكل أو بآخر في أحد متغيرات الدراسة أو التطرق إلى مختلف أبعادها.

1. الدراسات المحلية:

1. مسعود جبران، مرجع سابق، ص 289 .

2. الصالح مصلح، مرجع سابق، ص 358.

1.1 دراسة نوي عمار: دور القيادة في إدارة العمل التطوعي الجموعي، دراسة حالة

لجمعيات بولاية برج بوعريريج، رسالة ماجستير تنمية الموارد البشرية، كلية العلوم

الإنسانية والاجتماعية جامعة قسنطينة، سنة 2009-2010.¹

كانت الدراسة على عينة عمدية متكونة من 10 جمعيات بمجموع 75 عضو، منهم الأعضاء والقادة، وكانت الدراسة بمجتمع بولاية برج بوعريريج في الفترة الزمنية مع بداية عام 2008، بالاعتماد على منهج دراسة الحالة و على أدوات جمع البيانات متمثلة في الملاحظة، المقابلة، الاستمارة.

وكان التساؤل الرئيسي: كيفية إدارة القيادة للعمل التطوعي الجموعي في المجتمع الجزائري؟

وتم وضع فرضيات هي:

- القيادة يرتبط دورها في إدارة العمل التطوعي بمتطلبات معينة.
- للقيادة مجموعة من الوظائف المتكاملة.
- للقيادة مشكلات ومعوقات متعددة في مجال إدارة العمل التطوعي.

ومن النتائج المتواصل إليها:

أن الجمعيات الخيرية تعتبر اطار للعمل التطوعي، ويقوم القادة بادراه الأنشطة، و اكثر شيء يتم الاعتماد عليه هو قوة الشخصية القيادية، وهي نابعة من رسالة يحملونها ورؤية مستقبلية واضحة، فالوظائف التي يقوم بها قادة الجمعيات من إدارة الأنشطة وإدارة المتطوعين، و ذلك وفق مهام متمثلة في التخطيط والتنظيم والتوجيه واتخاذ القرار، وعن المشكلات التي تواجه القيادة في إدارة العمل التطوعي منها ما هو متعلق بالجانب البشري، ومنها ما هو متعلق بالجانب المالي، ومنها ما هو متعلق بالجانب التنظيمي، وهي تفنقد عموما إلى وضوح الرؤية والتخطيط.

¹عمار نوي، دور القيادة في إدارة العمل التطوعي الجموعي دراسة حالة لجمعيات برج بوعريريج، رسالة ماجستير كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية قسم علم الاجتماع، جامعة قسنطينة سنة 2009-2010 .

2.1 دراسة نومار مريم ناريمان: استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات

الاجتماعية¹ دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي الفاييس

بوك الجزائر 2011-2012.

كانت عينة الدراسة من مستخدمي الفاييس بوك لأربعة ولايات: باتنة، مستغانم، الجزائر، ورقلة، فكانت العينة متكونة من 280 مفردة، في الفترة الزمنية من نهاية جانفي إلى بداية فيفري 2012، وقد اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي، وعلى أدوات جمع البيانات هي الملاحظة والاستبيان والمقابلة كأداتين رئيسيتين في جمع البيانات.

كانت الدراسة حول أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية. حيث جاءت التساؤلات حول عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الفاييس بوك، وحول الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الفاييس بوك، وكيف يؤثر على العلاقات الاجتماعية للجزائريين.

وقد اعتمدت الباحثة في دراستها على فرضيات هي:

- أن طرق الاستخدام تتحكم فيها متغيرات الجنس والسن.
- أن الاستخدام لمواقع الفاييس بوك يأتي من وراء دافع عاطفية واجتماعية.
- أن مع الوقت يؤدي للانسحاب من النشاط الاجتماعي.

ومن النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

أن مواقع الشبكات الاجتماعية لها قبول وتجاوب بين الناس، و سمحت بإمكانية الاتصال بالأصدقاء القدامى وتبادل المعلومات مع الأهل والأقارب، وبالنسبة لعادات وأنماط الاستخدام الفاييس بوك فإن أغلبية أفراد العينة يستخدمونه من سنة إلى ثلاث سنوات بتصفح أكثر من ثلاث مرات في اليوم، خاصة في الفترة الليلية، كما كشفت الدراسة أن أكثر من نصف

1. مريم ناريمان نومار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي الفاييس بوك الجزائر، رسالة ماجستير، تخصص علوم الإعلام والاتصال جامعة الحاج لخضر باتنة، 2011-2012.

المبحوثون لهم أكثر من 150 صديق تتصدرها العلاقات القرابية والمهنية، ويلجأ مستخدمو الهوية المستعارة بدافع التصرف الحر في الاستخدام. وعن نتائج الحفاظ على العلاقات الاجتماعية في الفايس بوك وتوسيعها فكان الاتجاه إيجابياً، وقد ساعد أفراد العينة من توسيع علاقاتهم القديمة والجديدة، وتشير النتائج أيضاً إلى أن مستخدمي الفايس بوك في الجزائر مستخدمون نشطون ولديهم العديد من الحاجات التي يسعون لأسباعها؛ وهذه الحاجات والدوافع تتغير تبعاً للعديد من المتغيرات الاجتماعية والنفسية.

3.1 دراسة جهيدة شاوش إخوان، واقع المجتمع المدني في الجزائر دراسة ميدانية

لجمعيات مدينة بسكرة، أطروحة دكتوراه، علم اجتماع التنمية، جامعة محمد خيضر بسكرة، سنة 2014-2015.

اعتمدت الباحثة على عينة مكونة من 50 جمعية لولاية بسكرة، واعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي، باستخدام الاستبيان كأداة رئيسية والملاحظة والمقابلة وكذا الوثائق والسجلات حيث كان التساؤل الرئيسي حول واقع المجتمع المدني في الجزائر وجاءت التساؤلات الفرعية:

- حول ملامح النخبة المشكلة للمجتمع المدني.
 - وملامح البناء المؤسسي للمجتمع المدني.
 - وطبيعة العلاقة بين الدولة والمجتمع المدني.
 - وكيفية مساهمة المجتمع المدني في تنمية المجتمع.
- ومن النتائج التي توصلت إليها الباحثة:

أن البناء الاجتماعي لعينة الدراسة ذوي مستوى تعليمي عالي، وأن المجتمع المدني الجزائري يضم مؤهلات علمية، ولهم مهن إدارية وذوي خبرة في ذلك، أما البنية المؤسسية فهي ضعيفة، وأن مساهمة المجتمع المدني لاتزال ضعيفة.

2.3 دراسة نزيهة خليل: معوقات العمل التطوعي في المجتمع المدني دراسة ميدانية

للجمعيات الخيرية بمدينة سطيف، أطروحة دكتوراه، علم الاجتماع والتنمية،

جامعة محمد خيضر بسكرة، سنة 2015-2016

قامت الباحثة بدراسة ميدانية في المدة الزمنية من شهر فيفري إلى غاية شهر ماي 2015 على

عينة من جمعيات خيرية بتوزيع 583 استمارة على المنخرطين واسترجاع 460 استمارة

جاءت تساؤلات الدراسة حول معوقات العمل التطوعي في الجمعيات الخيرية، وجاءت الأسئلة

الفرعية حول:

- ماهي المعوقات الشخصية؛ الاجتماعية؛ التنظيمية؛ السياسية؟

- التي تحد من المشاركة بالعمل التطوعي في الجمعيات الخيرية؟

ومن النتائج التي توصلت إليها الباحثة:

أن العمل التطوعي بالجمعيات الخيرية يواجه عدة مشكلات، تتمثل في المعوقات الشخصية

كالالتزامات الأسرية، والدخل المادي المنخفض، وقلة الوعي بالعمل التطوعي.

توجد معوقات سياسية وقانونية متمثلة في النقص و التمويل المادي والتهميش وعدم الاعتراف

بدورهم، وتوجد معوقات اجتماعية كغياب ثقافة العمل التطوعي وعدم الشعور بالمسؤولية.

5.1 دراسة سعيدة باعلي: دور الجمعيات الخيرية في تفعيل العمل الطوعي -دراسة ميدانية

بجمعية كافل اليتيم الخيرية فرع أدرار، مذكرة ماجستير علم الاجتماع التنظيم والعمل، كلية

العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية قسم علم الاجتماع، أدرار، سنة 2016-2017 .

أجريت الدراسة سنة 2016 بجمعية كافل اليتيم الخيرية فرع أدرار، وذلك بغية معرفة الأدوار

التثقيفية الخدمتية وأهميتها في تفعيل العمل التطوعي، وقد اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي

التحليلي، وطبقت الدراسة على عينة مكونة من 111 متطوع لخمس بلديات من ولاية أدرار

والبحث عن المعوقات إلى تحول دون ذلك، فكانت تساؤلات الدراسة حول:

ما هو دور الجمعيات الخيرية في تفعيل العمل التطوعي؟

ومن النتائج التي توصلت إليها:

أن طبيعة الخدمات التي تقدمها الجمعية هي خدمات صحية ومادية للأفراد والأسر، وتقوم جمعية كافل اليتيم في النشر والتحسيس بدور العمل التطوعي باستعمال طرق متعددة، وتقوم الجمعية بدور فعال في تنمية القدرات والمهارات من خلال عمليات التدريب والتكوين، وتواجه الجمعيات معوقات خاصة في المجال التنظيمي والاجتماعي والمالي.

6.1 دراسة كانون جمال: دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم وترقية أداء منظمات

المجتمع المدني في الجزائر دراسة ميدانية لعينة من الجمعيات بولاية ورقلة سنة

2016-2017¹.

كانت الدراسة ميدانية وقد شملت الجمعيات المتواجدة بدوائر وبلديات ولاية ورقلة.

فجاءت إشكالية الدراسة حول الدور الذي تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي في دعم وتحسين أداء منظمات المجتمع المدني في الجزائر؛ وآليات التواصل التي تنتهجها منظمات المجتمع المدني في الجزائر في نشر وتطبيق برامجها، وكيفية وصولها للفئات المستهدفة، وتصور منظمات المجتمع المدني لأهمية ودور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم وترقية أدائها؛ وأيضا تأثير امتلاك القائمين على منظمات المجتمع المدني على استراتيجيات وآليات تواصلية عبر شبكات التواصل الاجتماعي ومدى استغلالها لها؛ وأهم المعوقات التي تحول دون ترقية أداء الجمعيات من أجل تحقيق أهدافها، ومن أهم فرضياتها:

أن لشبكات التواصل الاجتماعي دورا هاما في دعم أداء وعمل منظمات المجتمع المدني، وتختلف آليات التواصل في الجمعيات باختلاف طابعها والفئات المستهدفة، أن العاملين يزداد إدراكهم في منظمات المجتمع المدني لأهمية شبكات التواصل الاجتماعي في ترقية أداء هذه

1. جمال كانون، دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم وترقية أداء منظمات المجتمع المدني في الجزائر، أطروحة دكتوراه،

جامعة الجزائر 02، قسم علم الاجتماع، 2016-2017.

الشبكات مع أنشطة ومنشورات هذه المنظمات وانه كلما أحسنت منظمات المجتمع المدني استغلال شبكات التواصل الاجتماعي ساهم ذلك في دعم أدائها.

ومن نتائجها:

أن شبكات التواصل الاجتماعي لها دورا هاما في دعم وتحسين أداء منظمات المجتمع المدني في المجتمع الجزائري، وقد ساهمت في تحسين تواصل الجمعيات مع جمهورها وهذا بدرجة كبيرة حسب رأي الجمعيات عينة الدراسة، كما ساهمت في إنجاح نشاطات الجمعيات وتحسن في الأداء منذ استغلالها لشبكات لتواصل الاجتماعي وعملت على ترقية الطابع التعاوني وخاصة في مجالات التضامن والتعاون والمشاريع الخيرية والتحسيسية.

ومن جانب آخر أدت إلى تزايد تكاليف الأنشطة المادية، وتزايد نجاح أنشطة وتظاهرات الجمعية، تزايد في مستوى رضا الفئات المستفيدة، وزيادة في التنسيق مع الجمعيات الأخرى، زيادة التفتح على المؤسسات الاجتماعية والمنظمات الأخرى، زيادة الاستفادة من مقترحات جديدة في عمل الجمعية وهذا من خلال التفاعل مع محيطها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي.

- تختلف آليات التواصل التي تنتهجها الجمعيات في الجزائر باختلاف طابعها ومجال عملها والفئة المستهدفة، وأن الأنشطة الجوارية أنجح وسيلة لذلك، نظراً للتفاعلية التعليمية، وأنه كلما ازداد إدراك العاملين لأهمية شبكات التواصل الاجتماعي في منظمات المجتمع المدني عينة الدراسة كلما أدى ذلك إلى زيادة تفاعلها مع محيطها الاجتماعي وترقية أدائها.

- أن الكثير من الدوافع التي فرضت نفسها على الجمعيات عينة الدراسة ومنظمات المجتمع المدني هي من أجل الاهتمام والانخراط واستغلال شبكات التواصل الاجتماعي للاستفادة من خدماتها.

7.1 دراسة زينب مقدم: العمل التطوعي ودوره في تعزيز قيم رأس المال الاجتماعي لدى فئة

المتطوعين - دراسة ميدانية لبعض الجمعيات بولاية أدرار - أطروحة دكتوراه علم الاجتماع

تخصص علم الاجتماع تنظيم وعمل، كلية العلوم الإنسانية والإسلامية قسم العلوم الاجتماعية أدرار، سنة 2019-2020.

المجال المكاني كان بالجمعيات الخيرية بولاية أدرار، وهي جمعية ناس الخير أدرار، جمعية همسة للخير التضامنية، جمعية كافل اليتيم أدرار، والمجال الزمني السنة الدراسية 2019-2020، على عينة مكونة 150 مفردة، وكان الاستمارات الصالحة 108، واستخدمت المنهج الوصفي الكيفي، واعتمدت على الاستمارة كأداة رئيسية.

حيث كان تساؤل الدراسة حول:

هل للعمل التطوعي دور في تعزيز قيم رأس المال الاجتماعي لدى فئة المتطوعين في فئة المتطوعين من الجمعيات الخيرية؟

ومن النتائج التي توصلت إليها الباحثة: أن وسائل الإعلام الداخلية والخارجية دور مهم في دعم التعاون والتضامن الاجتماعي للمتطوعين، وأن لموقع الفاييس بوك دور في دعم التعاون والتضامن الاجتماعي، و في تنوع خدمات التوعية ويساهم في زيادة المشاركة الاجتماعية، كما أن عمليات التنسيق تساهم في تقوية شبكة العلاقات الاجتماعية، إلا أنها لم تبلغ الدرجة المطلوبة، كما يزيد في الثقة الذاتية والثقة بين أفراد الجمعية .

8.1 دراسة سلمى كوندا: المجتمع المدني والعمل التطوعي في الجزائر دراسة ميدانية

على عينة من الجمعيات الخيرية بولاية سطيف، أطروحة دكتوراه، علم الاجتماع

الاتصال والخدمة الاجتماعية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة سطيف 2، سنة

2019-2020.

كان مجتمع البحث الجمعيات الخيرية، وتم اختيار عينة الدراسة بطريقة قصدية على 20 جمعية خيرية مكونة من 243 مفردة، في الفترة الممتدة من نوفمبر 2016 إلى غاية ديسمبر 2017 اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي، واعتمدت على الاستبيان كأداة رئيسية في جمع البيانات، والمقابلة النصف الموجهة والملاحظة، ومن النتائج التي توصلت إليها أن أغلبية الناشطون في الجمعيات الخيرية هم من جنس الذكور، وأن أغلب الناشطون في العمل التطوعي هم من

العزاب والمطلقين كونهم متفرغين لممارسة العمل التطوعي، فالعمل الخيري في الجزائر يلقى تجاوبا كبيرا، ويعاني من مشكلات وتحديات ابرزها في الجانب المالي، ويحتاج العمل التطوعي في الجزائر إلى اتباع آليات لتفعيله بين أفراد المجتمع.

9.1 تقييم وتوظيف الدراسات المحلية:

1.9.1 من حيث التقييم:

عالجت الدراسات السابقة متغير على الأقل من متغيرات الدراسة العمل التطوعي أو مواقع التواصل الاجتماعي من خلال:

- الاهتمام بالمجتمع المدني والجمعيات الخيرية بالتحديد والتركيز على أهميتها.
 - دور القيادة ورؤساء الجمعيات في تفعيل العمل التطوعي.
 - تحسن أداء الحركة الجمعوية في الجزائر باستغلال الأمثل لمواقع التواصل الاجتماعي من أجل مواكبة التحولات في جميع المجالات بالنسبة للدراسة الأولى.
 - والتأثير في عادات وأنماط الاستخدام، ودوافع وحاجات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للدراسة الثانية.
 - التطرق إلى معوقات العمل التطوعي في مجالات متعددة.
- وقد جاءت الدراسات جميعها ميدانية على عينات من المجتمع الجزائري وهو ما يعطيها الطابع الميداني الواقعي في فهم واقع العلاقات المدروسة.

2.9.1 من حيث التوظيف:

سمحت الدراسات السابقة من:

إثراء الدراسة في الجانب لمفاهيمي للدراسة الحالية، العمل التطوعي، مواقع التواصل الاجتماعي، و الجمعيات الخيرية.

الاعتماد عليها في طرح أسئلة وفرضيات الدراسة وانتقاء مؤشرات من مؤشراتنا.

وتم الاعتماد على الجانب النظري منها خاصة في الاستعانة بمراحل تطور المجتمع المدني

في الفكر الغربي والعربي، وتطور العمل التطوعي في الجزائر.

كما تم الاستعانة بها في إعداد أسئلة الاستمارة.

وتم الاعتماد عليها أيضا في عملية تحليل النتائج، في إجراء مقارنات حول محاور البحث من خصائص العينة، وعادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وأساليب الاتصال، ومعوقات استخدام لجمعيات التطوعية لمواقع التواصل الاجتماعي.

2. الدراسات العربية:

1.2 دراسة منتهى الكيلاني: دور الفاييس بوك في نشر ثقافة العمل التطوعي دراسة

مسحية على عينة من طلبة الجامعات الأردنية في مدينة عمان 2019¹.

كانت عينة الدراسة متكونة من 414 طالب وطالبة، واستخدمت الباحثة العينة العشوائية البسيطة، وكان مجتمع الدراسة على طلبة الجامعة الأردنية وجامعة الشرق الأوسط وعددهم خمسون ألف طالب واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي في الفترة الزمنية الممتدة خلال شهري أكتوبر ونوفمبر من عام 2018، على طلبة جامعات الشرق الأوسط الأردنية. واعتمدت الباحثة على أدوات جمع البيانات متمثلة في الاستبانة الإلكترونية والورقية واعتمدت على الاستبانة الإلكترونية بشكل أساسي.

حيث كان التساؤل الرئيسي: إلى أي مدى أسهمت مواقع التواصل الاجتماعي-الفايس بوك أنموذج - في ترسيخ ثقافة العمل التطوعي لدى طلبة الجامعات الأردنية؟
و جاءت تساؤلات الدراسة حول:

- ما هي أنماط استخدام موقع الفاييس بوك لدى طلبة الجامعات الأردنية في عمان؟
- ما مدى إسهام مواقع التواصل الاجتماعي الفاييس بوك في تعزيز مفهوم العمل التطوعي لدى طلبة الجامعات الأردنية في عمان؟
- ما هي تأثير المضامين المنشورة في نشر ثقافة العمل التطوعي لدى طلبة الجامعات الأردنية في عمان؟

1 منتهى الكيلاني، دور الفاييس بوك في نشر ثقافة العمل التطوعي، دراسة مسحية على عينة من طلبة الجامعات الأردنية في مدينة عمان، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، إشراف د. رائد البياتي، 2019.

- ما هي احتياجات طلبة الجامعات الأردنية في عمان من النشر عبر الفيس بوك إزاء العمل التطوعي؟

ومن النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- أن ارتفاع في نسبة استخدام الفيس بوك لطلبة الجامعات الشرق الأوسط والأردنية بكثافة عالية تزيد عن الثلاثة ساعات، وقد احتل الجوال على نسبة عالية مقارنة بالأجهزة الأخرى.
- أشارت نتائج الدراسة إلى أن الفيس بوك وسيلة فعالة لترويج حملات العمل التطوعي، كون أن الفيس بوك منصة دائمة على مستوى الأفراد والمؤسسات، و أنه منصة تفاعلية توفر معلومات غزيرة عن مختلف المواضيع والقضايا، وعن كثافة الاستخدام ترجع إلى سهولته و إمكانية إتاحة التواصل للكثير من الأفراد، كما يعمل الفيس بوك على نشر وتعزيز الإخوة بين أفراد المجتمع، وله تأثير ملموس في تعزيز القيم أو إضعافها بدءاً من العلاقات الاجتماعية مروراً بالعلاقات الشخصية والزوجية وحتى بين مؤسسات الدولة، وأن الفيس بوك حاضر بقوة، وساهم في نشر قيم العمل التطوعي وتحفيز الشباب، وقد أشارت الدراسة أيضاً أن ما يحتاجه طلبة الجامعات هو توفير مساحات على الفيس بوك لدعوة الآخرين للعمل التطوعي ويحرصوا على ذلك.

2.2 دراسة طایل البشاشة: دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل

الاجتماعي وإشباعاتها (فيس بوك وتويتر نموذجاً) دراسة على طلبة الجامعة الأردنية

وجامعة البتراء أنموذج 2012-2013¹

كان التساؤل الرئيسي حول: ما هي دوافع استخدامات طلبة الجامعة الأردنية وجامعة البتراء

لمواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك وتويتر) وإشباعاتهم لرغباتهم؟

1. وسام طایل البشاشة، مرجع سابق.

كانت الدراسة بالجامعة الأردنية وجامعة البتراء في العاصمة الأردنية عمان على طلبة جامعة البتراء الأردن في الفصل الدراسي الثاني سنة 2012-2013، و استخدمت في الدراسة العينة العشوائية وتم توزيع 425 استبانة.

وكانت التساؤلات متفرعة على عدة تساؤلات فرعية أخرى أهمها:

- ما هي الدوافع التي يسعى طلبة الجامعات الأردنية إلى تليبيتها من خلال استخداماتهم لمواقع التواصل الاجتماعي؟

- ما هي الإشباعات المحققة لدى طلبة الجامعات الأردنية من خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي؟.

- ما علاقة المتغيرات الوسيطة كالنوع، المرحلة الدراسية، العمر، التخصص بالاستخدامات و الإشباعات المتحققة؟
وجاءت نتائج الدراسة:

مبينة أن دوافع استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي بغرض التواصل مع الأقارب في المرتبة الأولى، وتليها البحث عن أصدقاء الطفولة، ثم التطلع على الأخبار الفنية ومعرفة الأخبار الأخرى.

وعن الإشباعات المحققة فكانت في خلق جو اجتماعي تواصلي وتحقيق إشباع معرفي، ثم تلبية الحاجيات المعرفية والرغبة في الاستطلاع.

3.2 دراسة بنت شعشوع الشهري حنان: اثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية "الفيس بوك وتويتر أنموجا"¹

كانت الدراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة 2011-2012

1 حنان بنت شعشوع الشهري، اثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية "الفيس بوك وتويتر نموجا " دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة ، مشروع بحثي مقدم ضمن متطلبات الحصول على درجة الماجستير في علم الاجتماع ، من إعداد إشراف د أميرة بنت بدري ،سنة 2011-2012.

أجريت الدراسة على طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة كلية الآداب والعلوم الإنسانية وعلوم الاقتصاد والإدارة في الفترة الزمنية 2011-2012، على عينة مكونة من 150 مفردة مقسمة بالتساوي، واعتمدت الباحثة على منهج المسح الاجتماعي، واعتمدت الدراسة على الاستمارة كأداة رئيسية لجمع البيانات.

كانت تساؤلات الدراسة:

- ما الأسباب التي تدفع إلى الاشتراك في موقعي الفيس بوك والتويتر؟
 - ما طبيعة العلاقات الاجتماعية عبر موقعي الفيس بوك والتويتر؟
 - ما هي الآثار الإيجابية والسلبية الناتجة عن استخدام الفيس بوك وتويتر؟
- ومن النتائج التي توصلت إليها:
- أن أكثر الأسباب التي دفعت المبحوثات لاستخدام الفيس بوك والتويتر هو الرغبة في التعبير عن آراءهن.
 - أما الدافع الثاني لاستخدام فهو الحرص على متابعة الإعلانات في هذه المواقع والتي كانت نسبة الموافقات مرتفعة.
 - وقد توصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة طردية بين طريقة الاستخدام وبين أسبابه وطبيعة العلاقات الاجتماعية والإيجابيات والسلبيات.

4.2 تقييم وتوظيف الدراسات العربية:

1.4.2 من حيث التقييم:

جاءت الدراسات السابقة ميدانية بأساليب إحصائية للوصول إلى نتائج علمية دقيقة، واعتمدت على مواقع التواصل الاجتماعي هي: الفيسبوك والتويتر باعتبارهما أكثر المواقع استخدامًا، والأكثر تعرضًا، وأعطت واقعًا لاستخدامات مواقع التواصل الاجتماعي، كما تم الاعتماد على فروض نظرية الاستخدامات والإشباع، وركزت على متغيرات ديمغرافية: السن والجنس والمستوى التعليمي، وهي عوامل لها دور كبير في اتجاه مسار ثقافة العمل التطوعي.

2.4.2 من حيث التوظيف:

تتفق الدراسات العربية السابقة ودراستنا في أهمية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة العمل التطوعي، وأيضًا تأثير العلاقات الاجتماعية في ظل البيئة الاتصالية الجديدة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا ما ساهم في إثراء موضوع البحث المدروس من حيث البناء المنهجي للدراسة، ومضمونه، وتم الاستعانة بها من حيث النظريات المعتمدة وكيفية توظيفها.

تم الاعتماد على هذه الدراسات العربية في دراستنا الحالية بمعالجة المتغيرات الديمغرافية مثل السن والجنس والمستوى التعليمي، كما تم الاعتماد عليها في اختيار مقياس ليكرت الخماسي كوسيلة لقياس الاتجاهات والآراء.

3. الدراسات الأجنبية:

1.3 دراسة هجلمار بانج كارلسن Hjalmar Bang Carlsen:

تأثير الشبكات الاجتماعية ومجموعات وسائل التواصل الاجتماعي على توزيع الدعم¹ 2020، التضامن والعمل التطوعي أثناء أزمة كوفيد -19 في الدنمارك وهي دراسة مسح شامل حول التضامن والعمل التطوعي والدعم أثناء أزمة COVID-19. أجريت الدراسة بين 3 أبريل و11 ماي 2020 في الدنمارك. حيث تم جمع قسم المسح في إحصائيات الدنمارك (DST Survey) الردود من عينة عشوائية من السكان الدنماركيين من الفئة العمرية من 16 إلى 99 عامًا.

تم توزيع الاستبيان عبر الإنترنت إلكترونيًا على صندوق الوارد الخاص بـ e-Boks ، والذي يمتلكه الغالبية العظمى من السكان ويستخدمونه للتواصل مع السلطات والمؤسسات العامة وكذلك الشركات الخاصة مثل البنوك وشركات التأمين. تلقت المجموعة الصغيرة التي اختارت عدم الاشتراك في e-Boks دعوة بالبريد. الدعوات تلتها تذكير عبر الهاتف يتيح لك إجراء مقابلة عبر الهاتف.

1. Hjalmar Bang Carlsen, crisis in Denmark: **the impact of social networks and social media groups on the distribution of support**, The official journal of the European Sociological Association (ESA) European Sociological Review, volume 23, 2021-issue sup 1

كما تكشف الدراسة عن كيفية حشد المجتمع المدني غير الرسمي في دعم المواطنين بسرعة عندما أغلقت المنظمات الحكومية وغير الحكومية خلال جائحة COVID-19.

تركز الورقة على عنصرين من عناصر التعبئة:

- دور الشبكات الاجتماعية ومجموعات وسائل التواصل الاجتماعي، ويكشف أن الغالبية العظمى من هذا الدعم تم توزيعه من خلال الشبكات الاجتماعية القائمة، وبالتالي لم يكن متاحًا لمن يفتقرون إلى الروابط الاجتماعية.
- وأن مجموعات وسائل التواصل الاجتماعي لعبت دورًا مهمًا في التعبئة، وأن الدعم المنظم على وسائل التواصل الاجتماعي لا يختلف بشكل كبير في الالتزام أو النوع عن الدعم المنظم في أماكن أخرى.

ومن نتائجها:

- أن الشبكات الاجتماعية في ظل الوباء فعالة، وبقية، ومتكيفون للمساعدة مع الاحتياجات المتطورة للمواطنين المعرضين للخطر، لكن ليست كل العلاقات مهمة بالتساوي. - المواطنون الذين يفتقرون إلى روابط قوية هم على الأرجح بحاجة غير مرضية للمساعدة.
- لعبت وسائل التواصل الاجتماعي دورًا غير بسيط في استجابة المجتمع المدني الدنماركي لأزمة COVID-19 ، وكان مستوى النشاط الذي تم تسهيله على وسائل التواصل الاجتماعي أعلى بشكل ملحوظ من ما لوحظ في أوقات غير الأزمات (Eimhjellen 2019)، أحد التفسيرات المحتملة لهذا الاختلاف هو أن مجموعات وسائل التواصل الاجتماعي تُستخدم بشكل فعال في المقام الأول في الأزمات أو حالات الطوارئ حيث يشعر المواطنون بالحاجة إلى الاستجابة بسرعة وتوقع الكثير من العقبات البيروقراطية في الانضمام إلى المنظمات غير الحكومية القائمة.
- يمكن أن يكون هناك العديد من الحواجز النفسية والتنظيمية والاجتماعية التي تمنع الأشخاص الضعفاء والمعزولين من طلب المساعدة في منتدى وسائل التواصل الاجتماعي: الخوف من الوصم، وانعدام الثقة، واستبعاد قواعد السلوك، والملاحظة.

- تشير النتائج إلى زيادة الوعي بالقدرة الكبيرة على تقديم الدعم في المجتمع المدني غير الرسمي وكذلك دور وسائل التواصل الاجتماعي فيه، لا يقتصر هذا الوعي على الجهات الفاعلة في المجتمع المدني بل يمتد أيضًا إلى الجهات الحكومية.

2-3 دراسة إيمي جي كونلي Amy j connolly : كيف تحفز مواقع التواصل الاجتماعي

للاحتفاظ بالتطوع¹ جامعة شمال فلوريدا، ديسمبر 2012.

اعتمدت الباحثة في دراستها على نظرية الدوافع الوظيفية في استخدامها للنتائج بمدى الاحتفاظ المتطوعين وإسهاماتهم، وهدفت إلى التعرف على فاعلية وسائل التواصل الاجتماعي في الجمعيات الخيرية، وكانت الدراسة على عينة مكونة من 249 متطوع واعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي.

ومن نتائج الدراسة:

- أن عدد قليلًا جدًا من المتطوعين من يستخدم وسائل التواصل الاجتماعي في العمل التطوعي.

- أن المنظمات عينة الدراسة لم تكن تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي في إدارة العمل التطوعي.

- هناك رغبة كبيرة لدى الأعضاء في استغلال واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

- أن لوسائل التواصل دور كبير في تنمية عمل المنظمات التطوعية ودعمها والمحافظة على استمراريتها عن طريق الرسائل الإلكترونية بالإضافة إلى جمع الأصدقاء الذين يشتركون نفس الاهتمام.

1. Amy j connolly, voluneering2.0: How online social networks motivate volunteer retention , thirty third international conference systems ,orlando 2012:ICIS2012

3.3 دراسة مادهور راج جاين وأخرون Madhur Raj Jain : تأثير مواقع الشبكات

الاجتماعية في تغيير فكر الشباب في القضايا الاجتماعية¹ - دراسة لشباب دلهي - إن سي

آر مدرسة جاغاناث الدولية للإدارة نيودلهي، الهند أبريل 2012.

أجريت الدراسة على عينة من 100 شخص من خلال البريدي الإلكتروني أو رابط استبيان

على مواقع التواصل الاجتماعية على شباب تتراوح أعمارهم بين 18-30 سنة، بهدف معرفة

مستوى الوعي بالقضايا الاجتماعية والتعبير عن آراءهم حول القضايا الحساسة الزاهنة وحول

مواقع التواصل الاجتماعية في العقلية المتغيرة للشباب.

وجاءت فرضيات الدراسة حول:

1. دراسة مستوى الوعي باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة.

2. معرفة مستوى الثقة في المعلومات الواردة من مواقع التواصل الاجتماعي.

4. دراسة نوع القضايا الاجتماعية التي تمت مناقشتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي

ومن النتائج المتوصل إليها:

تتوفر مواقع الشبكات الاجتماعية على منصة للنقاش حول قضايا مثل هذه الوسائط.

تعتمد كتلة الأغلبية على الدعم الدافئ وتمديده وأن مواقع التواصل الاجتماعي تعمل كوسيط

كبير لتعبئة المشاهدة والشعور بالحرية في مشاركة الأفكار مع الآخرين .

أن الناس أصبحوا أكثر وعياً بشأن القضايا الاجتماعية، يعتقد معظم الناس أن الشباب يمكن

أن يلعبوا دوراً إيجابياً في التغيير.

4.3 تقييم وتوظيف الدراسات الأجنبية:

1.4.3 من حيث التقييم:

اعتمدت الدراسات الأجنبية على أساليب منهجية كالمسح الذي يمثل أعلى درجات اليقين في

البحوث الاجتماعية.

1. Madhur Raj Jain, Palak Gupta , Nitika Anand, IMPACT OF SOCIAL NETWORKING SITES IN THE CHANGING MINDSET OF YOUTH ON SOCIAL ISSUES - A STUDY OF DELHI-NCR YOUTH , International refereed Research Journal .www.reserchesworld.com.vol-3,Isse 2(2) ,April2012.

وتبيان دور الشبكات الاجتماعية في عمليات الحشد التطوعي خاصة وقت الأزمات. اعتمدت الدراسة الثانية على نظرية الدوافع الوظيفية في استخدامها للتنبؤ بمدى الاحتفاظ المتطوعين وإسهاماتهم، وهدفت إلى التعرف على فاعلية وسائل التواصل الاجتماعي في الجمعيات الخيرية .

أما بالنسبة للدراسة الثالثة: فاهتمت بمعرفة مستوى الوعي بالقضايا الاجتماعية والتعبير عن آراءهم حول القضايا الحساسة الراهنة، وحول مواقع الشبكات الاجتماعية في الذهنية المتغيرة للشباب.

2.4.3 من حيث التوظيف:

- اهتمت الدراسات الأجنبية السابقة بأهمية الاستخدام الأمثل لمواقع التواصل الاجتماعي في زيادة فعالية العمل التطوعي والقضاء على الكثير من الأزمات والمشاكل الاجتماعية، ولا يتأتى ذلك إلا بفهم جميع الأبعاد لاسيما منها الاجتماعية النفسية، وهو ما يتفق إلى حد بعيد في ثقافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتنمية العمل التطوعي.
- عالجت الدراسات الأجنبية أبعاد اجتماعية موسعة كتدخلات الأزمة والحفاظ على التطوع والمجتمع المرن، وهي ما سمحت للباحث من توسيع فكرة العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

من مميزات البحث العلمي أنه تراكمي يستفيد ويفيد البحوث العلمية، وفي دراستنا قدمنا مجموعة من الدراسات المحلية والعربية والأجنبية التي تخدم الموضوع بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، وهناك العديد من الدراسات المشابهة في هذا المجال التي صاحبت بدايتها مع ظهور العولمة كدراسة 1995 " Irene Wilson " التي كانت حول المتطوع الفنلندي في ظل التغيرات من العولمة، وذلك من خلال الأهداف في المنظمات غير الربحية التي عمدت لفهم عمليات التنسيق والتعاون التي أكدت على ضرورة التنظيم المحترف، كالدراسات الحديثة حول مواقع التواصل الاجتماعي المطروحة يبقى لكل بحث علمي

ميزته الخاصة في طرق العرض والاستفادة ، ومن حيث متغيراته ومفاهيمه وبنائه المنهجي.

سادسا. المدخل النظري للدراسة:

النموذج البنائي الوظيفي:

يشكل المدخل البنائي الوظيفي (Structural Functional Approach) أحد أهم المداخل الفكرية في علم الاجتماع، الذي اعتمد على التنسيق العضوي في بدايته الأولى، وتقوم الفكرة الأساسية للنظرية على تكامل أجزاء المجتمع لتحقيق التوازن.

حيث يرى " ألفن جولندر Gonldner Alven " أنه من خلال الاتجاه الوظيفي يمكننا التبصر والتعرف على أفضل طريقة للعلاقات السببية بين الظواهر الاجتماعية، وعلى الرغم من أنها لا تستطيع تفسير منشأ الأنساق بدقة إلا أنه يمكننا من فهم السبب.

وقد أكد " دوركايم " على أهمية منظمات المجتمع المدني في تحقيق التضامن الذي جاء خلفا للتنظيمات التقليدية الآلية التي تسقط فيها الأنانية كي تحق التماسك الاجتماعي¹.

1- نظرية التأثير الانتقائي:

ترى النظرية على أن الأشخاص المختلفون يستجيبون بشكل مختلف للرسائل الإعلامية وفقا لاتجاهاتهم وفروقاتهم الفردية ، وترى أن أفراد المجتمع هم نشطون ولهم دور بالغ الأهمية في اختيار الوسيلة الإعلامية التي تساعدهم، وهم من يؤثر عليها وأنهم إيجابيون في ذلك وتتحكم في ذلك عدة عوامل، وقد أعارت النظرية السيكولوجية الاجتماعية اهتماما كبيرا بالفرد قبل ذلك في عملية التغير الاجتماعي، وعلى أن أي تغيير يصيب المجتمع فهو يبدأ من الفرد، وعند التحدث عن الفرد فإننا نقصد بذلك أهمية العوامل النفسية في عملية التغير الاجتماعي والمتمثلة في الدوافع ؛ وأول ما ظهرت كانت مع "ماكس فيبر" حول الأخلاق البروتستانتية

¹. جهيدة شاوش إخوان، واقع المجتمع المدني في الجزائر دراسة ميدانية لجمعيات مدنية بسكرة، أطروحة دكتوراه، علم اجتماع التنمية، جامعة محمد خيضر بسكرة ، 2014-2015 ص 35.

والروح الرأسمالية في القرن السادس عشر التي امتازت بالتفكير العقلاني الرشيد لنهوض بالحياة الاجتماعية¹.

وقد اعتمدت التفسيرات النفسية الاجتماعية في الكثير من الدراسات خاصة في مجال الاتصال ومن أهم المداخل في النظرية كانت حول التأثير الانتقائي ذات المنطلق الوظيفي في تفسير علاقة وسائل الإعلام بالجمهور فنجد:

2-مدخل الفروق الفردية: Individual Differences Approach

الذي يرى أن لكل فرد في المجتمع بنية إدراكية مختلفة عن غيره من حيث احتياجاته وعاداته وإدراكه ومعتقداته وقيمه، حيث يرى مختصو المجال الإعلامي أن الفروق الفردية في البنية النفسية أو الإدراكية هي مفتاح اهتمامات وسائل الإعلام. الانتقائية في ضوء الفروق الفردية:

حيث يرى "ديفلير" و"روكيتش" أن سلوك الأفراد تجاه وسائل الإعلام يتحكم فيه أربعة عوامل:

أ- قاعدة الانتباه والاهتمام الانتقائي: Selective Interest

ترى أن الأفراد لهم بنيتهم المعرفية، وانتمائهم، ومصالحهم، واحتياجاتهم وحاجاتهم فيهتمون بمضامين ويهملون أخرى، وبفعل تأثيرات أخرى ديموغرافية كالسن والجنس والمستوى التعليمي والحالة الاجتماعية.

وينطبق ذلك على قاعدة الإدراك الانتقائي، قاعدة التذكر الانتقائي، قاعدة السلوك الانتقائي.

ب- مدخل الفئات الاجتماعية: Social Categories Approach

هذا المدخل يتداخل مع المدخل الأول الخاص بالفروق الفردية، فالمتغيرات الديمغرافية كالجنس والسن والمستوى التعليمي وغيرها تؤثر على تحديد ونوعية ومضمون الاتصال وتعطي مؤشرات على ذلك.

1 دلال ملحق إستراتيجية، التغير الاجتماعي والثقافي، الطبعة الثالثة، دار وائل للنشر و التوزيع، الأردن عمان 2010 ص. ص

ت- مدخل العلاقات الاجتماعية: Approach Social Relations

يرى أصحاب هذا المدخل أن الأفراد في علاقاتهم الاجتماعية التواصلية يخلقون بذلك نمط فهم موحد من خلال الاحتكاك والتفاعل¹.

و يعبر المدخل عن تفكك العلاقات الاجتماعية و وضع الأفراد في عزلة نفسية وتحد من تماسك المجتمع، التي ترى بانهاير العلاقات الاجتماعية².

وتعد نظرية الاستخدامات والاشباعات من النظريات المعتمدة في تفسيرات الظاهرة الاتصالية بين الجمهور ووسائل الإعلام، وفهم البيئة الثقافية الاجتماعية من خلال متغيرات الاستخدام.
3. نظرية الاستخدامات والاشباعات:

ظهرت النظرية في الأربعينيات من القرن الماضي وتهتم النظرية بدراسة الاتصال الجماهيري، وجاءت كرد على النظريات السابقة بسلبية الجمهور، وقد قدمت النظرية مجموعة من المفاهيم والأدلة أن الأفراد أمام وسائل الإعلام أكثر قوة من المتغيرات الاجتماعية والسكانية والشخصية³.

وقد أدى ادراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي إلى إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام وتحولت بذلك الفكرة السائدة لسلبية الجماهير إلى جمهور نشط وفعال⁴.
ويقدم النموذج مجموعة من المفاهيم التي تؤكد أن الأفراد يختارون وسائل الإعلام بوعي، ولهم تأثير أكثر قوة من المتغيرات الأخرى، فالأفراد يختارون الوسائل الاتصالية التي تلبي حاجاتهم النفسية والاجتماعية من خلال قنوات المعلومات والترفيه المتاحة⁵.

1 كمال الحاج، مرجع نفسه، ص92.

2 هشام عكوباش، نظريات الاتصال الجماهيري، مطبوعة الدعم البيداغوجي، قسم علوم الإعلام والاتصال جامعة سطيف 2، السنة الجامعية: 2018-2019 ص42

3 كمال الحاج، مرجع سابق، ص93.

4 حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الطبعة الأولى، العربية للطباعة والنشر، سنة 1998، ص 239.

5 مرجع نفسه، ص 240.

ويرى " كاتز " " katz " وزملاؤه منظرو الاستخدامات و الاشباعات، أنها تعتمد على خمسة فروض لتحقيق ثلاثة أهداف:

الفروض التي تستند لها نظرية الاستخدامات والاشباعات:

✓ أن أعضاء الجمهور فاعلون ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم¹.

✓ استخدام وسائل الاتصال تعبر عن الحاجات، وتتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي وتتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.

✓ الجمهور هو من يستخدم وسائل الاتصال ويختار الرسائل والمضمون؛ ويختارون ما يشبع حاجاتهم فالأفراد هم من يستخدمون وسائل الاتصال وليس وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.

✓ الأفراد قادرون على تحديد حاجاتهم ودوافعهم ويختارون ما يشبع حاجياتهم.

✓ المعايير الثقافية السائدة تدل على نوع الوسيلة المستخدمة وليس من خلال محتوى الرسالة.

الأهداف التي تحققها:

✓ السعي إلى معرفة كيفية استخدام وسائل الاتصال بالنظر للجمهور، واعتباره جمهور نشط والوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.

✓ معرفة دوافع التعرض لوسيلة دون غيرها والتفاعل المترتب عن التعرض.

✓ معرفة نتائج الاستخدام لوسائل الاتصال وذلك لفهم عملية الاتصال الجماهيري.

✓ الكشف عن العلاقة المتبادلة بين دوافع الاستخدام وأنماط التعرض والاشباعات.

✓ التعرف على دور العوامل الوسيطة وتأثيرها في الاستخدامات والاشباعات.²

أ- الأصول النفسية والاجتماعية لاستخدامات وسائل الإعلام:

1. مرجع نفسه، ص.240.

2. كمال الحاج، مرجع سابق، ص.93.

الجمهور: اهتمت النظرية بالأصول الاجتماعية والنفسية، وما يولد منها توقعات من التعرض لوسائل الإعلام¹.

توصل "جون جوستون" Johnstone " في دراسته حول استخدام المراهقين لوسائل الإعلام والدمج الاجتماعي إلى أن أعضاء الجمهور لا يتعلمون مع وسائل الاتصال باعتبارهم أفراد. الأصول الاجتماعية:

تلعب البيئة دورا مهما في حياة الأفراد، وتؤثر في تشكيل احتياجاته وأساليب الإشباع، حيث يرى "بلومر Blumer" أن الفرد تحدد احتياجاته من خلال البيئة التي يعيش فيها، وقد أكد "جونستون Jonoston" في دراسته عن التكامل الاجتماعي أن التعامل مع وسائل الاتصال يكون على أساس أنهم أعضاء في جماعات و ليسوا منفصلين².
الأصول النفسية:

يرجع الباحثون أن الاستخدام لوسائل الاتصال يمكن أن يكون ذا أصول نفسية متمثلة في الحوافز وتلعب دورا وسيطا بين التعرض للمضمون الإعلامي واستجابات الفرد، وفهم هذه العوامل النفسية يساهم في شرح أسباب ودوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.
افتراض الجمهور النشط:

جاءت النظرية وفروضها على خلاف ما كان سائد بسلبية الجمهور في التلقي، فالجمهور في نظرية الاستخدامات والإشباعات جمهور نشط وحسب ما ذهب إليه "بلومر Blumer" إلى توفر الدوافع والانتقائية والأذواق والاهتمامات التي يكون فيها الجمهور أمام وسائل الإعلام³.

- إليك النص المصحح إملائيًا ولغويًا دون تغيير أي مفردات:

- **الحاجات: (Needs)**

- وقد صنف "ماسلو (Maslow)" الحاجات الإنسانية إلى خمسة مستويات هي:

1. المرجع نفسه، ص96.

2. كمال الحاج، مرجع سابق، ص97.

3. مرجع نفسه، ص97.

- الحاجات الفسيولوجية الجسمانية : وهي التي يشترك فيها الجميع كالحاجة للغذاء والهواء والنوم... وغيرها.
 - الحاجات الأمنية : كالحاجة للأمن والاستقرار.
 - الحاجات الاجتماعية : وهي مكتسبة كالعاطفة والصداقة والانتماء.
 - تحقيق الذات : وهي أرقى الحاجات، ولم يلها إلا عدد قليل من البشر.
 - ب- دوافع وحاجات التعرض لوسائل الإعلام:
 - وهناك أربعة أشكال للدوافع:
 - التي تفهم من الفرد مباشرة ويسعى لإشباعها من خلال تعرضه لوسائل الإعلام.
 - التي تفهم من الجمهور بطريقة غير مباشرة من أنماط السلوك والتفكير.
 - التي يدركها الجمهور بدون وعي بحكم التعرض لها.
 - التي يرى أصحابها ليس هناك دوافع وإنما بمجرد التعود.
 - خصائص الدوافع:
 - الدوافع ديناميكية وليست ثابتة، وتتأثر بمختلف المؤثرات الشخصية والخارجية كالجنس والسن
 - الدوافع متجددة بمجرد إشباع حاجات تظهر حاجات أخرى جديدة.
 - لا يمكن احتواءها بشكل كامل وهي تختلف من فرد إلى آخر.
 - تقوم الدوافع بتوجيه السلوك وتزداد قوة كلما قلت درجة إشباع الحاجات.
 - التأثير في الوضع الاجتماعي والاقتصادي للفرد يغير في الدوافع.
 - تختلف من فرد إلى آخر وتختلف في القوة والكثافة.
 - تتنوع الدوافع بين ما هو منطقي وعاطفي وأخرى سلبية وأخرى إيجابية¹.
- أنواع الدوافع:

1 المرجع نفسه، ص 99.

الدوافع المنطقية بالتفكير العقلاني والدوافع العاطفية تتأثر بالأهواء.

الدوافع الإيجابية والدوافع السلبية.

دوافع متحكم فيها ودوافع غير متحكم فيها.

تعتبر نظرية الاستخدامات و الأشباغات مدخلاً اتصالياً سيكولوجياً، وأنّ الجمهور هو

جمهور نشط له دوافع شخصية ونفسية واجتماعية، تدفع لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي

كوسيلة تنافسية، ويسعى من خلالها إشباع احتياجاته وتنقسم الدوافع إلي قسمين:

الدوافع المنفعية: التي يسعى الفرد إلى اكتساب المعارف والخبرات التعليمية والثقافية وجميع

أشكال التعلم.

الدوافع الطقوسية: التي تندرج تحت تحقيق المتعة وتمضية الوقت والاسترخاء وزيارة الأصدقاء

والهروب من المشاكل وبرامج الترفيه المختلفة¹.

العلاقة بين الحاجات والدوافع:

تنشأ الحاجة قبل الدافع وهي تنشأ من الشعور بالنقص، فيكون الفرد مدفوعاً لإشباعها ويختار

بذلك استراتيجيات بشكل واع أو غير واع لتحقيق التوازن، وإذا لم يتحقق التوازن يتكرر الدافع

بسلوكيات وتصرفات أخرى .

ب- الإشباغات المحققة من وسائل الاتصال:

تعد التوقعات سبباً لعملية تعرض الجمهور لوسائل الإعلام وتختلف باختلاف الأفراد

والثقافات، وقد قدمت نظرية القيمة المتوقعة تفسيراً واضحاً لدوافع تعرض لوسائل الاتصال وأن

إشباع الوسيلة والمضمون لحاجات الأفراد يعزز من استخدام الوسيلة².

وهي نوع من الرضا للوصول إلى هدف معين تقوم على استكشاف المستجدات والترفيه والمحافظة

على التواصل مع الآخرين وربط علاقات والوجود الافتراضي³.

1. حسن عماد مكاي، مرجع سابق، ص 246.

2. كمال الحاج، مرجع سابق، ص 101.

3. ريس ابتسام، نظرية الاستخدامات والإشباغات وتطبيقاتها على الإعلام الجديد (مدخل نظري)، مجلة دراسات وابحاث المجلة العربية في العلوم

الإنسانية والاجتماعية، السنة الثامنة العدد 25-12-2016، ص 03.

وأن الإشباع المحقق ليس بالضرورة ما يبحث عنه الفرد فقد تكون إشباعات أخرى وقد قسم

لورانس L.Wenner الاشباعات إلى قسمين هما:

إشباعات المحتوى: وتنقسم بدورها إلى قسمين:

إشباعات توجيهية: وتتمثل في الحصول على المعلومات وتأكيد الذات ومراقبة البيئة.

اشباعات اجتماعية: بربط المعلومات التي يحصل عليها الفرد بمنظومة علاقاته الاجتماعية.

- إشباعات العملية: والتي تنتج عن اختيار الوسيلة، ولا ترتبط بمضمون الرسالة وهي

نوعان:

إشباعات شبه توجيهية: وتكون للدفاع عن الذات وتخفيف التوتر والتدعيم المعنوي.

إشباعات شبه اجتماعية: وتنتج بربط علاقات مع شخصيات وسائل الإعلام وتقود نحو العزلة

الاجتماعية.

أهم الانتقادات الموجهة للنظرية:

➤ جمهور وسائل الإعلام ليس دائما جمهورا نشطا.

➤ ينصاع الجمهور نحو ما تقدمه وسائل الإعلام دون التفكير في العواقب.

➤ يسعى الأفراد من خلال استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي لتحقيق أهداف شخصية

وبعيدة عن الأهداف العامة.

5-الاتجاهات الجديدة في بحوث نظرية الاستخدامات والاشباعات:

بعدها وجهت العديد من الانتقادات للنظرية، أدى إلى ظهور اتجاهات جديدة من أبرزهما:

➤ الاتجاه الأول: الذي يدعو إلى ربط دوافع الاستخدام بأنواع الاشباعات من جهة، وطبيعة

المضمون مع طبيعة الوسيلة من جهة أخرى.

➤ الاتجاه الثاني: الذي يدعو إلى الاهتمام بتأثير العوامل النفس اجتماعية على تعرض الأفراد

كالمغيرات الشخصية وسياق العملية الاتصالية والتفاعل الاجتماعي.

➤ الاتجاه الثالث: يدعو إلى الربط بين دوافع الاستخدام وأنماط الإشباع¹.

➤ تسعى نظرية الاستخدامات والإشباع لمعرفة كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، و فهم العملية الاتصالية من خلال النتائج المتوصل إليها، معرفة دوافع الاتصال، فهم العلاقات بين دوافع الاستخدام وأنماط التعرض، التعرف على المتغيرات الوسيطة، وصف علاقات الأفراد مع وسائل الإعلام².

توظيف المدخل النظري في الدراسة:

الجمعيات الخيرية هي بناء اجتماعي يشغل ضمن نسق اجتماعي مفتوح وله وظائف منها الوظائف الظاهرة والوظائف والكامنة، و تسعى التنظيمات الجمعوية للمحافظة على استقرارها وتوزنها وتعمل على تحقيق أهدافها.

وقد تم الاعتماد على المدخل الوظيفي في الدراسة من خلال تتبع مدى إتاحة:

الإمكانات المادية للجمعيات الخيرية كالبناء الهيكلي للجمعية من مقر لائق، ومكاتب متخصصة، و وسائل تكنو اتصالية ومعدات كأجهزة الإعلام الألي، الفاكس، الهاتف، التوصيلات الشبكية، التي تعدّ ضمن الجاهزية الرقمية للمنظمة. والإمكانات البشرية من الالتفاف الأعضاء والمنخرطين، ونوعية العنصر البشري ومؤهلاته التي يضمن التوازن والتكامل.

القدرة على أداء الوظائف المطلوبة، من خلال تحقيق التكامل بين الإمكانات المادية والبشرية والسعي لتحقيق الهدف وتنمية وتعزيز العمل التطوعي. تحقيق الوظيفة الاتصالية باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وخلق توازن داخل التنظيم الجمعي داخل وخارج الجمعية.

كما تم الاعتماد على النظرية في مسألة المعوقات التي تحول دون إحداث تنمية تطوعية، و التي تعدّ بمثابة خلا وظيفيا في تحقيق الهدف المطلوب، فالمعوقات التي تشير إلى عدم القدرة على

1 كمال الحاج، مرجع سابق، ص105.

2. محمود حسن إسماعيل، نظريات الإعلام، الطبعة الأولى، المكتب المصري للمطبوعات، 2014، ص 82.

الاستخدام الأمثل لمواقع التواصل الاجتماعي تعتبر خلافاً وظيفياً وهو ما يقوم بتفكيك النسق الاجتماعي ككل¹.

وتم الاعتماد على نظرية الاستخدامات والإشباع، وهو مدخل بنائي وظيفي حديث في مجال الدراسات الإعلامية والاتصالية في ظل التحول عبر الأنترنت وذلك في:

فهم سيرورة العملية الاتصالية التي تعتمدها الجمعيات الخيرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال التغيرات التي تطرأ في العادات والأنماط الاتصالية، ومن خلال تتبع مختلف العادات اليومية ومؤشراتها في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي، ومعرفة مختلف الأساليب الاتصالية المستعملة داخل التنظيم الجمعي، والتعرف على الإشباع التي تسعى الجمعية لتحقيقها كتنظيم وكأفراد وجماعات.

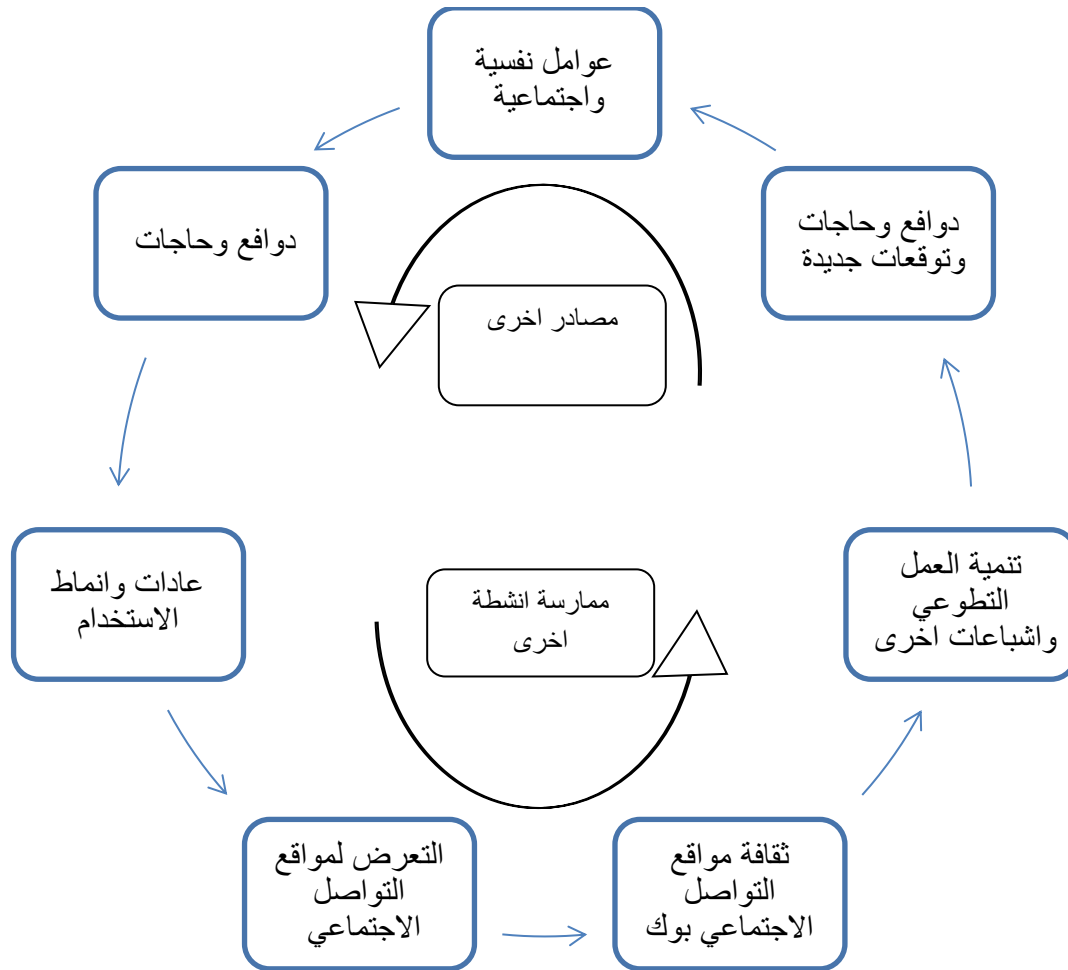
إن أعضاء الجمعية هم مشاركون فاعلون، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة ويسعون لتحقيقها، وهي تلبى توقعاتهم وهو ما جاءت به نظرية الاستخدامات والإشباع.

يستخدم أفراد الجمعيات الخيرية وسائل الاتصال الحديثة ويتحكم فيها عوامل الفروق الفردية، والعوامل الديمغرافية كالسن والجنس والمستوى التعليمي والحالة المادية للأفراد الجمعية.

وتم الاعتماد على مدخل العلاقات الاجتماعية في أن أفراد الجمعية يخلقون نمط تواصلية من خلال عوامل التفاعل الاجتماعي المعتمد وتنوع احتياجاتهم حسب مصالحهم وانتمائهم.

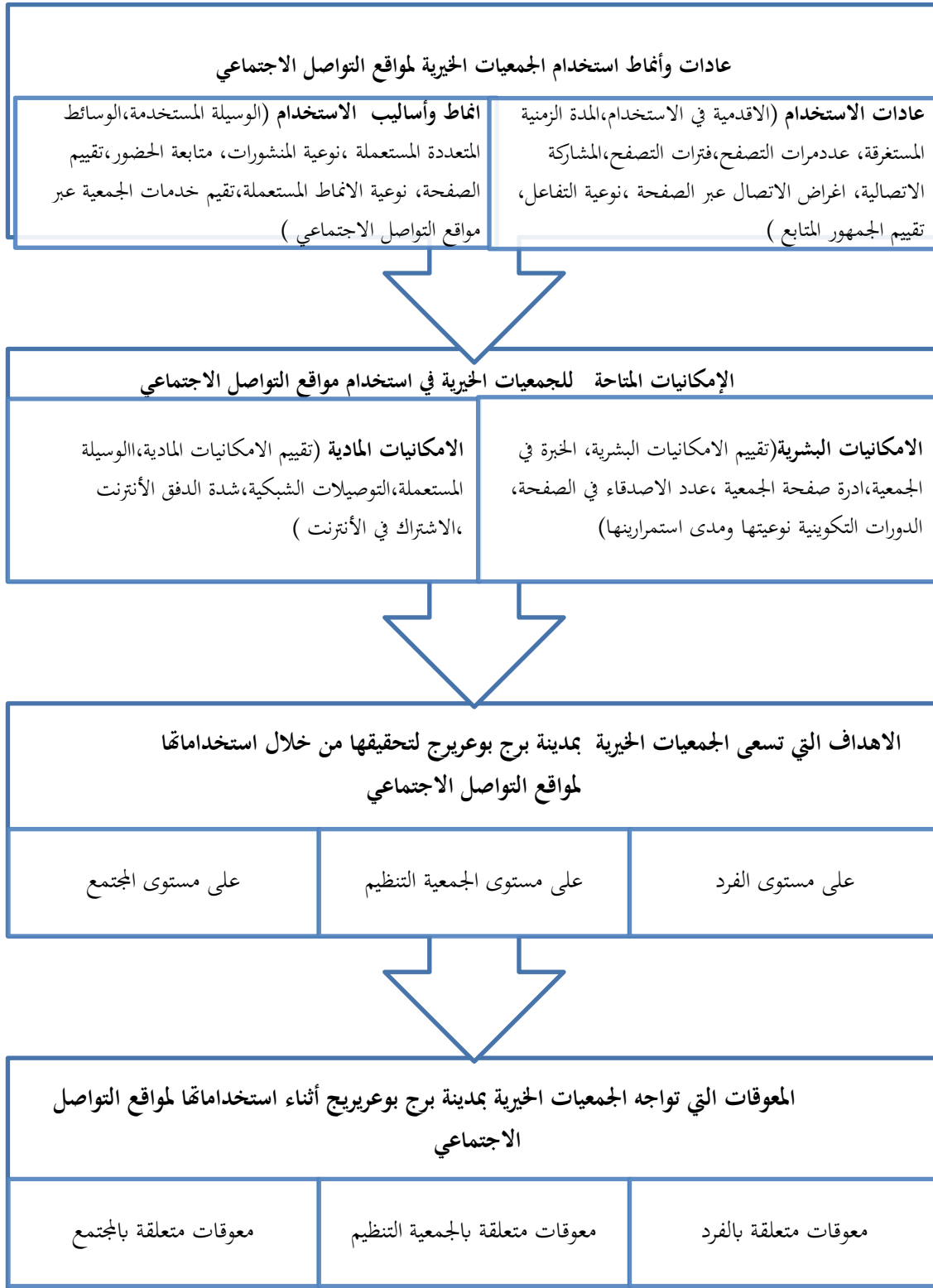
¹ جهيدة شاوش إخوان، مرجع سابق، ص 37.

الشكل رقم (01) نموذج " كاتز " لنظرية الاستخدامات والإشباعات (بتصرف)¹.



المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على نموذج " كاتز " لنظرية الاستخدامات والإشباعات

الشكل رقم (02) مخطط توضيحي لنموذج البحث في الدراسة



المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على أسئلة الدراسة وفرضياتها

الفصل الثاني

الثقافة ومتغيراتها في البيئة الاتصالية الرقمية

تمهيد

أولاً. ماهية الثقافة

1. مفهوم الثقافة
 2. نشأة وتطور الثقافة
 3. خصوصيات وخصائص الثقافة
- ### ثانياً. التفاعل الثقافي - الآليات والأنماط والوظائف -

1. آليات الثقافة

2. أنماط الثقافة

3. وظائف الثقافة

ثالثاً. الثقافة الرقمية والثقافة الفرعية

1. الثقافة الرقمية

2. الثقافة الفرعية وعوامل ظهور

3. الثقافة الفرعية ومخرجات البيئة الجديدة

رابعاً. الثقافة الاتصالية ومواقع التواصل الاجتماعي

1. تعريف الثقافة الاتصالية

2. مكونات الثقافة الاتصالية

3. علاقة الثقافة بمواقع التواصل الاجتماعي

4. مشكلة الهوية في مواقع التواصل الاجتماعي

5. الخصوصية الثقافية ومواقع التواصل الاجتماعي

خلاصة

تمهيد:

أكتسح مفهوم الثقافة جميع مجالات الحياة الاجتماعية، وهو يطلق على أي خصوصية متميزة تكون مقرونة بثقافة المجال المقصود كالثقافة الرياضية والثقافة الصحية والثقافة الفنية و الثقافة الاتصالية، وتشير الثقافة الجماهيرية إلى أشكال الإنتاج الجماعي، فهي لا تضم في مفهومها الأفكار فحسب، وفي هذا الفصل نتطرق إلى التعرف على ماهية الثقافة من حيث النشأة والتطور، وخصوصياتها وخصائصها، ثم التعرف على الثقافة الرقمية والثقافة الفرعية و التفاعل الثقافي، ثم أليات وأنماط ووظائف الثقافة الاتصالية في ظل البيئة الرقمية وعلاقتها بمواقع التواصل الاجتماعي.

أولاً. ماهية الثقافة:

1. مفهوم الثقافة:

من المفاهيم الشائكة التي نالت الحظ الأوفر من التعريفات والمفاهيم، حيث ظهر اتجاهين واضحين في تلك التعريفات هما:

- الاتجاه الأول: يرى أصحاب هذا الاتجاه أن الثقافة تتكون من القيم والمعتقدات والمعايير والرموز والإيديولوجيات وغيرها من المنتجات العقلية.

- والاتجاه الثاني الذي يربط الثقافة بنمط الحياة الكلي للمجتمع والعلاقات التي تربط بين أفرادها، وقد اعتمد العلماء على ثلاثة مفاهيم أساسية لتفسير أي إنتاج ثقافي هي:

✓ التجهيزات الثقافية؛

✓ العلاقات الاجتماعية؛

✓ أنماط وأساليب الحياة.

وهي عناصر مركبة ومترابطة ببعضها البعض، فالتجهيزات الثقافية تشمل القيم

والمعتقدات، والعلاقات الاجتماعية تشمل العلاقات الشخصية، ويمثل نمط الحياة

الناتج الكلي المركب من الانحيازات الثقافية والعلاقات الاجتماعية¹.

والثقافة *Cultura* : كان المفهوم مقرون بمصطلح الحضارة، وفي معناه الكلاسيكي الإحالة على

تحسين المواقف وتلطيف السلوكيات؛ وله دلالات متعددة في مختلف التخصصات العلمية.

فعند علماء الاجتماع: حسب "غي روشيه" فإنها تعني " طرق التفكير و الإحساس والتصرف التي

تكون مكانه شيئاً ما، إنها طرق تتعلمها وتتقاسمها مجموعة من الأشخاص، وتساهم بطريقة

موضوعية ورمزية في تحول هؤلاء الأشخاص إلى جماعة خاصة ومميزة"².

¹ الفاروق زكي يونس وآخرون، نظرية الثقافة، ترجمة علي سيد الصاوي، عالم المعرفة، الكويت، يوليو 1997، ص 10.

² جيل فيريول، مرجع سابق، ص 67.

والثقافة مفهوم سوسيولوجي تشمل البعد الأدبي و التراثي والمسرحي و الفني و البعد الأنثروبولوجي، و تضم أسلوب الحياة في مجتمع معين وتخص السلوك الاجتماعي ذاته¹، ويطال حقل التعابير التي تطلق عليها صفة اجتماعية، التي تميز جماعة عن أخرى كالعادات، والتقاليد، والاحتفالات، وأشكال اللباس، وتقاليد الطبخ، ومختلف التصورات والأساطير.

و تضيف السوسيولوجيا عليها أبعاد أوسع، فالثقافة هي ماضي و حاضر و مستقبل، بمعنى أن الثقافة جزء موروث سلفا، و يكتسب في الأنماط السائدة ومؤسسات إعادة الإنتاج كما جاء بها "بيار برديو".

وقد قام السوسيولوجيون بتفتيت الكليات الكبرى للثقافة إلى وحدات أطلق عليها السمات الثقافية (Cultural traits)، فالأساليب الظاهرة كالتحية بين الأفراد وطرق الاحتفال بطابعها المادي وغير المادي، قد تساهم في فهم ثقافة المجتمع لكنها تبقى غير كافية لدراسة الثقافة والشخصية اللتان تعملان ككليات متشكلة من اتحادات متفاعلة وهو ما يطلق عليها الأنماط الثقافية².

2. نشأة وتطور الثقافة:

تم إدراجها في قاموس الأكاديمية الفرنسية (Dictionnaire de L'académie français) الذي تم نشره سنة 1718، هي في الغالب متبوعة بموضوع الفعل عن قولنا ثقافة الفنون، ثقافة الآداب، ثقافة العلوم³.

يمكن اعتبار القرن الثامن عشر بداية تكون المعني الحديث لكلمة الثقافة، وظهرت ثقافة بمعناها المجازي في اللسان الألماني وتطورت في القرن التاسع عشر، وارتبطت أكثر بمفهوم

¹ حفيفة خليفي، الثقافة الفرعية المنحرفة والثقافات الفرعية الأخرى، مجلة العلوم الاجتماعية، المجلد 16، العدد 01، مارس 2022، ص 897.

² عبد الغني عماد، سوسيولوجيا الثقافة المفاهيم والإشكاليات من الحدائثة إلى العولمة، الطبعة 1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، فبراير 2006، ص ص 87.88.

³ دنيس كوش، مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية، ترجمة منير السعيداني، الطبعة 1، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، لبنان، سنة 2007 ص ص

الأمة، فالثقافة تتعلق بروح الشعب وخصائصه وهي تسبق الأمور السياسية، وتشكل تراث الأمة من خلال المنجزات الفنية والفكرية والأخلاقية¹.

يعتبر "تايلور" أول عالم أنثروبولوجيا قام بمعالجة الظواهر الثقافية من منظور نسقي في صورها العامة المادية والرمزية والجسدية، وقد سمحت له المعاشية للثقافة المكسيكية من فهم التدرج الثقافي للشعوب من خلال دراسته المتجسدة في "البقايا".

جاءت الكثير من التحليلات لتحديد مفهوم الثقافة خاصة عند علماء الأنثروبولوجيا وعلماء الاجتماع ومن هذه التحليلات:

عند "تايلور" "Edward Burnett Tylor" 1832-1917 و "فرانز بوا Franz Boas 1858-1942، و "إيميل دوركايم Emile Durkheim 1858-1917"، وليفى بروهل 1857-1939 Levy Bruhl، لكن النجاح الذي حققته في السياق العلمي الوظيفي، وتفسير الخاصية الوظيفية لمختلف الثقافات، والتي عرفت بنظرية الحاجات، الذي استند به على نموذج العلوم الطبيعية و خاصة عند برونيسلاف مالينوفيسكي Bronislaw Malinowski 1884-1942².

كما قد أشارت "روث بينديكت" (Ruth Benedict) 1887-1948 في تعريف الأنماط الثقافية، على أنها قوس ثقافي يشمل كل المجالات، وأن لكل ثقافة خصوصية، كما قد أسهمت مارغريت ميد (Margraret Mead 1901-1978) في دراستها على قبائل أوقيانوسيا، بأنها تتعرض لعمليات الترسخ الثقافي، وهناك صلة قوية بين النموذج الثقافي ونهج التربية ونمط الشخصية السائد³.

وقد أشار رالف لينتون (Linton 1893-1959) وهو امتدادا لدراسات "بينديكت" أن لكل ثقافة تأثير على الشخصية الأساسية الذي هو الأساس الثقافي للشخصية، والذي يكتسب عن

¹. دنيس كوش، مرجع سابق، ص ص24، 25 .

². مرجع نفسه، ص ص29، 58.

³. مرجع نفسه، ص67.

طريق نسق التربية الخاص في بيئته، في حين سماها "إبرام كاردينار (Kar diner 1891- 1981) بالمؤسسات الأولية، وقد كانت الصلة لصيقة بين اللسان والثقافة في الكثير من المواقف والتعبيرات، و حددها "سابير" على أنها مجموع معان تصاغ في التفاعلات الفردية، كما تعرف على أنها أساس لنسق الاتصال، في حين يرى "ليني شتراوس " أن مشكل العلاقات بين اللغة والثقافة لمن أعقد المشكلات ويمكن اعتبارها نتاجا للثقافة¹. في حين يوجد من يرى أن التغير الثقافي والاتصال والتعليم مازال ضعيفا في خضم العوامل الاقتصادية².

3. خصوصيات وخصائص الثقافة:

1.3 خصوصيات الثقافة:

تنقسم الخصوصية الثقافية إلى ثلاثة عناصر هي:³

❖ العموميات الثقافية:

تعتبر الميزة الكلية لملامح ثقافة المجتمع الواحد، وتميزه عن غيره ومنها اللغة واللباس الشعبي، وطريقة الأكل، وأشكال المباني وأساليب الاحتفالات والأحزان، والتي تولد التضامن كونها قاسم مشترك بين أفرادها ولهم مصير مشترك.

❖ الخصوصيات الثقافية: وهي جزء من الثقافة الكلية التي تميز قطاع عن غيره، رغم أنهم

يشاركون في العموميات الثقافية، ومن أنواع الخصوصيات الثقافية هي:

- الخصوصية العمرية: فتختلف الثقافة المتداولة وفقا لعامل السن، فالشباب ثقافة تختلف عن ثقافة الشيوخ.

¹ . مرجع نفسه، ص ص67..75.

² . نكري عبد المنعم إبراهيم، التحديات التي تواجه الثقافة العراقية والتنمية في زمن الثقافة الرقمية، مجلة الآداب، العدد115، 2016، ص438.

³ . دلال ملحق إستراتيجية، مرجع سابق، ص 239.

- الخصوصية المهنية: فلكل مهنة ثقافة تختلف عن المهن الأخرى، فثقافة المعلمين تختلف عن ثقافة التجار.
 - الخصوصية الجنسية: يختلف الإناث عن الذكور في طرق التعامل واللباس والهوية.
 - الخصوصية الطبقية: فالطبقة الوسطى تختلف عن طبقة الأغنياء، والتي تختلف عن طبقة الفقراء في طرق التفكير والعيش واللباس وكيفية تضيئة الوقت.
 - الخصوصية العرقية والعقائدية: فثقافة القبائل مثلا تختلف عن ثقافة العرب، وثقافة المسلمين تختلف عن ثقافة المسيح.
 - الخصوصية التعليمية: فلكل طور من الأطوار التعليمية في المجتمع؛ ثقافة تختلف عن بعضهم البعض في اللغة وطريقة الكلام.
- ❖ البدائل الثقافية أو المتغيرات:

وهي تظهر نتيجة عوامل داخلية، أو احتكاك أو حاجة ماسة، وهي ليست من العموميات و لا من الخصوصيات الثقافية، وهي في الغالب تجد مقاومة ورفض اجتماعي، وهنا تدخل عوامل التنشئة الاجتماعية التي لا تقتصر على نقل الموروث الثقافي فحسب، بل في كيفية انتقاء المؤثرات الثقافية وتميز الإيجابي عن السلبي¹، وهي نسق مفتوح يتأثر بمختلف المتغيرات البيئية².

الفعل الثقافي وهو مرتبط بالوضعية الحقيقية في مجتمع ما، من خلال التصورات وكيفية الممارسات وهي تركز عند علماء الأنثروبولوجيا وعلماء الاجتماع على المعتقدات والتقاليد والأخلاق والفنون والقوانين، وهي سلوك إنساني، ويطلق عليه في المدينة حضارة وفي الريف إرث³.

2.3 خصائص الثقافة:

1. مرجع نفسه، ص 241.

2. دنيس كوش، مرجع سابق، ص26.

3. عوايشة نصر الدين، الحركة الجموعية بين الفعل الثقافي والخدمة الاجتماعية دراسة أنثروبولوجية لجمعية الظهرة الثقافية بمارونة، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاجتماعية جامعة وهران، السنة 2015-2016، ص81.

طالما كانت الثقافة لصيقة بوجود الفرد، فلا يمكن تصور مجتمع بدون ثقافة أو ثقافة بدون مجتمع، ويبقى الاختلاف نتيجة تفاعل العوامل البيئية والسياسية و الدينية والاقتصادية والاجتماعية، وتختلف الثقافة باختلاف المجتمعات والتجمعات، فكل تجمع بشري ثقافة تميزه عن غيره، ويصح القول على الاختصاصات المهنية والتي تظهر في شكلها الكلي وتسمى " بالموروث الاجتماعي " أو " المخزون الثقافي "، و لا نتوقف عند هذا الحد ؛ بل تتغير و يضاف إليها أشكالاً سلوكية، و على الرغم من التشابه في البناء الثقافي الكلي للمجتمع إلا أن لكل فرد ثقافته الشخصية التي تميزه، و على العموم يمكن تحديدها في عدة خصائص هي:

- الثقافة إنسانية اجتماعية: أي أنها تخص الإنسان وتفاعله في الوسط الاجتماعي، وتمثل أسلوب حياة أفراد الجماعة وتختلف من مجتمع إلى آخر بفعل عوامل متعددة.

وتختلف النظم الاجتماعية كما تختلف أنماط الثقافة من حيث العموميات (Universals) كأنظمة الضبط الاجتماعي، حيث يتعرض مخالفيها إلى عقوبات أو نذب اجتماعي، وهناك الخصوصيات (Specialties) التي تشمل جماعة معينة داخل المجتمع الواحد، وهناك أيضاً البدائل (Altrnatives) وللفرد الحرية في الاختيار بينها¹.

- الثقافة مكتسبة: فهي تنتقل من جيل إلى جيل آخر بعوامل التنشئة الاجتماعية والإيكولوجية عن طريق التقايف أو الاستعارة أو التماثل والاستيعاب، ويستنتى من هذا السلوك الفطري والأفعال المنعكسة، وهي تكتسب عن طريق التعليم وتدخل في إطار التعليم وقوانينه.

- إشباعه مجزية: تقوم على تلبية حاجات متعددة.

¹. عبد الغني عماد، مرجع سابق. ص.116.

- تكيفية توافقية: تتكيف الثقافة مع مختلف المؤثرات الجغرافية والاجتماعية والبيولوجية والسيكولوجية، فكلما تغيرت ظروف الحياة عجزت الأنماط القديمة في تحقيق الاشباع، ووجب البحث في أنماط جديدة لذلك.

- متغيرة متصلة: التغير سنة الحياة وقانون الوجود، فالثقافات تتغير بعوامل التغير الاجتماعي لقول "هيرقليطس (Heraclitus) "أن التغير قانون الوجود، وأن الاستقرار موت وعدم"، ويخضع التغير لمدى ديناميكية المجتمع، وقد تموت الثقافة عن طريق الغزاة أو نتيجة الانصهار الثقافي.

وهذا التغير يكون في إطار آلية التحول والتكيف، وعند تغير ظروف الحياة فإن الأشكال التقليدية للثقافة تتوقف، وتظهر حاجات جديدة يتأقلم الفرد معها.

- نسيج متداخل: تتشابه النظم الثقافية في عدة قطاعات كالقطاع المادي القطاع الاجتماعي والقطاع الفكري والرمزي، كل قطاع يختلف عن الآخر من حيث الوظيفة لكن عمليات الإشباع تكاملية¹.

- الثقافة أفكار وأعمال:

سعى الإنسان لتحقيق ذاته وفرض وجوده، ويتجلى ذلك في أبعاد ثلاثة مادية وفكرية ورمزية، وتمثلت في الإنجازات المادية من البنايات والمنشآت، وفي الجانب الفكري في تطوير النظم الاجتماعية الاقتصادية والسياسية، وفي البعد الرمزي في علاقته بالدين والقيم والفن والأخلاق².

- متباينة في المضمون ومتشابهة في الشكل: تختلف الثقافات إلى حد التناقض فما يكون محبوبا ومرغوب فيه مجتمع ما قد يكون مذموما أو محرما في مجتمع آخر، ويرجع هذا التباين إلى عدة عوامل أهمها:

¹. حارث علي العبيدي، مرجع سابق، ص ص20-23.

². عبد الغني عماد، مرجع سابق، ص119.

البيئة الجغرافية وحجم الجماعة الإنسانية التي يكون فيها التفاعل وطبيعة الاتصال بين الأفراد ومدى توفر مصادر الطاقة والقيم السائدة ومرونتها وتصبح كمحرك أساسي من خلال عمليات الإبداع والتفكير الجاد.

- مثالية ونسبية:

تتشكل الثقافة في عدة نماذج وصور مثالية يسعى أفرادها إلى ضبط سلوكياتهم وممارستهم وفقها، ولكي تستمر عادات المجتمع يتوجب من تحقيق إشباعات وتوازن بين اللذة و الألم، وقد ترتب عن كون الثقافة إشباعية من وجود تشابهات ثقافية واسعة في العالم الأمر الذي أدى إلى القول بأن الدوافع الإنسانية متماثلة مثل ما جاء به "ويسلر" بوجود "النموذج الثقافي العالمي"¹.

- انتقالية وتراكمية:

تنتقل الميزات المشتركة من عادات وتقاليد عبر الأجيال في أشكال مختلفة مادية وفكرية ورمزية، وهذا الانتقال ليس ثابت ويرجع أيضا إلى عدة عوامل أخرى.

ثانيا. التفاعل الثقافي الآليات والأنماط والوظائف:

1- آليات الثقافة:

الإنسان كائن اجتماعي بطبعه يؤثر ويتأثر، ويعتبر الاتصال أبرز آليات التفاعل (interaction) بين الأفراد والجماعات بأشكاله المختلفة، من شخص إلى آخر، أو من شخص إلى جماعة، أو من جماعة لجماعة أخرى، وهناك عدة آليات للتفاعل الثقافي والاجتماعي ومنها:

❖ التبادل Exchange:

اقتربت العملية التبادلية بالعلاقات الاقتصادية لكن علماء الاجتماع المعاصرون اعتبروا العملية واحدة من أشكال التفاعل الاجتماعي، وتظهر بشكل جلي بين المحبين والأصدقاء،

¹. مرجع نفسه. ص 122.

ويعتبر "جورج زيمل" أو من بين أهمية التبادل في دراسة التفاعل الاجتماعي، ويجد فرق في المقام والفرد الذي يقوم بتقديم خدمة لشخص آخر لا يستطيع تبادلها يكون ذا سلطة ونفوذ وتؤدي هذه العلاقات غير المتكافئة إلى نوع من السخط والكراهية، وهي بنفس القدر الذي يكون في المعاملات المادية أو العقود القانونية.

❖ التعاون : Coopération

وهو سلوك تضامني مشترك لتحقيق هدف معين في أشكاله المختلفة رسمي أو غير رسمي؛ طوعي أو غير ذلك، ولا يستطيع الإنسان العيش بدونها ويكون بين الأفراد والمجموعات والدول وحتى بين الأمم، كما يأخذ هذا الشكل من التفاعل شكل التنافس وهو ما يطلق عليه التعاون أو التنافس كالانتخابات والألعاب الرياضية.

وللتعاون عدة أنماط وهي: التعاون العفوي، التعاون الموجه، التعاون التقليدي، التعاون التعاقدية، التعاون التقليدي¹.

❖ التطابق : Conformité

ويظهر في شكل تفاعل متطابق بين أفراد مجتمع ما، وتسمى بالجماعة المرجعية، ويكون على أساس الدين أو القرابة أو الشعور المصلي، لذا فإن معرفة نوع الجماعة المرجعية الطاغية على أحد الأفراد، تصبح قادرا على فهم سلوكه والتنبؤ بتصرفاته باعتباره سلوك ناشئ، ويعتبر التطابق أحد العمليات السلوك الاجتماعي الأكثر شمولاً واستمراراً، ويساهم في تكيف الأفراد والحصول على الرضا والتقدير والنجاح.

❖ الإلزام : Coercin

وهو سلوك قائم على الإكراه والقهر في غالب الأمر، وقد يبدو سلوكاً أحادياً، ويمتد الإلزام حتى على الفرد نفسه يكون فيها الفاعل و المفعول به شخصاً واحداً كالتكيف مع الصوم

¹. مرجع نفسه، ص 124. 123.

والحمية والتكشف والتسك، وهي علاقة مصاحبة للطبيعة البشرية وتختلف شدتها من شخص إلى آخر وتعمل إلى جانب الأنماط الأخرى السابقة الذكر، وقد أكد "دوركهايم" أن الإلزام هو أهم عنصر في الأخلاق والسلوكيات وهو إلزام الجماعة على الفرد، ثم الفرد لنفسه وهو إلزام الضمير.

❖ الصراع Conflict:

وهو السلوك القائم على دفع الأفراد إلى التنافس والتناحر، وقد يكون بين الفرد ونفسه، ورغم سلبيته إلا أنه قد حقق إنجازات باهرة ويشتد الصراع كلما كانت الجماعة شديدة الانغلاق، كما أن التنافس والطموح هما شكلان من أشكال الصراع لتحقيق هدف معين¹.

2- أنماط الثقافة:

الثقافة الحسية: والتي يمكن لإفراد المجتمع ملاحظتها بالأعضاء الحسية وتتجه نحو الاستخدام الإمبريقي، وتعتبر الملاحظة مصدر الحقيقة في اكتشافها.

الثقافة الصورية: وهي شعور روعي وتعتمد على الاتجاه الديني وتعتمده كمصدر للحقيقة بغض النظر عن الجوانب التطبيقية يكون فيها الشخص الصوري مطبقاً للأنماط ويضع تنبؤات خيالية.

الثقافة المركبة بين الحسية والصورية: وهي تكامل النسق الفكري بدون سبب الذي جاء به "سوركين" الذي يعتمد على الإمبريقية والزهد والتكشف والولاء، وهو أيضاً ما جاء أصحاب النظرية الدائرية بأن التاريخ يعيد نفسه².

3-وظائف الثقافة:

❖ الوظيفة الاجتماعية: للثقافة وظائف اجتماعية متعددة منها:

¹. عبد الغني عماد، مرجع سابق، ص 127.

². دلال ملحق إستيتية، مرجع سابق، ص ص 130.131.

- تجميع الناس حول قالب موحد من الرموز واللغة والمعتقدات والقيم لتحقيق الانتماء والتواصل بينهم.
- معرفة أفراد المجتمع الواحد لأدوارهم ومعرفة حقوقهم وواجباتهم، ونسج علاقات اجتماعية فيما بينهم لضمان استمراريته واستقراره.
- تحقيق التكيف الاجتماعي بين أفراد المجتمع وتقليل الفجوة التي تجلب الصراع.
- سنّ مجموعة من القوانين والنظم وتحقيق تعاون ضد أي خطر محقق.
- ❖ الوظيفة الإنسانية: (الشخصية أو الفردية).
- القيام بتكوين شخصية ثقافية قادرة على فهم واستيعاب كل ما يجري في الواقع، وتحقيق القدرة على إقامة علاقات اجتماعية طيبة.
- التصدي لأي مستجد من المخاطر والكوارث، وتوظيف المكتسبات الثقافية السابقة.
- العمل على إحداث تغيير وتقديم إضافة بالتنبؤ بالأحداث المتوقعة الحدوث.
- ❖ الوظيفة النفسية:
- حيث تقوم هذه الوظيفة على إكساب الفرد أنماط السلوك، وأساليب التفكير وكيفية التعبير عن العواطف والحواس، ومنها إشباع للحاجات الفسيولوجية، والتي تقوم على اكتساب الهوية الاجتماعية الثقافية¹.

ثالثاً. الثقافة الرقمية والثقافة الفرعية

1- الثقافة الرقمية:

الثقافة الافتراضية والثقافة الرقمية والثقافة الإلكترونية هي مصطلحات من مخرجات البيئة الاتصالية الجديدة، وهي من سمات الألفية الثالثة التي أتاحتها شبكة الأنترنت، التي فتحت الحدود الجغرافية.

¹.مرجع نفسه، ص ص238.237 .

والثقافة الرقمية Digital Culture هي من المفاهيم الحديثة في العلوم الاجتماعية، وهي الطريق الجديدة في التعاملات والتفاعلات¹.

وتعرف أيضا على أنها مجموع التغيرات الثقافية الحاصلة في البيئة الرقمية الشبكية، ولا يمكن الاستغناء عنها بحكم أنها شملت جميع المجالات والقطاعات وأصبحت ميزة الحياة الجديدة².

وجاء في تعريف الجمعية الدولية لتكنولوجيا التعليم (ISTE):

"أن لثقافة الرقمية بأنها منظومة متفاعلة من العديد من الاستراتيجيات، كالمعارف، والمهارات والمعايير، والقواعد والضوابط والأفكار والمبادئ التي تُتبع في الاستخدام الأمثل والكفاء للقيم، والتقنيات الرقمية و أيضا استثمارها بطريقة أمنة و ذكية"³.

2. عوامل ظهور الثقافة الفرعية:

- أدت التغيرات المتسارعة لاسيما في مجال التأثير على الثقافة الأصلية، ومن هذه التغيرات هي:
- كبر حجم المجتمع: أدى اتساع حجم الجماعات إلى ظهور جماعات ذات ثقافة فرعية خاصة بها.
- تشعب مجال التغير الاجتماعي: فالتغيرات المجتمعية السريعة، أسهمت في انتقال غير متوقع لمراحل الأجيال المتعاقبة، ورفض التقاليد الثقافية الموروثة العمل على اصطناع ثقافات مختلفة، تجلت في تمظهرت في إتباع الثقافة الغربية.

¹. صابر فريجة، الثقافة الجديدة للشباب في المجتمع العربي : بين الحاجة إلى الإشباع الافتراضي ومخاطر الايمان الإلكتروني ،مجلة التجديد العربي ،العدد الثاني، يوليو 2022، ص 437.

². سعيد بوكرامي، الثقافة الرقمية ، دومنيك كاردون ، les presses de sciences po باريس ، 2019 ، ص 10 <https://tafahom.mara.gov.om/storage/book-review/2019/52/pdf/06>.

³. صليحة محمدي، سامي بخوش، الثقافة الرقمية :دراسة تحليلية في المفهوم، المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، المجلد 10، العدد 2، أفريل 2021 ،الجزائر،ص5.

- الانعكاسات الاتصالية للعولمة وتفاقمها: أصبح العالم اليوم قرية صغيرة، وهذا ما أدى إلى الانتشار التلقائي للثقافات، وهي نتيجة للحتمية التكنولوجية.
- كبر حجم الأجيال الشبابية الجديدة: تشكل الأجيال الناشئة قوة في تغذية الثقافات الفرعية، وللشباب دور بالغ الأهمية في التغيير الوظيفي.
- زيادة الأزمات وارتباطها بالمشكلات الاجتماعية:
- سيطرة وسائل الإعلام الجماهيرية و الميديا الجديدة: ساهمت وسائل الإعلام الحديثة في تغير نمط الإعلام التقليدي في خلق فضاء جديد للتسويق الاجتماعي والمادي من المنتجات الاستهلاكية والموضة والملابس، والأفكار، والقناعات والإيديولوجيات والاتجاهات والفنون وغيرها، و التي امتازت بخصائص ساهمت في انتشار الثقافات الفرعية كالتزامية والتفاعلية، والفورية¹.

3. الثقافة الفرعية ومخرجات البيئة الجديدة:

- تعدّ الثقافة الفرعية من مخرجات العالم الرأسمالي، وتعرف بالثقافة الثانوية، وهي تضم فئة من البشر يشتركون في خصائص مماثلة:
- كالعمر والعرق والطبقة الاجتماعية، وهذه الثقافة الفرعية تختلف عن الثقافة الأكبر، ومن مواصفاتها السيسولوجيا:

- أنها تقدم حلول لبعض المشاكل الناتجة عن تناقض في البناء الاجتماعي، خاصة في المجال المادي.
- تساعد على اكتساب هوية أخرى تعرف بالثقافة الفرعية إلى جانب الهوية الأصلية.
- تشكيل أسلوب جديد للحياة.
- تعمل على التكيف مع المستجدات من مشكلات الحياة الاجتماعية².

¹. صابر فريحة، مرجع سابق، ص.ص 420.421.

². مرجع نفسه، ص 419 .

رابعاً. الثقافة الاتصالية ومواقع التواصل الاجتماعي:

1. تعريف الثقافة الاتصالية:

الثقافة الاتصالية: هي تلك الأفكار التي تسير العملية الاتصالية، بين مختلف الأطراف الفاعلة، سواء أكانت أفراد أو مؤسسات، غايتها إرساء عملية اتصالية في قالب جديد، وفي تحسن الظروف واحترام السلم التنظيمي المعمول به باستخدام وسائط متعددة¹. وهي مجموع السلوكيات الاتصالية الرسمية وغير الرسمية والتي تظهر في صورة المؤسسة وتترجم في العادات والقيم المتوارثة عبر أجيال العمل المتعاقبة².

1.1 الثقافة ووسائل الاتصال:

كانت بداية استخدام الأقمار الصناعية للاتصالات الفضائية في عام 1960، وتأسست الشبكة العربية للاتصالات الفضائية ARABSAT في عام 1977، وتم إطلاق أول قمر اصطناعي عربي ARABSAT في عام 1985، وهي بداية الامتداد الثقافي للبلدان العربية من الثقافات الغربية، فالقيم التي تحتوي مجموعة الرغبات والميول والمتطلبات والاحتياجات تسري في إطارها الجديد، ومن أبرز التقنيات الحاملة لها الشبكات العنكبوتية التلفاز الحواسيب والهاتف، وقد ساهمت الأنترنت في نشر الثقافة التفاعلية³.

2. مكونات الثقافة الاتصالية:

هي مجموع متغيرات البيئة الثقافية والرمزية والاستراتيجية الاجتماعية والتنظيمية، ومنتج من التفاعلات بين الأعضاء في الإطار الرسمي وغير الرسمي ومن أهم هذه المتغيرات:

¹. جاب الله حسين، بن عبد الله سيد علي، استخدامات الجامعة للاتصال الرقمي في تعزيز عملية الثقافة الاتصالية بين الإدارة والأساتذ و الطالب، مجلة الراصد العلمي، المجلد 07 العدد 02 سبتمبر 2020 جامعة وهران ص 68.

². بلخير سارة، سعدي وحيدة، دور الثقافة الاتصالية في تعزيز الرضا الوظيفي، دراسة نظرية، مجلة الرسالة والبحوث الإنسانية، المجلد 06، العدد 03، جويلية 2021، ص 30.

³. حارث علي العبيدي، هبة عدنان النعيمي، مرجع سابق ص.99.

- المورد البشري أو أعضاء المنظمة: هم جميع الأفراد التابعين للمنظمة من رئيس المنظمة أو الجمعية إلى الأعضاء المنخرطين ويختلفون باختلاف خبراتهم وتكوينهم واتجاهاتهم وطموحاتهم، وترجع الأسس الأولى إلى رسم الثقافة الاتصالية إلى الإدارة العليا.
- اللغة: وهي أداة التواصل بين الجميع في طابعها الكتابي والشفوي والشخصي، وهي جزء من الثقافة الاتصالية وتظهر في أشكال مختلفة من اللغة المنطوقة ولغة الجسد.
- الهيكل التنظيمي: حيث يظهر في نوع التنظيم السائد عضوي أو ألي بين أفراد المؤسسة في نمط الاتصال السائد.
- نمط القيادة: تظهر الثقافة الاتصالية في سلوكيات القائد داخل التنظيم وتماسك الجماعة ونوع الاتصال السائد.
- المعلومات والاتصال: وهو البناء الذي يحدد التركيب الداخلي للمؤسسة في قدرة استخدام تقنيات التكنولوجيا الاتصال.
- نشاط المؤسسة: يتمثل في مجموع المهارات، وتبرز في نمط النشاط الثقافي الاتصالي.
- الطقوس الجماعية والاحتفالات: وتتمثل في عادات المؤسسة من اللغة المستعملة والاحتفالات والمناسبات التي تعزز الروابط والانتماء وترسخ القيم السائدة.
- الرموز: ولها دور هام في صورة المنظمة من الشعارات والألوان والصور وتعكس ثقافة المنظمة¹.

3. علاقة الثقافة بمواقع التواصل الاجتماعي:

تشير الكثير من الدراسات التي تعنى بعلاقة الثقافة بمواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي إلى الاستناد النظري لمدرسة فرانكفورت النقدية، وافتراضات نظرية الغرس الثقافي في الهيمنة الثقافية عبر وسائل الاتصال، والتي تتسبب في الاغتراب الثقافي ومحو الهوية القومية، التي تميل في محتواها إلى نشر ثقافة الفردانية، والتي تشكل تهديدا للخصوصية

1. بلمير سارة، مرجع سابق، ص 33، 37.

الفصل الثاني.....الثقافة ومتغيراتها في البيئة الاتصالية الرقمية

الثقافية، وهذا ما يشير إليه الباحث "الصادق الحمامي" بقوله : مستخدم الفيس بوك كائن فاعل بفتح حساب شخصيا على المواقع ويبادر بنشر مضامين عديدة، ويعلق على ما يكتبه الآخرون وينضم لجماعات ويساند ويعارض؛ وبهذه الأفعال الصغيرة التي تبدو تافهة أو ذات رمزية عالية فإن المستخدم يعبر عن هويته وينتجها في الوقت ذاته في إطار ما يتيح الموقع¹، هذه التأثيرات الثقافية عبر وسائل التواصل الاجتماعي، التي تؤدي بدورها إلى إحداث تغيرات في السمات الشخصية للمجتمعات العربية لاسيما فئة الشباب والانسحاب من التفاعل الاجتماعي.

لكن من منظور آخر تعتبر بعض الدراسات الغربية، أن تعدد الأشكال الاتصالية وظهور الشبكات الاجتماعية يعتبر عاملا في بناء أشكال جديدة لمقاومة مشروع العولمة، وفي دراسة للباحثة Marwick,A ,E سنة 2013 التي توصلت إن مواقع التواصل الاجتماعي تعزز الثقافة المحلية وتعد مسرحا لعرض ذات المستخدم².

يتضح مما سبق أن الثقافة الرقمية هي القدرات اللازمة للنمو الذي تتم داخل وخارج التعليم، ويفترض على أنها مجموعة من نماذج الاتصال، بداية من الاتصال البسيط نسبيا الذي يتم عبر البريد الإلكتروني و مختلف الرسائل الفورية إلى الاتصال الأكثر تعقيدا، بالاستعانة بالتقييم و تقنيات التحليل والتجميع، وطرق إعادة الربط والقدرة على إنشاء وإصدار المعرفة عبر الأنترنت³.

فالبيئة الجديدة تختلف عنها في البيئة القديمة، حيث انتقل الاتصال من الاتصال الشخصي إلى الاتصال الرقمي، ومن أساليب الاتصال الهرمي إلى أساليب لاتصال الشبكي⁴.

1. محمد لمين بوذن، إيمان سكور ، مواقع التواصل الاجتماعي وإشكالية الثقافة المحلية في ظل العولمة، مجلة البدر ،العدد 02 ، فيفري 2019،جامعة بشار،الجزائر،ص227.

2. مرجع نفسه، ص 228.

3. بسبوني عبد الرحمن بسبوني العطار وآخرون، نموذج مقترح لمهارات الثقافة الرقمية في ضوء احتياجات الطلاب المعلمين بكلية التربية جامعة الأزهر، مجلة التربية، العدد 191،الجزء3، كلية التربية جامعة الأزهر القاهرة، مصر، جوان 2021،ص349.

4.محمد علي حسين ، الربيعي ولاء، الإعلام الرقمي وانعكاساته في تنمية المجتمعات -مقارنة نظرية، د س ن ص 07

وهو ما ينطبق على المنظمات غير الحكومية أو الجمعيات الشبكية التي تعتبر من أقدم النماذج والتنظيمات المجتمعية، و اقدم من الحكومات كتنظيم¹ ، فإن الشبكة أصبحت ميزة مجتمع عصر المعلومة الذي أضحي كل شيء شبكي²، حيث قام على تسهيل طرق الحياة الاجتماعية، كما قام بإعادة الماضي من خلال التعرف على الأصدقاء القدامى و القدرة على التواصل معهم بمختلف الوسائط المتعددة³.

4. مشكلة الهوية الثقافية في مواقع التواصل الاجتماعي:

توسعت شبكات التواصل الاجتماعي وجعلت العالم قرية صغيرة، مما سمح لتغلغل الثقافات الافتراضية في أوساط المستخدمين، ونظرا لخصوصية المواقع التواصلية في التفاعلية والسرية والجاذبية والتواصل مع أي كان على الكرة الأرضية، أدى في كثير من الأحيان إلى الانسلاخ من الهوية الأصلية كما حصل مع شباب من دعاة المثلية الجنسية حيث يرى الباحث " Daniel Bongnoux " الشيوخ عقلية تواصلية جديدة تتجسد في المقولة "المهم أن نتصل لا يهم مضمون الاتصال ومحتوى التبادل، المهم أن نتبادل فقط"، فقد سمحت مواقع التواصل الاجتماعي من حرية اختيار الهوية والتحكم فيها وتعديلها⁴.

ويؤدي هذا إلى الانعزال عن الواقع المحسوس وهذا ما أشار إليه " Manuel Kastle " حيث أشار للبعد الثقافي، وتحول الواقع الاتصالي في التقاطع بين زوجين من الاتجاهات المتناقضة إلى التطور الموازي لثقافة العولمة.

وهذا ما يقف عائق في استدامة الثقافة الأصلية ومكوناتها والخروج من النسق الاجتماعي العام والتخلي على الكثير من الممارسات والأنشطة المجتمعية الموروثة.

3. تمام محجوب محمود فاروق، دليل بناء التحالفات في العالم العربي، واشنطن: مشروع الديمقراطية في الشرق الأوسط POME، 2017.

2. فوزي بوخريص، التشبيك في المنطقة العربية وبلدانها شبكات المجتمع المدني في المنطق العربية الفرص والتحديات، 2020

3. صباح عبده، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة الطلابية لطلبة كلية الإعلام بجامعة صنعاء دراسة ميدانية، 02 يونيو، 2018.

4. محمد لمين بوذن، مرجع سابق، ص 229.

5. مواقع التواصل الاجتماعي والخصوصية الثقافية:

رغم وجود دراسات تؤكد فعالية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وتعزيز مسألة الثقافة المحلية إلا أن الكثير من الدراسات اتجهت إلى الوقوف على الأثر السلبي، هذا ما دعا إلى العمل على إيجاد استراتيجية فعالة لتحقيق تقارب بين الثقافات المحلية والثقافات الأخرى بعيدا عن العزلة وبعيدا عن الهيمنة، فالإعلام الجديد خلق فضاء أو مجال افتراضي للعمل فيه¹، وذلك بفرض الوجود الثقافي وإثبات الخصوصية الثقافية والهوية الوطنية، وعدم الانفصام بين الواقع والموروث الثقافي، مع الحفاظ على روح الإبداع وتحويل ثقافتنا من ثقافة استهلاك إلى ثقافة منتجة كباقي الثقافات الغربية، وبناء نموذج ثقافي وطني وقومي لكي لا يحدث الانصهار في ثقافات تختلف عن الخصوصية الثقافية اختلافا شاسعا².

فالاهتمامات تتبدل منذ الصغر حيث يقول " نيكولاس نيغروبونتي " تشير العديد من المؤشرات أن كثير من الأطفال الذين يقومون باستخدام الأنترنت، سيكتسبون مهارات جديدة غير مهارات التي يمتلكها الفرد العادي، لذا فإن أحلامهم أصبحت ترتبط لما تحققه في العالم الافتراضي، فان التحولات الاقتصادية والتحولات الاجتماعية والتشكلات الجديدة هي موارد بالنسبة لهم، وأيضا لها تأثيرها على المدى البعيد³.

1. رمضان محمود عبد الحليم عبد القادر، الثقافة الرقمية لدى طلاب الدراسات العليا التربوية بالجامعات المصرية في ضوء متطلبات الاقتصاد القائم على المعرفة، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، العدد 184 الجزء 3، أكتوبر سنة 2019، ص 1549-1550.

2. مرجع نفسه، ص 232، 230.

3 نيكولاس نيغروبونتي، مفاهيمية المجتمع الرقمي، مختص في مجال تكنولوجيا الإعلام ومدير قسم المعلومات في معهد ماساشوسيتس للتكنولوجيا

MIT. اطلع عليه يوم 2022/07/31 الساعة 10:10:10. Elearn.univ.oran1.dz

خلاصة:

من خلال ما سبق يتضح أن مفهوم الثقافة أخذ عدة أبعاد في تكوينه وذيوعه، و أفرز إنتاج معرفي في مجالات متعددة، كما أن أنماط و أساليب الحياة ؛ وكذا تكون العلاقات الاجتماعية والتجهيزات الثقافية تختلف، فتكون ميزة جوهرية في المجتمعات المحافظة، وتتبدد وتتلاشى في المجتمعات الإنفتاحية لتحل محلها الثقافات الفرعية، وذلك لتحقيق التكيف ومواكبة التغيرات، وفي ظل البيئة الرقمية والانفتاح الاتصالي العالمي على الثقافات الأخرى؛ و التغيرات المتسارعة والامتزاج الثقافي أضحت تهدد مقومات أساسية و هويات قومية، فلذا توجب دراسته وفهمه ومسايرته، خاصة وأن العالم اليوم أصبح يقضي جل وقته في الفضاء الأزرق عبر شبكات التواصل الاجتماعي ومواقع التواصل الاجتماعي من تبادل الاتصالات و الأفكار ونقل الثقافات وحتى العادات والتقاليد والقيم.

الفصل الثالث

مواقع التواصل الاجتماعي وتعدد

الاستخدامات

تمهيد

أولاً. مواقع التواصل الاجتماعي ماهيتها وأنواعها

1. تعريفات مواقع التواصل الاجتماعي

2. أقسام المواقع الإلكترونية

3. أنواع المواقع الإلكترونية

4. أنماط المواقع الإلكترونية

ثانياً. أهم مواقع التواصل الاجتماعي والأكثر استخداماً وخصائصها

1. فيس بوك

2. التويتر

3. اليوتيوب

4. المدونات الإلكترونية

5. موقع لينكد إن

6. الأنستغرام

7. وات ساب

ثالثاً. حدود استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

1. الإبداع والتأثير في مواقع التواصل الاجتماعي

2. التقارب الإعلامي

3. إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

4. خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

رابعاً. الاستخدامات التحليلية الرقمية لوسائل التواصل الاجتماعي وفهم البيئة الاتصالية

1. أساسيات التحليلات الرقمية لوسائل التواصل الاجتماعي

2. قياس حجم الجمهور على وسائل التواصل الاجتماعي

3. الأمن الرقمي والقضايا الأخلاقية

4. تنظيم تحليلات وسائل التواصل الاجتماعي

5. أدوات تحليلات وسائل التواصل الاجتماعي المجانية

خلاصة

تمهيد:

تعد مواقع التواصل الاجتماعي الشكل الجديد للحياة الاتصالية في البيئة الرقمية، حيث ساهمت في إعادة بناء مجتمعات لها خصائصها ومميزاتها، فهي تختلف عما كانت عليه في السابق وأصبحت حتمية لا مناص منها لمواكبة التغيرات الجديدة، وإن الغوص في أعماقها يتطلب دراية واسعة بها وباستخداماتها، ولفهم هذه التغيرات الاتصالية من مختلف الروابط الاتصالية يتوجب تتبع تطوراتها منذ اللبنة الأولى، ومنذ نشأتها وتطورها كي تكون الاستفادة أكثر وأعم، ولا يقع الفرد ضحية لتمرير محتواها السلبي أو الانصهار فيها، في هذا الفصل نسعى للتعرف على مواقع التواصل الاجتماعي، من حيث الأنواع والأشكال والأنماط، ثم التطرق إلى المواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً في وقتنا الحالي وخصائصها، وحدود استخدامها وفي الأخير نعرض على أهم الاستخدامات التحليلية الرقمية لوسائل التواصل الاجتماعي وكيفية فهمها في ظل البيئة الاتصالية الرقمية الجديدة.

أولاً. مواقع التواصل الاجتماعي ماهيتها وأنواعها:

1-تعريفات مواقع التواصل الاجتماعي:

انتشرت مواقع التواصل الاجتماعي في الآونة الأخيرة، وأصبحت الوجهة الأولى للاتصالات البشرية على وجه المعمورة، حيث تنوعت الاستخدامات في جل مجالات الحياة الاجتماعية، وأضحت محط الكثير من الدراسات وأعطت لها تعريفات متعددة كل حسب مجال اهتمامه حيث نجد من بين هذه التعاريف:

تعرف على أنها مجموعة من البرمجيات المنشئة من قبل شركات كبرى، والتي تضم عدد كبير من المستخدمين والأصدقاء والمشاركين في الأنشطة والاهتمامات، وتقدم لهم خدمات فورية بمختلف الوسائط المتعددة، من الصوت والصورة والفيديوهات والملفات، لتضم بذلك تجمعات هائلة من البشر.

وتعرف على أنها مجموعة من الشبكات العالمية المتصلة بملايين البشر حول العالم، لتشكيل مجموعة من الشبكات الضخمة، والتي تنقل المعلومات الهائلة بسرعة فائقة بين دول العالم المختلفة، وتتضمن معلومات دائمة التطور¹.

فهي خدمات قائمة على الويب تتيح للأفراد إنشاء ملف، والقيام بتعريف عام أو شبه عام داخل نطاق مقيد وهي تختلف من موقع إلى آخر².

ويعرفها "جونسون" "بأنها تكامل الصورة والصوت والرسوم المتحركة والنصوص بداخل جهاز الكمبيوتر مع وسائط إلكترونية أخرى، لتقديم المعلومات مثل توصيل الكمبيوتر مع مشغل لأقراص الليزر لتشغيل وعرض الموسوعات الإلكترونية"³.

¹. جمال كانون، مرجع سابق، ص 100.

² Danah m.boyd andNicole ,ibid,p211.

³. لؤي الزغبى، الوسائط المتعددة، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2020، ص 07.

وتعرفها "نادية حجازي" في كتابها الوسائط المتعددة على " أنها نسيج من النص و الجرافيك والصوت والرسوم المتحركة، وعند إضافة التبادلية إلى المشروع تصبح الوسائط المتعددة تبادلية وعند إضافة طريقة للتجول داخل المشروع يصبح مشروعاً للوسائط المتعددة الفائقة"¹.

و قدم " أوبار وويلدمان " اربع قوائم مشتركة بين خدمات الوسائط الاجتماعية الحالية تتمثل في أنها:

- خدمات الوسائط الاجتماعية الحالية الويب (0.2) المستندة إلى الأنترنت .
- تقوم بإنشاء المحتوى بين المستخدمين الذي يعتبر شريان الحياة لوسائل الإعلام الاجتماعية.
- ينشئ الأفراد المجموعات وملفات التعريف وتكون خاصة بالمستخدم لموقع أو تطبيق ويتم فحصها وصيانتها بواسطة خدمات الوسائط الاجتماعية.
- تسهل خدمات الوسائط الاجتماعية عبر الأنترنت من خلال ربطه بملفات الأفراد أو المجموعات².

وعرفها المنصور محمد: على أنها "عبارة عن شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاءون وفي أي مكان من العمل، وقد ظهرت في سنوات قليلة، وغيرت في مفهوم التواصل والتقارب بين الشعوب واكتسبت أسماها الاجتماعي كونها تعزز العلاقات بين بني البشر"³.

يعرفها " بالاس BALAS" 2006 على أنها "برنامج يستخدم لبناء مجتمعات على شبكة الأنترنت أين يمكن للأفراد أن يتصلوا ببعض البعض لعدد من الأسباب المتنوعة".

ويرى " بويد واليسون" 2007 على أنها خدمات عبر شبكات الأنترنت تسمح لمستخدميها من:

¹. المرجع نفسه، ص 07

². Beatson A. **Community resilience in the age of social media**: Littérature Review. Lower Hutt (NZ): GNS Science.. (GNS) p03.

³. جمال كانون، مرجع سابق، ص 101.

- بناء شخصية عامة أو شبه عامة من خلال نمط نظام محدد.
 - توضيح وإعطاء لائحة لقائمة المشاركين في الاتصال.
 - عرض وتقديم قائمة المتصلين، وقوائم خاصة بأفراد آخرين في نفس الوقت.
- ظهرت مواقع التواصل الاجتماعي مع الثورة التكنولوجية مع web2.0 التي أسست للتواصل الاجتماعي عن طريق الموقع (myspace) وقد ظهر قبل الفاييس بوك¹.

وتعرف الشبكات على أنها اجتماع عملي لكل مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.

وهي تركيبة اجتماعية إلكترونية، و شبكات اجتماعية تفاعلية، وقد اكتسبت اسمها الاجتماعي منها تقوم على تعزيز العلاقات بين البشر وقد أخذت أبعاد أخرى فيما بعد، ومن ابرز مواقع التواصل الاجتماعي: التويتر، الفيس بوك، اليوتيوب، الإنستغرام ، وتعتبر أشكال جديدة للاتصال في البيئة الرقمية².

2-أقسام المواقع الإلكترونية:

أقدمت المؤسسات الربحية وغير الربحية إلى إنشاء مواقع متعددة، والتي حظيت باهتمام كبير كمواقع التجارة الإلكترونية، والتي أضحت تنافس المواقع التابعة للدولة، وقد قامت وسائل الإعلام لحجز أماكن لها عبر مجموعة من القواعد الإلكترونية، وبإمكان أي مستخدم الوصول إليها واخذ المعلومة من مصدره الأصلي³.

فشبكة الأنترنت تضم مجموعة هائلة من المعلومات ومن المواقع الإلكترونية، ويحتوي الموقع الإلكتروني الواحد على صفحة واحدة أو عدة صفحات التي تحتوي بدورها على مجموعة من

¹ . RAVI GUPTA . HUGH BROOK، وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المجتمع، ترجمة عاصم سيج عبد الفتاح المجموعة العربية للتدريب والنشر، الطبعة 1، مصر، 2017، ص58.

² . السعيد مبروك إبراهيم وآخرون، مواقع التواصل الاجتماعي وتعزيز تفاعل الثقافات في العصر الرقمي، الباحث للاستشارات البحثية، القاهرة مصر، 2019، ص 30.

³ . مرجع نفسه، ص32.

المواضيع والملفات والصور والفيديوهات؛ بإمكان المستخدم الدخول إليها في برهة من الزمن، وهي تنقسم إلى نوعين:

1.2 المواقع المؤسسية:

هي عبارة عن مجموعة من الصفحات الثابتة التابعة لمؤسسة أو شركة، تحتوي على معلومات المؤسسة كالتعريف بها وبمخرجاتها وعنوانها وطرق الاتصال بها، وتعتبر أيضا وسيلة إعلامية ودعائية للمؤسسة فهي متاحة للجميع ومتواجدة على الشبكة لاستقبال وفيديها للرد عن استفساراتهم وطلباتهم ووسيلة اقتصادية للوقت والجهد.

إذ يرى " محمد الموسوي " أنها تقوم على:

- دعم المنتج الذي تصنعه أو تبيعه الشركة التي ترعى الموقع.
- الإعلان عن المنتج الذي تقوم الشركة أو المؤسسة بإنتاجه.
- المساعدة على بيع المنتج الذي تقوم الشركة صاحبة الموقع بإنتاجه من خلال عمليات التسويق الشبكي.
- لا تحتوي هذه المواقع على مواد صحفية سواء إخبارية أو معلوماتية، ولاستخدام قواعد إعلامية أو صحفية، وتقتصر على التعريف بالشركة أو المؤسسة والتعريف بالسلع والخدمات التي تقدمها، وقد تقوم بعرض منتجات لشركات أخرى، وعمل إعلانات تجارية لسلع وخدمات غالبا ما تدخل في مجال تخصص الشركة التجارية.
- لا تعتمد هذه المواقع على هياكل إدارية كبيرة، غالبا ما يتم متابعتها من خلال شركات متخصصة، تقوم بتحديث بيانات الشركة أو إضافة الإعلانات المطلوبة.
- لا تعتمد هذه المواقع على خبرات إعلامية أو صحفية متخصصة، ويلجأ بعضها إلى خبراء في مجال الإعلان والدعاية، خاصة في المواقع المملوكة لكبرى الشركات التجارية¹.

¹. مرجع نفسه، ص 32.33.

2.2 وسائل الإعلام الاجتماعي:

هي مواقع تسمح لمستخدميها من مشاركة الملفات وتبادل الصور والفيديوهات، والقدرة على إنشاء المدونات وإجراء المحادثات، وهي على العموم جاءت لتسهل الحياة الاجتماعية وربط العلاقات الاجتماعية¹.

3.2 المواقع الشخصية:

هي عبارة عن مواقع خاصة تابعة لصاحب الموقع، وتحتوي على مجموعة معلومات متعددة ومتنوعة من كتابات وصور وأفلام وتسجيلات، كما تظهر فيها آراء ومواقف صاحبها وتعبيره عن ذاته ووسيلة لإبراز الهوية الشخصية وتعتبر أفضل وسيلة للاتصال بالعام الخارجي².

3-أنوع المواقع الإلكترونية:

تختلف أنواع مواقع التواصل الاجتماعي باختلاف مجالات الحياة الاجتماعية، منها في السياسة، الاقتصاد، التجارة، السياحة، الثقافة والرياضة وغيرها وهي تنقسم إلى ثلاثة أنواع رئيسية هي: المواقع الساكنة، المواقع الديناميكية، مواقع التجارة الدولية.

1.3 المواقع الساكنة (Static web site):

يوجد بهذه المواقع مجموعة من النصوص والصور والمواد النصية والجرافيكية الثابتة والمتحركة، التي تخضع للقائمين على إدارة الموقع، ولا يمكن تغيير معلوماته، لأنه لا يمتلك قاعدة بيانات تحديثية (Data base)، ويتطلب أي تغيير إعادة نشره في الأنترنت مرة أخرى، ويمكن لإحداث إضافة وفقاً للمحتوى المطلوب³.

2.3 المواقع الديناميكية (Dynamic Web Site):

¹. كلثوم حمدي، أم الخير حمدي، وسائل الاعلام الاجتماعي كألية لزيادة مداخل الجمعيات الخيرية، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 07 العدد 04 السنة 2018، ص 414.

². السعيد مبروك إبراهيم وآخرون، مرجع سابق ص 33.

³. مرجع نفسه، ص 34.

تختلف عن المواقع الساكنة في عملية إجراء التغييرات والتحديثات، من الحذف والإضافة، وإدخال المعلومات الجديدة، دون الرجوع إلى الشركة المصممة أو المسؤولين، ويكون التحديث المستمر يوميا لكن يحدد في بعض المواقع بفترة زمنية قصيرة جدا أو دقائق فقط مثل مواقع محطة (CNN)، وتلفزيون (BBC).

3.3 مواقع التجارة الإلكترونية:

تعتبر هذه الأخيرة سوقا مفتوحة للزوار، وهي أكثر المواقع تطورا وأهمها، حيث تقوم على عرض خدماتها ومنتجاتها الإلكترونية، والتي تعتمد على قلة التكلفة في عمليات التسويق وتعرف باسم التجارة الإلكترونية، وقد قامت في مجالات متعددة، كما تحتوي هذه الأخيرة على دليل إلكتروني الذي يضم بدوره مجموعة من الصفحات تقوم بشرح وتبسيط عمليات التسويق الإلكتروني.

والشبكات الإلكترونية الاجتماعية هي مجموعة من المواقع الإلكترونية تسمح للمستخدم من إنشاء موقع خاص والذي يتم الربط عن طريق نظام إلكتروني¹.

4-أنماط المواقع الإلكترونية:

تقوم المواقع الإلكترونية بخدمات متعددة ومتنوعة، ومن أهم التصنيفات:

1.4 المواقع المعلوماتية:

وهي تنقسم بدورها إلى عدة أنواع هي:

2.4 المواقع التعريفية:

¹ . ابتسام دراجي، مرجع سابق، ص203.

تضم مواقع الشركات والمؤسسات والمواقع الشخصية، حيث تسمح لمستخدميها وروادها الاطلاع على نشاطاتها وخدماتها ومنتجاتها، وهي دليل تعريفى يجرى عليه التحديث من فترة إلى أخرى، وغالبا ما تذييل بعبارة لمزيد من المعلومات، قم بزيارة الموقع التالي، حيث يقول عنها الدكتور "محمد الموسوي" تقوم هذه المواقع بالتعريف بأنشطة وفعاليات المؤسسات التي أسستها، وهي غالبا ما تكون مؤسسات غير ربحية، مثل المؤسسات الخيرية والعلمية والفكرية والثقافية، وغالبا ما تكتفي مثل هذه المواقع بنشر الفعاليات الخاصة بالمؤسسة دون الاهتمام بتغطيات الصفحة الإعلامية أو حتى الاستعانة بمختصين لتغطية أنشطتها وفعاليتها، وقد تقدم بعضا من الخدمات المعرفية أو المعلوماتية للمهتمين، إلا أنها تتسم في الغالب بتباعد مدة التحديث للموقع¹.

3.4 المواقع المعرفية المتخصصة:

ولها أهمية كبيرة حيث تقوم على تقديم المعرفة المتجددة والحديثة في إطار تخصصي قد تكون شخصيات معنية أو مواضيع أو مبتكرات حديثة باستخدام الأسلوب الكتابي والسمعي والبصري، وتقوم هذه المواقع على ما يقدمونه من مستجدات.

4.4 المواقع الإخبارية:

تقوم المواقع الإخبارية على السبق الصحفي، وتكون واجهة لإحدى القنوات الإخبارية أو الجرائد كمحطة CNN وفضائية BBC والجرائد الجزائرية كالشروق اليومي أو الخبر، وهي تعمل على وجه متكامل للصحف الورقية أو القنوات التلفزيونية، والتي تعمل على دعم دورها الإعلامي بمختلف أنواعها، وإعادة إنتاج المواد المتوفرة عبر الأنترنت.

5.4 المنتديات:

1 . السعيد مبروك إبراهيم وآخرون، مرجع سابق، ص . 35.

تمتاز بالبساطة وسهولة استخدامها، ولقد لاقى رواجاً كبيراً لما تقدمه من مواضيع ترفيهية وحياتية يومية تتيح فرصاً كبيرة للدردشة، ولما نجد فيها مواقع شخصية في مجالات محددة وتقدم فائدة كبيرة لمرتديها، والمنديات أنواع منتشرة على شبكات الأنترنت ومتاحة للمستخدم؛ وله فيها أن يكتب ما يريد بمجرد الاشتراك، الذي لا يكلف سوى كتابة الإيميل وكلمة السر الخاصة به، ويصبح عضواً مشتركاً في هذه المجموعة أو المنتدى¹، حيث تركز هذه المواقع على التفاعل مع الزوار من غرف المحادثة والدردشة، الحوارات الصوتية التفاعلية، المجموعات البريدية، كما أنها لا تشترط مهارات إعلامية أو فنية.

6.4 المواقع الخدمائية:

لا تكثر هذه المواقع بتقديم المعرفة والمعلومات العامة، وتقتصر على المجال الخدماتي ومنها:

- الشبكات الاجتماعية: وتعتبر أكثر المواقع انتشاراً واستمراراً، لامتلاكها خاصية التواصل بين الأفراد والجماعات المنتسبين لها، ولهم القدرة على تبادل الأفكار والآراء والصور والألبومات والمعلومات والملفات، حيث يقال عنها (ثورة الويب) ولا تزال في انتشار متسارع.
- خدمات المشاركة: وهي مواقع متخصصة تقوم على نشر الملفات والمشاركة في مجالات مختلفة معرفية، علمية، سياسية، اجتماعية، ثقافية، رياضية، ومن هذه المواقع المتخصصة، اليوتيوب الذي يتيح على نشر مقاطع الفيديو والمشاركة مع أشخاص آخرين.
- الخدمات البرمجية: تقدم خدمات خاصة وتساعد في عمليات البرمجة المتعددة من تحرير الصور وتعديلها دون تحميل أي برنامج آخر، وتستغني عن عدة مواقع أخرى التي تكون معقدة.
- الخدمات السريعة: تقوم هذه الأخيرة على تقديم خدمات سريعة، كتقصير في عناوين الصفحات الطويلة وجعلها قصيرة لتسهيل إرسالها عبر موقع التويتر، وعادة ما تكون مرتبطة بمواقع

¹. مرجع نفسه، ص. 36.

إلكترونية أو شبكات اجتماعية، وقد لاقت هذه الأخيرة نجاحا في دول وانتشرت في دول وفشلت في دول أخرى.

ثانيا. أهم مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما وخصائصها:

1. الفيس بوك:

يعتبر من أشهر المواقع الإلكترونية، حيث يقوم المستخدمون بإنشاء ملف (profile)، وأول من أنشأه أحد طلاب جامعة هارفارد "ماك زوكربيرك"، إذا كانت فكرته إنشاء موقع أنترنت سهل يجمع من خلاله طلبة هارفارد للتواصل بينهم والإبقاء على هذه العلاقة بعد التخرج، إذ بدأت الانطلاقة في سنة 2004 وحقق نجاحا كبيرا، وأطلق عليه اسم فايس بوك إشارة إلى الكتب المطبوعة المعروفة ب(كتب الوجوه)، التي كانت توزع على الطلبة لتعرف على بعضهم البعض، ثم توسعت الشبكة خارج الجامعة إلى طلبة الثانويات والموظفين.

وتم نقل مقر الفيس بوك لمدينة "بالو ألتو" في كاليفورنيا في عام 2005 أين رفضت عروض البيع، وفي عام 2006 أفسح المجال للاشتراك بحسابات شخصية، بعدما كانت تخص حسابات المؤسسات والمدارس والشركات، و توسعت تطبيقاته ليحقق في نفس سنة إنشائه 2004 مليون مشترك إلى أن وصل العدد 2.17 مليار مستخدم بداية عام 2018، وقد ساهمت التكنولوجيا الإلكترونية لاسيما الهواتف الذكية في تحقيق نجاحه¹.

1.1 الهوية الجديدة للفيس بوك باسم ميتا Meta:

قامت الشركة كما كان متوقع من خلال تقاريرها بتحديد هوية جديدة وتركيز جديد للميتافيرس Meta verse يأخذ اسم Meta محل اسم Face book حيث يبدو اللوقو أو

¹. سعد سلمان المشهداني، فراس حمود العبيدي، مواقع التواصل الاجتماعي وخصائص البيئة الإعلامية الجديدة، الطبعة الأولى، دار مجد للنشر والتوزيع، الأردن، 2020، ص ص. 87.98.

الشعار الجديد باللون الأزرق المميز للفيس بوك والذي يبدو وكأنه رمز النهاية وزوج من نظارات AR أو VR الواقع المعزز أو الافتراضي، بالنسبة للكثير لا يعني هذا التغيير سيأتي بجديد، وهو ما حصل مع شركة جوجل في عام 2015 بتغيير العلامة إلى Alphabet لكن لم يجد أي شيء جديد.

أما من خلال ما تم الإعلان عنه، فإن ميتا تعمل على منصة Horizon والتي تسمح للمستخدمين للوصول إلى الكون المتعدد، وتعمل بالتزامن مع منتجات الواقع المعزز والافتراضي على خلاف مجموعة Oculus الحالية¹.

2.1 مميزات الفيس بوك:

الملف الشخصي: عند الاشتراك يتطلب إنشاء ملف شخصي يحتوي على المعلومات الشخصية من صور وأمر أخرى مفضلة.

إضافة صديق: يكون باستطاعة المستخدم إضافة أي صديق له حساب في الشبكة بعد موافقة المدعو.

لوحة الحائط: هي مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل لهذا المستخدم.

النكزة: التي يسعى من خلالها إثارة انتباه وهي إشعار ترحيب من الأصدقاء.

الصور: وهي خاصية تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور و عرضها².

الحالة: تتيح للمستخدمين عرض حالتهم وإبلاغ أصدقائهم بما يقومون به.

¹. <https://www.star2apps.com/2021/09/most-used-social-networking-sites-in-the-world-in-2022.html> أطلع عليه يوم: 2022/08/18 الساعة 21:30

². سعد سلمان المشهداني، فراس حمود العبيدي، مرجع سابق، ص 93.

التغذية الإخبارية: التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين من خلال التمييز عدد من البيانات.

السوق: وهو النسخة الافتراضية الذي تتيح للمستخدمين نشر إعلانات مبنية مجاناً.

2-التويتر:

بدء استخدامه في سنة 2006 على انه مشروع بحثي أجرته شركة (odeo) الأمريكية في مدينة فرانسيكو، وتعني الكلمة تغريد والتي تظهر على شكل طائر أزرق، وتقوم فكرته على التدوين المصغر، وذلك من خلال ربط شبكة اجتماعية أصدقاء وأقارب ومعارف وقد ساعد على انتعاشه الإمداد المعلوماتي من قبل الصحف ووكالات الأنباء، ويسمح لتدوين الرسائل بأقل من 140 حرف¹.

وقد حضي الأخير باهتمام الرؤساء وقادة العلاقات العامة والسياسيين، وقد قسم الموقع من قبل المستخدمين إلى ثلاثة أنواع رئيسية:

- مصدر المعلومات: أن المستخدم يمكن له عدد كبير من المتابعين، حيث يقوم بتعديل الأخبار وإرسالها للمستخدمين.
- الأصدقاء: تدرج معظم فئة العلاقات ضمن الفئات الواسعة، إلى جانبها فئات فرعية من الصداقات على التويتر.
- الباحث عن المعلومات: وهم المتابعين الدائمين وتكون طريقة استخدامهم في المشاركة مع الآخرين على شبكة الأنترنت ، يقوم بإعادة النشر بنفسه للمعلومات والأحداث والتعليق عليها.

ما يمكن القول عن تويتر أنه قد حقق 3.1 مليار مستخدم، ومن المستخدمين النشطين في الولايات المتحدة الأمريكية 60 مليون شهرياً، وعدد التغريدات اليومية أكثر من 140 مليون

¹ مرجع نفسه، ص ص. 94 - 99.

تغريده ويصل إلى مليار تغريدة في الأسبوع، وحسب تقرير عن التنمية في العالم 2016 العوائد الرقمية منها 803 مليون تغريده يوميا¹.

1.2 مميزات التويتر:

السرعة والسهولة: بمجرد إدخال البريد الإلكتروني على الموقع يصبح المتعامل مشتركاً في الموقع، وله أن يتواصل بالرسائل القصيرة وإرفاق الصور الشخصية أو إرفاق شعارات أو تدوينات.

يستخدم في الحواسيب والهواتف الذكية: مما يتيح استخدامه في أي مكان من العالم.

مجانية الاستعمال: وهو ما ساعد على انتشاره بشكل كبير، وإرسال التدوينات، والتغريدات الفورية عن مجريات الحياة تتم بصفة مجانية.

وسيلة للاتصال والتواصل: ساهم التويتر في إعادة تشكل العلاقات بين الأصدقاء القدامى وبناء علاقات جديدة.

مناسب للتواصل الشخصي: تعطي الاستعمالات اليومية للموقع من إعطاء صورة للشخص المستخدم، ولها تأثيرها عليه والتعريف به وباهتماماته، وهو ما يسمح من مشاركة الأفكار مع الغير.

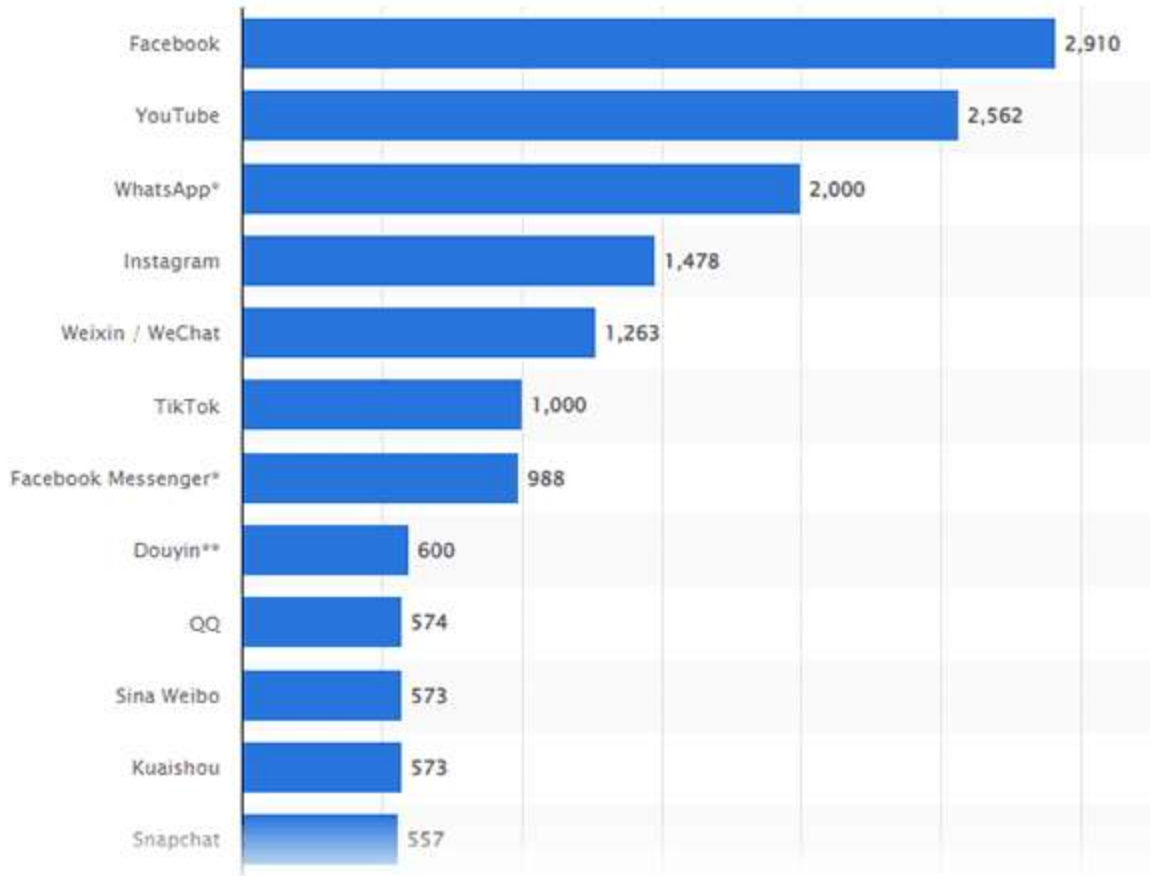
تعتبر أداة فعالة للتسويق: حيث أصبح وجهة العديد من الشركات العالمية والمنتجين للترويج لمنتجاتهم وعروضهم لخصائصه المجانية والسهولة والفورية.

يوفر تويتر شعار مميز "unique badge": يساعد على تحميل صور لشعار مميز عن الآخرين عند التدوين، ويسمح أن يكون الشعار في صورة بلغة برمجة html أو java مما يعطيه الموثوقية في النشر والتدوين.

¹ مرجع نفسه، ص ص. 100-102.

الفصل الثالث..... مواقع التواصل الاجتماعي وتعدد الاستخدامات

ميزة التتبع " following " يساعد على متابعة تدوينات أي شخص في وقته، كما يمكن للغير من متابعة الشخص المستخدم بمجرد الضغط على الزر follow، وهو ما يسمح بمرور فترة معينة من تشكيل تجمع لأشخاص لهم نفس الاهتمامات، كما يساهم في الاستفادة من تجارب الآخرين والتحلي بالذوق العام¹.



شكل رقم: (03) يمثل الشبكات الاجتماعية الأكثر شهرة في جميع أنحاء العالم اعتباراً من جانفي 2022، وهي مرتبة حسب عدد المستخدمين النشطين².

3- اليوتيوب:

¹.كانون جمال، مرجع سابق ، ص ص117.118

² .<https://www.star2apps.com/2021/09/most-used-social-networking-sites-in-the-world-in-2022.html>
statista.com/statistics. . أطلع عليه يوم: 2022/08/18 الساعة 21:30

كانت بدايته في عام 2015 على يد " شاد هيرلي " وستيف شين "وجاويد كريم " وقد حقق نجاحا كبيرا منذ انطلاقة الأولى، وقد اختارته مجلة تايم الأمريكية كأفضل موقع لعام 2006، واشترته قوقل في نفس السنة مقابل 1065 مليار دولار، وقد بلغ عدد الزيارات الشهرية 1.5 مليار زيارة، وهناك أكثر من 5مليار مشاهدة يوميا كما تستغرق مدة الزيارة في المتوسط 40 دقيقة وهذا لتوفره على عدة ميزات أهمها¹:

- معرفة طبيعة القائم بالنشر من خلال تتبع اسمع في اليوتيوب.
- التعرف على زمن النشر بسهولة تامة.
- استخدام الوسائط المتعددة الصورة المرئية.
- سهولة استخدامه.

1.3 مميزات اليوتيوب:

- عام ومجاني: من خلال الإتاحة المجانية، وتنزيل وتحميل الأفلام والفيديوهات في مختلف المجالات التعليمية والتربية والترفيهية بمجرد التسجيل في الموقع.
- يدعم تحميل الأفلام: حيث يوفر مساحة غير محدودة لتحميل الأفلام بصيغ (avi,mp4,wmv) والأغاني، والقدرة على تحويلها إلى أفلام من نوع فلاشات صغيرة، وهو ما يتيح تمثيل الأحداث المباشرة.
- سهولة الاستخدام: مقارنة بالمواقع الأخرى مما يتيح للعامة من استخدامه.
- السهولة في البحث والمشاهدة: فبمجرد الضغط على وصلة الفيلم يتيح المشاهدة الفورية، ويقوم على عرض اليوتيوبات المشابهة.
- المشاركة مع الأصدقاء والترويج لمحتواه: يسمح بتداوله إلى أشخاص أصدقاء، أو المشاركة الجماعية لمستخدمي الموقع.

¹. سعد سلمان المشهداني، فراس حمود العبيدي، مرجع سابق، ص ص. 102-103

- البث المباشر (live streaming): وهو ما يعطيه ميزة منفردة لمعيشة الأحداث في وقتها، بمجرد كبسة زرّ على الحواسيب أو الهواتف المحمولة، وهي ميزة مكنت العديد من محطات البحث والقنوات الإخبارية من مجارة الواقع، وهو ما اعتبر طفرة في التطور العلمي.

4- المدونات الإلكترونية Blogs:

هي صفحة أنترنت تظهر عليها تدوينات مستخدميها، وفق ترتيب زمني تصاعدي أو تنازلي وترافقها الآلية في أرشفتها، ويعتبر التدوين العنوان المرجعي، وقد كان أول ظهوره في التسعينات القرن الماضي، وظهر كإعلام بديل نافس الإعلام التقليدي السائد. وقد ساعدت هذه الأخيرة في تقريب الآراء، وقد مكنت مرتدو الأنترنت من استخدامها كأداة فعالة في قضايا الرأي، وهناك العديد من المدونات منها في المجال الإخباري، أو السياسي، أو الاقتصادي أو الرياضي أو غيرها من المجالات، ومن ناحية الشكل هناك أنواع مختلفة.

- كالتي تحتوي على التوصيلات التشعبية .link blogs.

- المدونات الإلكترونية التي تحتوي المذكرات اليومية blogs on diary.

- المدونات الإلكترونية التي تحتوي المقالات .articl blogs.

- المدونات الإلكترونية التي تحتوي البث الاذاعي photo blogs¹.

5- موقع لينكد إن linkedin:

هي شبكة اجتماعية مختصة في مجال العمل والتجارة، وهي متفتحة على العديد من المجالات ففي الوقت الذي تركز فيه مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الشخصية والاجتماعية كالفيس بوك و التويتر و الماي سبيس يسمح الأخير للمهنيين من إنشائه.

6- الإنستغرام:

بدأ استخدامه في سنة 2010، يسمح هذا الأخير بمشاركة الصور مع الأصدقاء مع إجراء التعديلات الرقمية و الفلترة باستخدام نظام التشغيل (الانرويد)، وقد لاقى اقبالا كبيرا حيث

¹. جمال كانون، مرجع سابق، ص ص121- 120.

وصل عدد التحميلات للتطبيق خلال 12 ساعة أكثر من مليون مشترك، وأكثر من 800 مليون مستخدم نشط شهريا، ويتفاعل حوالي 4.2 مليار إعجاب كل يوم ومعظم مستخدميه من الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 18-29 عام.

7- وات ساب:

وتعني كلمته (whats up) ما الأخبار، كانت بدايته في عام 2009 الذي يسمح بالردشة و إرسال الرسائل والمشاركة بالصور والفيديوهات مع الأفراد والمجموعات، وقد بلغ عدد مشتركيه 450 مليون مستخدم شهريا وأغلبهم من أوروبا والهند وأمريكا اللاتينية، ويتميز بأنه أكثر شهرة من بين التطبيقات ذات المراسلة الفورية، وقد وصل عدد مستخدميه 700 مليون نشط شهريا و 320 مليون مستخدم نشط يوميا ومليون مستخدم يوميا، وشكل نموذجا جديدا للتواصل إلى أن ظهر الفاير في عام 2010.

فاير: وهو تطبيق يعمل على الهواتف الذكية متعددة المنصات يتيح المراسلة الفورية وإجراء مكالمات هاتفية مجانا وإرسال الصور والفيديوهات وهي تعمل على الجيل الثالث 3G¹.



شكل رقم (04) موقع التواصل الأكثر استخداما في العالم لعام 2022 الإحصاءات العالمي

Statista

¹. سعد سلمان المشهداني، فراس حمود العبيدي، مرجع سابق، ص ص104، 106.

من خلال موقع الإحصاءات العالمي Statista، أن مواقع التواصل الاجتماعي والشبكات الاجتماعية الأكثر استخداماً في جميع أنحاء العالم اعتباراً من عام 2022، واستناداً لعدد المستخدمين، إلى جانب مواقع التواصل الاجتماعي، فإنه يمثل التويتز والهاشتاق من أكثر الطرق انتظاماً للمعلومات، بحيث يمكن للمستخدم من استخدام الهاشتاق الأصلي أو إعادة التغريدة نفسها وتتمثل في كتابة الفقرة أو الجملة التي تريد نشرها، ويتم النقر فوق التغريدة فتظهر التغريدة في قائمة التغريدات الأخرى و تظهر علامة الهاشتاق باللون الأزرق¹.

ويكون الهاشتاق في الفيس بوك بهذه العلامة (\neq) ثم يتم كتابة الكلمة أو العبارة، وتتحول إلى شكل أزرق مختصر أو ربط يمكن المرور بالنقر عليه، حيث يمكن من إدراج منشور أو تعليق².

ثالثاً . حدود استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

1-الإبداع والتأثير في مواقع التواصل الاجتماعي:

تتيح مواقع التواصل الاجتماعي التقدم والارتقاء والإنتاج العلمي، وتعمل على تعزيز العلاقات الاجتماعية، وقد أكدت الدراسات العلمية على مدى فعاليتها، ولا يتأتى ذلك إلا وفق تخطيط علمي دقيق ومن أهم المعايير في ذلك:

✓ القدرة على التحليل البصري وتتمثل في مهارات كالقراءة الصريحة والضمنية؛

✓ القدرة على الإنصات من خلال التفكير والإدراك؛

✓ مواجهة الاضطرابات والانفعال والدافعية والتحكم فيها؛

✓ المعرفة البيئية الأكاديمية وغير الأكاديمية؛

✓ التفاوت العلمي والوظيفي للمفردات³.

فالاتصال الاتصال الافتراضي أهمية في حياتنا:

¹ . [How to use hashtags with twitter wiki how](https://www.wikihow.com/How-to-use-hashtags-with-twitter) 05-08/2020 retrieved 17-11-2023 15 :20 asma abid ,

² . Elise mareeou ,how to hashtag on instagram ,facebook, titter and trumbler 24-02-2021 19:25:25 اطلع عليه سا

³ . عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر ، [مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني](#)، الطبعة 1، درا صفاء للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2015، ص 71.

العمل على توفير بيئة ملائمة لتحقيق الأهداف المرجوة، وأيضاً اختصار الكثير الوقت والجهد والمال باستخدام الصوت و الصورة والفيديوهات¹.

2-التقارب الإعلامي:

- ✓ مع استمرار الاتصال الرقمي والتواصل البشري باستخدامات التقنيات الحديثة وذلك باستخدام أجهزة الكمبيوتر، الهواتف المحمولة وتقنيات الشبكات، والبرامج باستخدام الأنترنت والذي يكون بتبادل المعلومات ومعالجة الرسائل والثقافة التي تقوم على:
- ✓ إنتاج الرسائل باستخدام طرق وأساليب جديدة ونقل البيانات أو المعلومات بالإشارات بيانياً ومن وجهة نظر هندسية طريق البيانات أو نقل البيانات.
- ✓ تداعيات التقارب الإعلامي، فالتقارب هو التغيير في وسائل الإعلام ليتمكن الجمهور منها.

1.2 سمات التقارب الإعلامي:

- ✓ تنظيم الصحف والمجلات التعليمية والمحاضرات والاستديوهات وهو ما يعرف بالتكامل المختلف لصناعة الإعلام:
- ✓ تعمل على تشغيل وتوصيل بريد إلكتروني.
- ✓ تغيير في ادروا العمل كتقسيم عمل الناشطين².

2.2 الصحافة الرقمية:

- ✓ من اهم التغييرات بظهور الوسائط الرقمية والتي ساهمت في:
- ✓ زيادة رواتب ومهارات إضافية؛
- ✓ النشر والبت المحسن والسريع؛
- ✓ زيادة الوصول إلى مصادر أخرى؛

¹ مي العبد الله وآخرون، وسائل الاتصال والتوعية الاجتماعية في الوطن العربي، بحوث محكمة، كلية الإعلام الاجتماعية اللبنانية جامعة غزة، فلسطين عمان، الأردن، 2017 ص290.

² مرجع نفسه، ص.ص.7.3.

✓ زيادة أدوار ومسؤوليات؛

✓ اتساع رقعة المعلومات؛

✓ تحقيق التقارب الإعلامي¹؛

✓ صحافة الخوريزمات (والت ييشار) باستخدام الذكاء الاصطناعي والروبوتات باستخدام

الصورة والصوت والفيديو الرسوم البيانية الواقع الافتراضي قائم على التفاعل والتشارك؛

✓ أنظمة إدارة المحتوى؛

✓ وسائل التواصل الاجتماعي كالفيس بوك والتويتير والأنستغرام .

✓ التحليلات وأدوات التحليل Analytics google والتي تستخدم لتتبع حركة المرور عبر

شبكة الأنترنت والقياس وتحليل سلوك الجمهور

✓ أدوات الوسائط المتعددة للصحافة الرقمية

✓ أدوات التعاون مثل أدوات trello.asna . slack التي تساعد الصحفيين على العمل

المشاريع والمتابعة والتواصل مع بعض .

✓ أدوات تصور البيانات Tableau و Infogram و Datawrapper²

3.2 الثقافة الرقمية:

✓ التسلية والترفيه، و الإعلام ، والفنون والتعليم واللغة والدين وغيرها.

✓ جاءت الثقافة الرقمية جزءا من الثقافة اليومية .

✓ أفاق الاتصالات البشرية الرقمية للأغراض التنظيمية³

3- إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:

1.3 إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي:

1 Abubakar Jibril ;and others ,Digital Communication, LicenseCC BY-SA 4.0, June 2023,p08.

2. Ibid,por,p9.10.

3 Sean A. Newman ; and Shalini Gopalkrishnan ; The prospect of digital human communication for organizational purposes ; TYPE Original Research PUBLISHED 14 June 2023.

✓ الاتصالات الشخصية:

وهو الاستخدام الأكثر شيوعاً، وتعتبر هي الفكرة الأساسية التي بدأت بها باختزال الشبكة العنقودية الاجتماعية من المعارف والأقارب والأصدقاء في تبادل الصور ومقاطع الفيديو والملفات، واتسعت إلى خلق تجمعات افتراضية ضخمة بمختلف التوجهات ومختلف الأجناس.

✓ الاتصالات التعليمية:

إن الميزة التواصلية لمواقع التواصل الاجتماعي فتحت المجال على تعزيز العملية التعليمية باستخدام التعليم الإلكتروني في شكله الرسمي أو غير الرسمي بفتح فضاءات للنقاش والتعليم.

✓ الاتصالات الإخبارية:

ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في نقل الإخبار من جميع أنحاء العالم وقت حدوثها.

✓ الاتصالات الدعوية:

فتحت الشبكات الاجتماعية الفرصة للدعوة وطرح النقاشات الدعوية؛ وهذا ما يعتبر انتقال إيجابي للتواصل الاجتماعي في العوائق المختلفة¹.

2.3 سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:

من سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي غياب المسؤولية الاجتماعية والضبط الاجتماعي والتي تؤدي إلى :

✓ نشر الأخبار دون التأكد منها كالشائعات.

✓ اللوج في متاهات نقاشية تعود بالسب في اغلب الأحيان.

✓ الجلوس أمام هذه المنصات لوقت طويل دون الشعور بذلك.

¹. عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، مرجع سابق، ص ص، 67، 68.

- ✓ الانحرافات الشبابية والغوص في المحرمات.
- ✓ إضعاف اللغة العربية واختلاق أنواع جديدة في التعبير.
- ✓ انعدام الأمان والخصوصية وقد يعرض صاحبها إلى ابتزازات هو في غنى عنها¹.
- ✓ الإدمان حيث تحتل مواقع التواصل الاجتماعي مكانة متميزة في حياة الفرد، و أصبحت وسيلة للهروب من العالم الواقعي إلى العالم الافتراضي في ظل عجز المجتمع في توفير التواصل الكافي².

4- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

تمتاز التكنولوجيا الاتصالية بميزات منها³ اللاتزامنية، التفاعلية، قابلية التحرك الحركة، قابلية التحويل، قابلية التوصيل الجماهيرية، الشبوع والانتشار، العالمية والكونية.

الحافز (Motive): هو حالة فسيولوجية أو نفسية تقوم على توجيه الفرد للقيام بسلوك يجعله يستجيب ، ويشبع حاجته، وله مستويات متنوعة⁴، وللشبكات الإلكترونية ميزات منها:

الملفات الشخصية أو الصفحات (: Profile Page

المشاركة (Participation)

الانفتاح (Penness)

المحادثة Conversation

الأصدقاء والعلاقات Friends Connections

البومات الصور Albums

المجتمع Community

1. المرجع نفسه، ص 69.

2. مها حامد جنيدى، السوشيال ميديا، درا العلم والايامن للنشر والتوزيع، الطبعة الاولى، 2018، ص 31.

3. لامية طالة كهينة سلام، المواطنة الرقمية ..التحول التكنولوجي للمواطنة التقليدية في الفضاء الافتراضي ، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد 04 العدد 3 أكتوبر 2020، ص 26.

4. عزام أبو الحمام، المقاربة القمية في نظريات الاتصال غربية وعربية مدخل الاستخدامات والإشباعات ونظرية الحتمية، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، المجلد 4 العدد 19، سنة، 2017، ص 102.

المجموعات Groups

الترباط Connecteness

الصفحات Cages¹

حيث تلعب وسائل الإعلام دورا هاما في تحسين طرق الحوكمة، وفي صنع القرارات من خلال عمليات الشفافية والمساءلة، كما تقوم بتعزيز السلوك الاجتماعي والتنمية من خلال عملية إنشاء المحتوى².

فقد تعددت خصائص مواقع التواصل الاجتماعي وفتحت آفاق واسعة لمستخدميها ومن هذه الخصائص:

- ✓ الشمولية: تتجاوز كل الحدود الجغرافية والمكانية والدولية وأصبح الاتصال متاح للجميع.
 - ✓ التفاعلية: قدرة الفرد على المشاركة والتعبير عن رأيه.
 - ✓ متعددة الاستعمالات في جميع مجالات الحياة من التعليم.
 - ✓ سهولة الاستخدام: فهي سهلة ومرنة وبإستطاعة أي فرد استخدامها من الإشارات والرموز والصور و اللغة وأي لغة تواصلية متفق عليها.
 - ✓ الاقتصاد في الجهد والوقت والمال ولم تبقى حكرا على أصحاب الأموال³.
- وان ما يجعل مواقع التواصل الاجتماعي فريدة من نوعها ليس أنها تسمح للأفراد من الالتقاء والتعارف بالغرباء فقط، بل في إنشاء روابط كامنة⁴.

رابعا . الاستخدامات التحليلية الرقمية لوسائل التواصل الاجتماعي و فهم البيئة الاتصالية:

تشكل مواقع التواصل الاجتماعي مجتمعات افتراضية لها خصائصها وميزاتها، ولعل أهم عامل يميزها هي التفاعلات الرقمية التي تندرج ضمن قاعدة بيانات هائلة، تسمح لمستخدميها

¹. ابتسام دراجي، مرجع سابق، ص 206 .

². ناجي كي حنا، التحول الإلكتروني ترسيخ استراتيجيات التنمية الحديثة، ترجمة عجلان بن محمد الشهري، فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر، العربية السعودية، سنة 2010، ص 95.

³ عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، مرجع سابق، ص 69.

⁴. Danah m.boyd and Nicole ,ibid.,p.211.

من توفر مؤشرات التعرض والوصول من طرف الجمهور وفهم واقعها والتنبؤ بمسارها لإحداث تغيير، بالإضافة أو التعديل، حيث تحتوي هذه المنصات على خدمات مجانية لعمليات التحليل الرقمية المختلفة، و هناك منصات تجارية، لها خدمات ذات جودة عالية.

ويعرف تحليل مواقع التواصل الاجتماعي على أنه أسلوب يستخدمه المسوقين Social Media Analytics في بناء فكرة معمقة حول المستهلك المستهدف وطرق جذب وإقناعه، من خلال المراقبة المعتادة لمعدل الإعجاب والتفاعل والتعمق في فهم العلاقات من أجل التأثير فيها¹.

1- أساسيات التحليلات الرقمية لوسائل التواصل الاجتماعي²:

✓ تحديد الأهداف: تحمل جّل مواقع التواصل الاجتماعي أدوات تحليل مجانية ومن خلال

هذه العمليات المتوفرة ومؤشرات الأداء يتم تحديد الأهداف المراد الوصول إليها.

✓ إتباع أسلوب ذكي : SMART وذلك بأن تكون العمليات

- محددة: بتحديد المادة المراد تحليلها.

- قابلة للقياس: فالقدرة على القياس التقدم المحقق يساهم في عملية التقييم الموضوعي وعلى زيادة التقدم أكثر.

- سهلة المنال: فهي في متناول فئات كبيرة حتى لا يتعرض المستخدم للإحباط.

- ذات صلة: من خلال التركيز على قياس المؤشرات المرتبطة ببعضها، والتي تخدم العملية التحليلية للاستغلال الوقت والجهد.

- المدة الزمنية المحددة: حتى تصبح للقياسات المطلوبة لها معنى دلالي وتكون ذلك في فترة محددة أسبوع أو شهر مثلا.

2- قياس حجم الجمهور على وسائل التواصل الاجتماعي:

¹ دليلك الشامل لفهم تحليل مواقع التواصل الاجتماعي أطلع عليه يوم: 2022/08/14 سا 5:30 <https://blog.lucidya.com/ar/your-comprehensive-guide-to-understanding-the-basics-of-social-media-analysis>

² تيمور لوغة، تحليل وسائل التواصل الاجتماعي دليل علمي للصحفيين وخبراء الاعلام الآخرين، ترجمة زياد عبدالله، الناشر Deutsche Welle 53110 Bonn، ألمانيا، 2019، ص 10.

إن معرفة عدد الأشخاص المتابعين، أو المعجبين، أو المشتركين يدلي بمدى تأثيرهم بالصفحة، وعلى أنهم أشخاص استمتعوا بالملف الشخصي على قناتهم فهم يعتبرون جمهور مهتم بك.

ويوصف الأشخاص المشاهدون للمحتوى الشخصي في الغالب بمصطلحات "الوصول" أو "مرات الظهور" أو "المشاهدات"، وفي التويتر فإن الجمهور المتفاعل هم الذين يقومون ويعيدون التغريدة.



شكل رقم (05) أنواع الجمهور على موقع الفايس بوك¹

لذا فإن فهم الفارق بين هذه الفئات مهم جدًا، فمثلا الجمعيات التي لها صفحات تواصلية في الفايس بوك أو التويتر فهي تشكل هذه التفاعلات جزءا من واقعها الفعلي.

3- الأمن الرقمي والقضايا الأخلاقية:

إن الحصول على البيانات من وسائل التواصل الاجتماعي هي جزء ضئيل جدا لما يجري في الساحة الرقمية، وأن الأشخاص المتفاعلين ليسوا على دراية بأنهم جزء من هذه البيانات وقد يكونوا مجرد تفاعل عابر، كما أنها معرضة لهجمات القرصنة والذباب الإلكتروني.

¹ مرجع نفسه، ص 14.

4- تنظيم تحليلات وسائل التواصل الاجتماعي:

لضمان السير الحسن والكفاء لفهم التحليل الرقمي للبيانات يستوجب:

✓ توفير حواسيب متطورة مزودة بالإنترنت .

✓ توفر برنامج جدول البيانات كإكسيل Excel، قوقل شيتس Google Sheets

،الأوبن أوفيس Open Office، كالك Calc.

✓ القدرة على اتخاذ القرار استنادا إلى التقارير المتاحة، و وجود مورد بشري مؤهل

للاستخدام الرقمي المتواصل.

✓ الاعتماد على وتيرة ثابتة ومتفق عليها.

إلى جانب أدوات التحليل المجانية للوسائط المتعددة هناك منصات تجارية هي منصات

تحليلات ووسائل التواصل الاجتماعي المدفوعة ولها خدمات ذات جودة عالية، وهي في

الغالب تقوم بخدمات مجانية أولية

5- أدوات تحليلات وسائل التواصل الاجتماعي المجانية¹:

-رؤى الفيس بوك: تعد أداة مهمة للغاية بإتاحة خيارات أكثر والتركيز على الجوانب

الأكثر أهمية:

✓ تعطي ملخص أي صفحة أنت بصدد تحليلها.

✓ التعرف على الأشخاص وأنواعهم وفهم الجمهور.

✓ الاطلاع التفاعلات التي تمت مع المنشور.

✓ التعرف على سجلات الإعجاب بالصفحة وأهم متابعوها.

✓ التعرف على عدد مشاهدات الصفحة.

✓ التعرف على إمكانيات الوصول إلى الصفحة.

✓ التحقق و التأكد من ضمان المشاهدة.

¹. مرجع نفسه، ص ص.16، 17.

الفصل الثالث..... مواقع التواصل الاجتماعي وتعدد الاستخدامات

✓ القدرة على إجراءات التصدير التي تسمح بزيادة حجمها.

✓ فيسبوك بلور برينت Blueprint :

وهي خاصة بالمجتمعات الصغيرة وغير رسمية وهي محدودة العدد ب5000 عضو.

✓ رؤى فيسبوك على الأجهزة المحمولة: من خلال تثبيت تطبيق مدير الصفحات فايسبوك، لكن

المعلومات الممكن الوصول إليها محدودة وأقل من المتحصل عليها في الحواسيب.

✓ وهناك أيضا أدوات أخرى في الفاييس بوك منها البيانات الشهرية مقابل 28 يوم؛ وبيانات

الأشخاص؛ ملخص الصفحة؛ التفاعل مع المنشور؛ مقاطع الفيديو وغيرها، كما أن هناك العديد

من التحليلات على صفحة التويتير حول التغريدات وال جماهير.



شكل رقم (06): يمثل تحليلات لصفحة فايس بوك المتابعين الصور والصوت ،المنشورات،

معدل التفاعل .

خلاصة:

من خلال ما سبق، وما يمكن استخلاصه أن الحياة الاتصالية في عصرنا الحالي أصبحت تعتمد على متطلبات الواقع الجديد والبيئة الرقمية، حيث أصبحت أغلب العمليات الاتصالية تتم عبر الاتصال الشبكي وعبر مواقع التواصل، و يعد الفاييس بوك واليوتيوب والتويتر والإنستغرام والوات ساب من أكثر المواقع استخداماً، وقد استطاعت إحداث نقلة نوعية في عالم الاتصال ؛ مما ساعد على زيادة فرص المشاركة المجتمعية، والوصول إلى مختلف شرائح المجتمع والتي زادت في فعاليات المؤسسات والتنظيمات واستدامتها، كما أن طبيعة الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي تختلف بين الإيجابي والسلبي وأن التعمق فيها وفهما أصبح ضرورة ملحة لزيادة فعاليتها، والتصدي لمختلف أنواع التهديدات الرقمية في عالم أصبح اليوم ينتقل بين محطات التكنولوجيا الرقمية بسرعة مذهلة .

الفصل الرابع

المجتمع المدني والعمل التطوعي في الجزائر

تمهيد

أولاً. التأصيل النظري للمجتمع المدني

- 1- المجتمع المدني النشأة والتطور
- 2- المجتمع المدني في الفكر الغربي والعربي
- 3- خصائص المجتمع المدني
- 4- بناء قدرات منظمات المجتمع المدني

ثانياً . مقارنة مفاهيمية للعمل الخيري والعمل التطوعي

- 1- العمل الخيري خصائصه ومراحل تطوره في المجتمع العربي
- 2- الفرق بين العمل الخيري والعمل التطوعي
- 3- العمل التطوعي خصائصه أنواعه ومجالاته
- 4- العمل التطوعي أهميته ووظائفه
- 5- تأثيرات العمل التطوعي

ثالثاً. الجمعيات الخيرية والعمل و التطوعي الجمعي

- 1- الجمعيات الخيرية ووظائفها
- 2- التطور التاريخي للعمل التطوعي الجمعي
- 3- دوافع العمل التطوعي الجمعي

رابعاً . الخلفية التاريخية للعمل الجمعي في الجزائر

1. مرحلة ما قبل الاستقلال
2. المرحلة الثانية (1979 إلى 1989)
3. الفترة الثالثة من سنة 1990 إلى الوقت الحالي

خلاصة

تمهيد:

نسعى من خلال هذا الفصل المتضمن المجتمع المدني والعمل التطوعي في الجزائر، وذلك من خلال التطرق إلى التأصيل النظري للمجتمع المدني من حيث النشأة والتطور وكيف تطور الفكر العربي والفكر العربي وماهية خصائصه، ثم إعطاء مقارنة مفاهيمية للعمل الخيري والعمل التطوعي، وأهم المجالات التي ينشط فيها، والفرق بين العمل الخيري والعمل التطوعي، ثم التعرف على الجمعيات الخيرية ووظائفها وتطورها، ثم تخصيص العمل التطوعي في الجزائر من خلال تتبع المراحل التاريخية من قبل الاستقلال ثم بعد الاستقلال وصولاً إلى المرحلة الحالية والانفتاح على منظمات المجتمع المدني بصفة عامة والعمل الجمعي بصفة خاصة

أولاً. التأصيل النظري لجمعيات المجتمع المدني:

حسب موسوعة ويكيبيديا أن المجتمع المدني يشمل كافة الأنشطة التطوعية التي تقوم لتحقيق مصالح وأهداف مشتركة للمنخرطين فيها، وتشمل العديد من المنظمات غير الحكومية والمنظمات غير الربحية مثل: النقابات المهنية، والمنظمات الدينية، وجمعيات حقوق الإنسان وغيرها¹

1- المجتمع المدني النشأة والتطور:

ارتبط مفهوم المجتمع المدني بالديمقراطية بعد انهيار المعسكر الشرقي، وقد حضى باهتمام كبير في الدول الرأسمالية، وذلك لخصائصه المرنة بين الدولة والمجتمع واستقطابه لجمهور واسع، وله تأثيره على الحياة الاجتماعية والساحة السياسية العالمية².

1.1. نبذة عن مداخل منظمات المجتمع المدني: هناك العديد من المداخل في فهم منظمات

المجتمع المدني أهمها

✓ مدخل متعلق بالدولة.

✓ مدخل متعلق بالاقتصاد.

✓ مدخل متعلق بالمجتمع.

¹. محمد أحمد علي مفتي، مفهوم المجتمع المدني والدولة المدنية دراسة تحليلية نقدية، مركز البحوث و الدراسات البيان، الرياض، السعودية، 2014، ص 13.

². أميرة عادل أحمد، مداخل مفهوم المجتمع المدني وخصائصه و وظائفه، المجلد الثاني عشر، العدد الثاني، 2021، ص 158.

2- المجتمع المدني في الفكر الغربي والعربي:

1.2 تطور مفهوم المجتمع المدني في الفكر الغربي:

إن فكرة المجتمع المدني قديمة قدم التفكير الإنساني والتجمعات الإنسانية، حيث ظهرت مع "أرسطو" في تمكين المواطنين من المشاركة في الحكم، وفي الفكر الغربي نجد إسهامات كل من "هوبز"، و"جون لوك"، و"جون جاك روسو"، و"كانط"، و"هيجل"، و"ماركس"، و"أنجلز"، و"لينين"، و"جرامشي"، وما جاء به "أوغستين"، و"سان سيمون"، و"ماكس فيبر"، و"أدم سميث"، و"روز لوكسمبورج".

فظهرت نظرية العقد الاجتماعي التي تعد مرجع أساس نشوء المجتمع، من المجتمع الطبيعي إلى المجتمع السياسي واختلفت الأفكار في تشكل المجتمع المدني. - وقد تطور المفهوم في الفكر الغربي الحديث؛ كما تتنوع معنيه ومضامينه.

1.1.2 عند الإغريق القدماء:

كان ينظر إليه على أساس انه كومنولث لمواطنين تجمعهم منظومة سياسية، والتي تشير إلى متطلبات المواطنة كالمعرفة والخطابة والمشاركة، حيث كان "أفلاطون" يستند إلى مفهوم المواطنة الصالحة في ترسيخ قاعدة أخلاقية صلبة متدرجة من الأعلى إلى الأسفل، يكون فيها المجتمع المدني خاضعا لسلطة الدولة وللضروريات الأخلاقية، في حين كان يرى "أرسطو" تلميذ "أفلاطون" أن الحياة تتخذ عدة مستويات متعددة من أشكال الروابط أو التعددية، ودعا إلى دمجها في الحياة السياسية.

وقد شجعت الإمبراطورية الرومانية العبودية، إذ كانت ترى أن المجتمع يقوم على أساس التدرج الهرمي.

وقد ظهر للوجود نظام شامل للكونبوراتية النظام الذي تتبناه الدولة وتقوم على تنظيمه¹.

¹ هوارد جوباردا، المجتمع المدني النموذج الأمريكي والتنمية في العالم الثالث، ترجمة ليلي زيدان، الطبعة 1، الجمعية المصرية لنشر المعرفة والثقافة العالمية، الولايات المتحدة الأمريكية، 2008، ص 14.

- حيث إن معظم دول العالم الثالث لاسيما الدول الأفريقية والشرق الأوسط وأمريكا اللاتينية بوجه خاص تتأثر بتقاليد القانون الروماني، حيث يسود مفهوم المجتمع المدني الكوربوراتي الذي تسيطر عليه الدولة.

المجتمع المدني عند ألكسيس دي توكفيل:

تأثر عالم الاجتماع الفرنسي بالتجربة الأمريكية في الديمقراطية، مقارنة بالدولة الفرنسية في ذلك الوقت، حيث رأى انتشارا واسعا للمؤسسات الأهلية التي كانت تقوم على شؤون العامة، وذهب للاهتمام بالعلاقة بين الفردية والمجتمع المدني، وأكد على عمليات التشارك بين الناس لتحقيق الأهداف الفردية وهو ما سمح للانضمام للعمل المدني لتعلم مبادئ التسامح¹.

يعد العمل التطوعي من أهم أولويات جهود التنمية أين تكون المشاركة الاجتماعية راس مال اجتماعي².

2.1.2 في الفكر المسيحي:

بعد سقوط الإمبراطورية الرومانية قدمت المسيحية الحياة الاجتماعية والسياسية لفترة طويلة اقتربت لألف وخمسمائة سنة في جنوب إفريقيا وأمريكا اللاتينية ومناطق كبيرة في شرق أوروبا. وكانت هناك اختلافات أساسية في المجتمع المدني بدءا من " اوغستين " الذي ندد بالتقاليد الكلاسيكية على أنها وثنية وحث على العمل الأخلاقي، وبالمقابل فإن "توماس أكويناس Thomas Aquinas " قد وفرت كتاباته شدة التأثير على الأسس الرئيسية للنظم الاجتماعية والسياسية في المجتمعات المسيحية الكاثوليكية حتى نهاية الحرب العالمية الثانية. واهم ما جاء به "أكويناس" السلسلة العظمى للوجود " التي تجعل الجماعات في بنائها العضوي والمتكامل والتسلسل الهرمي للسلطة والسياسة شريطة التزام المواطنين بالطاعة والتزام الحكام بالعدل³.

1. سلمى كوندة ، جدلية التناول المفاهيمي للمجتمع المدني في ظل التنظير السوسولوجي -مقاربة سوسيو-تاريخية-، مجلة العلوم الاجتماعية، المجلد 16 العدد 01، 2019، ص 222.

2. وجددي محمد بركات، تفعيل الجمعيات الخيرية التطوعية في ضوء سياسات الإصلاح الاجتماعي بالمجتمع العربي المعاصر، المؤتمر العلمي الثامن عشر، الخدمة الاجتماعية وقضايا الإصلاح في المجتمع العربي المعاصر يوم 16-17 مارس 2005. ص 2

3. هوارد جوياردا، مرجع سابق، ص 15.

2.2 تطور مفهوم المجتمع المدني في الفكر العربي:

اختلفت الرؤى في زمن ظهور منظمات المجتمع المدني عربيا، فهناك من أرجعها إلى الدولة الإسلامية مع الخلافات الإسلامية والدواوين، وهناك من أرجعها إلى أواخر القرن التاسع عشر وبدايات القرن العشرين، ببداية تشكل النقابات العمالية والمهنية والجمعيات التعاونية، و قد انتشرت بشكل سريع فظهرت وكانت تواريخ ظهور المنظمات المدنية في الدول العربية على النحو التالي:

فكانت في مصر سنة 1821، وفي تونس 1867، وفي العراق سنة 1873، وفي لبنان سنة 1878، وفي فلسطين والأردن سنة 1912، وفي البحرين 1919، وفي الكويت سنة 1923¹.

3- خصائص المجتمع المدني:

- تقوم منظمات المجتمع المدني بدعم مسيرة الاتجاهات المدنية الحديثة ومن أهم سماتها:
- تعمل منظمات المجتمع المدني تحت الغطاء القانوني للدولة، وذلك للتمييز بينها وبين المنظمات المدنية غير القانونية.
- لا تبحث عن السلطة بالرغم من أنها تسعى للتوعية الثقافية والسياسية، ولها قادة رأي لهم حشد جماهيري واسع النطاق.
- منظمات المجتمع المدني متغيرة وديناميكية، وتمتاز بالسرعة في مواكبة التغيرات.
- غير تابعة لهيئة حكومية فهي مستقلة رغم أن لها تسجيل في النسق الحكومي، والعلاقة بينها وبين الحكومة علاقة شراكة وتعاون.
- تداولية وغير وراثية فيمكن لأي شخص توفرت فيه شروط قبول الجماعة، ليكون قائدها لفترة معينة.
- تمارس منظمات المجتمع المدني بطرق سلمية وقد ذكر "جين شارب" في كتابه *the politics of nonviolent action* وهي تضم طرق الاحتجاجات والتدخل والتعاون في تحقيق أهدافها².

¹. خلف الحماد، مرجع سابق، ص 97.

². أميرة عادل أحمد، مرجع نفسه، ص 168 167.

- لمنظمات المجتمع المدني قواعد تنظيم عمل خاصة بها، كما في المؤسسات الأخرى كالتعيين والفصل ونظام الترقيات واختيار القيادات ولا تديرها منظمات خارجية.
- لا تسعى لتحقيق الربح وهي ميزة خاصة بها عن القطاعات الخاصة، وخدمات منظمات المجتمع المدني ومبادراتها تصب في خدمة الصالح العام.
- موقع المنظمة على شبكة التخطيط: وقدرتها على اتخاذ القرار في المجتمع المدني.
- رغم قوتها على الساحة المجتمعية في انتقاد العمل الحكومي، إلا أنها لا تسعى للوصول إلى السلطة.
- تكوين التحالفات المحلية بين منظمات المجتمع المدني النوعية والتي تعزز في صنع قراراتها المتعلقة بالرعاية الاجتماعية.
- تقوم منظمات المجتمع المدني باختلاف أنواعها على الرغبة المشتركة لأعضائها وانطلاقاً من إرادة حرة وطوعية وهم على وعي بذلك من أجل خدمة الصالح العام¹.

4- بناء قدرات منظمات المجتمع المدني:

- إن تحقيق أهداف منظمات المجتمع المدني ليس بالأمر السهل، بل يتطلب التخطيط بدقة للأطراف الاجتماعية الفاعلة وتحديد استراتيجيات واضحة وقابلة للتنفيذ في حدود الإمكانيات المتاحة.
- على الصعيد الشخصي:
- وذلك بتطوير القيادة والمهارات السياسية والأدوات اللازمة للتواصل الفعال.
- على صعيد المنظمة:
- وتتضمن مجموعة من العمليات والتخطيط والتقييم من تنظيم المعلومات والعمليات، والشفافية، وتقديم التقارير المالية والاهتمام بصورة المنظمة والعمل على تعزيزها.
- على صعيد تكوين الشبكات أو التحالفات:

¹ خلف الحماد، مرجع سابق، ص 113.

- العمل على بناء الثقة بين الفاعلين الاجتماعيين، وإدارة النزاعات بحكمة ومهارة لتحقيق التواصل والتوافق تحت غطاء الشفافية في صنع القرار¹.

فالمجتمع المدني دور في توفير الخدمات، وتعد من المهام التقليدية التي تسعى إليها المنظمات غير الحكومية، حيث تسمح له قدراته الفنية من الوصول إلى فئات في مناطق نائية ومستبعدة، وتنمية المهارات والقدرات المحلية وتعمل على صياغة برامج تنمية وتوسيع المشاركة الشعبية.

و تقوم على الرصد والمراقبة والحصول على معلومات حقيقية، وعمليات الضغط والمدافعة التي تمارسها على الدولة².

ثانيا. مقارنة مفاهيمية للعمل الخيري والعمل التطوعي:

1. العمل الخيري خصائصه ومراحل تطوره في المجتمع العربي:

1.1 خصائص العمل الخيري:

للعمل الخيري عدة خصائص و تكون عموما في قالب التنمية ومنها:

- الشمولية: فالعمل الخيري يمس جميع الأجناس وجميع الأديان، ويكون بين عمليتي الأخذ والعطاء وتزيد وتنقص بعدة عوامل دينية اقتصادية ثقافية ويتسم بأنه:
- ✓ شمولية الخير: و يكون المسلم فيها خيره أعم واشمل على باقي الديانات الأخرى.
- ✓ شمولية الرحمة: وهي نوع من العاطفة اتجاه موقف يتطلب التدخل والمساعدة.
- ✓ التنوع: العمل الخيري في ميادينه متسعة؛ بتنوع احتياجات الأفراد والجماعات ماديا كانت أو معنويا، وذلك من أجل:

- المواساة: بإدخال السرور على أفراد المجتمع، والميل العاطفي بالمواساة والعطف وزرع الثقة والتوكل في نفوس الآخرين.

- قضاء الحوائج: بالسعي في حاجيات الناس وقضائها.

¹. مؤسسة فريدرش- إيبيرت -شتيفنونغ، دليل منظمات المجتمع المدني حول الأرضيات الوطنية للحماية الاجتماعية، منظمة العدل الدولية، 05مارس 2015، ص45.

². مركز هردو، دور المجتمع المدني وواقع مشاركتهما في تنمية المجتمع، القاهرة، 2015، ص10.

- الاستمرارية: فالعمل الخيري يبقى ملازماً للفرد المسلم مادام على قيد الحياة ومن الأمثلة على ذلك:

✓ الفريضة الدورية: كزكاة المال الواجبة في كل عام، أو زكاة الزرع عند موسم الحصاد، وزكاة الفطر.

✓ الفريضة غير الدورية: وهي متعددة ومتنوعة كنفقة القريب الموسر، وصلة الرحم، وإطعام الجار.

✓ المستحب: وهي تعد في مصاف القيم الإنسانية كإكرام الضيف، وإغاثة المضطر، وإعانة الغريب، وإطعام الطعام والسقي بالماء وغيرها.

- الحوافز: وهي تدخل ضمن الأشباع المحققة من العمل الخيري، ولها تأثير إيجابي ومن هذه الحوافز.

✓ ابتغاء الرضوان ومرضاة الله، التي تمنحه الأجر والثواب.

✓ الإخلاف: فالمنفق خيراً له وبركة في حياته وصحة في بدنه وسكينة في نفسه.

لقوله تعالى {وَمَا أَنْفَقْتُمْ مِّنْ شَيْءٍ فَهُوَ يُخْلِفُهُ ۖ وَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ} (39)¹

التمايز والثناء: فكل عمل يختلف عن الآخر من حيث الأداء والتكليف ومن حيث الثناء والأجر².

2.1 مراحل تطور العمل الخيري في المجتمع العربي:³

مرّ العمل الخيري بعدة أدوار كانت النفس البشرية تميل للعطاء بفطرتها السليمة، ولعبت أدور في محطات أهمها:

✓ مرحلة الدور الإنساني:

قبل الإسلام رغم الفساد الأخلاقي والظلم الذي كان سائداً، فقد كانت توجد صفات حميدة ومظاهر للعمل الخيري متمثلة في صفة الكرم وإعانة المحتاج، كما امتازوا بالكرم والشجاعة والنخوة.

¹ سورة سبأ: من الآية 39 .

² محمد صالح جواد مهدي، العمل الخيري دراسة تأصيلية تاريخية، مجلة سرمن رأي، المجلد 8، العدد 30، جوان، العراق، 2012، ص 218.

³ محمد صالح جواد مهدي، مرجع نفسه، ص ص 221.222

✓ مرحلة الدور الإسلامي:

ساهم الدين الإسلامي بشكل كبير في إقرار المبادئ الصحيحة وتنظيمها وفق منهج رباني ضامنا لاستمراريتها، وتفعيل للعمل الخيري وأهميته لصالح الفرد والمجتمع، وقدمت للإنسانية جمعا مشروعاً كاملاً للرفي بالنفس البشرية في العمل الخيري.

وذلك استناداً قوله تعالى : {وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ} ¹ وهي دعوة لتعاون على الحق والتواصي به وقوله تعالى : {وَلِكُلِّ وِجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّئُهَا فَاسْتَتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ ۗ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمْ اللَّهُ جَمِيعًا ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ} (148) ² وقوله تعالى : {فَاتَّقُوا اللَّهَ مَا اسْتَطَعْتُمْ وَأَسْمِعُوا وَأَطِيعُوا وَأَنْفِقُوا خَيْرًا لِأَنْفُسِكُمْ ۗ وَمَنْ يُوقِ شُحَّ نَفْسِهِ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ} ³ وهي دالة على فعل الخيرات والإحسان للناس.

✓ مرحلة الدور الحضاري:

بعد إرساء التعاليم الصحيحة لبناء المجتمعات والحضارات وما جاء به الدين الإسلامي، والانتقال من الفهم المادي الفردي للحياة إلى الاهتمام بالنفع العام لصالح المجتمع و الامتداد إلى الخارج و البشرية جمعا.

✓ مرحلة الدور الخدمي:

تجلت أعمال الخير في مواقف كثيرة و لا تزال الكثير منها في عمليات بناء المساجد وحفر الآبار ووقفها، وتقديم المساعدات المادية والغذائية والعينية ورعاية الأرامل والتكفل بطلبة العلم، والإعانة على الزواج، وامتدت أعمال البر والإحسان إلى الحيوانات والرفق بها، والحث على غرس الأشجار وتقديم الخير لكل من هو محتاج.

✓ مرحلة دور السلطة:

وقد حدث في زمن "عمر بن الخطاب" رضي الله عنه عندما أصاب الناس قحط وجوع شديد وقد سمي بعام الرّمادة فأمر الفاروق عمر بن الخطاب رضي الله عنه على أن لا يتذوق سمنا و لا لبنا و لا لحما حتى يشبع الناس، وكتب إلى أمراء الأمصار يستغيثهم ويستمدّهم، فكان أول من قدم اليهم "عبيدة بن الجراح رضي الله عنه في تقديم أربعة آلاف راحلة طعام.

¹. الآية (02) سورة المائدة

². الآية (148) سورة البقرة

³. الآية 16 سورة التغابن

✓ مرحلة الدور الوقفي:

وهي في تاريخنا الإسلامي نماذج عديدة ولها أثرها الإيجابي في المجتمع ومنها:

✓ المدارس: ومنها المدارس الكبيرة والصغيرة ومنها المتخصصة، وفي غالب الأحيان تكون مزودة بالمكتبات والمطاعم.

✓ المستشفيات: وهي عمل خيري في المجال الصحي، وأول من عرف هذا النوع في حياة النبي صلى الله عليه وسلم، حيث أمر بوضع خيمة للجرحى عندما أصيب سعد بن معاذ رضي الله عنه في غزوة الخندق، وتوسع الخلفاء بعده في إنشاء المستشفيات المتنقلة.

2- الفرق بين العمل الخيري والعمل التطوعي:

هو خاصية إنسانية تسعى لتحقيق مصلحة عامة، وأغراض إنسانية أو دينية أو علمية أو اقتصادية عن طريق جمع التبرعات وتوزيعها على من هو في حاجة إليها، في إطار اجتماعي أو ثقافي أو إغاثي بأساليب الرعاية المادية والمعنوية داخل الدولة أو خارجها دون مقابل ربحي¹.

و العمل الخيري واسع وشامل وعادة ما يرتبط بالجانب الديني والثواب، أم العمل التطوعي فهو يأتي غالباً في إطار منظم كالعمل الجمعي وللعمل التطوعي شبه كبير مع العمل الخيري غير أن العمل التطوعي اعم من العمل الخيري وأشمل، فقد يكون العمل التطوعي في الأمور النافعة والضارة².

3- العمل التطوعي خصائصه أنواعه ومجالاته: ³

يعرف العمل التطوعي على أنه عمل اختياري بدون عائد نقدي فهو ليس عمل أساسي؛ بل ثانوي يستفيد منه المجتمع بصفة رسمية أو غير رسمية⁴.

¹.محمد صالح جواد مهدي، مرجع سابق، ص. ص 219-212.

². صالح الهطالي بن مطر، العمل التطوعي خطوات عملية للنهوض بالأمة، سنة 2018، ص33.

³. رندة محمد زينو، العمل التطوعي في السنة النبوية دراسة موضوعية، رسالة ماجستير في الحديث الشريف وعلومه، الجامعة الإسلامية غزة، فلسطين،

2007، ص ص 56. 59

⁴. جوي نوبل وآخرون، مرجع سابق، ص23.

وللعمل التطوعي أهمية كبيرة على الفرد والأسرة والمجتمع، فهو يرجى من خلاله تقديم خدمة أو إعانة لها أثرها وتتجلى في:

✓ تحقيق الترابط والتآلف والتآخي بين أفراد المجتمع؛

✓ تجسيد مبدأ التكافل الاجتماعي والعمل على المواساة والإيثار؛

عن أبي موسى عن النبي صلى الله عليه وسلم "قال المؤمن للمؤمن كالبنيان يشد بعضه بعضا "

✓ تحسين الظروف الاجتماعية والاقتصادية للفرد والمجتمع؛

✓ استثمار أوقات الفراغ في الصالح العام؛

✓ تحمل المسؤولية و روح المبادرة واتخاذ القرار.

✓ الاندماج الاجتماعي بتحقيق تقدم عادل وواسع وتمكين الناس ليكونوا نشطين في

التغيير¹.

فالعمل التطوعي يعتبر ميزة إنسانية راقية في ترسخ الفطرة السليمة وتعكس الصورة الإيجابية

للمجتمع وتماسكه وهو و نشاط إنساني مهم لاستقرار الاجتماعي ومن أهم مظاهر الحياة

الاجتماعية السليمة، وهو سلوك حضاري ويساهم في تعزيز قيم التعاون ونشر الرفاه بين سكان

المجتمع الواحد².

وقد ساهم بشكل كبير في عصر النهضة من بعد قيام الثورة الصناعية وتغشي أنواع الفقر والتسول

والجرائم من إعادة ضبط الحياة الاجتماعية، من خلال إصدار قوانين تنص على القيام بتقديم

مساعدات لفائدة الفئات الضعيفة، مما سمح بإنشاء بيوت الإحسان ودور العجزة، وإنشاء مدارس

خاصة للفئات المحرومة³.

1.3 خصائص العمل التطوعي:

يقدم العمل التطوعي خدمة مجانية للأفراد وللصالح العام ومن فوائده⁴:

¹ Helen clark ,Volunteerism and social inclusion Kan extract from the 2011 state of the worlds volunteerism report ,p4.

² John wilson , voluntering annual riview of sociology ,retrived 07/11/2016 edited.

³ . سلمى كوندة، مرجع سابق، ص91.

⁴ . جوي نوبل و آخرون، مرجع سابق ص . ص 24.32

- اكتساب مهارات جديدة، تعود بالفائدة على المتطوع وعلى المجتمع.
- يعمل العمل التطوعي على تطوير المجتمع في جميع المجالات التي تنشط فيها التطوع.
- يقوم العمل على سد فراغات التي لم تصل إليها الحكومات.
- الحد من المشكلات الاجتماعية والحد من تفاقمها.
- تحقيق التواصل الاجتماعي بين الأفراد وتحقيق المشاركة المجتمعية والخروج من الانعزالية.

2.3 أنواع العمل التطوعي:

- ✓ مَيَز علماء الاجتماع نوعين من العمل التطوعي، ويختلف كل عمل عن الآخر بين الفعل الإنساني والفعل الاجتماعي وفي التطوع نوعان هما:
 - ✓ السلوك التطوعي:
- الذي يكون ردة فعل إنسانية تجاه من يحتاج المساعدة، كإسعاف جريح في حالة خطر أو تقديم مساعدة في حادثة تستدعي التدخل كحوادث المرور، والزلازل، والفيضانات، حيث ترجع ردة الفعل هذه إلى شعور إنساني أو دافع ديني أو أخلاقي.
- الفعل التطوعي:
- وهو فعل اجتماعي ناتج عن إيمان راسخ وثقافة مجتمعية سائدة وتعكس الصورة الحقيقية لواقع المجتمع في جميع ظروف الحياة، وهو بدوره يأخذ شكلين هما¹:
- العمل التطوعي الفردي: سلوكيات فردية وهو مجهود شخصي يقوم به الفرد من إرادة نفسه دون مقابل مادي أو معنوي ومن أهمها:
 - صدقة التطوع، سقي البهائم و إطعامها، الإنفاق في عمارة المساجد، إسعاف الجريح².
- العمل التطوعي المؤسسي:
- وهو تطوع منظم تحت غطاء قانوني، متمثل في منظمات المجتمع المدني والجمعيات، يقوم على سد فجوة اجتماعية وله تأثير واسع في المجتمع، ويأخذ أشكال منها المشاركات العضوية، والمشاركات المالية، والمشاركات المعنوية³.

1. سلمى كونددة، مرجع سابق، ص94.

2. رندة محمد زينو، مرجع سابق، ص ص 62، 63.

3. عثمان رشدي، الريادة والعمل التطوعي، الطبعة الأولى، دار الراية للنشر والتوزيع، 2013، ص145.

وهو يمثل صورة حيّة من التفاعل الاجتماعي، وهو تجسيد واقعي وعملي تتضح فيه الشعور بالمواطنة والانتماء ودلالة على حيوية الجماهير وإيجابياتها¹، وهو من ميزات المجتمعات المتقدمة.

3.3 مجالات العمل التطوعي:

- في المجال الاجتماعي:

في مراكز رعاية الطفولة، وإعادة التأهيل، ورعاية الأحداث، والمسنين والإرشاد الأسري ورعاية الأيتام.

- في الميدان الصحي: في مساعدة المعاقين وذوي الأمراض المزمنة.

- في الميدان التربوي: في التعليم المستمر، ومحو الأمية، والكتاتيب.

- العمل التطوعي الخدماتي.

- في المجال البيئي: العناية بالغابات ومكافحة التصحر والعناية بالشواطئ والمنزهات ومكافحة التلوث².

- في المجال الاقتصادي: الحد من البطالة والفقر وتقديم القروض المالية وإنشاء المشاريع الخيرية.

في الخدمة العامة والدفاع المدني كالمشاركة في أعمال الإغاثة والمشاركة أثناء الأزمات والكوارث.

ومن مجالات العمل التطوعي أيضا مجال الدفاع المدني في المشاركة في الإغاثة وتقديم العون كواجب إنساني³.

-في المجال الديني: كالإرشاد و الدعوة والوعظ الديني، وصيانة المقابر والمساجد وإقامة المعارض الدينية⁴.

¹. وليدة حدادي، التطوع الالكتروني والمؤسسات الجمعوية ..التفعيل والآليات، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد25 ديسمبر 2017، سطيف الجزائر، ص 175.

². مبروك ساحلي، دور العمل التطوعي في تحقيق التنمية، مجلة العلوم الاجتماعية، المجلد 15، العدد02، سبتمبر 2021، ص31.

³. عطية محمد مصلح نازك عنبتاوي، واقع العمل التطوعي في المنظمات الاهلية الفلسطينية ودوره في تعزيز المسؤولية المجتمعية، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية و الإدارية ، مجلد10، 26-2018، رقم 4 الصفحات 69-96 رقم ،ص75.

⁴. عادل ريم، دور موقع فيس بوك في تحفيز العمل التطوعي أثناء جائحة كورونا -دراسة ميدانية، مجلة جامعة تكريت للعلوم الإنسانية 2018، ص481.

4. العمل التطوعي أهميته ووظائفه:

جاء في السنة النبوية أن للعمل التطوعي أهمية كبيرة في تحقيق التماسك والمودة بين أفراد المجتمع، وقد دعا الدين الإسلامي الحنيف إلى التعاون في أعمال الخير¹، ويمثل العمل التطوعي قاعدة أساسية في الإسلام لقوله تعالى { لَا خَيْرَ فِي كَثِيرٍ مِنْ نَجْوَاهُمْ إِلَّا مَنْ أَمَرَ بِصَدَقَةٍ أَوْ مَعْرُوفٍ أَوْ إِضْلَاحٍ بَيْنَ النَّاسِ ۗ وَمَنْ يَفْعَلْ ذَلِكَ ابْتِغَاءَ مَرْضَاتِ اللَّهِ فَسَوْفَ نُؤْتِيهِ أَجْرًا عَظِيمًا } (١١٤) ².

كما يساهم العمل التطوعي إلى الوصول للفئات المحرومة والسعي لقضاء حوائجهم والتفريج عنهم، ويقدم لهم يد المساعدة في جميع المظاهر الحياة الاجتماعية المادية والمعنوية، وفي الجانب الآخر مقت الظلم وأشكاله³، ويعد الإخلاص في العمل من درجات استكمال العمل التطوعي.

وطرق الخير كثيرة ومتنوعة فإما أن تكون جهد بدني، في بذل مالي وإما مركب بين الجهد المالي والبدني⁴.

- الغرس والزرع ولهما فضيلة وأجر عظيم في الاستتفاع منهما مادام أثرها باق ومنفعة دينية ودنيوية.
- إمطة الأذى عن الطريق والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر.
- دور الوقف في إنجاح العمل التطوعي، ومثال ذلك وقف الآبار.
- دور المرأة في العمل التطوعي⁵، لقوله تعالى { وَلَهُنَّ مِثْلُ الَّذِي عَلَيْهِنَّ بِالْمَعْرُوفِ }⁶ وقد مارست المرأة العمل التطوعي في مجالات متعددة في التعليم ونشر تعاليم الدين الإسلامي والتمريض ومساعدة أزواجهن في الإنفاق والمشاركة في الحياة الاجتماعية بالصدقات⁷.
المشاركة في إبداء المشورة⁸.

1 . رندة محمد زينو، مرجع سابق، ص17.

2 . سورة النساء الآية 114 .

3 .المرجع نفسه، ص21 .

4 .المرجع نفسه ، ص37 .

5 .المرجع نفسه ، ص.ص101.107.

6 .سورة البقرة، أية 228.

7 . رندة محمد زينو، مرجع سابق، ص115 .

8 .مرجع نفسه، ص117 .

- كفالة اليتيم لقول رسول الله ﷺ "أنا وكافل اليتيم في الجنة هكذا" وأشار بالسبابة والوسطى وفرج بينهما، وتوجد الآن الكثير من الجمعيات تحمل الشعار- كافل اليتيم - لما له من - بعد اجتماعي في الاهتمام بفئة كبيرة من المجتمع.
- قضاء حوائج الناس يقوم العمل التطوعي: على مجموعة واسعة من الأنشطة بما في ذلك الأشكال التقليدية للمساعدة المتبادلة والمساعدة الذاتية، في تقديم أنواع الخدمات الرسمية وغير الرسمية والمشاركة المدنية، من أجل الصالح العام دون غرض ربحي أو مادي، ويمكن تحديده في أنواع مختلفة من النشاط التطوعي هي:
 - ✓ المساعدة المتبادلة أو المساعدة الذاتية.
 - ✓ خدمة الآخرين .
 - ✓ المشاركة المدنية.
 - ✓ الدعوة والحملات¹.
 - ✓ تحقيق التنمية المستدامة والوقوف جنبا إلى جنب مع الحكومات، ذلك كون المواطنين لهم دراية واسعة بمجتمعاتهم، ومن خلال مشاركتهم البسيطة فإنهم يقدمون الكثير².

1.4 العمل التطوعي وتعزيز القدرات:

- الالتزام والتضامن: أي أن الإيمان بالعمل الجماعي من أجل الصالح العام و من خلال الالتزام بحقوق الإنسان والمساواة بين الجنسين
- يقوم المتطوعون بخدمة المجتمعات بالاتصال المباشر والعمل على مستوى القاعدة.
- المعاملة المماثلة أو بالمثل في تبادل المهارات والخبرات.
- الاستدامة من خلال تعبئة الموارد المحلية، تسهيل تنمية القدرات الفردية للكثير³.

¹ ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY AND VOLUNTEERISM: Considerations for post-2015 development agenda, P03 موجز قضية الأمم المتحدة

² حمزة خليل الخدام، اتجاهات الشباب الجامعي نحو العمل التطوعي كلية علوم الجامعة نموذجاً، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات، العدد31، تشرين الأول، 2013.

³ ENVIRONMENTAL,ibid, P05 .

وقد جاء في تقرير البيئة والتنمية المستدامة من موجز قضية الأمم المتحدة لاعتبارات خطة ما بعد 2015.

تحتاج خطة التنمية لما بعد عام 2015 إلى الاعتراف بالدور الذي يلعبه العمل التطوعي كقوة موحدة في تحقيق الأهداف المستقبلية، خاصة في مجال الحد من الفقر وتحقيق التنمية المستدامة، في إدارة الكوارث في التخفيف منها والتعافي، كما يجب الاعتراف بأهميته في إعادة بناء رأس مال الاجتماعي، كما لها الدور البالغ الأهمية في مجال تغيير المناخ والتي تعتمد على أنشطة التكيف المجتمعي وتعزيز المرونة¹.

التنسيق بين منظمات المجتمع المدني في الدول العربية من خلق نوع من التراكم النوعي وتكوين بذلك بنك للمعلومات²، ورفع قدرات المجتمع المدني، والعمل على عمليات التدريب والاستفادة من التجارب الدول المتقدمة، وضمان استقلاليتها.

- توسيع العلاقات الاجتماعية.
- جذب المواطنين إلى قلب التنمية المستدامة.
- التعامل مع الفئات الهشة.
- سد فراغات الخدمات الحكومية.
- تجميع وتنظيم وتنسيق الجهود التطوعية وتوجيهها للعمل الجماعي في مختلف المجالات.
- تحويل الطاقات الخاملة إلى طاقات إيجابية منتجة³، فالفضاء الثقافي الرقمي يختلف عما هو على أرض الواقع⁴.

2.4 أهمية العمل الجماعي على المستوى الدولي:

¹ ibid.,p8.9.

² ممدوح سالم، المجتمع المدني ودوره في الإصلاح، الطبعة، 2004 أعمال الندوة الإقليمية حول المجتمع المدني في البلدان العربية ودوره في الإصلاح، الإسكندرية 21-22 جوان 2004 ص320.

³ سلمى كوندة، مرجع سابق، ص144.

⁴ حمادي محمد، النضال الرقمي -مقاربة سيكودينامية لفهم التأثير عبر مواقع التواصل: قراءة في الاستمالات العاطفية لمنشورات جمعية خيرية على

الفايس بوك، مجلة جيل العلوم الإنسانية والاجتماعية، سنة 2021، ص105.

جاءت مجموعة من المواثيق التي تعزز العمل التطوعي منها الجمعية العامة للأمم المتحدة 1948 والمعهد الدولي الخاص لحقوق المدنية والسياسية 1966، والإعلان العالمي لحقوق الإنسان 1948، حيث نصت المادة 20 على أن لكل شخص حرية الاشتراك في الجمعيات والجماعات السلمية بطوعية ودون إلزامية ونصت المادة 23 الحق في إنشاء النقابات للحفاظ على مصالحهم نصت المادة 22 حرية تكوين الجمعيات مع الآخرين وإنشاء النقابات وجاء أيضاً في المادة الأولى من الفصل الثالث في الإعلان العالمي للدفاعيين عن حقوق الإنسان من أجل حماية و تعزيز حقوق الإنسان والحريات الأساسية المعترف بها دولياً، أن لكل شخص على المستويات الفردية والجماعية والمحلية والدولية له الحق:

- في المشاركة في التجمعات بشكل سلمي.
 - في تكوين والمشاركة في إنشاء المنظمات غير الحكومية.
- كما أكد المعهد الدولي الخاص بالحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية 1966، والاتفاقية الأوروبية لحقوق الإنسان 2010، الحق لكل شخص الاشتراك مع الآخرين والانضمام النقابي والحق في إنشاء التحالفات والاتحادات القومية.
- الحق في المشاركة والاجتماعات السلمية.
- وقد ساهم المجتمع المدني العالمي في:
- التعبئة للإمكانيات والطاقات.
- بناء العلاقات بين مختلف الفاعلين.
- بناء نظام اتصالي.
- القدرة على التأثير في السياسات.
- خلق مراكز دعم لتطوير القدرات¹.

3.4 وظائف العمل التطوعي:

¹ . مريم شوقي عبد الرحمان تره، استراتيجية لدعم دور منظمات المجتمع المدني في تطوير ممارسة الأنشطة اللاصفية بمدارس التعليم العام بمصر، رسالة ماجستير، أصول التربية، جامعة دمياط نمصر ،سنة 2018،ص46

1.3.4 تعزيز ثقافة العمل الجماعي:

-إلى جانب تحقيق التماسك الاجتماعي من خلال قيام الأفراد بأنشطة حيوية بين مختلف شرائح المجتمع، وفي جميع المجالات فان العمل التطوعي يعمل ترسيخ ثقافة العمل الجماعي وذلك: بإكساب المتطوع مهارات متنوعة منها:

- ✓ مهارات التعامل مع الآخرين القيم الفاضلة كالتسامح والأخوة والتعاون؛
- ✓ مهارات التواصل الاجتماعي؛
- ✓ زيادة المعارف المكتسبة؛
- ✓ اكتساب المهارات التقنية؛
- ✓ التعرف على أناس آخرين لهم نفس الرغبات والميول؛
- ✓ التعرف على الثقافات الأخرى؛
- ✓ كسب الاحترام الاجتماعي وزيادة الثقة بالنفس¹؛
- ✓ تقديم المساعدة والتكفل بالفئات المحرومة؛
- ✓ الشعور بالفائدة الشخصية وتحقيق الرضا والاستمرارية؛
- ✓ تنمية المهارات القيادية²؛
- ✓ تنمية روح المشاركة، الشفافية، التشاور، وتذليل العقبات، الشكر والتقدير³.

2.3.4 المسؤولية الاجتماعية في ممارسة العمل التطوعي:

تعد الجمعيات الخيرية من أساسيات المجتمع المدني، فالجمعيات الخيرية محور المشاركة من خلال عمليات صنع القرار في القضايا المستعصية، وتعد الجمعيات الخيرية منبع المسؤولية الاجتماعية في تخطيط وتمويل وتنفيذ المشروعات، وتشكل الجمعيات الخيرية فئة كبيرة وذات انتشار واسع، وقد أصبحت معيار للتقدم الاجتماعي في الدول الغربية.

¹. صلاح بن محمد رجال محمد بن عبد الله الهذلي، العمل التطوعي في تنمية المجتمع ونموذج مقترح لتفعيله، المجلة العربية للإدارة العربية السعودية، سنة 2015، ص 167، 165.

². إبراهيم أحمد الدوي، أساليب جذب الطلاب نحو المشاركة في الأعمال التطوعية، دراسة استكشافية، المجلد الثاني، العدد 2، يناير 2021، المجلة العربية للمعلومات وأمن المعلومات، سنة 2021، ص 3

³. الهذلي، صالح بن مطر، العمل التطوعي خطوات عملية للنهوض بالأمة، د س ن، ص 56-57

فالجمعيات الخيرية ذات قيمة و مسؤولية اجتماعية وتعمل على تكريسها، وتعمل الجمعيات الخيرية على رفع الإحساس بالآخرين من خلال عمليات الدعم المادي و المعنوي مختلف الأوقات، فهي ركيزة أساسية في بناء المجتمع المدني واستدامته¹.

وتتجلى أبعاد المسؤولية الاجتماعية أيضا في البعد الاقتصادي، البعد الاجتماعي، البعد البيئي². وترسيخ ثقافة المواطنة وحب المجتمع والوطن³.

3.3.4 الاندماج الاجتماعي:

يعرف الاندماج الاجتماعي بإكساب الأفراد الذين يعانون من الاستبعاد الاجتماعي فرصة للمشاركة الكاملة الاجتماعية وهو على الأرجح مفهوم نسبي. إن الاستعداد للتنمية ليست مجرد ممارسة فكرية فحسب، بل هي تمكين الأفراد ليكونوا مشاركين نشطين في التغيير⁴.

وتختلف المشاركة المجتمعية من شخص لآخر حسب درجة انتمائه وإمكانياته، وتأخذ المشاركة التطوعية عدة ممارسات منها المشاركة المعنوية؛ المشاركة المالية؛ المشاركة العضوية. وتعد المشاركة استراتيجية لتنمية الكوادر التي تقوم على مبدأ الطوعية في التنظيمات والجماعات في هذا يمكن الاستفادة بالخبرات الطوعية لتنمية المجتمع، وتعمل على توليد ثقافة العمل الجماعي بعيدا عن الخلفيات.

ثالثا. الجمعيات الخيرية العمل و التطوعي الجمعي:

1. الجمعيات الخيرية ووظائفها:

الجمعية هي كيان مستقل عن السلطات العمومية، وهي تشكل مؤسسة جوهرية في المجتمع الديمقراطي، وهي تجمع العديد من الأشخاص الذين قرروا الاجتماع والتعاون لحل مشكلة

¹. سعيدة باعلي، دور الجمعيات الخيرية في تفعيل العمل التطوعي دراسة ميدانية بجمعية كافل البتمم الخيرية فرع ادرار، مذكرة ماجستير، علم الاجتماع

التنظيم والعمل، جامعة أدرار، السنة الجامعية 2016-2017، ص298

². سعيدة باعلي، مرجع نفسه، ص76.

³.حسين الخزاعي، تفعيل العمل التطوعي، المؤتمر الوطني الثالث للعم الخيري التطوعي واقع وطموح 2017 الاردن: جامعة عمان الأهلية في 3-4-

2017.

⁴. Helen clark ,ibid, p03.

ما أو الاستجابة لحاجة ما، ويرى " احمد شريك " أن الجمعية انتظام اجتماعي لمجموعة من الناس في إطار قانوني، وهذا الإطار يكون أساسها المصلحة، وهذه المصلحة تضيق و تتسع حسب المنخرطين، وأول من استعمل هذا المصطلح association هو " اليبون سمول " smoll (1854-1929) باعتبارها " اتفاقية بين شخصين أو أكثر يضعون بصفة دائمة مصارفهم ونشاطهم من أجل هدف معين بعيدا عن تحقيق ربح شخصي"¹.

وهي تجمع الأشخاص الطبيعيين أو المعنويين لمدة تعاقدية محدودة أو غير محدودة لغرض غير ربحي في مختلف التخصصات².

1.1 وظائف الجمعيات :

العمل على تحويل القدرات والطاقات الخاملة إلى قدرات وطاقات نشطة.

العمل على تكثيف الجهود وتنسيقها في جميع الميادين.

سد فراغات مالم تتوصل إليه الحكومات.

التنشئة السياسية والشعور بالمسؤولية الاجتماعية.

القضاء على جل أنواع الاستبعاد الاجتماعي.

التنمية المستدامة³ في جميع المجالات.

2. التطور التاريخي للعمل التطوعي الجمعي:

¹. عبد اللطيف بوعلام، الإطار الجزائري بين المشاركة والعزوف عن الفضاء الجمعي والحزبي في الجزائر مؤسسه موبليس نموذجا، رسالة ماجستير، علم الاجتماع التنظيم والعمل، جامعة وهران، الجزائر، سنة 2011-2012، ص ص 88، 87.

². وزارة الداخلية والجماعات المحلية

<https://www.bing.com/ck/a?!&p=93ef7c82bf1aec4eJmltdHM9MTcxMTkyOTYwMCZpZ3VpZD0wODgyYTijMS0xYWJhLTZmODMtMTM3MC1iZDgzMWIwZTZlNTAmaW5zaWQ9NTE5OQ&ptn=3&ver=2&hsh=3&fclid=0882a9c1-1aba-6f83-2023/04/10> 1370- أطلع عليه: 2023/04/10

³. فاطمة بن يحي طعمام عمر، واقع الحركة الجموعية في المجتمع الجزائري، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، سنة 2015، ص 208.

الإنسان اجتماعي بطبعه وتتوعد أهدافه من توفير الحاجيات وحماية المهن والأملآك، وقد تطور المجتمع في جميع مجالات الحياة الاجتماعية والطبيعة، و قد زادت متطلباته وزادت بذلك مظاهر التجمع وتم إنشاء جمعيات في هذه المجالات، وقد جاءت هذه الجمعيات حفاظا عليها شريطة عدم المساس بقوانين الدولة ومخالفتها¹.

فوجد في الجمهورية الرومانية تنوعت اختصاصات الجمعيات وأخذت، بعدها التعاوني وكانت تتحصل على نوع من الهبات والوصايا.

3. دوافع العمل التطوعي:

تختلف دوافع العمل التطوعي باختلاف الأفراد ويمكن تقسيمها إلى منها²:

- دوافع إنسانية: وهي نابعة من إنسانية الفرد وحبه لبني جنسه وتقديم يد العون.
- دوافع الانتماء والولاء: وهي المشاركة المجتمعية والشعور بالمسؤولية وتزداد وقت الأزمات، والتي تعزز بدورها قيم المواطنة لديه والمحافظة على المكانة الاجتماعية.
- دوافع دينية: وتعتبر هذه الأخيرة محرك ومحفز قوي لدى الكثير من الشعوب خاصة منها الإسلامية، وذلك تطبيقا لتعاليم الدين الإسلامي الحنيف من أجل تحصيل الثواب.
- دوافع نفسية: وهي متعلقة بذات الفرد وتعمل على تحريكها الميول والرغبات لسدّ احتياجات نفسية وإشباعها لاكتساب مهارات جديدة، وتطوير سيرته الذاتية فيه³.
- دوافع إيديولوجية: وتكون نتيجة التزامات سياسية أو فكرية أو حزبية وتكون نتيجة لدوافع أخرى فكرية، روحية، اجتماعية .

ثالثا : الخلفية التاريخية للعمل الجمعي في الجزائر:

إن القراءة السوسيو تاريخية للحركة الجموعية في الجزائر، تكشف بأنها مرت بمراحل كبرى للواقع المعاش في تغيراته الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، التي كانت بين الدولة والمجتمع⁴،

¹. جمال كانون، مرجع سابق.

². زينب مقدم، مرجع سابق، ص ص72، 71.

³. سلمى كونددة، مرجع سابق، ص 99.

⁴. سمير قريد، نشأة وتطور الحركة الجموعية في الجزائر، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة ، العدد الثامن، مارس 2010، ص 146.

وقد نشأة أول جمعية سنة 1912 في مدينة "معسكر" وهي جمعية رياضية¹، وهذه المراحل التطورية التي مرت بها هي:

1-مرحلة ما قبل الاستقلال:

تعود نشأة الحركة الجمعوية في الجزائر إلى ما بعد الحرب العالمية الأولى، بظهور التيارات الثلاث:

التيار الإصلاحية الديني: الذي يمثله مجموعة من الشبان الجزائريين الذين طالبوا بالاندماج مع المجتمع الفرنسي، والمساواة في الحقوق والواجبات، والتي قوبلت بالرفض من فرنسا.

التيار الثوري السياسي: الذي تمثله جمعية العلماء المسلمين الجزائريين بقيادة الشيخ "عبد الحميد بن باديس" حيث قام على إعداد الجيل، بإنشاء المدارس لتعليم اللغة العربية، وترسيخ تعاليم الدين الإسلامي.

التيار الثالث: الذي تكون في نهاية العشرينات وفرض وجوده في الثلاثينات القرن الماضي.

وقد امتازت الفترة بسريان قانون الجمعيات الفرنسي، و قد ظهرت جمعيات رياضية بتشجيع من الحركة الوطنية كالجمعية الرياضية القبائلية، وظهرت جمعيات دينية تطالب بالإصلاح، كجمعية الإصلاح لمدينة "دلس" سنة 1931، وجمعية الشباب الإسلامي لمدينة "تيزي وزو" 1934.

وقد لعبت دورا هاما في تشكيل الوعي القومي ونشر الثقافة الوطنية الإسلامية والقيام ببعض الأعمال الخيرية².

واستمرت عملية تأسيس الجمعيات إلى بعد الاستقلال، حيث نص دستور 1963 في مادته 19 على ضمان الدولة حرية تكوين الجمعيات في ظل سياسة الحزب الواحد³.

2-المرحلة الثانية (1979 إلى 1989)

1. قاضي سي طاهر، واقع مؤسسات المجتمع المدني في دول المغرب العربي، مجلة العلوم السياسية والقانون، تونس، العدد 1، 2017.

2. سمير قريد، مرجع سابق، ص146.

3. قاضي سي طاهر، مرجع سابق، سنة 2017.

تعتبر هذه المرحلة هي المنعطف في مسار الجمعيات، وذلك بالمطالبة بالتغيير، وكانت البداية مع الربيع الأمازيغي في أبريل 1980، حيث تم إدراج مطالب الحركة البربرية بضم سياق حقوق الإنسان والديمقراطية، وفي 25 ديسمبر 1985 أعلن رئيس الجمهورية تمسكه بمبادئ حقوق الإنسان، والتأكيد على الحزب الواحد، ونشأت بذلك الرابطة الجزائرية لحقوق الإنسان وجمعيات نسوية خارج جبهة التحرير الوطني.

وبعد انتفاضة 05 أكتوبر 1988 جاءت نقطة التحول والتفكك؛ وأدت إلى ميلاد مجتمع مدني بتطلعاته الحرة للعمل الجمعي في الشؤون الاجتماعية والاقتصادية والثقافية للضغط على السلطة.

وقد شهدت الفترة تزايد في عدد مؤسسات المجتمع المدني وخاصة الجمعيات ومنها:

الجمعيات النسائية الخيرية، الجمعيات والاتحادات النسائية، جمعيات حقوق الإنسان، الجمعيات الثقافية والجمعيات الخيرية¹.

3-فترة الثالثة من سنة 1990 إلى وقتنا الحالي:

شهدت المرحلة جملة من التحولات الاجتماعية والثقافية والاقتصادية وانفتاح سياسي، حيث تم إصدار القانون 90/31 المؤرخ في 04 ديسمبر 1990 المتعلق بالجمعيات، وهو ما أحدث انفجار في تعداد مؤسسات المجتمع المدني وأهم ما جاء فيه:

- رفع مختلف العراقيل والمعوقات الإدارية والبيروقراطية.
- تحديد المدة القانونية لحماية مبدأ إنشاء الجمعيات.
- تكريس الحق في إنشاء الجمعيات في مختلف الميادين الحياتية.
- تبسيط إجراءات التأسيس².

¹. سمير قريد، مرجع سابق، ص ص149.150

². قاضي سي طاهر، مرجع سابق، ص3.

ساعد في انتشار تعداد منظمات المجتمع المدني والجمعيات بالأخص دورها الفعال في الربط بين الدولة والمجتمع من جهة؛ ومن جهة أخرى إكسابها قبول جماهيري واسع في التكفل باحتياجات المواطنين ومن أنواع الجمعيات:

الجمعيات المحلية: التي تكون على مستوى البلدية أو الولاية.

الجمعيات الجهوية: التي تضم عدة ولايات.

والجمعيات الوطنية: التي تضم الاتحادات الجمعوية¹.

وتعتبر مرحلة التسعينات أهم مرحلة في التحول السوسيوثقافي للحركات الجمعوية، وهي مرحلة الاعتراف بحرية العمل الجمعوي².

خلاصة:

من خلال ما تم عرضه في هذا الفصل حول ماهية العمل التطوعي والجمعيات الخيرية، يتضح أن له أهميته قصوى في تحقيق التوازن الاجتماعي بين فئات المجتمع؛ وتحقيق ما لم تستطيع الحكومات تحقيقه في أرض الواقع، فهو يشكل القطاع الثالث إلى جانب القطاع العام والقطاع الخاص، وقد تطور العمل التطوعي في كنف المجتمع المدني، وقد اتسع مجال العمل التطوعي في مجالات مختلفة، وساهمت تكنولوجيا الاتصال في إعطائه العالمية من خلال احتوائه العديد من الكوارث والأزمات، وقد شهد في الدول الغربية المتطورة أعلى درجات المشاركة المجتمعية، والعمل التطوعي في الجزائر يعتبر وليد للعمل الخيري وتعاليم الدين الإسلامي الحنيف، أما في شكله الرسمي (التنظيمات الجمعوية) فقد تدرج وتطور وفقا للظروف الحياة الاجتماعية خاصة منها الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، وقد شهد انفتاحا مع التعددية الحزبية.

¹ زبير غزالة، المجتمع المدني في الجزائر: الجمعيات نموذجا، مجلة التنمية البشرية، العدد 10، جامعة محمد بن أحمد وهران 2، مارس 2018 .

² سمير قريد، مرجع سابق، ص154.

الفصل الخامس

التنمية التطوعية ومعوقاتا عبر

مواقع التواصل الاجتماعي

تمهيد

أولاً. التغييرات السوسيو اتصالية لمنظمات المجتمع المدني

1. منظمات المجتمع المدني بين الإعلام القديم والإعلام الرقمي
 2. الإعلام ونشاط المجتمع المدني
 3. مواقع التواصل الاجتماعي ومنظمات المجتمع المدني
 4. النشاط الاتصالي لمنظمات المجتمع المدني في مواقع التواصل الاجتماعي
- ثانياً. استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في التنمية التطوعية:

- 1- التواصل التتموي التشاركي
 - 2- التضامن الرقمي والحشد الاجتماعي
 - 3- التطوع الإلكتروني
 - 4- الوصول إلى مجتمع مرن
 - 5- مواقع التواصل الاجتماعي و إدارة الأزمات
 - 6- إشباعات العمل التطوعي الجمعي
- ثالثاً. خصائص التنظيمات الجموعية المتصلة بمواقع التواصل الاجتماعي
- ثالثاً. معوقات التنمية التطوعية بالجمعيات الخيرية:

1. معوقات العمل التطوعي
 2. معوقات على مستوى الفرد
 3. معوقات على مستوى الجمعية (التنظيم)
 4. المعوقات المتعلقة بالمجتمع
- رابعاً. تحديات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التنمية التطوعية

خلاصة

تمهيد:

تعد منظمات المجتمع الجزائري حديثة العهد إلا أنها في الآونة الأخيرة حققت قفزة نوعية في مجال التنوع والتخصص، فظهرت الجمعيات ذات طابع النسوي و الجمعيات المتخصصة في مجالات مختلفة فرضت وجودها على الحياة الاجتماعية، ويرجع الفضل في ذلك إلى ثورة الإعلام والاتصال الجديدة لاسيما مواقع التواصل الاجتماعي، من خلال القدرة على إيجاد الجو الملائم للتنسيق والعمل و توسيع دائرة النشاطات، التي تمتاز بالعلنية والحرية، وتعد التنمية من المفاهيم التي نالت اهتمام الباحثين والمفكرين، وهو مفهوم غامض كل يفسره حسب اختصاصه واهتمامه، وفي هذا الفصل نتطرق إلى التنمية التطوعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي من التعرف على التغيرات السوسيواتصالية لمنظمات المجتمع المدني وكيفية الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي بإعطاء أمثلة واقعية عن الاستخدام المثلي وتحقيق التنمية التطوعية والأهداف التي تسعى الجمعيات الخيرية لتحقيقها، ثم رصد أهم المعوقات التي تواجه التنظيمات الجمعوية والتحديات التي تنتظرها.

أولاً. التغيرات السوسيو اتصالية لمنظمات المجتمع المدني:

1- منظمات المجتمع المدني بين الإعلام القديم والإعلام الإلكتروني:

تناولت منظمات المجتمع المدني قضايا كبيرة لكن باحتشامية كقضايا المرأة والفساد والديمقراطية والعدالة الاجتماعية، وذلك تحت طائلة ضغوطات سياسية أو غيرها وهو ما أثر سلباً على مصداقيتها.

أما اليوم فالإعلام الإلكتروني فسح المجال لتشكيل مجتمع مدني متعدد الميول والأهواء والاتجاهات والقيم، ذلك بعد تقلص الرقابة والضوابط الاجتماعية، التي سمحت لها بانتشار منظمات المجتمع المدني في جميع الاهتمامات، لكن ليس الإشكال بين الإعلام القديم و الإعلام الحديث و حشد أكبر عدد من المنخرطين بقدر الإلزامية ومدى التأثير و المصداقية.

2-الإعلام ونشاط المجتمع المدني:

تحتاج منظمات المجتمع المدني والعمل التطوعي إلى المؤسسات الإعلامية التي تعي أهمية القيم المجتمعية وليس السعي وراء مصالح مادية وسياسية فحسب، حيث يؤدي الإعلام دوراً هاماً في التعريف بالمفاهيم العصرية وقيم الحداثة والمدنية.

ومن الجانب الآخر يكون لمنظمات المجتمع المدني رؤية مشرقة حول ما تقدمه وسائل الإعلام من وظائف التربية والتثقيف وإعادة تشكيل الوعي و القدرة على تشخيص مواضع الخلل في هذه المؤسسات فالوسائل الإعلام أهمية بالغة في دعم منظمات المجتمع المدني حيث:

- يستقبل الجمهور كم هائل من المعلومات من وسائل الإعلام؛
- حتمية التعرض لها ولها تأثير في ذهنية المتلقي؛
- يعد الشباب أكثر عرضة لوسائل الأعلام وأكثر إقبالا على منظمات المجتمع المدني¹.
- فالعلاقة الاتصالية بين وسائل الإعلام والاتصال والمجتمع المدني هي علاقة تكاملية².

3-مواقع التواصل الاجتماعي ومنظمات المجتمع المدني:

¹ . مرجع نفسه، ص ص29.34.

² . عزام محمد الجميلي، الإعلام الاجتماعي، الطبعة الأولى، دار غيداء للنشر والتوزيع ، سنة 2015،ص92.

تعتبر التكنولوجيا الاتصالية الحديثة من سمات العصر، ولا يمكن بأي حال من الأحوال الاستغناء عنها أفراداً أو مؤسسات، فهي امتداد لحواسنا كما جاء به "ماكلوهان" ومنظمات المجتمع المدني لها علاقة قوية جداً بوسائل التواصل الاجتماعي في تسويق العمل التطوعي وطرح قضاياها من جهة؛ واستقطاب المنخرطين والمتطوعين من جهة أخرى، ومن أهم فوائد وسائل التواصل الاجتماعي لمنظمات المجتمع المدني:

- السرعة في الاتصال بأقل تكلفة وأكثر أداء؛
- الشفافية والتقليل من الوقوع في الخطأ وحضور الرقابة الجماعية؛
- تزويد العاملين بها والحصول على المعلومات في أقرب وقت؛
- تحسين الجودة من حيث الخدمات والمنتجات استناداً على المعلومات المحصلة؛
- التخطيط على المدى البعيد وتحقيق التغطية التطوعية للفئات المهمشة .
- لذا تعتبر العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي ومنظمات المجتمع المدني ذات صلة وطيدة وساهمت بشكل كبير في تغيير ملامح الحياة الاجتماعية المدنية و في خلق الفرص واستقطاب الجمهور المستهدف، وتعزيز المسائلة وتقليل الأخطاء، والوصول إلى المعلومات الكافية¹، في ظل مجتمع حر ومفتوح، ومتاح للجميع و تشاركي و مجتمع تنتقل فيه السلطة إلى الأفراد، وهو ما جاء في تقرير منظمة اليونسكو حول عالمية الأنترنت والتشبيك المجتمعي².
- فتوفر وسائل التواصل الاجتماعي الانتماء وتقلل من الشعور بالعزلة، ويعتبر التطوع عبر وسائل التواصل الاجتماعي والأنترنت هدفاً تكميلي، أين يجتمع المهتمين وذوي الدوافع المشتركة³.

¹. خلف الحماد، مرجع سابق، ص ص 34، 33.

². محمد عبد الحكيم هلال، خطة مقترحة لمحو الأمية الرقمية لدى الكبار بمصر في ضوء الثقافة الرقمية، مجلة الدراسات التربوية والإنسانية، كلية التربية جامعة دمنهور، المجلد 11، العدد 04، الجزء 1، مصر، سنة 2019، ص 182.

³ Ahmed Siti nuhafizah and Otcher, current issues and emerginj trends of social media effectiveness in volunteer organization, 3rd international conference on tirism, technology and business management 13-14. december 2020 P 86.

4-النشاط الاتصالي والإعلامي لمنظمات المجتمع المدني عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

تختلف منظمات المجتمع المدني من حيث استغلالها لوسائل الإعلام، و تسعى وسائل الإعلام بدورها إلى تحقيق الأرباح لما لهذه المنظمات والقطاعات دور كبير في حشد الأفراد والمجتمعات، وكي تتمكن من استقطاب المتطوعين وتحقيق الالتفاف حولها فعليها

- أن يكون لها فريق إعلامي واتصالي كفاء.
- القيام ببناء علاقات شخصية مع الفاعلين.
- ثانيا : استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في التنمية التطوعية:

1-التواصل التنموي التشاركي:

المشاركة الفعالة في إدارة وتقرير مصيرها، وليس فقط حل مؤقت للمشكلات الاقتصادية رغم أهميتها، فالنشاط الاتصالي التشاركي عمل مخطط له، يفتح المجال لمشاركة الجميع، وهو يرتكز على مبادئ هي:

التبادل الفعال والخلق بين أفراد المجتمع في إنتاج ونشر المعرفة¹، مع الأخذ بالاعتبار إن المجتمع تتخلله صراعات ومصالح مختلفة.

تتمين المعرفة المحلية والعمل على مسايرتها مع المعرفة الحديثة، حيث تقوم المشاركة الاتصالية على معرفة من يكون وراء حراس البوابة أو أصحاب المصالح و العمل على التأثير فيهم لإيصال المعلومات.

وضع قواعد وأسس لأساليب اتصالية حديثة، وبناء استراتيجية جماعية، التي يتم من خلالها تسليم واستلام المعلومات والعمل المتواصل للوصول إلى أهدافها.

2-التضامن الرقمي والحشد الاجتماعي:

¹. بسمه عبد اللطيف أمين عبد الوهاب استراتيجية مقترحة من منظور طريقة تنظيم المجتمع لمساهمة الجمعيات الأهلية في بناء مجتمع المعرفة، مجلة كلية الخدمة الاجتماعية للدراسات والبحوث الاجتماعية سنة 2015، ص. 273.

- يعد التضامن الرقمي من مخرجات البيئة الرقمية، فهو عمل اتصالي يقوم على تقوية العلاقة بين الشراكات والاتفاقيات في المجتمع المفتوح، ويقوم على تعزيز التقدم التكنولوجي والمصالح الجماعية كما يعمل على تحسين فعالية القدرات التنافسية¹.
- وقد أثبتت مواقع التواصل الاجتماعي قدرتها وفعاليتها في التعبئة الاجتماعية، من خلال قدرتها على أحداث التغيير والحد من الكثير من الأضرار الناجمة من الكوارث، فقد ساهمت في حشد المتطوعين من التنظيمات الطلابية خلال فترة زلزال نيوزيلاند عند نهاية سنة 2010 وبداية عام 2011 إذ تمكنت من حشد 13 ألف متطوع للقيام بعدة أنشطة لصالح المجتمع، حيث استطاعت أن تحقق تعبئة جماهيرية بواسطة موقع الفيس بوك، وفي استجابة مماثلة بأمريكا استطاعت حركة شعبية من المثقفين و مستخدمي التكنولوجيا من إنشاء تعبئة جماهيرية خلال إعصار ساندي 2012، الذي وصل عدد متطوعي 30 ألف، والتي أثبتت وجودها في حركات واحتجاجات مماثلة التي حدثت بعد العاصفة بأسبوع من احتجاجات عدم المساواة الاجتماعية والاقتصادية، وقد لقيت ثناء من طرف الإدارات العليا²، حيث عزز هذا كله من:
- القدرة للوصول إلى جمهور عريض من ذوي التفكير المماثل والتجارب المماثلة.
- القدرة على استخدام نظرية راس المال الاجتماعي، وتشجيع استخدام التواصل الاجتماعي عبر الأنترنت لإدراك المتطوعين³.
- يقوم العمل التطوعي على تقوية وتعزيز القيم الاجتماعية، وتقوم على ترسيخ مجموعة من المعايير، وتقوم على تماسك الأفراد وتقوية العلاقات الاجتماعية، وتعمل على استدامة الدولة⁴.
- استطاعت وسائل التواصل الاجتماعي عبر الأنترنت إلى الوصول إلى العديد من الأفراد على الفور على إحدى الشبكات الاجتماعية، والتي تسمح هذه الوسائط للمستخدمين

¹. By Kent Walker, President, Global Affairs, Google ; **From a Splintering Net to Digital Solidarity**

<https://www.bing.com/ck/a 11:00 2023/11/01>

². Beatson A, ibid,p.08.

³. Ahmed Siti nuhafizah and Otcher, ibid , P 86 .

⁴. منى عطية خزام خليل، رأس المال الاجتماعي في عالم متغير، ط 1، المكتب الجامعي الحديث، دم، 2017، ص 24.

بالتعليق مقابل ذلك فالمواطن الرقمي أصبح قادر على تطبيق المعرفة من خلال سلوكيات وعادات وأفعال يسمح له من التفاعل بشكل صحيح مع المستجدات الرقمية¹.

- وفرت مواقع التواصل الاجتماعي عبر الأنترنت إحساساً بالمجتمع وقلل من مشاعر العزلة، فعندما يشارك الأصدقاء تجربتهم التطوعية على وسائل التواصل الاجتماعي، تظل البيانات محفوظة ليطلع عليها الجميع، كما يمكن للمستخدمين أيضاً من رؤية حساباتهم الخاصة لتشجيع زملائهم على المشاركة والتي تعمل على وجود نية أكبر من مواصلة العمل التطوعي².

- العمل على التشبيك والتعاون بين الجمعيات من خلال توفير حد أدنى من الاتفاق مع أنه يطرح مشكلات أخرى كالنرجسية في التعامل وفي عدم تقاسم الأهداف والرؤى³، وتشير الممارسة الرقمية على أنها سلوكيات تظهر في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي، من حيث التأثير والتأثر⁴.

3- التطوع الإلكتروني:

يقصد به المهام التطوعية التي تتم بصورة كلية أو جزء منها خلال شبكة المعلومات الدولية للأنترنت؛ سواء في البيت أو في العمل، كما يعرف بالتطوع الافتراضي أو تطوع أون لاين كما له مسميات أخرى التطوع الافتراضي أو التطوع السيبراني⁵.

والتطوع الإلكتروني له أسماء مختلفة منها التطوع الافتراضي، أو التطوع أون لاين، أو التطوع المصغر، ويعني مجموعة من الأعمال التطوعية التي تأخذ صورة كلية أو حتى جزء منها عبر الأنترنت، داخل أو خارج الجمعية⁶.

¹. فائزة أحمد الحسيني مجاهد، ثقافة المواطنة الرقمية رؤية تربوية، مجلة بحث وتربية، المجلد 10 العدد 1 31 مارس 2020، ص4.

². Ahmed Siti nuhafizah and Otcher, ibid.

³. انوار منصري، وافع المجتمع المدني في تونس، الطبعة الأولى، سبتمبر 2016، ص 68.

⁴. فائزة أحمد الحسيني، مرجع سابق، ص4.

⁵. طلحة بشير، مواقع التواصل الاجتماعي وصياغة مفهوم جديد للعمل التطوعي، مجلة الخلدونية للعلوم الاجتماعية، مجلد 12 العدد 1، سنة 2020.

ص197.

⁶. وليدة حدادي، مرجع سابق، ص175.

- ومن الأعمال التي يقوم بها المتطوعون عبر الأنترنت وهي متعددة منها:
- ✓ إنشاء وإدارة المواقع الإلكترونية؛
 - ✓ البرمجة وإنشاء الرموز (الهاكر)؛
 - ✓ كتابة وتحرير النصوص؛
 - ✓ الترجمة والتفسير؛
 - ✓ الرسومات والتصوير الفوتوغرافي؛
 - ✓ إنشاء مقاطع الفيديوها؛
 - ✓ البحث عبر الأنترنت؛
 - ✓ التدريب وزيادة الوعي وتحسين المهارات والقدرات؛
 - ✓ الحملات والتعبئة عبر الأنترنت؛
 - ✓ العمل المرتبط بالميدان¹.

فالتعاملات الرقمية عبر مختلف الأجهزة الإلكترونية أصبحت ملازمة للأفراد في كل مكان، حيث أصبح يطلق عليه الجيل الرقمي، وفتحت المجال للمشاركة التطوعية لفئات متعددة من ذوي الاحتياجات الخاصة ومن المسنين والمعزولين اجتماعيا، كما ساهمت أيضا في بناء قواعد البيانات العالمية في استطلاع وتتبع مختلف العمليات التطوعية في أنحاء العالم والقدرة على استخلاص تطلعات جديدة للعمل، كانت فيما سبق شبه مستحيلة²، وفي هذا الصدد نجد أن نادي تطوعي سعودي أطلق عليه اسم "لبيه" وهي خطة عمل خمسة عشر ألف ضرب ثلاث مرات ، الذي كان هدفها جمع بيانات حول 15 ألف متطوع، وخمسة عشر ألف فكرة تطوعية بحلول عام 2015، وذلك بانتهاء خطة استراتيجية محكمة والاعتماد على قاعدة بيانات حقيقية ومنظمة، من أجل القدرة على سدّ ثغرة وقت حدوث الأزمات والكوارث³.

4 . الوصول إلى مجتمع مرن:

¹. طلحة بشير، مرجع سابق، ص 198.

². وليدة حدادي، مرجع سابق، ص 180.

³. أحمد السيد كردي، العمل التطوعي، نشرت 05 يونيو 2010 [http : kenenonline.com](http://kenenonline.com)

ساهمت وسائل التواصل الاجتماعي في مرونة المجتمع، وجعلته قابل للتفاعل الإيجابي مع مختلف التغيرات، و المرونة تعني القفز إلى الوراء أو الخلف والارتداد بشكل يجعله قابل للتصدي للازمات وتتجلى هذه المساهمات في:

✓ مختلف أشكال السلوك المرن نحو حدث معين.

✓ تقوم على دعم السلوكيات أثناء الأحداث والأزمات.

✓ توفير منتديات وممارسة التفاعلات التي تعمل على الشعور بالإحساس المجتمعي ودعم العمل التطوعي والخيري.

✓ حشد المتطوعين ليصبحوا فيما بعد أكثر مرونة¹.

وعلى سبيل المثال فقد صممت مؤسسة "Rand Europe" و معهد "كورشام Institute Corsham" مخططاً وإعداد برنامجاً سنوي للقيادة الفكرية؛ في "سانت جورجس هاوس Gerge's Hose"، الذي كان هدفه استكشاف الفرص والتحديات الناتجة عن التكنولوجيا الرقمية، والتي خلصت إلى ضرورة بناء مجتمعات متماسكة ومترابطة، والتركيز خاصة على العلم المفتوح، و العمل مستقبلاً على إجراء المعاملات المالية، والانخراط المدني الرقمي².

5-مواقع التواصل الاجتماعي وإدارة الأزمات:

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي جزء لا يتجزأ من الحياة اليومية للأفراد والجماعات، فهذا الكم الهائل من المستخدمين جعلها حاضرة في كل وقت أثناء الأزمات والكوارث، وكان لهم الدور الفعال للحد منها، باستخدام مختلف الوسائط المتعددة من الفيديوهات والصور الفوتوغرافية وتبادل المعلومات³.

¹. Beatson A, ibid, p01.

². سارة غران كليمان، التعلم الرقمي التربوية والمهارات في العصر الرقمي، الندوة الاستشارية المعنية بالتعلم الرقمي ، معهد كورشام للقيادة الفكرية

2017، ص1: www.rand.org/pubs/permissions

³. Christian Reuter, Amanda Lee Hughes & Marc-André Kaufhold (2018):

Social Media in Crisis Management: An Evaluation and Analysis of Crisis Informatics Research, International Journal of Human-Computer Interaction, DOI: 10.1080/10447318.2018.1427832p01.

وقد استخدمت مواقع التواصل الاجتماعي في جمع ومعالجة البيانات بأشكال مختلفة

- ✓ من المواطنين إلى المواطنين وخلق مجتمعات المساعدة الذاتية.
- ✓ ومن السلطات إلى المواطنين التواصل أثناء الأزمات.
- ✓ من المواطنين إلى السلطات باستخدام المحتوى الذي ينشئه المواطنين.
- ✓ ومن السلطات إلى السلطات في إدارة الأزمات التنظيمية¹، لتحقيق التقارب المعلوماتي واستكشاف مختلف الحالات وإيجاد أفضل الممارسات والأساليب.

6- إشباع العمل التطوعي:

على غرار الزيادة في العملية التنموية: في الحياة الاجتماعية فيشعر الفرد بأنه يقوم بواجب ديني واجتماعي و إنساني مما يخلق الطمأنينة ويسود التماسك والاستقرار، والتأثير في البيئة والعمران فالعمل التطوعي يخلق الشعور بالقوة تجاه الأزمات والكوارث فله إشباع على الفرد و المجتمع والمنظمات² وأهمها :

1.6 الإشباع النفسية:

يحمل الإنسان في نفسه طاقة محايدة فهي تصلح للخير كما تصلح للشر، فالمتطوع أثناء قيامه بالفعل التطوعي تنعكس هذه الإشباع المحققة على الصحة النفسية والرضى النفسي ومن أهمها:

- الإشباع الروحي والديني: بقيام الفرد وممارسته العمل التطوعي في مختلف المجالات يكون قد حقق إشباعاً روحياً من منطلق تعبدية ودينية وهي عبادة من العبادات.
- إشباع الحاجة للإنجاز وتحقيق النجاح: وهي حالة نفسية داخلية تنمو بالإشباع وتضعف بالحرمان.
- إشباع الحاجة إلى الاحترام والتقدير الذاتي: وتحقيق احترام الذات وتقدير الآخرين ، وعدم إشباعها يؤدي إلى الشعور بالنقص والعجز وانهيار العزيمة ويؤدي إلى صراع نفسي.

¹. Christian Reuter,ibid.,p07.09.

². سلمى كوندة، مرجع سابق، ص. ص. 101.102.

فهي تقوم على تنمية التضامن العضوي الذي يكون في المجتمعات المدنية المتحضرة، الذي يزيد تشعبا وتعقيدا ويعتمد على التخصيص والسرعة في التغيير والديناميكية لتحقيق التكامل بين أفراد المجتمع¹.

3.6 الاشباكات التنظيمية في العمل التطوعي:

- الالتفاف حول المنظمة وتقديم الدعم؛
- استقطاب كفاءات وخلق رأس مال اجتماعي يعول عليه؛
- تحقيق أهداف المنظمة؛
- تعزيز دورها داخل المجتمع؛
- الاضطلاع على واقع المهام والبرامج وحتى المعوقات في المنظمات الخيرية.

ثالثا. خصائص التنظيمات الجموعية المتصلة بمواقع التواصل الاجتماعي:

فالمجتمعات المرنة لها القدرة في التعرف على الظروف الاجتماعية للأفراد، وتعبئة الموارد اللازمة والاستجابة لمختلف الأوضاع و الأزمات وذلك من خلال:

1-التنظيم الذاتي:

فهذه الميزات تقوم على المشاركات الإنسانية التي تستقطب المتطوعين المحتملين، بمعنى أن جمع التبرعات تكون على استعدادا أكبر، ومنها يستطيع المتطوعون التعرف على زاوية الهدف والتقرب من الفئة المستهدفة².

والتنظيمات الجموعية تعتمد على مدى انخراط الجمهور وتمويل نفسه بنفسه، وبذلك تكون الجمعيات الخيرية قادرة على إنجاز العمل التطوعي مع مختلف الداعمين المحتملين، وتوفر

1. حسين أحمد وعد الله الطري أحمد إباد سالم، أثر برنامج تربوي في تنمية التضامن الاجتماعي لدى طلاب المرحلة الإعدادية في مدينة الموصل، مجلة آداب الرفادين، سنة 2020، ص401.

² Lauren Davies, **How Social Media Can Address the Opportunities and Challenges Facing Charities, Published in Digital Society**, Nov 13, 2020, https://medium.com/@healthy-wisteria-mule-126?source=post_page----811d7fe4d9-21:54 اطلع عليه بتاريخ 2023/12/16، سا 21:54

الفصل الخامس..... التنمية التطوعية ومعوقاتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي

وسائل التواصل الاجتماعي من جهتها القناة الأولى للمجتمع ومع دخول المجتمع الحديث تحديات المجتمع الرقمي يكون بمقدرتها إيجاد سبل جديدة للتطوع كالتطوع الإلكتروني.

2-زيادة الفرص المتطوعين:

تسمح مواقع التواصل الاجتماعي مثل Facebook، Instagram للجمعيات الخيرية بمشاركة صور "وراء الكواليس" لعملها مع الجمهور والهيئات، مثل المتطوعين في متاجرهم أو الأشخاص الذين يستفيدون من تبرعاتهم.

مثال ذلك : عندما عرض بنك الطعام المركزي في مانشستر تبرعات غير عادية على موقع Instagram الخاص بهم، لقد أوضح "ديفيد لورانس" في صحيفة الغارديان أنه بالإضافة إلى مشاركات الاهتمام الإنساني التي تجذب المتطوعين المحتملين، فإنه ستكون التبرعات أكثر استعدادا إذا تعرف الناس على أهدافهم، وهذه الفكرة يمكن أن تساعد أشخاص آخرين يكونوا قريبين كالعائلة والأصدقاء.

3-سهولة التبرعات:

حسب تقرير تكنولوجيا المنظمات غير الحكومية العالمية لعام 2018 أن 72 % من الجمعيات الخيرية قبلت التبرعات عبر الأنترنت ، فنجد أن مواقع التواصل الاجتماعي تقوم بوضع زر يشير إلى القيام بعملية التبرع، حيث يمكن للجمعيات الخيرية من الاستفادة منه ووضعه تحت التصرف، وهذا ما يسهل عليها الوصول إلى أشخاص يقومون بالتبرع الفوري، وهذا المنشور يكون متاح لهم بمجرد رؤيته ويتواصلون معه، وهو ما يساعد الجمعيات الخيرية من تحقيق استفادة لردود التفاعل العاطفي.

كما يحتوي موقع Facebook أيضا على علامة تبويب تسمح لجمع التبرعات للذين يقومون بجمع التبرعات والأموال، ويمكن الجمعيات الخيرية والتطوعية الارتباط بمتاجرها عبر الأنترنت ، حيث نجد أن صفحة "أوكس فام" على موقع فيسبوك في أعلى قسم للمتجر، مما يسهل على

الجمهور التصفح والشراء، حيث تسمح للجمعيات الخيرية بالتواصل مع مختلف الداعمين لها وأيضا المستفيدين منها بطريقة مباشرة.

كما يمكن لوسائل التواصل الاجتماعي أن تكون أكثر جاذبية من الطرق الكلاسيكية عبر البريد الإلكتروني وعبر الرسائل الإخبارية، حيث تمكن الأشخاص المتفاعلين من التعليقات والإجابة بالرسائل والعلامات، إذ يقترح "ديفيد لورانس" أن مواقع التواصل الاجتماعي تسمح لك بالدخول في حوارات ثنائية الاتجاه والتفاعل مع مختلف المؤيدين وجها لوجه، فعلى سبيل المثال سمح حساب مؤسسة "كلير" على التويبر فرصة للتحدث عن مركزها الخيرية وفوائد الإقامة فيها، وتمكن الأخير من التفاعل مع المستأجرين المحتملين حيث سمحت وسائل التواصل الاجتماعي بالتواصل إلى الوصول إلى الذين يحاولون مساعدتهم.

4- تعدد مصدر موثوق للأخبار والمعلومات:

حيث تشرح "سيسيليا دومينيسي" رئيسة وسائل التواصل الاجتماعي والأخبار والمحتوى في أبحاث السرطان في المملكة المتحدة، "إنهم كانوا يريدون أن يثق الجمهور في أبحاث السرطان في المملكة المتحدة كمصدر موثوق للمعلومات، وذلك من خلال توفير مختلف التحليلات والأخبار الحالية عبر مجموعة من المنصات الرقمية¹، فسمحت وسائل التواصل الاجتماعي للجمعيات الخيرية بمشاركة المعلومات والقيام بالتحديثات مع مجموعة واسعة من الأشخاص، وكذلك مخاطبة الأفراد الذين قد لا يستعملون مصادر الأخبار التقليدية، أين تمكن للجمعيات الخيرية من الاستجابة للأحداث أو تحليلها أو الإبلاغ عنها من منظورها الخاص وتبادل خبراتها، مع زيادة الوعي بالقضايا أيضا.

5- الوقوف على نوعية الأخبار والتحقق من المعلومات المضللة:

¹ Icône de Web mondial Springer® **Charity Social Media Marketing and Its Influence** on

Charity <https://link.springer.com/article/10.1007/s11266-021-00426-7>

<https://www.bing.com/search?pglt=43&q=Media+Cell+in+Charities&cvid=16ce3b4c3c0d48d88755599786d7715&gs>

الفصل الخامس..... التنمية التطوعية ومعوقاتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي

إن جمهور وسائل التواصل الاجتماعي يقدر حقيقة المحتوى الحقيقي، فهي توفر المصدر الموثوق للمعلومات وتضمن للجمعيات الخيرية سلامة مخرجاتها و عدم تحريفها وتزييفها.

6-محتويات قصيرة وسريعة الاستيعاب:

نجد المنصات الرقمية مثلا Tiktok التي تقيد مستخدميها من ستين ثانية، أو 280 حرفا على Twitter، حيث يقول " دومينيسي " عن Instagram أن المنخرطين التابعين لهم كانوا منخرطين في محتوى قصير وسريع الهضم والتقبل، كما توفر وسائل التواصل فرصة تخزين المعلومات في شرائح صغيرة الحجم.

7-الديمومة في العمل:

من المعروف أن الجمعيات الخيرية لها ساعات عمل تنشط وقتها، وهذا الوقت محدود وليس متاح للجمهور، في حين تكون وسائل التواصل الاجتماعي متاحة أربعة وعشرون ساعة على مدار سبعة أيام مما يوفر للجمهور فرصة التفاعل خارج مجال الساعات التقليدية، كما تمكن للأشخاص الذين لا يستطيعون الذهاب إلى مقر الجمعيات من التبرع عن بعد.

8-الوصول إلى الفئات الكبيرة السن والصغيرة والتواصل مع الجميع:

في عام 2014 استخدم الصندوق العالمي للطبيعة تطبيق Snapchat وهو تطبيق يضم صغار السن من 15 إلى 25 عام الذي كان الهدف منه أن يضم الحيوانات المهددة بالانقراض من خلال وضع رسالة "لا تدع هذا يكون #LastSelfie"، وفي نحو ثلاثة أيام استطاعت المنظمة من تحقيق المشاركة باستخدام صور السيلفي¹.

فالتغيرات السوسيوإتصالية للعلاقات الاجتماعية في البيئة الرقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي سمحت إلى ظهور روافد وروابط إتصالية جديدة²، بتشكل مجتمعات تضاهي المجتمعات على

¹. Icône de Web mondial Springer , ibid.

². محمد يحيوي، براهيمية صونية، التحولات السوسيوإتصالية وتشكل العلاقات الافتراضية في الفضاء الافتراضي، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، المجلد 8 العدد 3 سبتمبر 2023.

ارض الواقع وتفوقها حجما وتشعبا في تبادل الأفكار و عمليات التفاعل، التي تتكون مع أشخاص تربطهم خصائص متشابهة كالمهنة الحرفة الهواية والتوجه وغيرها، فزيادة في التفاعلات القائمة بينهم أدى مع الوقت إلى الالتزام والائتلاف الاجتماعي في تقوية الروابط الاجتماعية ومن ثم تنميط الأذواق الثقافية وتقاربها¹.

رابعاً. معوقات العمل التطوعي:

يشكل التطوع دوراً هاماً في تحقيق ما تعجز عنه الدولة وهو الجانب الأهم في تحقيق التنمية الشاملة في جميع مجالات الحياة، ولكن القيام بالعميلة التطوعية تعثرها الكثير من المعوقات منها على مستوى الفرد الناجمة عن الفروق الفردية²، ومنها المعوقات المتعلقة بالجمعية وتنظيمها وتسييرها ومنها المعوقات المالية والقانونية³، ومنها المعوقات الخارجية المتعلقة بالمجتمع وثقافته، ومن أهم المعوقات نجد:

1-معوقات على المستوى الفردي:

- في سعي الفرد نحو تلبية حاجاته الخاصة وترجيح المصالح الشخصية.
- ضعف الدافعية للعمل للمشاركة التطوعية، والالتزامات الأسرية والمهنية والسعي وراء لقمة العيش وعدم التوفيق بينهم.
- الخوف من الالتزام والمداومة في العمل التطوعي مما ينعكس عليه بعدم الجدية.
- نقص في المشاركة النسوية مقارنة بعدد الذكور.
- انعدام الخبرة القانونية للممارسة النشاطات الجموعية والاكتفاء بالعمل الروتيني المستند إلى العادات والتقاليد.
- نقص الوازع الديني في عملية التكافل الجماعي.
- الخوف من الإهمال العائلي والتفريط في المصالح الخاصة.

¹ عبد الحي حباشنة، الدليل التدريبي للأحزاب السياسية الأردنية. عمان الأردن: مركز القدس للدراسات السياسية، 2015، ص79.

² رويم فائز مهيري بلخير، معوقات الاتصال التنظيمي في المؤسسات المهنية، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية و الاجتماعية، عدد 3، رقم 3، 2010/01/12، ص 287.

³ مرجع سابق، ص84.

- الوضع المادي للفرد من تدني المستوى المعيشي والمستوى التعليمي والجهل لناشطي المنظمات.

- النظرة السلبية تجاه الجمعيات والمؤسسات الخيرية.

2- معوقات متعلقة بالجمعية (التنظيم):

- غياب التسيير الإداري المنظم والفعال للمورد البشري¹.

- غياب صورة إعلامية عن المنظمة.

- غياب التنسيق داخل المنظمات كتنظيم، وبينها وبين التنظيمات الأخرى من الجمعيات والهيئات الحكومية.

وجود قوانين غير ملائمة في العمل الجمعي، كالرجوع في كل نشاط إلى ترخيص إداري أو

آليات الرقابة المفروضة، أو طول مدة الإجراءات القانونية.

- الاختلال في تحديد الأدوار لباقي الأعضاء والاعتماد على أشخاص محددين.

- الانكماش والخوف من التوسع التطوير.

- ضبابية الأهداف وعدم وضوحها، مما يؤدي إلى التداخل في الأهداف ووجود صراعات بين الأعضاء، أو وضع أهداف غير قابلة لتحقيق مما يشعرهم باليأس.

- نقص في المجال التخطيط والافتقار إلى قاعدة بيانات.

- نقص في الإمكانيات المادية والتجهيزات التكنو اتصالية.

- ضعف المؤهلات البشرية، وعدم الالتزام الحضورى والصراعات الشخصية.

- عدم تامين الجهود المبذولة وغياب ثقافة التحفيز المادية أو المعنوية للناشطين.

- عدم وجود قواعد بيانية لمنظمات المجتمع المدني بصفة عامة؛ والجمعيات الخيرية بصفة خاصة².

¹. سلمى كوند، مرجع سابق، ص. 102.

². راشد بن سليمان الفهري وآخرون، بدائل استراتيجية لتفعيل العمل التطوعي لدى الشباب في المجتمع العماني باستخدام أسلوب التحليل الرباعي (swot)، مجلة الدراسات التربوية والنفسية، جامعة السلطان قابوس، مجلد 14 عدد 1 يناير 2020، ص 11.

كما أن حجم الجمعية يلعب دورا كبير في مدى نجاحها لأنه كلما صغر حجم الجمعية تداخلت المهام وضعف الاتصال المجتمعي، والاعتماد على أنماط اتصالية غير مناسبة¹.

التشتت في الطاقات وتضييع الأهداف، والنقد الهدام .

قصور الرؤية الاستراتيجية و ضعف التخطيط على المدى البعيد.

معوقات الهيكلية الإدارية والتضارب في المصالح.

انعدام الاستثمار و تدخل الدولة في نشاطاتها .

انعدام الشفافية، وغياب روح الفريق².

ومنها أيضا معوقات متعلقة بالجانب السياسي حيث تطرح الجمعيات الخيرية إشكالية التبعية السياسية مما يجعلها مقيدة وتابعة وكل جمعية محسوبة على حزب سياسي معين بصفة علنية أو ضمنية³.

3-معوقات متعلقة بالمجتمع:

ترجع المعوقات المتعلقة بالمجتمع إلى الثقافة المجتمعية السائدة، من تصورات سلبية عن الجمعيات وتبعيتها لخدمة المصالح الشخصية والحزبية، كما أن غياب مؤسسات التنشئة الاجتماعية في زرع فكرة التطوع في المدارس والجامعات وداخل الأسر والعائلات و غياب المشاركة المجتمعية يمكن رصد هذه المعوقات في:

- ضعف التفاعل الاجتماعي والإشاعات.
- نقص الوعي بأهمية العمل التطوعي في تحقيق التنمية الاجتماعية⁴.
- ضعف الثقة بين المجتمع والجمعيات الخيرية.

¹ مجدي محمد مصطفى عبد ربه، التحديات الإدارية التي تواجه الجمعيات الخيرية وسبل مواجهتها دراسة تطبيقية على عينة من الجمعيات الخيرية في سلطنة عمان، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة السلطان قابوس، المجلد 2، العدد 5، 2014، ص29، ص30.

² بوخونوف ياقوت، الحركة الجمعوية والعمل التضامني بالجزائر، دراسة ميدانية لبعض الجمعيات بمدينة سطيف، لنيل شهادة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية سطيف 2 سنة 2016-2017 .

³ عمار نوي، مرجع سابق، ص145.

⁴ مرجع نفسه، ص ص. 84.85.

- النظرة التشارؤية لقلة ما يقدمه الفرد مقابل حجم المشاكل المجتمعية المطروحة.
- الاعتماد على ثقافة التضامن الآلي غياب ثقافة وجود تضامن عضوي، ووجود أفراد انتهازيين يسعون للحصول على استفادات غير مستحقة، ووجود فئات كبيرة تطالب بالمساعدات وعدم قدرة الجمعيات على تلبيةها.
- التنشئة الاجتماعية في غالبيتها لا تعمل على ترسيخ العمل التطوعي ونقص المشاركة في تحمل المسؤولية.

- ضعف ثقافة التطوع وإرجاع اللوم على الدولة فقط في عدم التكفل بالفئات المحتاجة، وإسقاط المسؤولية عنهم.

خامساً . تحديات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التنمية التطوعية:

على الرغم من ارتباط مفهوم التنمية في بدايته بالتنظيم الاقتصادي، و نقل المجتمع من حالة إلى حالة أفضل ومن نمط إلى نمط آخر أكثر تقدماً، فمن الناحية الاجتماعية والحضارية فهي تعني التنمية البشرية والثقافية، وتتطلب إحداث تغييرات جوهرية في الفعل والسلوك، وفي الآراء والاتجاهات وحتى القيم وأنماط التفكير والتخلص من التبعية والانقياد¹. كما تعني الزيادة في التنمية الاقتصادية والتنمية الاجتماعية، و تشمل المجالات المتعلقة بالقدرات والأنشطة الإنسانية².

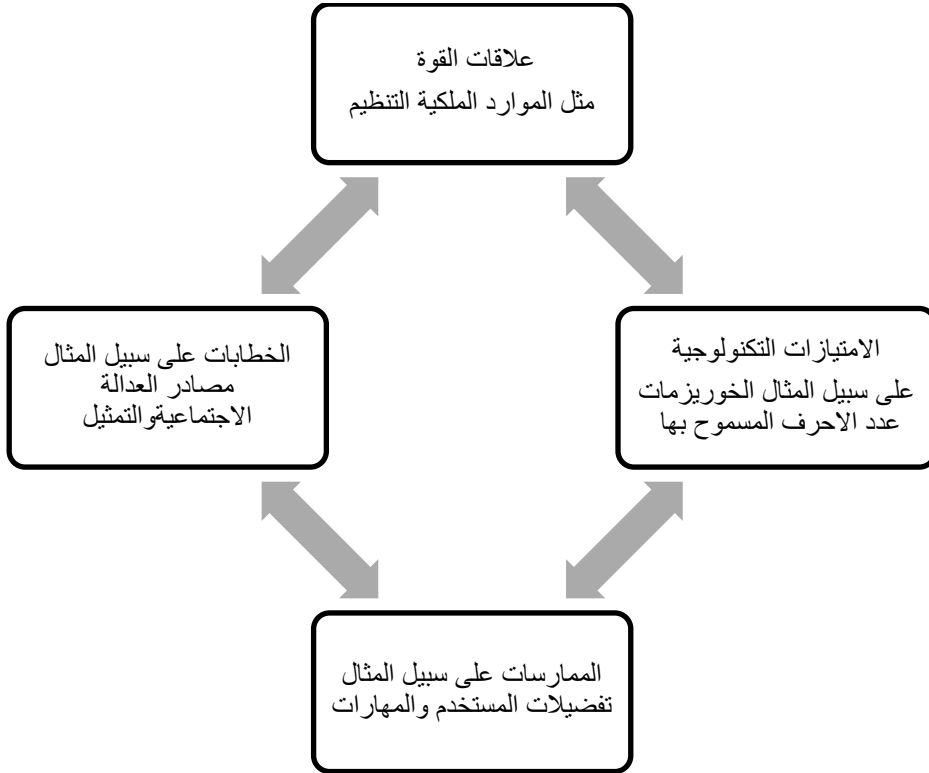
فما لشك فيه أن العمليات الاتصالية التي تتم داخل التنظيمات الحديثة لا تخلو من صعوبات تحول عن تحقيق الأهداف المرجوة، وهو ما يؤثر سلباً على سير الحسن لها، فالاتصالات الرقمية واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي تتطلب عدة تغييرات بنيوية ووظيفية، فالمجتمع الحديث يقوم على ثلاثة مبادئ أساسية في أن يكون القضاء ذا استقلالية ونزاهة ، وتكون الصحافة ذات حرية واستقلالية و يكون المجتمع المدني ذا قوة وفعالية³، فعلى غرار هذه التنظيمات الإدارية فإن التنظيمات الجموعية ترفع أيضاً تحديات عديدة منها:

¹سويقات لبنى، الإعلام المحلي وابعاده التنموية في المجتمع -دراسة وصفية تحليلية للخطاب الإعلامي، إذاعة ورقلة نموذجاً، رسالة ماجستير علوم الإعلام والاتصال جامعة وهران، سنة 2010.2009، ص23.

² نصيرة سالم، التنمية المحلية واشكالها البيئية، دراسة ميدانية لآراء الفاعلين المحليين للتنمية المستدامة بولاية بسكرة، أطروحة دكتوراه العلوم علم اجتماع البيئة جامعة بسكرة، سنة 2015-2016، ص11

³. عزام محمد الجميلي، مرجع سابق، ص88.

- التقدير الذاتي على إعطاء الصورة السلوكية اللازمة للعمل الجماعي.
- المرونة في عمليات التغيير الإيجابي.
- استخدام التكنولوجيا المناسبة من خلال الإحاطة بالمهام المنوطة¹.
- التنظيم اليومي داخل التنظيمات
- الاتصالات المتمحورة حول الوسائط.
- النضال من أجل التعبئة الجماهيرية من أجل التغيير المنهجي
- وقد وضع canry نموذج لتحليلات الوسائط الاجتماعية الذي يمكن من أن يكون قابلا لتحليل المشاركة المدنية².
- السلطة ومعوقات الرؤية من جمهور أوسع وذلك، فهم علاقات القوة، الممارسات، الخطابات



الشكل رقم (07) نموذج canry لتحليل المشاركة المدنية ووسائل التواصل الاجتماعي

العمل على إيجاد أليات لتكوين الموارد البشرية لاسيما منهم القادة.

1. طارق عبد الرؤوف، التعليم الإلكتروني والتعليم الافتراضي، ط 1، المجموعة العربية للتدريب والنشر، القاهرة، مصر، سنة 2015، ص145.

2. Uldam, J., Kaun, A Theorizing civic **engagement and social media: the case of the "refugee crisis" and volunteer organizing in Sweden**. (2019).

-تبادل قادة منظمات المجتمع المدني الخبرات والآراء¹

التنسيق الاتصالي مع الجمعيات الأخرى وفتح مجالات وفضاءات للمناقشة وطرح الأفكار والآراء.

زرع ثقة متبادلة بين كل من الأطراف الفاعلة الناشطون والمتطوعون والمستفيدون²

إيجاد قاعدة رقمية لمتابعة ومسايرة الأحداث وإحصاء المستفيدين ووضع بطاقات رقمية بين مختلف التنظيمات الجمعوية.

نشر ثقافة الوعي التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي وفي مؤسسات التنشئة الاجتماعية التفاعل المستمر مع أعضاء الشبكة، مما يساعد في عملية التواصل المستمر بين المواقع الأخرى و يساعدها على النمو والتأثير³.

و من العوامل الأساسية وراء استدامة عمل المنظمات غير الحكومية، التشبيك في تعزيز الأداء الديمقراطي وتفعيل الدور التنموي، ومن ثم تنمية المنظمات غير الحكومية تعزيز السلامة المجتمعية والبقاء بأمان⁴.

البناء والوفاق والائتلافات⁵.

إتاحة المعلومات ونشرها⁶.

تعزيز الثقافة الشعبية والديمقراطية (AUTHRIZED 2014.P43)

فعند قيام المتطوع بواجب ديني واجتماعي وإنساني يعمل على التماسك الاجتماعي، ويشعر بالطمأنينة⁷.

¹ يوبي أر إنفو، ملخص المجتمع المدني دليل شامل لمنظمات المجتمع المدني المشاركة في الاستعراض الدوري الشامل. جنيف سويسرا، 2017.ص42.

² مجدي محمد مصطفى عبد ربه، مرجع سابق، ص41.

³ عبد العالي دعاء، دليل ماذا نعرف عن بناء التحالفات، مصر: طبع في مصر بواسطة برانت للدعاية والاعلان، 2016، ص13.

⁴ Saving lives, changing minds. **Volunteers, Stay Safe!A security guide for volunteers.** Geneva, © International Federation of Red Cross and Red Crescent Societies,, 2012,p02.

⁵ ناجي كي حنا، مرجع سابق، ص556.

⁶ مؤسسة فريديش، مرجع سابق، ص33.

⁷ رنزة محمد، مرجع سابق، ص133.

خلاصة :

يتضح مما سبق أن التغيرات السوسيواتصالية لمنظمات المجتمع المدني قد فرضت بيئة جديدة لتتسط فيها، فلم يعد الفضاء الاجتماعي في تحقيق التنمية التطوعية يقتصر على المجال الاتصالي التقليدي ، فمواقع التواصل الاجتماعي أصبحت السمة البارزة في الحياة الاتصالية، فقد تعددت استخداماتها إلى أبعاد أخرى، كالتضامن الرقمي والتعبئة الاجتماعية الرقمية، والقدرة على إدارة الأزمات والمخاطر، غير أنها لا تخلو من الكثير من المعوقات والعقبات التي تحول دون إحداث تنمية تطوعية، والتي تفرض تحديات في فهم البيئة الاتصالية الجديدة للوصول إلى ثقافة المجتمع المرن، فالتنمية التطوعية تتطلب تضافر جهود الأطراف الفاعلة بداية من الفرد وتطلعاته ، والجمعيات وتنظيمها وصناع القرار و سياساتهم، والتطلع على ما يحتاجه المجتمع، والعمل على فتح حوار المناقشة والمشاركة حول الأهداف المسطرة والتي يمكن تجسيدها على أرض الواقع، كما أن ضعف وسائل الإعلام والاتصال في المجتمع يرجع بنسبة كبيرة إلى تقهقر المجتمع المدني.

الفصل السادس

الإجراءات المنهجية للدراسة

تمهيد

أولا. مجالات الدراسة

1-المجال الجغرافي

2-المجال البشري

2-1 عينة الدراسة

3-المجال الزمني

ثانيا. منهج الدراسة

1-أسباب اختيار المنهج

2-المنهج الوصفي

3-كيفية توظيف المنهج الوصفي في الدراسة

ثالثا. أدوات جمع البيانات

1-الملاحظة

2-المقابلة

3-الاستمارة

4-الوثائق والسجلات

رابعا.أساليب المعالجة الإحصائية

خلاصة

تمهيد:

يعدّ الجانب التطبيقي الميداني ذا أهمية بالغة في الإجابة على تساؤلات الدراسة والوقوف على مدى صحة الفرضيات، كما تشكل البيانات والدقة في جمعها من مصداقية البحث ككل، ويعد المنهج المتبع وأدوات البحث في جمع البيانات الوسيلة الأنسب، كما تعد مهارات الباحث والقدرة على التحليل والاستنباط عامل مهم لمفتاح الدراسة.

في هذا المحور نتطرق إلى منهجية الدراسة بداية من التعريف بمجال الدراسة المكاني والزمني والبشري إلى التعرف على المنهج المتبع وأدوات جمع البيانات والعينة نوعها وحجمها.

أولاً: مجالات الدراسة:

1. المجال الجغرافي:

يقدر عدد سكان ولاية برج بوعريريج بـ: 1,001469 نسمة، وتتربع على مساحة إجمالية قدرها بـ: 3920,42 كلم مربع أي 600/1 من المساحة الإجمالية للوطن¹، تحدها شرقاً ولاية سطيف، غرباً ولاية البويرة وشمالاً ولاية بجاية وجنوباً ولاية المسيلة.

1.1 التعريف بميدان الدراسة:

ولاية برج بوعريريج تقع في الشرق الجزائري، تعدّ من ولايات الهضاب العليا الشرقية، وقد انبثقت هذه الولاية عن التقسيم الإداري لسنة 1984، وهي مقسمة إدارياً إلى عشرة (10) دوائر وأربعة وثلاثون (34) بلدية.

¹ قائمة دوائر ولاية برج بوعريريج <https://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%88%D9%84%D8%A7%D9%8A%D8%A9> .
اطلع عليه بتاريخ 2022/10/14 على الساعة 21:00

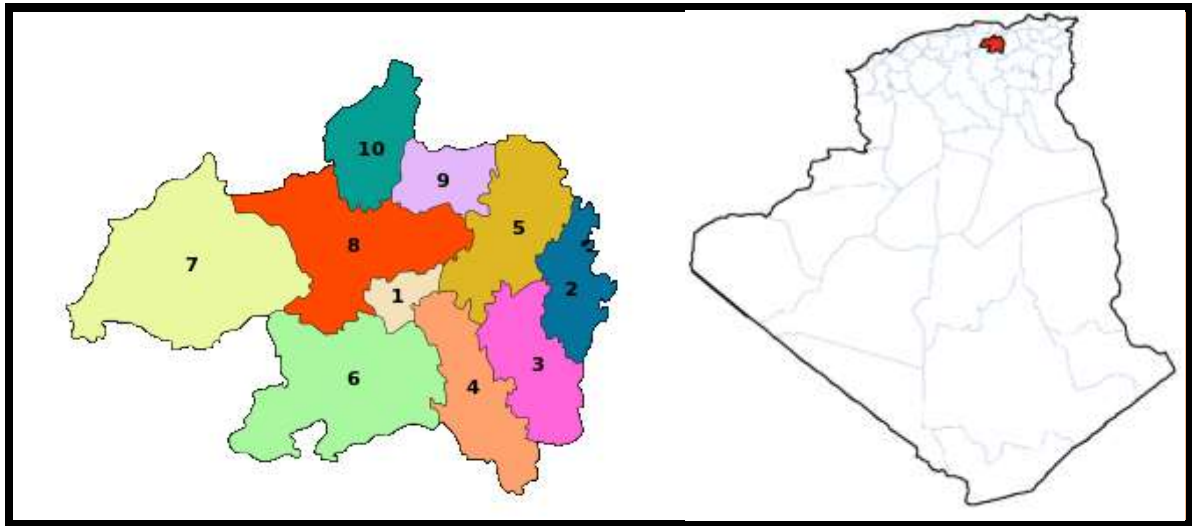
تضم وحدات اقتصادية وصناعية هامة، خاصة في إطار عملية الخصخصة واقتصاد السوق، وهي ذات موقع استراتيجي مهم أصبحت الولاية قبلة لبعض الشركات الأجنبية قصد الاستثمار، خاصة في ميدان الصناعات الإلكترونية والكهرو منزلية¹.

وتسمى بعاصمة الإلكترونيك، سمحت التكنولوجيا الحديثة لاسيما في مجال الاتصال من صناعة الهواتف الذكية وأجهزة الإعلام الآلي من تعزيز الاتصال الافتراضي بين الأفراد والتنظيمات الحكومية وغير الحكومية من منظمات المجتمع المدني والجمعيات.

2.1 لمحة تاريخية عن الولاية:

مدينة برج بوعرييج تسمى بعاصمة البيبان يعود تأسيسها إلى القرن السادس عشر وبالضبط سنة 1552 عندما حل بها القائد العثماني (محمد حسن باشا)، واتخذ منها برجا عسكريا ثم بدأت تتوافد على المنطقة القبائل المجاورة، وبدأت المدينة في الظهور، بالرغم أن بعض الدراسات أظهرت أن الجذور للمدينة غارقة في أيام العصر الروماني وحتى العصر الحجري².

شكل رقم (08) ولاية برج بوعرييج حسب دوائرها



¹https://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%88%D9%84%D8%A7%D9%8A%D8%A9_%D8%A8%D8%B1

اطلع عليه بتاريخ 2022/10/14 الساعة 21:00

²<https://ar.wikipedia.org/op.cit>, 21:00 على الساعة 2022/10/14 بتاريخ

جدول رقم (01) قائمة الدوائر الاقليمية وبلدياتها:

الرقم	الدوائر الإدارية	البلديات التابع لها
1	دائرة برج بوعريرج	برج بوعريرج
2	دائرة عين تاغروت	عين تاغروت ، تكستار
3	دائرة رأس الوادي	رأس الوادي ، عين تسرة ، أولاد ابراهم
4	دائرة برج الغدير	برج الغدير ، تغلعت ، غيلاسة ، بليمور ، العناصر
5	دائرة بئر قصد علي	بئر قصد علي ، خليل (مغني) ، سيدي امبارك
6	دائرة الحمادية	الحمادية ، الرابطة ، العش ، القصور
7	المنصورة	المنصورة ، أولاد سيدي إبراهيم ، المهير ، بن داود ، حرازة
8	دائرة مجانة	مجانة ، ثنية النصر ، حسناوة ، اليشير
9	دائرة برج زمورة	برج زمورة ، أولاد دحمان ، تاسمرت
10	دائرة الجعافرة	الجعافرة ، القلة ، تفرق ، الماين

المرجع: ¹

2. المجال البشري:

يتمثل المجال البشري مجموعة من الأفراد الفاعلين على مستوى الجمعيات الخيرية النشطة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بمدينة برج بوعريرج من رؤساء جمعيات أو أعضاء منخرطين في المجال التطوعي و بعض الفاعلين من الإداريين.

اطلع عليه بتاريخ 2022/10/14 <https://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%88%D9%84%D8%A7%D9%8A%D8%A9> على الساعة 21:00

1.2 عينة الدراسة:

وهي المجتمع الذي تجمع منه البيانات الميدانية، وهي جزء من المجتمع الأصلي، يلجأ الباحث لاستخدام أسلوب العينة في استحالة دراسة جميع أفراد المجتمع، وعندما يكون هناك تجانس في مجتمع البحث،¹ وتم اختيار العينة بطريقة قصدية من الجمعيات الخيرية النشطة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

وتعد اختبار لعدد قليل نسبياً من أفراد المجتمع الأصلي، وذلك للحصول على بيانات مماثلة للمجتمع كله.²

ولاختيار العينة من الجمعيات لابد من مبادئ يجب مراعاتها هي:

✓ أن تكون من الجمعيات الخيرية النشطة عبر مواقع التواصل الاجتماعي لمدينة برج بوعريريج.

✓ أن تكون الجمعية لها صفحة نشطة عبر مواقع التواصل الاجتماعي كالفيس بوك، الأنستغرام أو غيرها في الفترة الحالية.

✓ أن تكون الجمعية تقع داخل الحدود الجغرافية لمدينة برج بوعريريج.

✓ أن تكون ذات طابع خيري اجتماعي مثلاً تنشط في المجال الاجتماعي، صحي، بيئي، رعاية... الخ

✓ أن تكون الجمعية معتمدة ولها مقر.

لاختيار العينة من الأفراد لابد من مبادئ يجب مراعاتها هي:

يجب أن تكون منتظمة وموضوعية.

¹رشيد زرواتي ، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية ، الطبعة 1، درا هومة للطبع ،الجزائر ،سنة 2002 ،ص192.

²سوتير يوس سارانناكوس ، البحث الاجتماعي ، ترجمة شحدة فارغ، الطبعة 1، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت لبنان ، سنة 2017، ص292

1. أن تكون وحداتها واضحة وسهلة التعريف والتحديد.
2. أن تكون وحداتها مستقلة بعضها عن بعض، وموحدة وبالحجم نفسه وأن تظهر مرة واحدة في المجتمع.
3. لا يمكن بأي حال استبدال واحدة بأخرى، واستخدام الوحدات نفسها في الدراسة. عدم استبعاد الوحدات بعد الاختيار.
4. أن تخضع عملية الاختيار على معايير سليمة، وتجنب في ذلك التحيز و الأخطاء¹.
ويتمتع تصميم العينة وفقا لموضوع البحث.

جدول رقم (02) الجمعيات الخيرية عينة الدراسة وصفحاتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الجمعية	اختصاص الجمعية	الشعار	عدد المتابعين الفاييس بوك
1	جمعية جزائر الخير	خيرية، اجتماعية	22k
2	جمعية كافل اليتيم	خيرية، اجتماعية	7.8k
3	جمعية الإرشاد والإصلاح	خيرية، اجتماعية	3.2k
4	جمعية البلسم للمرأة والطفل	خيرية، رعاية	2.8k
5	جمعية التراحم	خيرية، اجتماعية	758
6	جمعية الإحسان الاجتماعية الخيرية	خيرية، صحية	1.3k
7	جمعية مرض السكري	خيرية، صحية	1.9k

¹. مرجع نفسه، ص294.

4.2k		خيرية رعاية أمومة	جمعية أماني	
45k		خيرية، صحية	جمعية القلوب الطيبة	9
43 k		خيرية، بيئية	جمعية أصدقاء البيئة	10

المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي

3. المجال الزمني:

بعد ضبط عنوان الأطروحة بدأت رحلة البحث العلمي والدراسة الميدانية، وذلك تزمناً مع بداية الجانب النظري بواسطة عدة خطوات من أجل التعرف أكثر على ميدان الدراسة المتمثل في الجمعيات الخيرية النشطة في مواقع التواصل الاجتماعي، بالتوجه نحو الهيئات الإدارية المعنية التي تضم مختلف منظمات المجتمع المدني عامة وتضم مجموع الجمعيات الخيرية للتعرف على جميع جمعيات الولاية.

1.3 المرحلة الأولى. المرحلة الاستطلاعية:

مرحلة الاتصال بالهيئات الإدارية وجمع إحصائيات عن الجمعيات الخيرية لولاية برج بوعريرج:

✚ مقر مديرية التضامن و النشاط الاجتماعي لولاية برج بوعريرج:

بتاريخ: 2022/10/02، تم الاتصال بمكتب الشؤون التنظيمية بمديرية النشاط الاجتماعي، وتم الحصول على قائمة للجمعيات النشطة، التي كان عددها 51 جمعية منها 1 وطنية و 9 ولائية و 41 بلدية حسب ما في الملحق رقم: 4 المتعلق بالجمعيات الخيرية النشطة في مديرية التضامن النشاط الاجتماعي.

✚ مقر ولاية برج بوعريرج:

بتاريخ: 2022/10/03، على الساعة 09:00 صباحاً تم مقابلة مديرة الإدارة المحلية لطلب اذن بأخذ إحصائيات عن الجمعيات الولائية، ومقابلة رئيس مكتب المجتمع المدني والجمعيات

على الساعة 10:15 و الحصول على إحصائيات لعدد الجمعيات الولائية، التي كان عددها 170 جمعية ولائية منها 7 جمعيات منتهية الأجل ب5 سنوات و 11 جمعية لم تجدد ملفاتها

حسب ما في الملحق رقم: 5 المتعلق بالجمعيات الخيرية الولائية في ولاية برج بوعريريج
✚ مقر بلدية برج بوعريريج:

بتاريخ: 2022/10/10 تم الاتصال برئيس مكتب شؤون المجتمع المدني ببلدية برج بوعريريج من أجل الحصول على إحصائيات الجمعيات البلدية التي كان عددها 370 جمعية بلدية. وفقا للملحق رقم: 6 المتعلق بالجمعيات الخيرية البلدية التابعة لبلدية برج بوعريريج.
2.3 المرحلة الاستطلاعية الثانية على الجمعيات الخيرية :

✚ جمعية مرضى السكري:

✚ بتاريخ 2023/07/25 مقابلة رئيس جمعية مرض السكري ونائبه التعرف على سير الجمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي 09:00 إلى 10:00

✚ جمعية التراحم:

مقابلة بتاريخ 2023/07/25 مع رئيسة جمعية التراحم 09:00 إلى 10:00 التعرف على سير الجمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

✚ جمعية كافل اليتيم:

مقابلة بتاريخ 2023/07/26 من 9:30 إلى الساعة 10:00 والرجوع بعد 20 يوم لتوزيع 15 استمارة.

✚ جمعية أماني:

بتاريخ 2023/08/15 من الساعة 11:30 إلى الساعة 12:30 مقابلة رئيسة الجمعية وتوزيع الاستمارات 15 يوم.

✚ جزائر الخير:

الاتصال برئيس الجمعية من أجل التعرف على الجمعية وتوزيع الاستمارات 2023/09/07
✚ جمعية الإرشاد والإصلاح :

جمعية بلدية يوم: 2023/09/07 مقابلة مع نائب رئيس الجمعية والأعضاء التعرف على الجمعية وتوزيع الاستمارات وعددها 15.

جمعية البلم للمرأة والطفل:

يوم: 2023/09/12 مقابلة مع رئيس الجمعية والتعرف على سير الجمعية وعبر مواقع التواصل الاجتماعي وتم توزيع 15 استمارة

جمعية أصدقاء البيئة:

يوم 2023/09/15 مقابلة مع بأحد الأعضاء والتعرف على الجمعية ونشاطها.

3.3 المرحلة الثالثة النهائية: توزيع الاستبيانات واسترجاعها:

جمعية البلم للمرأة والطفل:

مقابلة بتاريخ: 2023/10/22 على الساعة: 09:00 - 10:30 مع رئيسة الجمعية تم توزيع 15 استمارة واسترجاعها بعد مدة 15 يوم من ذلك.

جمعية الإرشاد والإصلاح الجزائري:

مقابلة بتاريخ: 2023/10/22 على الساعة: 11:00 - 12:10 مع نائب رئيس الجمعية تم توزيع 15 استمارة واسترجاعها بعد مدة 15 يوم

جمعية التراحم:

مقابلة بتاريخ: 2023/10/26 على الساعة: 10:45 إلى 12:00 مع رئيسة الجمعية والنائب الأول لرئيس الجمعية تم توزيع 15 استمارة واسترجاعها بعد مدة 15 يوم

جمعية جزائر الخير: مقابلة رئيس جمعية جزائر الخير 2023/09/07 مقابلة عن طريق الهاتف من 09:00 إلى 09:15، تم توزيع 15 استمارة واسترجاعها بعد مدة 20 يوم

جمعية الإحسان الاجتماعية والخيرية:

مقابلة بتاريخ: 30 أكتوبر 2023 من 13:15 إلى غاية الساعة: 14:45 مع رئيس الجمعية تم توزيع 15 استمارة واسترجاعها بعد مدة 10 يوم.

مقابلة رئيس جمعية كافل اليتيم:

مقابلة بتاريخ: 2023 /11/04 من 11:00 إلى غاية الساعة: 11:45 مع رئيس الجمعية،

تم توزيع 15 استمارة واسترجاعها بعد مدة 20 يوم

✚ . جمعية أماني:

مقابلة رئيسة جمعية أماني بتاريخ 2023/08/15 من الساعة 11:30 إلى الساعة 12:30 تم

توزيع 15 استمارة واسترجاعها بعد أسبوعين

✚ مقابلة نائب رئيس جمعية مرضى السكري:

مقابلة نائب رئيس الجمعية:

مقابلة بتاريخ 2023/11/04 من الساعة 09:30 إلى الساعة 10:15 و توزيع 15 استمارة

واسترجاعها بعد مدة 15 يوم.

✚ مقابلة رئيس جمعية القلوب الطيبة:

✚ مقابلة بتاريخ: 2023/12/23 من الساعة 14:00 إلى غاية الساعة 15:00 مع رئيس

الجمعية، تم توزيع 15 استمارة واسترجاعها بعد مدة أسبوع

✚ جمعية أصدقاء البيئة مقابلة مع مكلف بالإعلام بالجمعية بتاريخ 2023/10/03 على

الساعة 18:30 إلى غاية الساعة 18:50 وتوزيع 15 استمارة وعدم التمكن من استرجاعها.

✚ مقابلة رئيس مصلحة شؤون المجتمع المدني بولاية برج بوعريريج: يوم: 05-10-2022 على

الساعة: 09:35 إلى 10:30

✚ . مقابلة مع عضو مجلس ولائي ومكلف بالنشاط الجمعوي بمديرية النشاط الاجتماعي

يوم: 11-12-2023: 10:15 إلى 11:30 تقديم نظرة شاملة عن نشاط الجمعيات الخيرية

عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

ثانيا: منهج الدراسة:

يضم المنهج مجموعة من الخطوات المنظمة، التي يلتزم بها الباحث من أجل الوصول

إلى نتائج مسطرة، وقد عرفه محمد طلعت "على انه وسيلة يمكن الوصول بها إلى الحقيقة"¹.

تدخل الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، التي يعتمد فيها الباحث على جمع الحقائق والبيانات

واستخلاص دلائلها وفقا لأهداف الدراسة.

¹. مريم ناريمان نومار، مرجع سابق، ص13.

والدراسات الوصفية تقوم على دراسة حقائق متعلقة بالظاهرة.

فالمنهج الوصفي هو من أساليب التحليل المركز على بيانات كافية ودقيقة، خلال مدة زمنية معينة بغرض الحصول على نتائج علمية وفق منهجية صحيحة ومضبوطة، حيث يعد الوصف ركنا من أسس البحث العلمي.¹

وقد اعتمدنا في دراستنا في ثقافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية وتعزيز العمل التطوعي على المنهج الوصفي. والاعتماد على طريقة المسح بالعينة بتقديم صورة واقعية للظاهرة المدروسة والحصول على البيانات اللازمة، ولتعذر استخدام المسح الشامل.

1. أسباب اختيار المنهج الوصفي التحليلي:

اعتمد الباحث في دراسته ثقافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية وتعزيز العمل التطوعي الجماعي على المنهج الوصفي التحليلي وذلك لأن طبيعة الموضوع من جمع البيانات تقتضي ذلك، ومجتمع البحث هو الأنسب للدراسات الوصفية.

2. المنهج الوصفي وكيفية توظيفه في الدراسة:

وهو المنهج الذي يقوم على وصف الظاهرة كما هي في الواقع وصفاً دقيقاً كماً وكيفاً، وذلك من المعلومات النظرية والبيانات الميدانية عن المشكلة موضوع البحث، ثم العمل على تصنيفها وتحليلها والوصول إلى النتائج.²

وقد عرفه هويتي " بأنه دراسة الوقائع السائدة المرتبة بظاهرة أو موقف معين أو مجموعة من الأفراد أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة معينة من الأوضاع".³

وفي الدراسة استخدم المنهج الوصفي التحليلي لتبيان كل من:

✓ أكثر المواقع التواصل الاجتماعي استخداماً من قبل أفراد عينة الدراسة.

¹.رجاء وحيد دويدري ، البحث العلمي أساسياته النظرية وممارسته العلمية، الطبعة 1 ، دار الفكر دمشق ،سوريا، سنة النشر 2000، ص183.

².رشيد رزواتي ، مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، الطبعة 1، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع عين مليلة، الجزائر، 2007، ص86.

³. مرجع نفسه، ص86.

الجدول رقم (03) المواقع الأكثر استخدامًا في صفحة الجمعية:

المرتبة	الإجابة: نعم		
	النسبة من %100	التكرارات من 120	
1	94,2	113	فايس بوك
5	08,3	10	تويتر (x)
3	13,3	16	يوتيوب
2	25,8	31	أنستغرام
3	13,3	16	واتس اب
5	08,3	10	الإميل
4	09,2	11	مدونات
6	3,3	4	قوقل بلس
6	3,3	4	أخرى

- ✓ عادات وأساليب الاستخدام اليومي لمواقع التواصل الاجتماعي:
- ✓ المدة الزمنية التي يقضيها أفراد مجتمع الدراسة مع هذه المواقع
- ✓ عدد مرات الاطلاع على هذه المواقع من قبل أفراد عينة الدراسة
- ✓ نوعية تفاعلات أفراد مجتمع الدراسة في هذه المواقع
- ✓ نوعية الأساليب الاتصالية المعتمدة وتقييمها
- ✓ إمكانيات الجمعيات الخيرية المادية و مدى الجاهزية الاتصالية
- ✓ الإمكانيات البشرية من الأقدمية في الاستخدام والمؤهلات البشرية التخصص وأطر التدريب والتكوين.

✓ التعرف على أهداف أفراد العينة على المستويات الفردية والتنظيمية للجمعية والمجتمعية، وبالمقابل رصد أهم المعوقات لنفس المستويات.

ثالثا: أدوات جمع البيانات

1. الملاحظة:

تعدّ من أدوات جمع البيانات وهي تُعتمد في البحوث الميدانية، وتُستخدم في جمع البيانات التي لا يمكن تحصيلها في الجانب النظري أو جمعها بالاستمارة أو المقابلة، كما يمكن للباحث من تبويبها ولها علاقة وطيدة بالإشكالية والفرضيات والمؤشرات وهي تنقسم إلى قسمين:

الملاحظة بالمشاركة: التي تتطلب معايشة الباحث لمجتمع الدراسة في حضور مختلف نشاطات الجمعية، والتي تنشئ مرونة علائقية بينه وأعضاء الجمعية وتسهم من تفاعل المبحوثين مع الباحث. والملاحظة بدون المشاركة¹.

وقد استخدمت تقنية أداة الملاحظة في دراستنا للتعرف على الوضعية المادية من الإمكانيات المادية والبشرية، كمقر الجمعية والتجهيزات التي تمتلكها من أجهزة الإعلام الآلي، التوصيلات الشبكية الهواتف الثابتة، والتعرف على أساليب التعامل والتواصل اليومية داخل وخارج الجمعية، والوقوف على مختلف المعوقات التي تحول دون فعالية العمليات التواصلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كالتزامات والحضور والمواظبة وعدد المداومين بالجمعية تجدون في الملحق رقم (03) دليل الملاحظة.

2. المقابلة:

استخدم الباحث المقابلة غير المقننة بغية استرسال أطراف الحديث والوقوف على جديد الدراسة، التي كانت تنصب حول محاور البحث المذكورة وهي:

¹.رشيد رزواتي، تدريبات...مرجع سابق، ص. ص 205. 206.

✓ عادات وأساليب استخدام الجمعيات الخيرية بمدينة برج بوعريريج لمواقع التواصل الاجتماعي:

بمعرفة أفضل الوسائط المتعددة التي تستخدمها الجمعيات الخيرية عينة الدراسة في مواقع التواصل الاجتماعي، وما مدى الوصول إلى الجمهور إليها، والتعرف على قنوات المشاركة.

✓ التعرف على الإمكانيات المتاحة لدى الجمعيات الخيرية في تسير نشاطاتها عبر صفحاتها في مواقع التواصل الاجتماعي.

✓ التعرف على أهم مواقع الجمعيات الخيرية، ومدى الاهتمام بالعنصر البشري في تلقي تكوينات في المجال الاتصالي، ومدى التنسيق بين الأعضاء والهيئات الإدارية الأخرى و الجمعيات الخيرية.

✓ الأهداف التنموية من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

بواسطة التعرف على ما حققته الجمعية في ظل استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي وعوامل النجاح، والتعرف على أفضل مقومات النجاح، التي ساهمت في تعزيزها.

✓ معوقات التنمية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

من خلال التعرف على عوائق استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، على المستويات الثلاث الفردية والتنظيم الجمعية والمجتمع.

كما تم الإشارة إلى أهمية الدراسة وأهدافها مع المبجويين بالنسبة لزيادة فعالية الجمعيات الخيرية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي -الذين كان لهم تجاوب إيجابي وطلبوا الحصول على نسخة من المذكرة بعد الانتهاء من الدراسة - وقد استخدمت أداة المقابلة مع رؤساء ونواب الجمعيات الخيرية عينة الدراسة، كما كانت مقابلات مع كل من رئيس مكتب شؤون المجتمع المدني بالولاية، وعضو المجلس الولائي المكلف بالنشاط الجمعي في مديرية النشاط الاجتماعي، تجدون في الملحق رقم (02) دليل المقابلة.

3-الاستمارة:

وهي أكثر الأدوات استخدامًا في جمع البيانات، لكونها توفر عدة مزايا من الجهد المبذول والوقت المستغل والتكلفة، وأيضاً لسهولة معالجة بياناتها إحصائياً، وأُعدت عليها الباحث أداة رئيسية في جمع البيانات، ولكونها عينة البحث كبيرة .

وتعرف هذه الأخيرة على أنها مجموعة من الأسئلة المكتوبة التي يرجى منها الحصول على معلومات و آراء المبحوثون حول ظاهرة أو موقف ما، فهي تقنية مباشرة للتقصي العلمي وتقوم على السحب الكمي بغرض إيجاد علاقات رياضية ذات دلالة¹، و التي يتم معالجتها بالطرق الإحصائية.

وجاءت أسئلة الاستمارة جامعة لمحاور الدراسة وتمتاز بالبساطة والسهولة في التعبير، وتشتمل محاور الاستمارة على البيانات العامة، محاور الاستمارة، واعتمد عليها الباحث لاختصار الجهد والوقت، وسهولة المعالجة إحصائياً وقياس مؤشرات الدراسة والتي يتم التأكد من صحتها ميدانياً ومن خلال عمليات هي:

1.3 الصدق الظاهري والبنائي:

وذلك بعرضها على أساتذة محكمين لأبداء آراءهم فيها من حيث شموليتها و سلامة ودقة عباراتها اللغوية والعلمية ومدى وضوحها، وقد تم إعطاء ملاحظات تضمنت إعادة صياغة أسئلة وعبارات، والتقديم والتأخير انطلاقاً من العام إلى الخاص، و حذف عبارات، وتم الأخذ بجميع الملاحظات عند التصميم النهائي للأداة.

2.3 التحكيم: وذلك بعرضها على مجموعة من الأساتذة والخبراء والحكم عليها من حيث الصدق الظاهري أو الترابطي.

¹. نادية سعيد عيشر وآخرون، منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، مؤسسة حسين رأس الجبل للنشر والتوزيع، قسنطينة الجزائر، سنة 2017 ، ص352-352.

- وقد تم توزيع الاستمارات على عينة الدراسة المتكونة من 150 مفردة. حيث تم استخدامها مع الجمعيات الخيرية عينة الدراسة بتوزيع استمارات مماثلة لكل جمعية أي توزيع 15 استمارة لعدد 10 جمعيات بمعدل 150 استمارة.

3.3 تجريب الأداة:

من خلال توزيعها على عدد من المبحوثين 30 مبحوث، حيث تمت العملية بشكل منفرد، و العمل على المحافظة على إعادة نفس العملية بعد فترة زمنية معينة وبعدها حساب معامل الارتباط ألفا كور نباخ للتأكد من ثبات الأداة¹، التي تم مراجعتها وتحكيمها من طرف أساتذة وفاعلين اجتماعيين، كما تم التأكد من ثباتها باستخدام ألفا كور نباخ.

- الجدول رقم (04) المحكمين:

العدد	اسم ولقب المحكم	الصفة	المؤسسة
01	أ.د. نصيرة سالم	أستاذ التعليم العالي	جامعة أم البواقي (المشرف)
02	أ.د. إسماعيل ميهوبي	أستاذ التعليم العالي	جامعة برج بوعرييج
03	أ.د. العمري عيسات	أستاذ التعليم العالي	جامعة سطيف
04	أ.د. لطفي دنبري	أستاذ التعليم العالي	جامعة أم البواقي
05	د. الزيتوني عيود	أستاذ ب-	جامعة سطيف
06	أ. خبابة عبد الله	عضو مجلس ولائي	مديرية التضامن والنشاط الاجتماعي

المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج Excel2013

تم استخدام معامل الثبات لألفا كور نباخ في المحورين الرابع والخامس كونهما تضمنا أسئلة مغلقة وفق مقياس ليكرت الخماسي.

الجدول رقم (05): الثبات للمحور 4-5

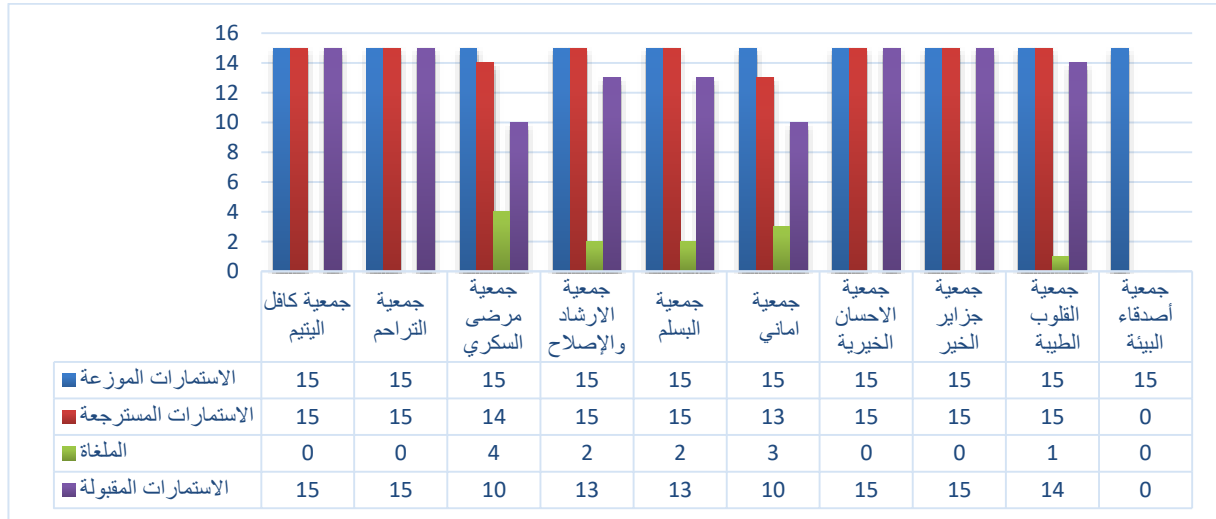
¹ .مرجع نفسه، ص ص. 400 ، 401

المحور 4: أهداف الاتصال عبر مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى الفردي؛ الجمعية التنظيمي؛ المجتمعي	
Nombre d'éléments	Alpha de Cronbach
23	,900
المحور 5 معوقات الاتصال عبر مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى الفردي؛ الجمعية التنظيمي؛ المجتمعي	
Nombre d'éléments	Alpha de Cronbach
26	,934

المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج spss26

تجدون في الملحق دليل الاستثمار ملحق رقم (01)

الشكل رقم (09) الاستثمارات توزيعها واسترجاعها على عينة الدراسة



المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج Excel2013

تم توزيع الاستثمارات على عينة الدراسة التي كانت عشرة جمعيات خيرية في مجالات مختلفة اجتماعية، صحية، بيئية، رعاية وأمومة التي تنشط على مواقع التواصل الاجتماعي، وتم توزيع 150 استثمارة على 10 جمعيات بمعدل 15 استثمارة لكل جمعية، وتم استرجاع 132 استثمارة

من مجموع الاستثمارات وعدم استرجاع 15 استمارة من جمعية أصدقاء البيئة وذلك كون الجمعية تتشط ليلا فقط، لها مقر في حديقة ونظرا لظروف صحية للمكلف بالإعلام في الجمعية حالت دون استرجاعها.

4- الوثائق والسجلات في الحصول على المعلومات عن الجمعيات الخيرية:

إحصائيات الرقمية للجمعيات البلدية، والولائية، والجمعيات النشطة بمديرية النشاط الاجتماعي

✓ إحصائيات مديرية النشاط الاجتماعي للحصول على عدد الجمعيات النشطة تجدون في الملحق رقم (04)

✓ إحصائيات مكتب الجمعيات بالبلدية للحصول على عدد الجمعيات البلدية تجدون في ملحق رقم (06)

✓ إحصائيات مكتب الجمعيات بمقر الولاية للحصول على عدد الجمعيات الولائية تجدون في ملحق رقم (05)

✓ القانون للجمعيات الجريدة الرسمية أنظر ملحق رقم (09)

خامسا. أساليب المعالجة الإحصائية:

اعتمد الباحث على أساليب المعالجة الإحصائية من الإحصاء الوصفي والإحصاء الاستدلالي، من حسابات المتوسطات الحسابية للتعرف على معدلات الإجابات، والانحراف المعياري لمعرفة مدى التشتت، كما تم الاعتماد على قياسات العلاقات والارتباط باستخدام برنامج spss نسخة الذي لا يصلح إلا في الدراسات الكمية، وذلك بالاعتماد على أدوات هي الاستمارة أو الاستبانة (المقاييس)، حيث تكون أغلبية أسئلتها مغلقة أو نصف مفتوحة¹.

وتمت معالجة الأسئلة من خلال عمليتي التحليل الكمي والتحليل الكيفي بالاستعانة على ما ورد في المقابلات.

¹. مرجع نفسه، ص400.

خلاصة:

من خلال ما تم عرضه في هذا الفصل تتضح لنا الإجراءات المتبعة في ميدان الدراسة والمجال الجغرافي الذي كان بمدينة برج بوعرييج، والمجال البشري الذي يمثل رؤساء الجمعيات الخيرية النشطة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وبعض الأفراد من المنخرطين في الجمعية، وكذا بعض من الإداريين، والمجال الزمني الذي كان مع نهاية عام 2022 إلى غاية ديسمبر 2023، وتم التعرف على عينة الدراسة نوعها والمنهج المعتمد وأساليبه، والتعرف على مختلف أدوات جمع البيانات من الملاحظة والمقابلة الميدانية والاستمارة صدقها وثباتها وفي الأخير وطرق المعالجة الإحصائية وتوظيفها.

الفصل السابع

عرض وتحليل نتائج الدراسة

الفصل السابع: عرض وتحليل نتائج الدراسة

تمهيد

أولاً. عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية

1- عرض وتحليل البيانات الأولية

2- عرض وتحليل نتائج بيانات المحور الأول

3- عرض وتحليل نتائج بيانات المحور الثاني

4- عرض وتحليل نتائج بيانات المحور الثالث

5- عرض وتحليل نتائج بيانات المحور الرابع

6- عرض وتحليل نتائج بيانات المحور الخامس

ثانياً. مناقشة نتائج الدراسة

1. مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات

2. مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة

3. مناقشة نتائج الدراسة في ضوء التراث النظري

ثالثاً. النتائج العامة للدراسة

خاتمة

تمهيد: بعد توزيع استمارة البحث على عينة الدراسة واسترجاعها وكان عددها 120 استمارة، يتطرق الباحث في هذا الفصل إلى عرض النتائج، وذلك وفقا لما تقتضيه تساؤلاتها من التساؤل الرئيسي والتساؤلات الفرعية والفرضيات المصوغة، ولما تستدعيه أيضا أهداف الدراسة بين ربط العلاقة بين متغيراتها أو قياسها وفقا لما تقتضيه الحاجة.

أولا. عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية

1. عرض وتحليل البيانات الأولية:

1-1 خصائص العينة:

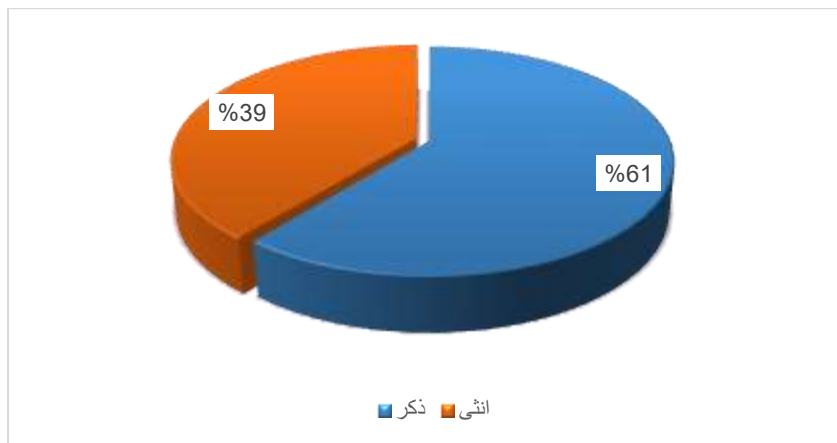
1-1-1 توزيع حسب متغير الجنس:

الجدول رقم (06) يبين توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس:

متغير الجنس		
النسبة المئوية	التكرارات	
60,8	73	ذكر
39,2	47	أنثى
%100	120	المجموع

المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج spss26

الشكل رقم (10) توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس:



المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج spss26

يتضح خلال الجدول رقم (06) المتضمن توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس أن نسبة الذكور جاءت (61%)، وجاءت نسبة الإناث (39%) أي أن نسبة الذكور أكبر من نسبة الإناث ، وهذا يدل على أن المجتمع الجزائري لا يزال مجتمع ذكوري، إلا أن هذه النسبة ليست متفاوتة بدرجة كبيرة، وهذا ما يدل أيضا أن العنصر النسوي أيضا اكتسحت مجال العمل التطوعي وهو ما لاحظناه أثناء المقابلات أن من النساء رئيس جمعية، فالمرأة أصبحت تتشط خاصة في مجالات الجمعيات ذات الطابع النسوي والرعائي والصحي، كما أن معظم الجمعيات نجد فيها النساء مواظبات على الحضور إلى مقرات الجمعيات من القيام بالإشراف على أقسام التدريس وأقسام رياض الأطفال وتحفيظ القرآن وورشات الخياطة ومختلف التخصصات النسوية، كما أن الجمعيات الخيرية ذات الطابع الرعائي تضم أغلبية منخرطين إناث ، فالدراسة تتفق مع دراسة "عمار نوي" في تفوق نسبة الذكور على نسبة الإناث¹.

1-2 توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن:

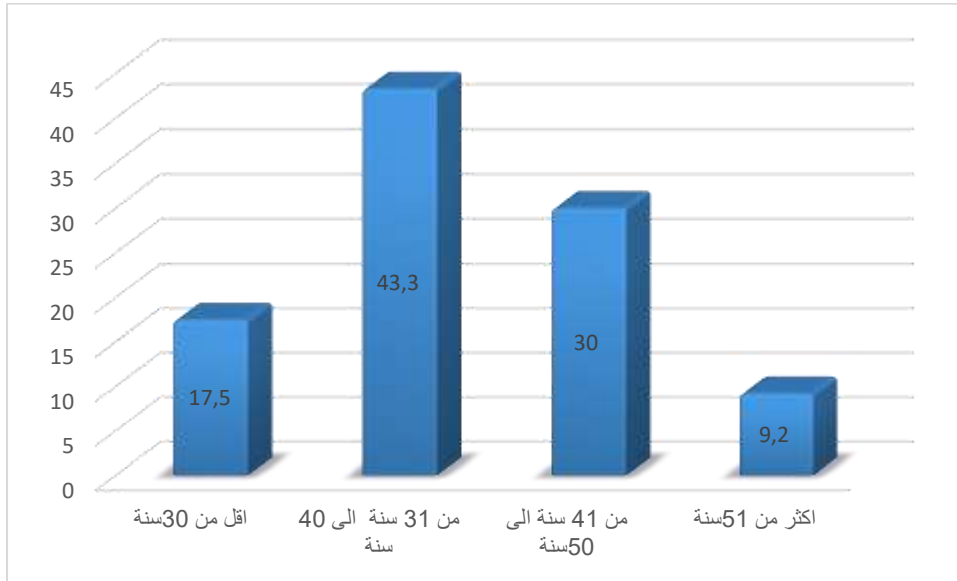
الجدول رقم (07) يبين توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن:

متغير السن		
النسبة المئوية	التكرارات	
17,5	21	اقل من 30 سنة
43,3	52	من 31 سنة إلى 40 سنة
30	36	من 41 سنة إلى 50 سنة
9,2	11	أكبر من 51 سنة
%100	120	المجموع

المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج spss26

¹. عمار نوي، مرجع سابق، ص 221 .

الشكل رقم (11) يبين توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن:



المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج Excel2013

يبين الجدول رقم: (07) توزيع أفراد العينة حسب متغير السن، حيث نجد أن ما يقارب نصف أفراد العينة بنسبة (43.3%) يتراوح أعمارهم بين 31 سنة إلى 40 سنة وهي مرحلة شباب ومرحلة عطاء وحيوية، وتليها مباشرة بنسبة (30%) الذين تتراوح أعمارهم بين 41 سنة إلى 50 سنة وهي مرحلة كهولة وهي أيضاً مرحلة القدرة على العطاء وتمتاز بالاستقرار والشعور بالمسؤولية، وتأتي في المرتبة الأخيرة بنسبة (9.2%) فئة أكثر من 51 سنة، وهذا راجع إلى أن هذه الفئة هي فئة بداية مرحلة الشيخوخة والتي تعاني من عدم القدرة على التنقل وغالبيتهم يعانون من أمراض مزمنة، فهي فئة غير قادرة على ممارسة النشاطات التطوعية مقارنة بالفئات الأخرى، وما نلاحظه أيضاً عزوف نوعاً ما لفئة الشباب بنسبة (17,5%) وهي نسبة ضئيلة مقارنة ما تفرضه الحياة الاجتماعية المدنية الحديثة في القدرة على تفاعلهم مع مواقع التواصل الاجتماعي، وما يمتازون به من الحيوية والنشاط، وهو راجع أيضاً إلى أولويات أخرى تدخل ضمن نطاق اهتماماتهم من الظروف الاجتماعية للشباب الجزائري، كالسعي وراء تحقيق الاستقرار الأسري والزواج والبحث عن العمل وتوفير مسكن لائق.

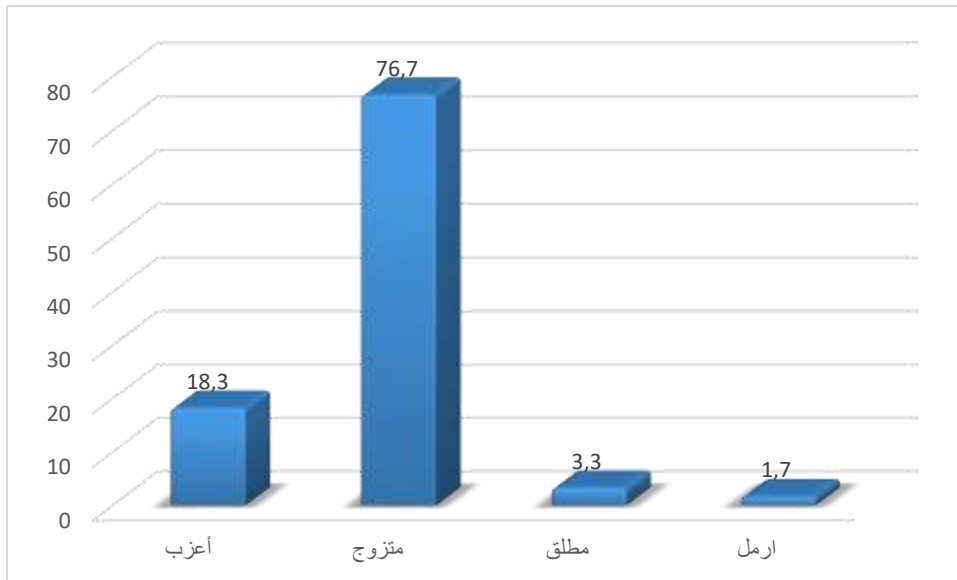
3-1 توزيع عينة الدراسة حسب متغير الحالة العائلية:

الجدول رقم (08) يبين توزيع عينة الدراسة حسب متغير الحالة العائلية:

متغير الحالة العائلية		
النسبة المئوية	التكرارات	
18,3	22	أعزب
76,7	92	متزوج
3,3	4	مطلق
1,7	2	أرمل
%100	120	المجموع

المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج spss26

الشكل رقم (12) يبين توزيع عينة الدراسة حسب متغير الحالة العائلية:



المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات spss26 وبرنامج Excel2013

يبين الجدول رقم (08) توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة العائلية، حيث نلاحظ أن الأغلبية من أفراد العينة متزوجون بنسبة (76.7%)، وهو دليل على أن المتزوجين لهم استقرار أكثر من

غيرهم في ممارسة العمل التطوعي، كما أنهم يتميزون بارتفاع روح المسؤولية، وهو مؤشر أيضاً على النضج الاجتماعي وعلى تحمل المسؤولية العائلية ومن ثم المسؤولية الاجتماعية، مدركين للأوضاع الاجتماعية الصعبة التي يعاني منها الكثير من فئات المجتمع في تقديم المساعدات ورفع الظلم عنهم.

وجاءت المرتبة الثانية لفئة الشباب بنسبة (18.3%)، وهم من الشباب الطموح على تغيير الوضع وتقديم ما يمكن تقديمه في هذه المرحلة، وهو يتفق مع توزيع أفراد العينة في الجدول رقم (07) وفق متغير السن، حيث إنهم في فئة أقل من 30 سنة. في حين نجد أن نسبة المطلقين والأرامل ضئيلة جداً، وهو متوقع كون الفئتين ذات ظروف عائلية واجتماعية غير مستقرة لا تسمح لهم بممارسة النشاط الجماعي.

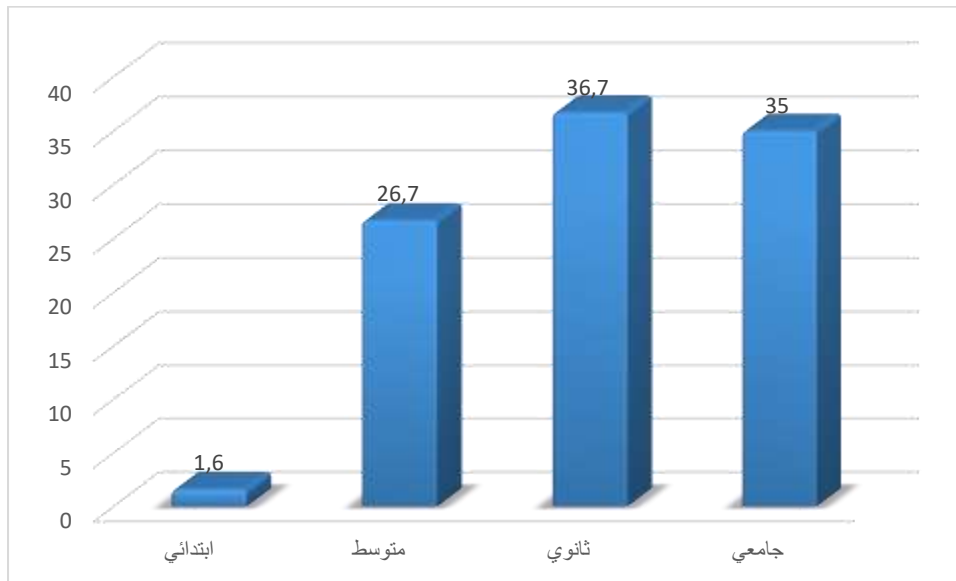
1-4 توزيع عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي:

الجدول رقم (09) يبين توزيع عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي:

متغير المؤهل العلمي		
النسبة المئوية	التكرارات	
1,6	2	ابتدائي
26,7	32	متوسط
36,7	44	ثانوي
35	42	جامعي
%100	120	المجموع

المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج spss26

الشكل رقم (13) يبين توزيع عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي:



المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات spss26 وبرنامج Excel2013

يبين الجدول رقم (09) توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي، حيث جاءت النسب المئوية (36.7%) ونسبة (35.0%) للمستوى التعليمي الثانوي والجامعي على التوالي بنسب متقاربة، وهو ما يدل على أن أغلبية عينة الدراسة قادرة على استخدام تكنولوجيا وسائل الاتصال بشكل جيد، فالمستوى العلمي مقبول جداً. في حين نجد أن نسبة (1.60%) هي نسبة تكاد تكون منعدمة ذات مستوى ابتدائي. ونجد أن المستوى التعليمي لرؤساء الجمعيات الخيرية يختلف، فيرتفع المستوى التعليمي لدى الجمعيات الخيرية العريقة وذات الإمكانيات الكبيرة والنشاطات الكثيفة.

والدراسة تختلف مع دراسة "سلمى كوندو" بنسبة قليلة، كون أن أعلى نسبة في دراسة الباحثة كانت لذوي المستوى الجامعي أكبر¹.

وتتفق الدراسة أيضاً مع دراسة "خليل نزيهة" في أن المستوى التعليمي يزيد من الإحساس بالمسؤولية الاجتماعية، وهي تتفق أيضاً مع دراسة أماني قنديل في وجود علاقة ارتباطية بين التعليم والتطوع المنظم، فإلى جانب أهمية المستوى الاقتصادي حسب ما ذهب إليه FREMAN عن تأثير المستوى التعليمي والمهني في المشاركة الشعبية، وهو يمثل محور التفاف شعبي

¹ . سلمى كوندو، مرجع سابق، ص 187.

وجماهيرى ويكونون بمثابة قدوة للعمل التطوعى وتقديم الدعم اللازم وسند للجمعية من الزيادة في نشاطها.¹

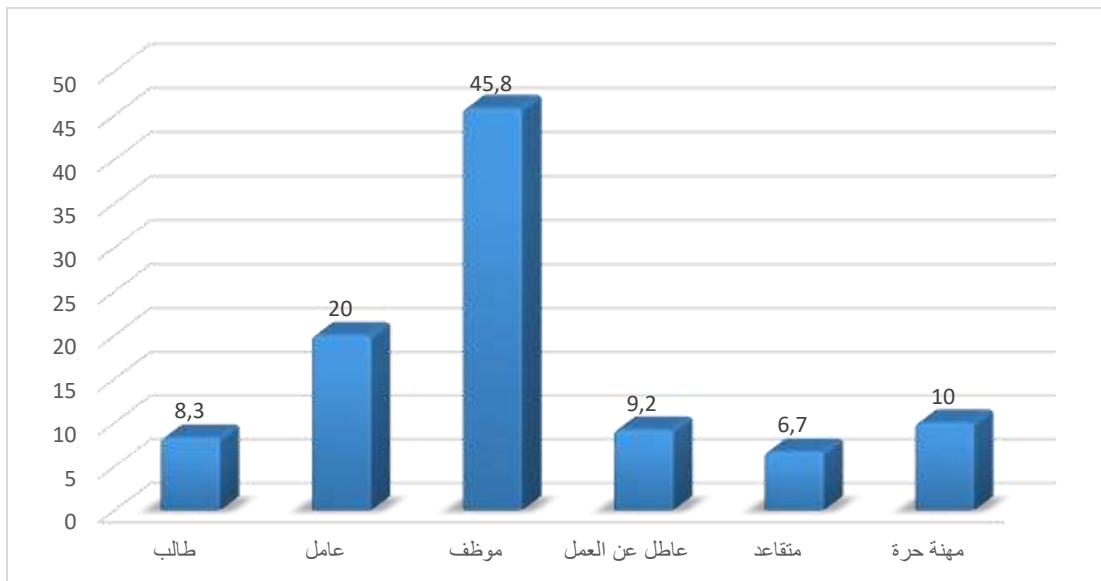
1-5 توزيع عينة الدراسة حسب متغير الوظيفة:

الجدول رقم (10) يبين توزيع عينة الدراسة حسب متغير الوظيفة:

متغير الوظيفة		
النسبة المئوية	التكرارات	
8,3	10	طالب
20	24	عامل
45,8	55	موظف
9,2	11	عاطل عن العمل
6,7	8	متقاعد
10	12	مهنة حرة
%100	120	المجموع

المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج spss26

الشكل رقم (14) توزيع عينة الدراسة حسب متغير الوظيفة الحالية:



¹. نزيهة خليل، مرجع سابق، ص 296.

المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات spss26 وبرنامج Excel2013

يتضح من الجدول رقم (10) توزيع أفراد العينة حسب متغير الوظيفة، حيث نجد أن ما يقارب نصف المبحوثين بنسبة (45.8%) هم من الموظفين، يليهم مباشرة بنسبة (20%) من يعملون في قطاعات أخرى، ونجد نسبة (10.0%) في المهن الحرة.

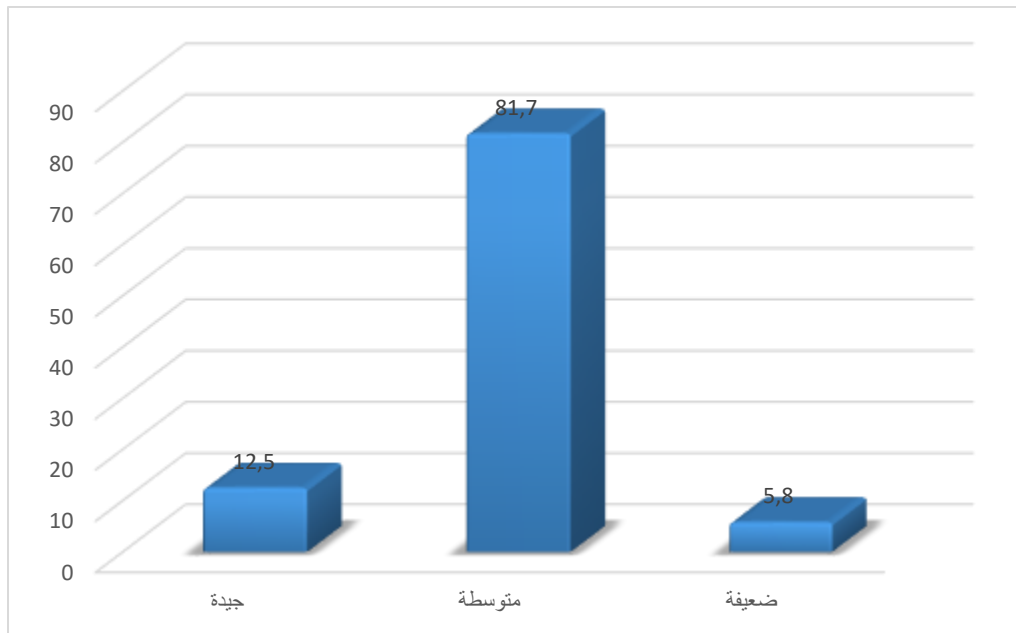
هذا يعني أن الأغلبية من عينة الدراسة لديهم عائد مالي من وظائفهم وأعمالهم، وهو ما يوحي بالاستقرار المالي والوظيفي والقدرة على التفرغ لممارسة النشاط الجموعي، ومما يسمح لهم بممارسة العمل التطوعي في الجمعيات الخيرية وعبر مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عادي. وتتفق الدراسة مع دراسة "سلمى كوند"، حيث نجد أن نسبة الموظفين هي النسبة الغالبة في الجمعيات الخيرية، وهذا لكونهم يمثلون الطبقة الوسطى والأكبر في بلداننا وأغلبهم موظفون في القطاع العام.

الجدول رقم (11) توزيع عينة الدراسة حسب متغير الوضعية المادية:

النسبة المئوية	التكرارات	
12,5	15	جيدة
81,7	98	متوسطة
5,8	7	ضعيفة
%100	120	المجموع

المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج spss26

الشكل رقم (15) يبين توزيع عينة الدراسة حسب متغير الوضعية المادية:



المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات spss26 وبرنامج Excel2013

نرى أن أغلبية عينة الدراسة، بنسبة (81.7%)، وضعيتهم الاجتماعية متوسطة، وهي الوضعية الغالبة في المجتمع الجزائري، حيث تشكل الطبقة المتوسطة. وتأتي بعدها بنسبة (12.5%) ممن لديهم وضعية مادية جيدة، في حين نجد نسبة (5.8%) ممن لديهم وضعية مادية ضعيفة. يمكن القول إن الأغلبية الساحقة من عينة الدراسة لديهم وضعية مادية لا بأس بها، وهو ما يسمح لهم بممارسة العمل التطوعي والقدرة على اقتناء هواتف ذكية والنشاط عبر مواقعها. فالمستوى الاقتصادي يشكل أهم المعوقات في الالتزام والتفرغ للعمل التطوعي، حيث إن المجتمعات النامية يكون أفرادها من ذوي الدخل المنخفض، وهو ما يؤثر على العملية التطوعية ككل¹.

2- عرض وتحليل نتائج بيانات المحور الأول:

عادات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الجمعيات الخيرية:

في هذا المحور، يسعى الباحث إلى تقديم جانب من الثقافة التطوعية السائدة في الجمعيات الخيرية بمدينة برج بوعرييج، بالتعرف على العادات اليومية من خلال مؤشرات

¹. المرجع نفسه، ص298.

الأقدمية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، والمدة الزمنية المستغرقة، وعدد المرات التي يتم فيها الاطلاع على الصفحة، ومع من يكون التفاعل عبر الصفحة (المشاركة الاتصالية)، ثم ربطها بإحدى المتغيرات الديمغرافية مثل متغير الجنس أو السن، وهذا لفهم ما إذا كانت هذه المتغيرات لها علاقة بتغير عادات الاتصال اليومية في صفحات الجمعيات.

1.2 الأقدمية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

جدول رقم (12) الأقدمية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرارات	
8,3%	10	اقل من 1 سنة
24,2%	29	منذ 2 سنة
25%	30	منذ 3 سنوات
17,5%	21	منذ 4 سنوات
25%	30	أكبر من ذلك حددها
100%	120	المجموع

المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج spss26

نلاحظ من خلال الجدول رقم (12) أن أكبر نسبة كانت متساوية بنسبة 25% في أقدمية منذ ثلاثة سنوات؛ وأقدمية أكثر من أربعة سنوات، وجاءت في المرتبة الثالثة أقدمية منذ سنتين بنسبة 24.2%، وهي نسب متقاربة بينها مما يدل على أن فئات المجتمع متقاربة الأقدمية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، فأغلبية أفراد العينة لهم أقدمية أكبر من سنتين، وتوجد فئة لها أقدمية أكثر من أربعة سنوات، وهذا راجع إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت سمة من سمات الحياة الاجتماعية الحديثة، وقد توافد على استخدامها المجتمع الجزائري أفراد وجماعات، وهذا راجع إلى ضرورة التواصل الافتراضي في ربط العلاقات مع الأهل والأقارب والأصدقاء ومتابعة

الفصل السابع.....عرض وتحليل نتائج الدراسة

المستجدات والأخبار، وراجع أيضاً إلى ما تقدمه من خدمات اتصالية وخصائصها المتعددة كسهولة والترفيه.

حيث تسمح أقدمية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في موقع الجمعية بربط علاقات قوية واكتساب أليات فذة في مجال العمل التطوعي، وتدخل أيضاً ضمن خبرة المستخدم التي كانت تفوق مدة سنة استخدام بنسبة أكبر من 90% من مجموع أفراد العينة.

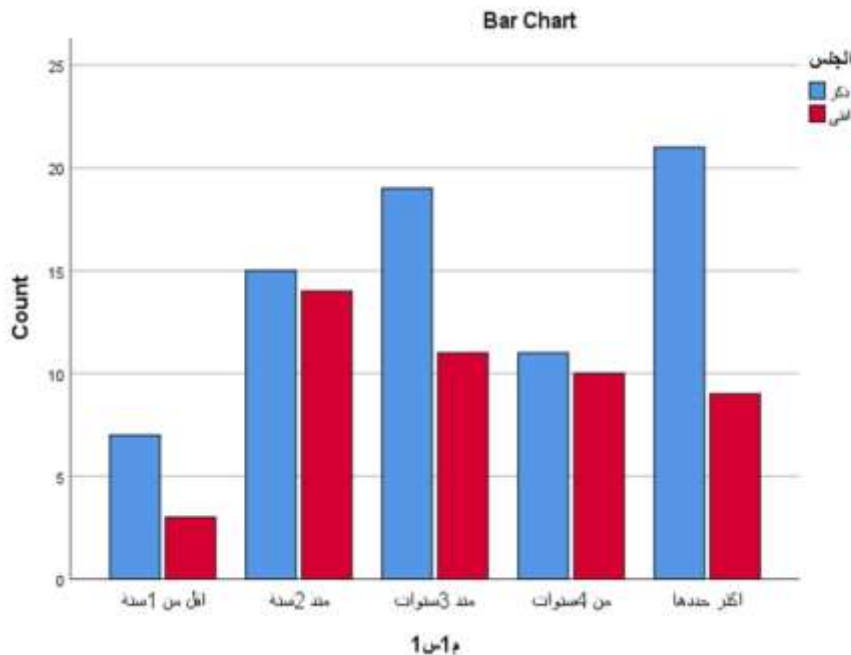
ومن خلال المقابلات التي تمت مع رؤساء الجمعيات الخيرية ونوابهم، وما تم رصده عن بداية نشاط صفحات الجمعيات الخيرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي فإنها كانت متفاوتة حسب أقدميتها وتاريخ نشأتها، وترجع البدايات الأولى لاستخدامها منذ عشرة سنوات كجمعية جزائر الخير وهي كأطول مدة من حيث الأقدمية.

الجدول رقم (13) الأقدمية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس:

المجموع		أنثى		نكر		الجنس
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	الأقدمية
8,3	10	6,4	3	9,6	7	اقل من 1 سنة
24,2	29	29,8	14	20,5	15	منذ 2 سنة
25,0	30	23,4	11	26	19	منذ 3 سنوات
17,5	21	21,3	10	15,1	11	من 4 سنوات
25,0	30	19,1	9	28,8	21	أكبر حدها
%100,0	120	%100	47	%100	73	المجموع
كا ² المحسوبة 3.129 درجة الحرية: 4 مستوى دلالة 0.05 كا ² الجدولية 9.49						

المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج spss26

الشكل رقم (16) يوضح الأقدمية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس:



المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات spss26 وبرنامج

من خلال الجدول رقم (13) الذي يبين عدد سنوات الأقدمية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس، نجد أن أكبر مدة أقدمية كانت أكثر من أربعة سنوات وكانت لدى فئة الذكور بنسبة 28.8%، وتأتي بعدها منذ أربعة سنوات لفئة الإناث بنسبة 21.3%، وتليها أقدمية منذ ثلاث سنوات للذكور بنسبة 26%، ثم تأتي بعدها كأعلى نسبة سجلت بأقدمية سنتين لدى فئة الإناث بنسبة 29.8%.

وجاءت في المراتب الأخيرة أقدمية أقل من سنة بنسبة قليلة لا تتعدى 7%، فالأغلبية إذاً لهم مدة أقدمية تفوق السنتين، وجاءت النسب متقاربة في أقدمية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس.

فلاحظ أن أكبر نسبة أقدمية كانت لدى الذكور، في حين كانت الأقدمية من ثلاثة إلى أربعة سنوات لصالح الإناث، وهذا راجع إلى أن الذكور كانوا سابقين في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وإلى مستوى الحرية الذي يتمتع بها الذكور عن الإناث في تجريب مستجدات الأمور

الفصل السابع.....عرض وتحليل نتائج الدراسة

عن الإناث، لكن سرعان ما حدث تفتح اجتماعي وأصبحت وسائل الاتصال والتواصل ميزة الحياة الاجتماعية الراهنة ولا يمكن الاستغناء عنها، مما سمح لدخول كلا الجنسين إلى مواقع التواصل الاجتماعي.

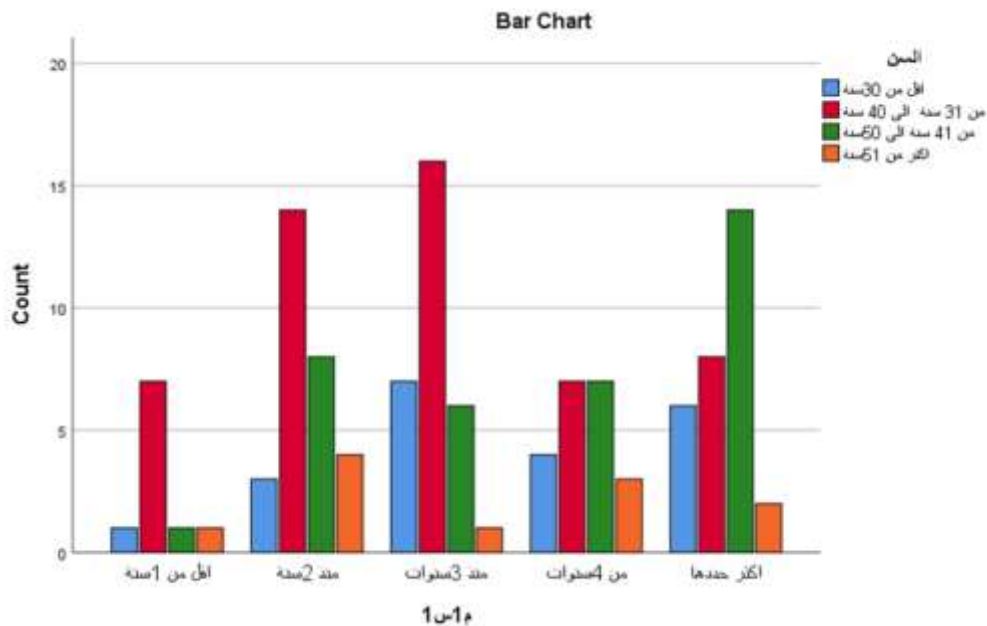
وبتطبيق كا² المحسوبة التي تقدر 3.129 عند درجة الحرية: 4 ومستوى دلالة 0.05 ومستوى ثقة 95% وهي أقل من كا² الجدولية التي تقدر 9.49 فإنه لا توجد علاقة ذات دلالة في اقدميه استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومتغير الجنس.

الجدول رقم (14) يبين الأقدمية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير السن:

المجموع الكلي	أقل من 30 سنة		من 31 سنة إلى 40 سنة		من 41 سنة إلى 50 سنة		أكبر من 51 سنة		الأقدمية				
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت					
8,3	10	9,1	1	2,8	1	13,5	7	4,8	1	اقل من 1 سنة			
24,2	29	36,4	4	22,2	8	26,9	14	14,3	3	منذ 2 سنة			
25,0	30	9,1	1	16,7	6	30,8	16	33,3	7	منذ 3 سنوات			
17,5	21	27,3	3	19,4	7	13,5	7	19	4	من 4 سنوات			
25,0	30	18,2	2	38,9	14	15,4	8	28,6	6	اكثر حدها			
100,0	120	100	11	100	36	100	52	100	21	المجموع			
21.03		كا ² الجدولية				12		درجة الحرية		14.642		كا ² المحسوبة	

المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج spss26

الشكل رقم (17) يوضح الأقدمية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير السن



المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج spss26

يبين الجدول رقم (08) العلاقة بين أقدمية سنوات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة حسب متغير السن، حيث نلاحظ أن أعلى نسبة كانت 38.9% لدى فئة من 41 سنة إلى 50 سنة بأقدمية استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي تفوق الأربعة سنوات، وهو الجيل الذي ترعرع وتزامن مع مستجدات تكنولوجيا الاتصال في شبابهم، وتأتي في المرتبة الثانية بنسبة 36.4% بأقدمية سنتين والتي نجدها لدى فئة أكبر من 51 سنة، في حين نجد فئة أقل من ثلاثين سنة كانت النسبة الأكبر في أقدمية استخدام هي ثلاثة سنوات، ونجد في آخر الترتيب أقدمية 1 سنة التي لم تتعدى 10%، وهي دلالة على أن المجتمع يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي في جميع الفئات العمرية بأقدمية سنوات تفوق السنتين، فوسائل التواصل الاجتماعي أصبحت حتمية لا مناص منها ومتاحة للجميع.

وعن العلاقة بين أقدمية سنوات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومتغير السن نلاحظ أن:

كا² المحسوبة التي تقدر 14.642 عند درجة الحرية: 12 ومستوى دلالة 0.05 ومستوى ثقة 95% أقل من كا² الجدولية التي تقدر 21.03 فإن المتغيران مستقلان، ولا توجد علاقة بين متغير السن وأقدمية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

2.2 المدة الزمنية التي يقضيها أفراد عينة الدراسة عبر مواقع التواصل الاجتماعي:
الجدول رقم (15) عدد الساعات التي يقضيها المبحوثون عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

عدد الساعات	التكرارات	النسبة المئوية
اقل من 1 ساعة	14	11,7%
من 1س إلى 2سا	47	39,2%
من 2سا إلى 3سا	42	35%
من 3سا إلى 4سا	17	14,2%
المجموع	120	100%

المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج spss26

تضح من الجدول رقم (15) أن أعلى نسبة كانت 39.2% في عدد ساعات من 1 ساعة إلى 2 ساعات يقضيها المبحوثون عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتأتي بعدها في المرتبة الثانية بنسبة 35% في مدة استخدام من 2 ساعة إلى 3 ساعات، في حين نجد نسبة 11.7% لهم مدة أقل من 1 ساعة، وعليه فإن أغلبية عينة الدراسة لهم اتصال عبر مواقع التواصل الاجتماعي يفوق الساعة وهو مؤشر على نشاط جمهور عينة الدراسة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما يسمح لهم بالمشاركة والتواصل مع جمعياتهم عبر صفحاتها، كما أن الجلوس مع مواقع التواصل الاجتماعي يؤدي إلى البقاء لساعات دون الشعور بمرور الوقت.

وبحساب المتوسط الحسابي لمدة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى أفراد العينة نجده 2.52 ساعة، وهي نسب أقل من أن تؤول للاستخدام السلبي، وحدّ الإدمان حسب ما جاء في

دراسة الزهري 2017 أن معدل الشباب يقضي نحو 1 إلى 3 ساعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الدول المتقدمة كمدة زمنية معتدلة¹.

3.2 عدد الساعات التي يقضيها المبحوثون عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس:

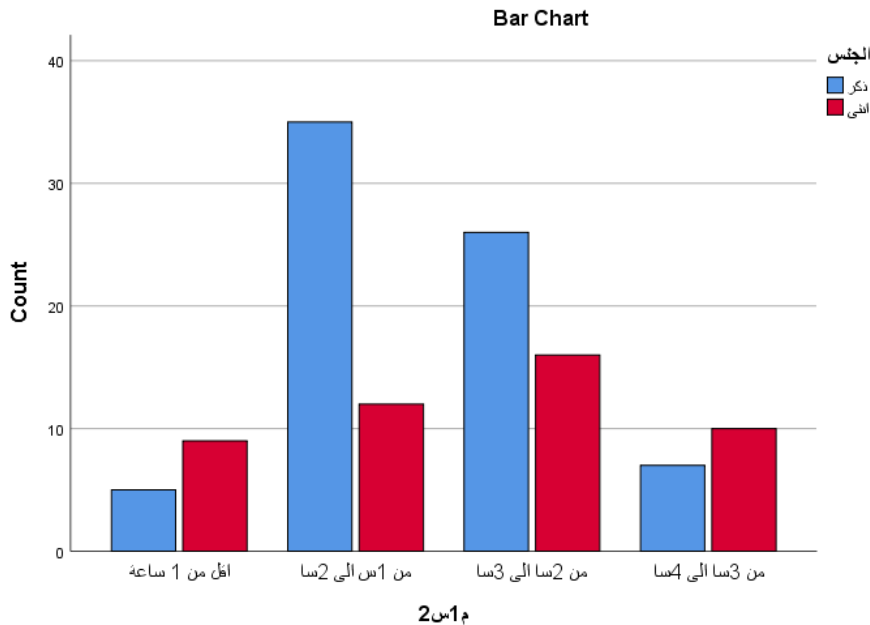
الجدول رقم (16) عدد الساعات التي يقضيها المبحوثون عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس:

الجنس						عدد الساعات
المجموع		أنثى		ذكر		
%11,7	14	%19,1	9	%6,8	5	اقل من 1 ساعة
%39,2	47	%25,5	12	%47,9	35	من 1س إلى 2سا
%35,0	42	%34,0	16	%35,6	26	من 2سا إلى 3سا
%14,2	17	%21,3	10	%9,6	7	من 3سا إلى 4سا
%100,0	120	%100,0	47	%100,0	73	المجموع
كا ² الجدولية 7.81		درجة الحرية 3:		كا ² المحسوبة 10.152		

المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج spss26

¹ . محمد محفوظ الزهري، استخدامات الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي (sms) والاشباكات المحققة وانعكاساتها على سلوكياتهم دراسة ميدانية. المجلة المصرية لبحوث الإعلام. (2016). ص 151.

الشكل رقم (18) يبين عدد الساعات التي يقضيها المبحوثون عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس:



المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج spss26

يبين الجدول رقم (16) عدد الساعات التي يقضيها أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث نجد أن النسبة الأكبر كانت لدى الذكور بنسبة 47.9% في مدة زمنية من 1 ساعة إلى ساعتين، وهي تقارب نصف عدد الذكور، وتأتي بعدها نسبة 35.6% لدى الذكور أيضًا في مدة من 2 ساعات إلى 3 ساعات. أما بالنسبة للإناث فجاءت النسبة الأكبر 34% في مدة يقضينها من ساعتين إلى 3 ساعات. في حين نجد أن أطول مدة وهي من 3 ساعات إلى 4 ساعات كانت بنسبة 21.3% للإناث، ونجد بالمقابل أن النسبة في مدة أقل من ساعة كانت متباينة بين 6.8% للذكور و19.1% للإناث.

وهو ما يبين وجود اختلاف في عدد الساعات التي يقضيها المبحوثون بين الجنسين في الجلوس مع مواقع التواصل الاجتماعي. وما نستخلصه أن فئة الذكور لهم مدة زمنية أطول في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من فئة الإناث، وذلك راجع إلى العادات والتقاليد والعرف، فالذكور

الفصل السابع.....عرض وتحليل نتائج الدراسة

يستعملون الهواتف الذكية ويستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بأريحية تامة، في جميع الأوقات في الطرقات والمرافق العمومية على خلاف الإناث.

كما أن الخصوصية النسوية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تحدّ من مدة استخدامهن لمواقع التواصل الاجتماعي كالتزامات المنزلية، والحياة في الأماكن العامة، وهي تتفق مع دراسة "تريمان نومان" بأن الذكور يقضون وقتاً أطول من الإناث في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي¹. فالنسبة المئوية للمدة الزمنية التي يقضها الذكور جاءت متقاربة، في حين أن المدة الزمنية للإناث جاءت مشتتة من 1 ساعة إلى 4 ساعات.

وبحساب χ^2 المحسوبة التي تقدر 10.152 عند درجة الحرية: 3 ومستوى دلالة 0.05 ومستوى ثقة 95% وهي أكبر من χ^2 الجدولية التي تقدر 7.81 وعليه فإنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية ترجع إلى متغير الجنس ومدة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

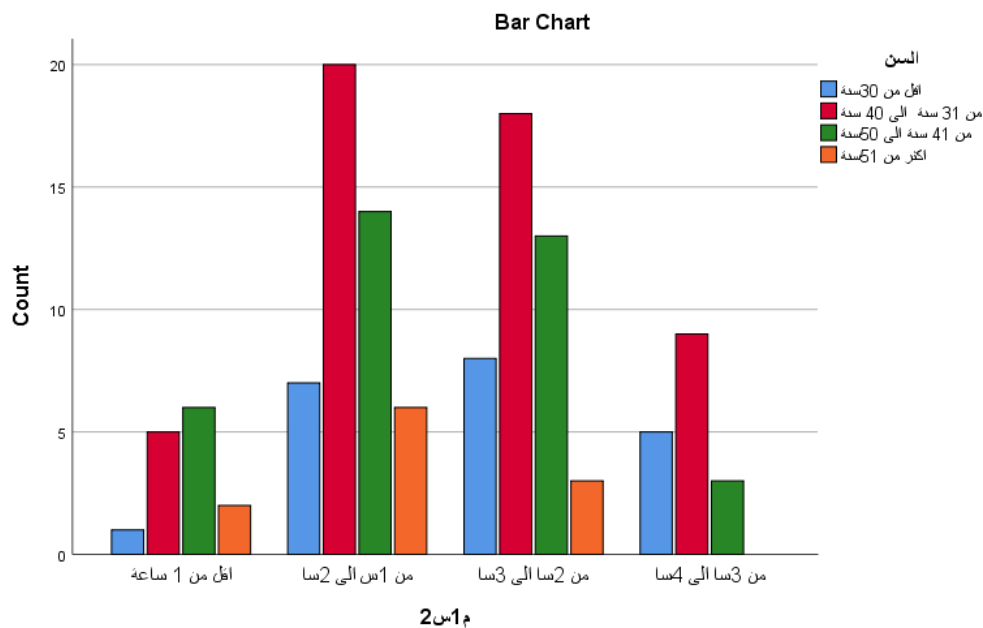
الجدول رقم (17) يبين عدد الساعات التي يقضيها المبحوثون عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير السن:

المجموع	أقل من 30 سنة		من 31 إلى 40 سنة		من 41 إلى 50 سنة		أكبر من 51 سنة		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	
	1	4,8	5	9,6	6	16,7	2	18,2	أقل من 1 ساعة
	7	33	20	38,5	14	38,9	6	54,5	من 1س إلى 2سا
	8	38	18	34,6	13	36,1	3	27,3	من 2سا إلى 3سا
	5	24	9	17,3	3	8,3	0	0	من 3سا إلى 4سا
المجموع	21	100	52	100	36	100	11	100	
									χ^2 المحسوبة 7.495
									درجة الحرية: 9
									χ^2 الجدولية 16.92

¹. مريم ناريمان نومان، مرجع سابق، ص 112.

المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج spss26

الشكل رقم (19): يبين عدد الساعات التي يقضيها المبحوثون عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير السن:



المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج spss26

يبين الجدول رقم (17) عدد الساعات التي يقضيها المبحوثون عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير السن، فنلاحظ أن أعلى معدل ساعات استخدام لمواقع التواصل الاجتماعي من 3 إلى 4 ساعات كانت لدى فئة أقل من 30 سنة، ثم فئة من 31 سنة إلى 40 سنة بنسبة 17.3%، وجاءت في المرتبة الثانية أن أعلى معدل ساعات استخدام كان لنفس الفئة الأولى أقل من 30 سنة من ساعتين إلى ثلاث ساعات بنسبة 38.1%، وتليها فئة من 41 سنة إلى 50 سنة بنسبة 36.1%، في حين نجد أن أقل مدة يقضيها المبحوثون مع مواقع التواصل الاجتماعي أقل من ساعتين لدى فئة أكبر من 51 سنة بنسبة 54.5% من ساعة إلى ساعتين، ونسبة 18.2% في مدة أقل من ساعة، وهذا راجع إلى طبيعة الفئة العمرية، فنجد أن أعلى النسب المئوية كانت لدى فئة الشباب حيث يقضون فترات أطول من الفئات العمرية الأخرى وذلك لطبيعة الشباب في

حب الاطلاع ولهم أوقات فراغ أطول، وتقل عندهم الالتزامات الأسرية والعائلية، في حين نجد أنه كلما زاد عمر المبحوثين زادت مسؤوليتهم والتزاماتهم الأسرية والعائلية، كما أن درجات النضج الاجتماعي تختلف حسب التقدم في السن من خلال متابعة ما هو مهم ومفيد فقط، إلا أن المدة الزمنية المستغرقة والغالبية كانت من ساعة إلى ثلاث ساعات والتي تفوق 70% لجميع الفئات العمرية.

وبحساب كا² المحسوبة التي تقدر 7.495 عند درجة الحرية: 9 ومستوى دلالة 0.05 ومستوى ثقة 95% أقل من كا² الجدولية التي تقدر 16.92 فإن المتغيران مستقلان ولا توجد علاقة بين متغير السن ومتغير عدد ساعات الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي.

4.2 عدد مرات مشاهدة صفحة الجمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

الجدول رقم (18) عدد مرات مشاهدة صفحة الجمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

النسبة المئوية	التكرارات	
10,8%	13	1مرة
34,2%	41	2مرة
34,2%	41	3مرة
8,3%	10	4مرة
12,5%	15	أكثر من 4مرة
100%	120	المجموع

المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج spss26

يبين الجدول (18) عدد مرات تصفح موقع الجمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في اليوم، حيث كانت أعلى نسبة 34.2% من مرتين إلى ثلاث مرات في اليوم بنسب متساوية، وتليها أكثر من أربع مرات بنسبة 12.5%، ثم تليها مرة واحدة بنسبة 10.8%، وفي المرتبة الأخيرة بأربع

الفصل السابع.....عرض وتحليل نتائج الدراسة

مرات تصفح في اليوم بنسبة %8.3، وعليه فإن معدل مرات التصفح من مرتين إلى ثلاث مرات بنسبة %68.4

فالإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي يكون أيضاً في عدد المرات للاطلاع على المستجدات وقراءة التعليقات في كل حين¹.

الجدول رقم (19): يبين عدد مرات تصفح صفحة الجمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس:

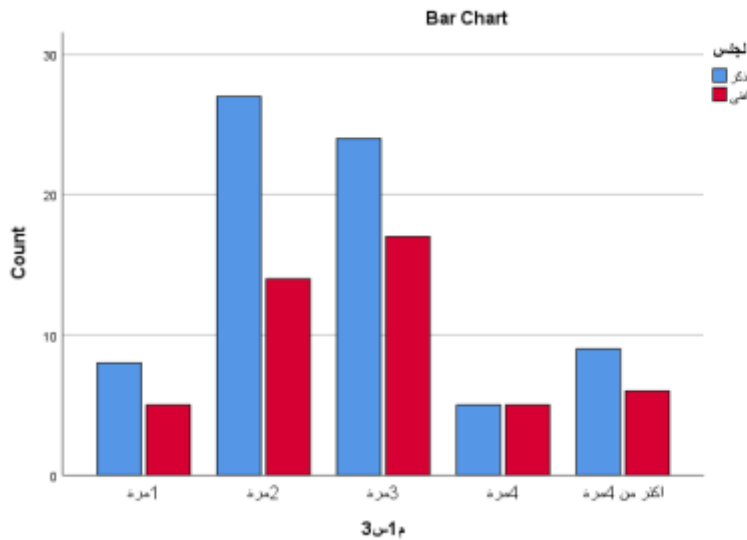
المجموع		انثى		ذكر		
10,8	13	10,6	5	11	8	1مرة
34,2	41	29,8	14	37	27	2مرة
34,2	41	36,2	17	32,9	24	3مرة
8,3	10	10,6	5	6,8	5	4مرة
12,5	15	12,8	6	12,3	9	أكثر من 4مرة
%100	120	%100	47	100	73	المجموع
كا 2 الجدولية 9.49		4 درجة الحرية		1,024 كا 2		

المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج spss26

¹مريم ناريمان نومار، مرجع سابق، ص114 .

الشكل رقم (20): يبين عدد مرات تصفح صفحة الجمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

حسب متغير الجنس:



المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج spss26

يبين الجدول رقم (19) عدد مرات التصفح لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس. فنجد أن أكبر نسبة كانت عند فئة الذكور بنسبة 37% بالاطلاع مرتين في اليوم، وتليها نسبة 32.9% بالاطلاع ثلاث مرات في اليوم. في حين نجد أن أعلى نسبة عند الإناث بالاطلاع على مواقع التواصل الاجتماعي ثلاث مرات في اليوم بنسبة 36.2%، وتليها نسبة 29.8% بالاطلاع مرتين في اليوم. وجاءت النسب متقاربة في عدد مرات الاطلاع على صفحة الجمعية من مرة واحدة وأكثر من أربعة مرات بنسب 11% و 12.3% على التوالي عند الذكور، و 10.6% و 12.5% عند الإناث.

وبحساب كا² المحسوبة التي تقدر 1,024 عند درجة الحرية: 4 ومستوى دلالة 0.05 ومستوى ثقة 95%، أقل من كا² الجدولية التي تقدر 9.49، فإن المتغيران مستقلان ولا توجد علاقة بين متغير الجنس ومتغير عدد مرات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في اليوم.

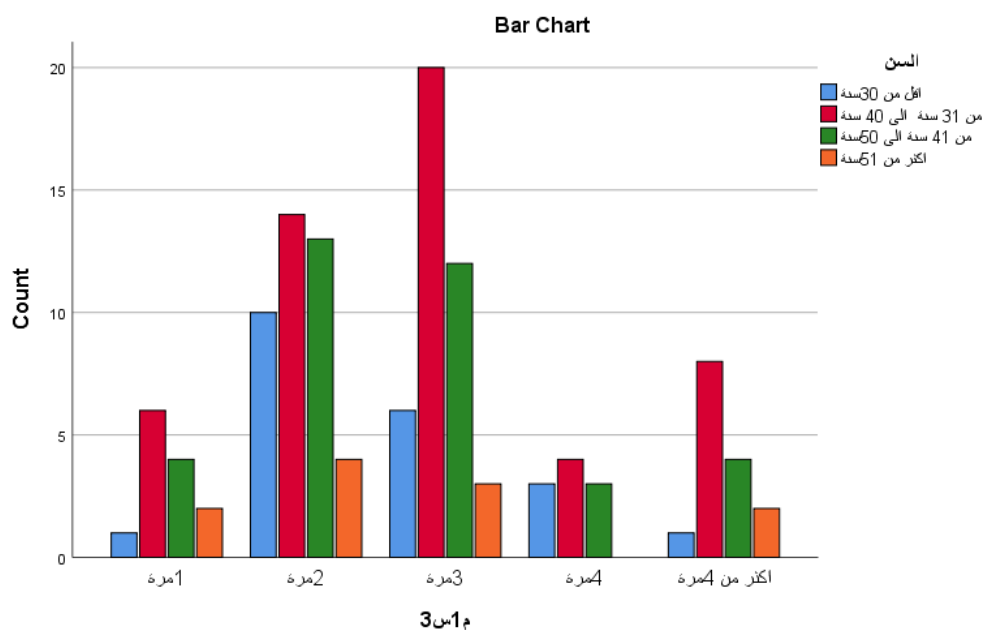
الجدول رقم (20): يبين عدد المرات التصفح عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير السن:

المجموع	أقل من 30 سنة		من 31 سنة إلى 40 سنة		من 41 سنة إلى 50 سنة		أكبر من 51 سنة			
	10,8	13	18,2	2	11,1	4	11,5	6	4,8	1
34,2	41	36,4	4	36,1	13	26,9	14	47,6	10	2مرة
34,2	41	27,3	3	33,3	12	38,5	20	28,6	6	3مرة
8,3	10	0,0	0	8,3	3	7,7	4	14,3	3	4مرة
12,5	15	18,2	2	11,1	4	15,4	8	4,8	1	أكثر من 4مرة
%100	120	%100	11	%100	36	%100	52	%100	21	المجموع
الجدولية 21.03		درجة الحرية 12 كا ²				كا ² المحسوبة 7.416				

المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج spss26

الشكل رقم (21): يبين عدد مرات تصفح موقع الجمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب

متغير السن:



المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج spss26

يبين الجدول رقم (20) عدد مرات تصفح موقع الجمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير السن، فوجد تقريبًا نصف المبحوثين من فئة أقل من ثلاثين سنة لهم عدد مرات تصفح مرتين في اليوم بنسبة 47.6%، وتليها نسبة 28.6% بثلاثة مرات في اليوم. أما في فئة من 31 سنة إلى 40 سنة فكانت عدد مرات التصفح والاطلاع بثلاثة مرات في اليوم بنسبة 38.5%، وتليها بنسبة 33.63% بعدد مرات تصفح مرتين في اليوم. وجاءت أيضًا فئة من 41 سنة إلى 50 سنة بنسبة 36.1% مرتين في اليوم، وتليها نسبة 33.3% بثلاثة مرات في اليوم. وفي فئة أكبر من 51 سنة بنسبة 36.4% وتليها نسبة 27.3% بثلاث مرات في اليوم.

والملاحظ أن النسب الأكبر في الاطلاع والتصفح لمواقع الجمعيات الخيرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في جميع الفئات العمرية كانت متقاربة بين مرتين وثلاثة مرات في اليوم.

وبحساب كا² المحسوبة التي تقدر 7.416 عند درجة الحرية: 12 ومستوى دلالة 0.05 ومستوى ثقة 95% أقل من كا² الجدولية التي تقدر 21.03 فإن المتغيران مستقلان ولا توجد

علاقة بين متغير السن ومتغير عدد مرات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

المشاركة الاتصالية في صفحة الجمعية:

الجدول رقم (21): مع من تشارك الاطلاع على مستجدات صفحة الجمعية:

النسبة المئوية	التكرارات	
28,9 %	56	لوحده
30,9 %	60	مع أصدقاء
18 %	35	مع أعضاء الجمعية
19,1 %	37	مع أفراد العائلة
3,1 %	6	مع أشخاص آخرين
100 %	194	المجموع

المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج spss26

يبين الجدول رقم (21) مع من تشارك الاطلاع على مستجدات صفحة الجمعية، حيث جاءت في المرتبة الأولى مع الأصدقاء بنسبة 30.9%، وتليها نسبة 28.9% عندما تكون لوحدي، وجاءت في المرتبة الثالثة مع أعضاء الجمعية بنسبة 18%. ويتبين أن المشاركة الشبكية مع أعضاء الجمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي جاءت في مراتب متأخرة، مما يدل على نقص في التفاعل مع الأعضاء.

الجدول رقم (22): مع من تشارك الاطلاع على مستجدات صفحة الجمعية حسب متغير الجنس:

المجموع		مع أفراد العائلة			مع أعضاء الجمعية			مع أصدقاء			لوحدي			
		ن%	ن%	ت	ن%	ن%	ت	ن%	ن%	ت	ن%	ن%	ت	
60,8	73	18,3	59,5	22	16,7	57,1	20	35,8	71,7	43	25,8	55,4	31	ذكر
39,2	47	12,5	40,5	15	12,5	42,9	15	14,2	28,3	17	20,8	44,6	25	أنثى
100,0	120	30,8	100,0	37	29,2	100,0	35	50,0	100,0	60	46,7	100,0	56	

المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج spss26

يبين الجدول رقم (22) مع من يشارك الأفراد في الاطلاع على مستجدات صفحة الجمعية، وذلك حسب متغير الجنس. حيث نجد أن أعلى نسبة كانت للذكور بنسبة 71.7% مع الأصدقاء، وتليها عندما تكون مع أفراد العائلة بنسبة 59.5%، ثم مع أعضاء الجمعية بنسبة 57.1%، وأخيراً عندما أكون لوحدي بنسبة 55.4%.

أما بالنسبة للإناث فجاءت أعلى نسبة في مشاركة الاطلاع على مستجدات صفحة الجمعة عندما أكون لوحدي بنسبة 44.6%، ثم مع أعضاء الجمعية بنسبة 42.9%، ثم مع أفراد العائلة بنسبة

40.5%. فالذكور يميلون للمشاركة الاتصالية رفقة الأصدقاء، في حين يفضلن الإناث أن يكونن وحدهن.

الجدول رقم (23): يبين مع من تشارك الاطلاع على مستجدات صفحة الجمعية حسب متغير السن:

المجموع	اكثر من 51 سنة		من 41 سنة إلى 50 سنة		من 31 سنة إلى 40 سنة		اقل من 30 سنة			
	ت	ن%	ت	ن%	ت	ن%	ت	ن%		
لوحدهم	56	29.7	6	37.5	18	32.1	20	23.5	12	39
مع أصدقاء	60	31.9	7	43.7	19	33.9	25	29.4	9	29
مع أعضاء الجمعية	35	18.6	3	18.7	9	16.1	18	21.2	5	16
مع أفراد العائلة	37	19.6	0	0	10	17.9	22	25.9	5	16
المجموع	188	100	16	100%	56	100%	85	100%	31	100%

المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج spss26

من خلال الجدول رقم (23) المتضمن، نلاحظ أنه عندما نتصفح مستجدات موقع الجمعية حسب متغير السن، يظهر لنا أن أكبر النسب لجميع الفئات جاءت مرتفعة، وكانت مع الأصدقاء بنسبة 43.7% للذين سنهم فوق 51 سنة، وللذين سنهم من 41 إلى 50 سنة بنسبة 33.9%، وفي فئة من 31 إلى 40 سنة بنسبة 29.4%، في حين نجد أقل من 30 سنة بنسبة 39% يفضلون التصفح لوحدهم .

وعليه فإن المبحوثين يفضلون مشاركة صفحات الجمعيات الخيرية مع أصدقائهم، وهو ما يكسبهم

الثقة والالتزام، وترتفع مشاركة الصداقة مع تقدم السن. إلا أنه يلاحظ أن الفئات العمرية من 31 سنة إلى 40 سنة لهم توزيع مع مختلف شرائح المجتمع في مشاركة صفحات الجمعيات الخيرية، وهي فئة تتوسط الشباب والكهول، وتعمل على المشاركة المتعددة الأطراف .

وتتفق الدراسة مع دراسة "زينب مقدم" في كون المتغيرات الديمغرافية لها تأثير على نوعية العمل التطوعي المقدم، فالشباب أقل تطوعاً من الكهول والمسنين، وهذا يرجع إلى أن الشباب لديهم ظروف اجتماعية تحول دون قيامهم بالعمل التطوعي بصفة منتظمة .

وحسب دراسة "ARLOND ROSE" حول قياس العمر في المشاركة التطوعية في المجتمع الأمريكي، فإن العمل التطوعي يزيد عند كبار السن، وهذا يرجع إلى أن كبار السن من المتقاعدين لديهم أوقات فراغ تسمح لهم بالمشاركة التطوعية، كما أن النضج الاجتماعي يكون في أعلى درجاته¹.

6.2 الغرض من تواصل الجمهور مع الصفحة:

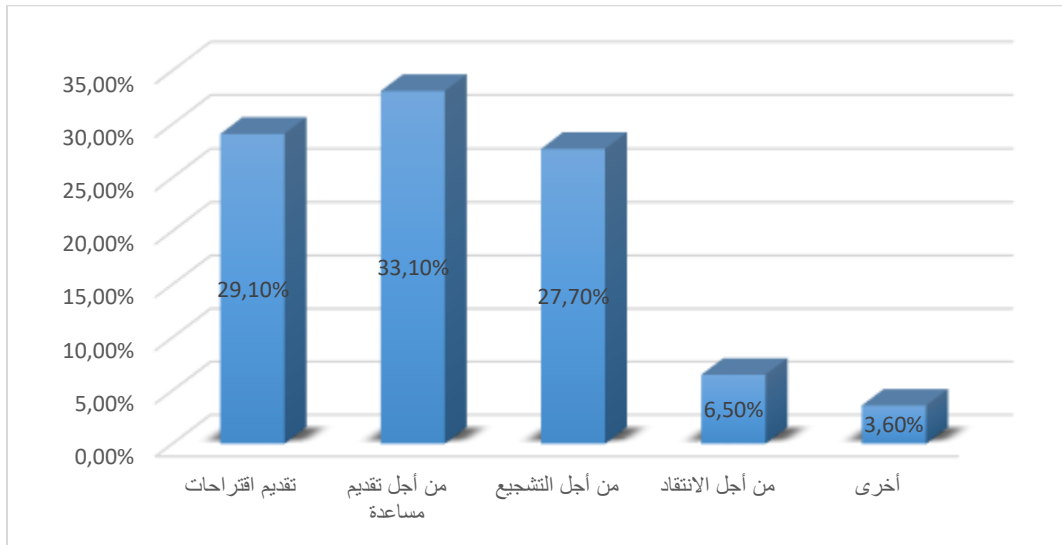
جدول (24): يمثل الغرض من تواصل الجمهور مع الصفحة:

النسبة المئوية	مج التكرارات	
29,10%	81	تقديم اقتراحات
33,10%	92	من أجل تقديم مساعدة
27,70%	77	من أجل التشجيع
6,50%	18	من أجل الانتقاد
3,60%	10	أخرى
100%	278	المجموع

المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج spss26

¹. نزيهة خليل ، مرجع سابق، ص ص.294.295.

شكل (22): يمثل الغرض من تواصل الجمهور مع الصفحة:



المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات spss26 وبرنامج Excel2013

يبين الجدول رقم (24) دواعي اتصال الجمهور بصفحة الجمعية، حيث نجد أن النسب المئوية جاءت متقاربة. فجاءت في المرتبة الأولى عبارة "من أجل تقديم المساعدة" بنسبة 33.10%، وهو ما تسعى إليه الجمعيات الخيرية عبر صفحاتها في التكفل بطلبات الجمهور ومساعدتهم.

ثم تأتي في المرتبة الثانية بنسبة 29.10% عبارة "من أجل تقديم اقتراحات"، وجاءت في المرتبة الثالثة بنسبة 27.70% عبارة "من أجل التشجيع"، وهو مؤشر على التفتح الاجتماعي للجمهور المتابع للصفحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي. ولم يقتصر الأمر على تقديم المساعدات المادية فقط، بل شمل التفاعل الإيجابي معها، وهو عامل مهم لزيادة نشاطات الجمعية.

كما نجد أن 6.5% وهي نسبة ضئيلة حول تقديم الانتقادات. ومن الإجابات التي تم الوقوف عندها في عبارة "اقتراحات أخرى" التي جاءت بنسبة 3.6%، والتي صرح بها المبحوثون كانت من أجل الاستفسار عن مجال نشاط الجمعية، وعن إمكانية إيجاد عمل لهم.

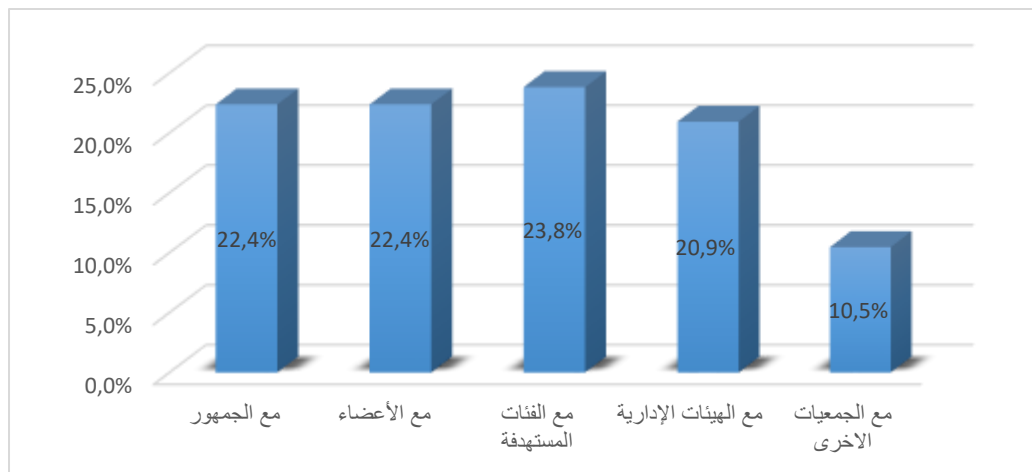
7.2 الفئات الأكثر توصالاً مع الصفحة:

الجدول رقم (25): يبين الفئات الأكثر تواصلا مع صفحة الجمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

النسبة	التكرارات	
22,4%	62	مع الجمهور
22,4%	62	مع الأعضاء
23,8%	66	مع الفئات المستهدفة
20,9%	58	مع الهيئات الإدارية
10,5%	29	مع الجمعيات الأخرى
100,0%	277	المجموع

المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج spss26

الشكل رقم (23): يبين الفئات الأكثر تواصلا مع صفحة الجمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي:



المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات spss26 وبرنامج Excel2013

يبين الجدول رقم (25) رأي المبحوثين حول أي من الفئات لها تواصل أكبر مع صفحة الجمعية، فجاءت الإجابات متقاربة، فكانت النسبة 23.8% بالنسبة للتواصل مع الفئات المستهدفة، وفي الرتبة الثانية مع الأعضاء ومع الجمهور بنسبة 22.4% لكل واحدة منهما.

وما نلاحظه أن التواصل مع الجمعيات الأخرى كانت بنسبة 10.5%، وهي نسبة قليلة مقارنة بنشاطاتها في نفس المجال، وهو ما يدل على ضعف التنسيق الاتصالي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما يطرح إشكالية إيجاد آليات التنسيق بين مختلف الجمعيات الخيرية، وعلى وجود عوائق على المستوى الإداري التنظيمي في تسيير صفحات الجمعيات الخيرية. فنجد أن إشكالية التنسيق قد طرحتها جميع الجمعيات الخيرية محل الدراسة، فالتواصل والتنسيق سبيل التكفل الجيد.

حيث تشير الكثير من الدراسات إلى أن المجتمعات التي لها تواصل في الفضاء الإلكتروني والمتصلة والممكنة، ولا سيما في الفضاء الإلكتروني، هي مجتمعات صحية، التي تشارك في صنع القرار بشأن منطقتها والخدمات داخلها، والمترابطة بشكل جيد مع منظماتها وداعمة. يبحث أفراد المجتمع عن بعضهم البعض، فجميعها لها تأثير إيجابي على صحة الناس ورفاهيتهم¹.

وتتفق الدراسة مع الدراسة "جهيدة شاوش اخوان" في أن أغلب الجمعيات الخيرية تمتلك هيكل إداري بسيط ولا تسعى إلى تشكيل التعاون مع الجمعيات الخيرية الأخرى أو البحث عن الائتلافات².

وتتفق مع دراسة "عبدالله بوضنبورة" في ضعف آليات التواصل والحوار بين إدارات الجمعيات الخيرية والشباب والأحياء والقرى في المشاركة الشبانية في أعمال الجمعيات الخيرية³.

¹. South, Jane. **A guide to community-centred approaches to health and wellbeing. England**: University, undertook a scoping review for this publication., 2015.

². جهيدة شاوش اخوان، مرجع سابق، ص 210

³. عبد الله بوضنبورة، الحركة الجمعوية في الجزائر ودورها في ترقيّة طرق الخدمة الاجتماعية في مجال رعاية الشباب، أطروحة دكتوراه علوم، علم الاجتماع، 2010-2011، ص 284.

وتختلف الدراسة مع دراسة "مقدم زينب"¹ أن العلاقة بين الجمعيات الخيرية تمتاز بالتعاون والتكامل فيما بينها.

الجدول رقم (26): تواصل صفحة الجمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي مع مختلف الفئات حسب متغير المستوى التعليمي:

المجموع		جامعي		ثانوي		متوسط		ابتدائي		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
22.3	62	25.2	22	22.5	24	17.9	14	40	2	مع الجمهور
22.3	62	16	14	24.2	26	26.9	21	20	1	مع الأعضاء
23.8	66	31	27	19.6	21	23.07	18	0	0	مع الفئات المستهدفة
20.9	58	18.3	16	22.4	24	20.5	16	40	2	مع الهيئات الإدارية
10.4	29	09.1	8	11.2	12	11.5	9	0	0	مع الجمعيات الأخرى
%100	277	%100	87	%100	107	%100	78	%100	5	المجموع

المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج spss26

يبين الجدول رقم (26) مع من تقوم بالتواصل في صفحة الجمعية حسب متغير المستوى التعليمي، حيث نجد أن أعلى نسبة كانت مع فئة ذوي المستوى الابتدائي 40% أنهم يتواصلون مع الجمهور، وفئة المستوى الجامعي بنسبة 31% يتواصلون مع الفئات المستهدفة، وفئة المستوى المتوسط يتواصلون مع الأعضاء بنسبة 26.9%، ونجد أن فئة المستوى الثانوي يتواصلون مع الأعضاء .

نلاحظ أن المستوى التعليمي له دور في تحديد الفئة المتواصل معها، فنجد أن فئة المستوى الجامعي يتواصلون أكثر مع الفئات المستهدفة ثم مع الجمهور، في حين نجد ذوي المستوى

¹. زينب مقدم، مرجع سابق، ص367.

الثانوي والمتوسط يتواصلون مع جميع الفئات المذكورة، وهذا لكون ذوي المستوى الثانوي والمتوسط سابقون في العمل الخيري والتطوعي ودخولهم الحياة العملية والمهنية في مقتبل العمر ولهم تواصل مع جميع فئات المجتمع، في حين تشغل فئة المستوى الجامعي بالتحصيل الدراسي والعلمي.

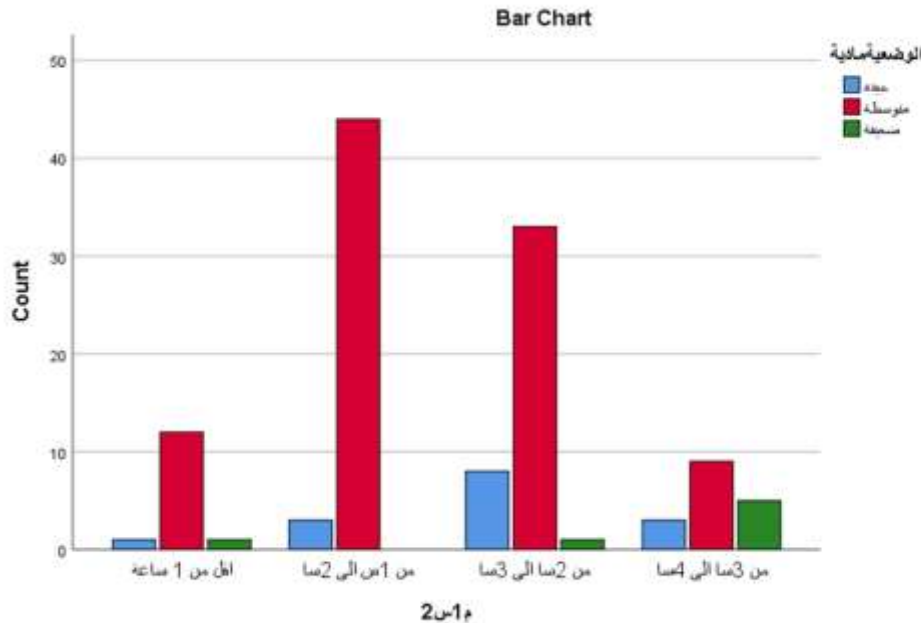
تقييمات وفق الحالة المادية :

الجدول رقم (27): يبين التواصل مع صفحة الجمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير المستوى المادي:

المجموع الكلي		ح.مادية ضعيفة		ح.مادية متوسطة		حالة مادية جيدة		
تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
14	11,7	1	14.2	12	12.2	1	0.6	اقل من 1 ساعة
47	39,2	0	0	44	44.8	3	2	من 1س إلى 2سا
42	35,0	1	14.2	33	33.6	8	53	من 2سا إلى 3سا
17	14,2	5	71.4	9	09.1	3	2	من 3سا إلى 4سا
120	100,0	7	100	98	100	15	100	المجموع
كا ² الجدولية 12.59		درجة الحرية 6		كا ² المحسوبة 25.98				

المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج spss26

الشكل رقم (24): يبين التواصل مع صفحة الجمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير المستوى المادي:



المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج spss26

يوضح الجدول رقم (27) العلاقة بين الحالة المادية والاقتصادية للمبحوثين وعدد الساعات التي يقضونها في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث نجد أن أعلى نسبة كانت لدى الفئات الضعيفة 71.4% في مدة استخدام من 3 إلى 4 ساعات، فرغم أن عدد أفرادها قليل مقارنة بالفئات الأخرى إلا أن أغلبهم يمضون ساعات أطول في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما يفسر بقائهم لمدة أطول في مكاتب الجمعيات الخيرية والإبحار من خلالها، وتأتي في المرتبة الثانية فئة الدخل المرتفع في مدة زمنية مستغرقة من 3 ساعات إلى 4 ساعات بنسبة 53%، ثم نجد نسبة 44.8% لفئة الدخل المتوسط بمدة زمنية من ساعة واحدة إلى ساعتين.

وبحساب العلاقة بين متغير الحالة الاقتصادية للمبحوثين ومدة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي نجد أن χ^2 المحسوبة تقدر بـ 25.98 عند درجة الحرية: 6 ومستوى دلالة 0.05

ومستوى ثقة 95% أكبر من كاذب الجدولية التي تقدر بـ 12.59، فإن المتغيرين غير مستقلين وتوجد علاقة بينهما.

الجدول رقم (28): ما اذا كان الجمهور المتابع جمهور حقيقي أم لا:

النسبة المئوية	التكرارات	
19,2%	23	الجمهور كله
59,2%	71	جزء كبير منه
12,5%	15	جزء قليل منه
9,2%	11	جمهور مختلف
100%	120	المجموع

المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج spss26

من خلال الجدول رقم (28) نجد أن أكثر من نصف إجابات المبحوثين بنسبة 59.2% أجابت بأن الجمهور المتابع يمثل جزءاً كبيراً، وتأتي في المرتبة الثانية بنسبة 19.2% أن الجمهور المتابع هو الجمهور كله من يتواصل مع صفحة الجمعية، في حين نجد أن نسبة قليلة من الإجابات ترى أن الجمهور هو مختلف بنسبة 9.2%

لذا فإن أغلب الإجابات كانت ترى بأن الجمهور المتفاعل مع صفحات الجمعيات الخيرية هو كبير، وهذا راجع إلى أن الجمعيات الخيرية محل الدراسة هي جمعيات نشطة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، إلا أنه يوجد من الأعضاء من يرى أنه جزء قليل من الجمهور المتابع بنسبة 12.5%. ومما تم الوقوف عنده أنه توجد من الجمعيات الخيرية التطوعية لها متابعين يزيد عن 45 ألف متابع.

9.2 حجم الجمهور المتابع:

الجدول رقم (29): يبين رأي المبحوثين في حجم الجمهور المتابع للصفحة:

النسبة المئوية	التكرارات	
15,0%	18	كبير جدا
61,7%	74	كبير
21,7%	26	متوسط
1,7%	2	ضعيف
100,0%	120	المجموع

المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج spss26

يبين الجدول رقم (29) رأي المبحوثين في حجم الجمهور المتابع، حيث نجد أن أغلب الإجابات بنسبة 61.7% ترى أن الجمهور المتابع هو جمهور كبير، وهو ما يعزز تواجدها و تموقعها بين الجمعيات الخيرية الأخرى عبر مواقع التواصل الاجتماعي من جهة، ومن جهة أخرى ما يسمح لها من ممارسة العمل التطوعي بشكل أفضل في تقديم المساعدات و الوصول إلى مختلف فئات المجتمع، وتعزز هذه الفكرة أنه جمهور كبير جدا بنسبة 15%، إلا أن فئة 21.7% من المبحوثين من يرى أنه جمهور متوسط خاصة وأنها تتشط مع جمهور افتراضي مفتوح على المجتمع ككل، وتأتي في المرتبة الأخيرة بنسبة 1.7% من يرى أنه جمهور ضعيف، لكن إذا أمعنا النظر في حكم المبحوثين فإن الجمهور كبير بنسبة تفوق 75%، و انهم قد حققوا مشاركة اتصالية تشاركية كبيرة، وانهم مقتنعون وراضون بالجمهور المتفاعل مع الصفحة مما يسمح لهم في البحث عن أليات أخرى للتفاعل الإيجابي وهو كما اشرنا إليه سابقا أن طبيعة العينة كانت من الجمعيات الخيرية النشطة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

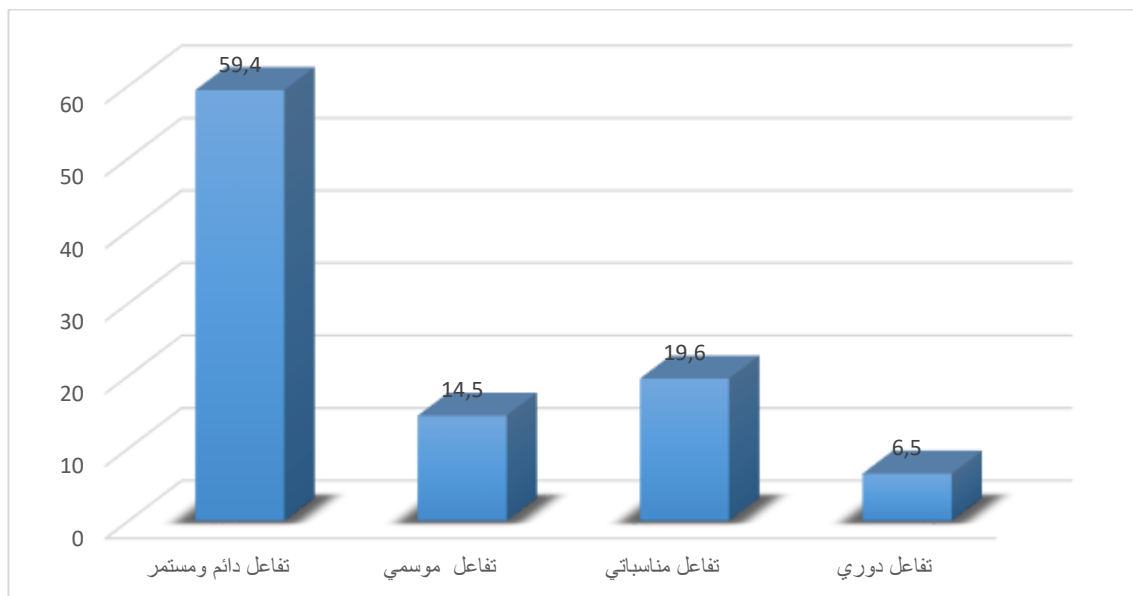
10.2 نوعية التفاعل مع الصفحة:

الجدول رقم (30): يبين نوعية التفاعل مع صفحة الجمعية:

النسبة المئوية	التكرارات	
59,4%	82	تفاعل دائم ومستمر
14,5%	20	تفاعل موسمي
19,6%	27	تفاعل مناسباتي
6,5%	9	تفاعل دوري
100%	138	المجموع

المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج spss26

الشكل رقم (25) يبين نوعية التفاعل مع صفحة الجمعية:



المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات spss26 وبرنامج Excel2013

يبين الجدول رقم (30) أن أعلى نسبة كانت 59.4% من المبحوثين يرون أن التفاعل القائم بين الجمهور وصفحة الجمعية عبر مواقع التواصل هو تفاعل دائم ومستمر، وجاءت في المرتبة الثانية بنسبة 19.6% أنه تفاعل مناسباتي، وفي المرتبة الثالثة جاءت نسبة 20% على أنه تفاعل

موسمي، وحلت المرتبة الأخيرة بنسبة 6.5% أنه تفاعل دوري. فالملاحظ أن أغلبية إجابات المبحوثين يرون أن هناك تفاعل دائم، وهو ما عزز حضورها ونشاطها في عمليات التواصل بمختلف الوسائط المتعددة، وهذا راجع أيضًا إلى أن الناشطين تختلف إجاباتهم باختلاف نشاطاتهم والتزامهم. كما يختلف الأعضاء في التواصل والتفاعل مع المواقع الجموعية؛ منهم الدائمون، ومنهم المتفاعلون وقت المناسبات، ومنهم وقت الضرورة، ومنهم المتنافسون في الخيرات مصداقًا لقوله تعالى: {وَفِي ذَلِكَ فَلْيَتَنَافَسِ الْمُتَنَافِسُونَ}. وتتفق الدراسة مع دراسة منتهى الكيلاني أن مواقع التواصل الاجتماعي منصة تفاعلية بسبب كثافتها وسهولة استخدامها.¹

كما تتفق الدراسة مع دراسة "زينب مقدم" في كون أن الخدمات التطوعية تمتاز بالتفاعل المستمر²، وأن المستفيدين من الخدمات التطوعية على مدار السنة كما تمتاز أيضًا بتنوعها.

3 - عرض وتحليل نتائج بيانات المحور الثاني:

أنماط وأساليب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

في هذا المحور يتطرق الباحث إلى معرفة الأنماط والأساليب الاتصالية المعتمدة في صفحة الجمعية، من خلال التعرف على الوسيلة الاتصالية الأكثر استخدامًا، وأهم المواقع المستخدمة وأفضليتها، وترتيب الوسائط المتعددة من حيث أهميتها وفعاليتها في صفحة الجمعية، والتعرف كذلك على نوع المحتوى والمنشورات ومدى تفاعل الجمهور معه، وكذا مدى حرص ومتابعة الجمعية لحضور الأعضاء، وأخيرًا الآراء التقييمية لنوعية الأنماط الاتصالية المستخدمة في صفحات الجمعيات الخيرية.

3-1 المواقع الأكثر استخدامًا في صفحة الجمعية:

¹. منتهى الكيلاني، مرجع سابق، ص 66.

². زينب مقدم، مرجع سابق، ص 366.

الجدول رقم (31): المواقع الأكثر استخداما في صفحة الجمعية:

المجموع		الإجابة لا		الإجابة نعم		
		النسبة %	التكرارات	النسبة %	التكرارات	
100	120	05,8	7	94,2	113	فايسبوك
100	120	91,7	110	08,3	10	تويتر (x)
100	120	86,7	104	13,3	16	يوتيوب
100	120	74.2	89	25,8	31	انستغرام
100	120	86,7	104	13,3	16	واتس اب
100	120	91,7	110	08,3	10	الإميل
100	120	90,8	109	09,2	11	مدونات
100	120	96,7	116	3,3	4	قوقل بلس
100	120	96,7	116	3,3	4	أخرى

المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج spss26

الشكل رقم (26): المواقع الأكثر استخداما في صفحة الجمعية:



المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات spss26 وبرنامج Excel2013

بين الجدول رقم (31) أن أكبر نسبة كانت 94.1% من المبحوثين الذين أجابوا بنعم حول استخدام الفاييس بوك، ويأتي بعدها الإنستغرام الذي جاء بنسبة استخدام 25.8%، ثم يأتي بعده اليوتيوب والواتس أب بنسبة 13.3% لكل منهما، ثم بعدها المدونات بنسبة 9.2%، وجاء استخدام التويتر (x) والإيميل بنسبة 8.3%، فنلاحظ أن استخدامات تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي أخذت تنوع عبر مختلف التطبيقات الأخرى، لكن يبقى الفاييس بوك الوجهة الأولى للجمعيات للمجتمع الجزائري، وهذا التنوع في استخدام التطبيقات الأخرى يدل على أن هناك تفتح على المجتمعات المستخدمة لمثل هذه التطبيقات المماثلة لها، وتتفق الدراسة الحالية نسبياً مع دراسة "مقدمة زينب" على اعتبار أن الفاييس بوك هو الوسيلة الأولى المستخدمة عبر صفحة الجمعيات الخيرية بنسبة 100%، والذي كانت استعمالاته في التحسيس والتوعية بالدرجة الأولى¹.

الجدول رقم (32): المواقع الأكثر استخداماً في صفحة الجمعية حسب متغير الجنس:

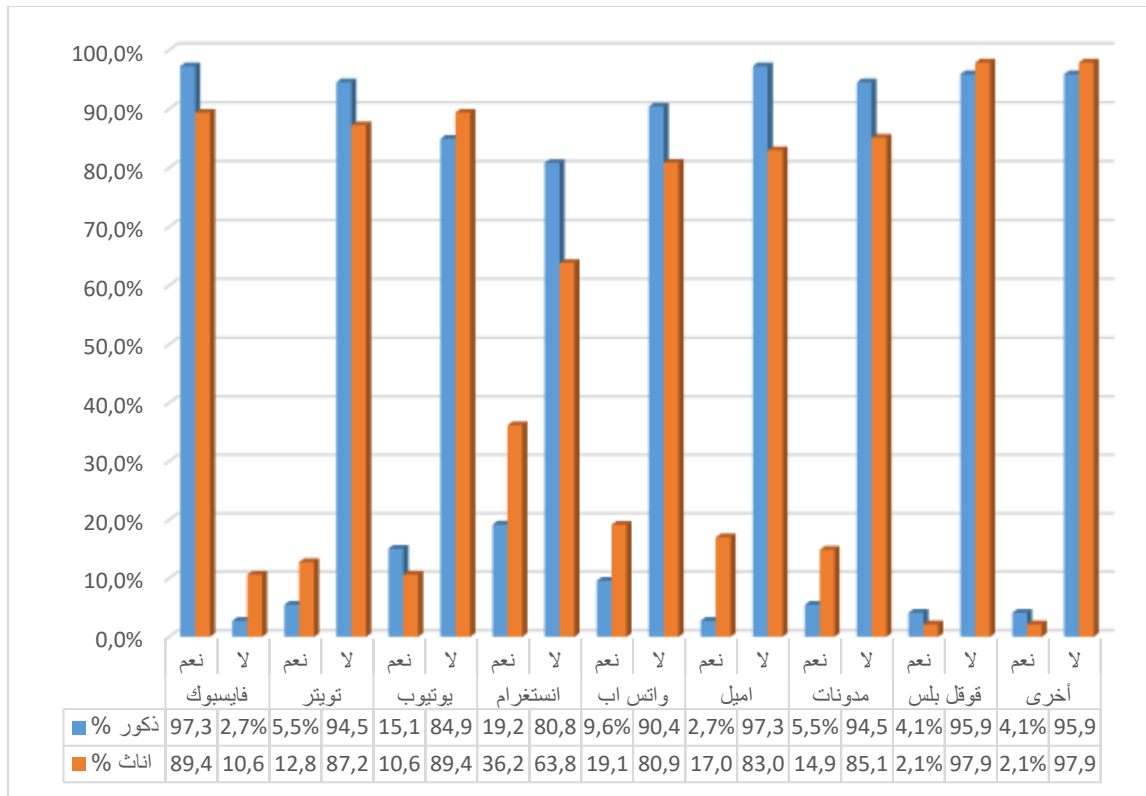
الجنس					
أنثى		ذكر			
%	التكرارات	%	التكرارات		
89,4%	42	97,3%	71	نعم	فايسبوك
10,6%	5	2,7%	2	لا	
100,0%	47	100,0%	73	المجموع	
12,8%	6	5,5%	4	نعم	تويتر
87,2%	41	94,5%	69	لا	
100,0%	47	100,0%	73	المجموع	
10,6%	5	15,1%	11	نعم	يوتيوب

¹. المرجع نفسه، ص273.

89,4%	42	84,9%	62	لا	
100,0%	47	100,0%	73	المجموع	
36,2%	17	19,2%	14	نعم	انستغرام
63,8%	30	80,8%	59	لا	
100,0%	47	100,0%	73	المجموع	
19,1%	9	9,6%	7	نعم	واتس اب
80,9%	38	90,4%	66	لا	
100,0%	47	100,0%	73	المجموع	
17,0%	8	2,7%	2	نعم	إمیل
83,0%	39	97,3%	71	لا	
100,0%	47	100,0%	73	المجموع	
14,9%	7	5,5%	4	نعم	مدونات
85,1%	40	94,5%	69	لا	
100,0%	47	100,0%	73	المجموع	
2,1%	1	4,1%	3	نعم	قوقل بلس
97,9%	46	95,9%	70	لا	
100,0%	47	100,0%	73	المجموع	
2,1%	1	4,1%	3	نعم	أخرى
97,9%	46	95,9%	70	لا	
100,0%	47	100,0%	73	المجموع	

المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج spss26

الشكل رقم (27): المواقع الأكثر استخداما في صفحة الجمعية حسب متغير الجنس:



المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات spss26 وبرنامج Excel2013

يظهر الجدول رقم (32) أن أعلى نسبة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في صفحة الجمعية حسب متغير الجنس كانت لدى فئة الذكور بأغلبية كبيرة بنسبة 97.3%، وعند الإناث فكانت بنسبة 89.4%. وهذا راجع إلى سهولة استخدامه وأقدمية نشأته وتداوله، وهي أقل مقارنة بالذكور، وذلك لوجود تطبيقات أخرى مماثلة، ولكون الإناث لا يملن إلى المواقع الأكثر تداولاً بين الأوساط الاجتماعية، وبحكم الأعراف السائدة في المجتمع كالرقابة الزوجية أو الرقابة العائلية. في حين نجد أن تطبيق الأنستغرام كان لصالح الإناث بنسبة 36.2%، ثم يأتي بعده الواتساب بنسبة 19.1%، والإميل بنسبة 17%، والمدونات بنسبة 14.5%. وبالمقابل نجد تراجع في نسبة الذكور في استخدامات التطبيقات الأخرى كالإنستغرام بنسبة 19.2%، والواتساب 6%، والإميل 7%.

الجدول رقم (33): يبين أي مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما حسب متغير المستوى التعليمي:

المجموع		جامعي		ثانوي		متوسط		ابتدائي		
تكرارات	% ن	تكرارات	% ن	تكرارات	% ن	تكرارات	% ن	تكرارات	% ن	
متعددة		متعددة		متعددة		متعددة		متعددة		
52,5	113	56	41	48,2	41	52,7	29	100	2	الفايس بوك
4,6	10	5,4	4	2,3	2	7,2	4	0	0	تويتر (X)
7,4	16	8,2	6	5,8	5	9,09	5	0	0	يوتيوب
14,4	31	10,9	8	21,1	18	9,09	5	0	0	انستغرام
7,4	16	8,2	6	5,8	5	9,09	5	0	0	واتس اب
4,6	10	8,2	6	2,3	2	3,6	2	0	0	الإيميل
5,1	11	2,7	2	7	6	5,4	3	0	0	مدونات
1,8	4	0	0	3,5	3	1,8	1	0	0	قوقل بلس
1,8	4	0	0	3,5	3	1,8	1	0	0	أخرى
%100	215	%100	73	%100	85	%100	55	%100	2	المجموع

المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج spss26

من خلال الجدول رقم (33) نلاحظ توزيع تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير المستوى التعليمي، حيث نجد أن استخدامات موقع الفايسبوك من طرف عينة الدراسة متباينة بين مستوياتهم حيث نجد نسبة 100% لذوي المستوى الابتدائي، وجاءت نسبة 56% لفئة الجامعيين ثم نسبة 52.7% لفئة المستوى المتوسط وجاءت أقل نسبة بـ 48.2% لفئة المستوى الثانوي من مجموع التطبيقات المستخدمة.

في حين نجد أن فئة المستوى الثانوي يستخدمون الإنستغرام بنسبة 21.1% كأعلى نسبة، وتأتي بعده فئة ذوي المستوى المتوسط بنسبة 18%، ونلاحظ أن الإنستغرام يعد الوجهة الثانية بعد الفايسبوك، ثم يأتي بنسب متقاربة باستخدام تطبيقات كل من اليوتيوب والواتساب والإيميل.

وما نلاحظه أيضًا أن استخدامات التطبيقات جاءت موزعة لفئتي المستوى المتوسط والثانوي على جميع التطبيقات بنسب استخدام متفاوتة، بينما لدى المستوى الجامعي اقتصر على استخدامات تطبيقات محددة، وهذا ما يفسر أن للمستوى التعليمي دور في تحديد نوعية التطبيق المستخدم.

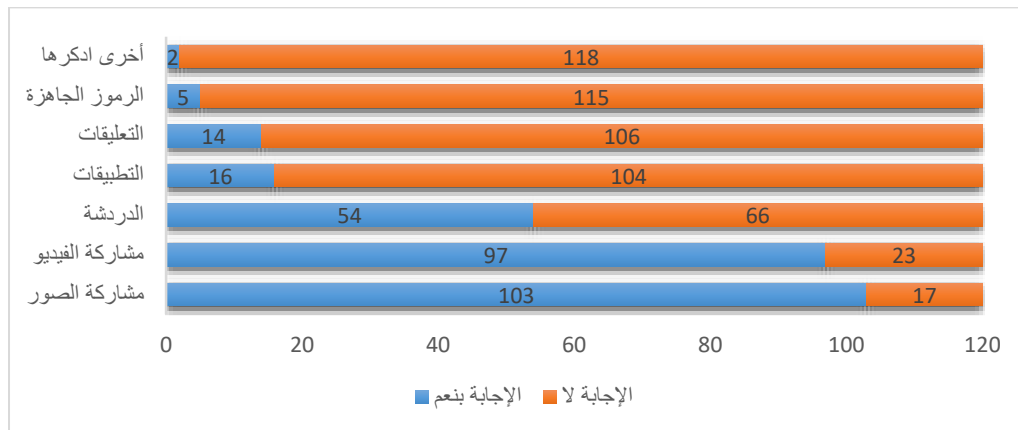
3-2 الوسائط الاتصالية المستعملة عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

الجدول رقم (34): يبين الوسائط المستخدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

ن %	ت	الإجابة ب لا		الإجابة بنعم		
		ن %	ت	ن %	ت	
100	120	14,2	17	85,8	103	مشاركة الصور
100	120	19,2	23	80,8	97	مشاركة الفيديو
100	120	55	66	45	54	الدرشة
100	120	86,7	104	13,3	16	التطبيقات
100	120	88,3	106	11,7	14	التعليقات
100	120	95,8	115	4,2	5	الرموز الجاهزة
100%	120	98,30%	118	1,70%	2	أخرى اذكرها

المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج spss26

الشكل رقم (28): يبين الوسائط المستخدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي



المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات spss26 وبرنامج Excel2013

من خلال الجدول رقم (34) يتبين أن النسبة الأكبر كانت 85.8% في مشاركة الصور، وتأتي بعدها نسبة 80.8% في مشاركة الفيديوهات، ثم نسبة 54% في الدردشة، وجاءت التطبيقات والتعليقات بنسب متقاربة بـ 13.3%، 11.7% على التوالي، وأخيراً الرموز الجاهزة بنسبة 4.2%. وهذا ما أكدته نتائج المقابلة أن استعمال الصور أهم وسيلة وأفضل أداة للتواصل الجماعي مع الجمهور. فما نلاحظه أن عينة الدراسة يميلون إلى استخدام الوسائط المتعددة حسب سهولتها وسرعة تحميلها وإرسالها، والتي لا تتطلب وقتاً طويلاً، ولكونها أكثر ديناميكية عبر صفحات الجمعيات الخيرية، بينما الوسائط التي تتطلب تفكيراً لا يميل المبحوثون إلى استخدامها واستعمالها، وهذا ما عبر عنه مارشال ماكلوهان في وسائل الاتصال الباردة ووسائل الاتصال الساخنة، فيلجأ المستخدم إلى اختيار الوسائط الأسهل للتفاعل مع جمهور صفحة الجمعية.

وتختلف نتائج الدراسة الحالية عن دراسة "تريمان نومان" من حيث خدمة الوسائط الاتصالية الأكثر استخداماً، فكانت استخدامات التعليقات والدردشة في المرتبة الأولى، وهذا راجع إلى طبيعة المجتمع المدروس، فالوسائط الاتصالية تختلف من مجتمع إلى آخر. فتستعمل صفحات الجمعيات الخيرية الصور والشعارات للنشاطات اليومية أكثر لترويج أعمالها عبر مواقع التواصل الاجتماعي بإعطاء شعارات قوية ذات تأثيرات على نفسية الأفراد ولاستقطاب أكبر عدد من المتطوعين كالشطاء الدافئ، الحقيبة المدرسية، كبش العيد، وغيرها، بينما تميل جمعيات أخرى إلى استخدام وسائط أخرى، وتتغير الأنماط الاتصالية وأفضليتها بتغير نوع المجتمع المدروس. فتستخدم الجمعيات الخيرية تقنيات اتصالية لإقناع الجمهور في المناسبات الإعلامية، وتستخدم الاسم أو الرمز اللقب أو الشعار كهوية الجمعية والإشهار من خلال حملاتها، كما قد تستعين بالمشاهير لتكريمهم ولفت انتباه الجمهور، كما قد تعتمد على المجالات الإلكترونية التي تصدرها، ومواقع الإنترنت في متابعة جمع التبرعات¹.

فطبيعة المجتمع المدروس تحدد نوعية الوسائط المستعملة في التواصل الافتراضي

¹ عوايشة نصر الدين، مرجع سابق، ص 167.

الجدول رقم (35): المنشورات الأكثر تجاوبا مع الجمهور عبر صفحة الجمعية

حسب متغير المستوى التعليمي:

المجموع	ابتدائي		متوسط		ثانوي		جامعي			
	ت	%ن	ت	%ن	ت	%ن	ت	%ن		
محاضرات	0	0,00	14	12,96	11	7,91	5	4,20	30	8,04
تظاهرات	1	14,29	17	15,74	23	16,55	18	15,13	59	15,82
حملات توعوية	2	28,57	14	12,96	23	16,55	20	16,81	59	15,82
حملات تطوعية	2	28,57	28	25,93	32	23,02	33	27,73	95	25,47
ندوات	0	0,00	3	2,78	6	4,32	1	0,84	10	2,68
أخرى أنكرها	2	28,57	32	29,63	44	31,65	42	35,29	120	32,17
المجموع	7	%100	108	%100	139	%100	119	%100	373	%100

المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج spss26

يبين الجدول رقم (35) المنشورات الأكثر تجاوبا مع الجمهور عبر صفحة الجمعية، حيث تظهر أن النسب الأكبر كانت مع منشورات أخرى والتي جاءت بنسبة 35.29% من إجابات فئة المستوى الجامعي، وجاءت نسبة 31.65% من إجابات فئة المستوى الثانوي، ونسبة 29.62% من إجابات ذوي المستوى المتوسط، ونسبة 28.57% من إجابات ذوي مستوى الابتدائي.

ثم جاءت في المرتبة الثانية للمنشورات الأكثر تجاوبا حول الحملات التوعوية بنسبة 28.57% للمستوى الابتدائي، وبعدها كانت للمستوى الجامعي بنسبة 27.73%، وللمستوى المتوسط 25.93%، والمستوى الثانوي كانت بنسبة 23.2%، وذلك لأهمية الحملات التوعوية في نشاط الجمعية كجمعية في تسويق خدماتها واستقطاب المتطوعين.

ما نلاحظه أن النسب جاءت متقاربة في المنشورات التي لها رواجاً لدى الجمهور، فجميع المستويات التعليمية كانت لها إجابات موحدة حسب أهمية النشاط واتفقت في اختيارات محددة، وهو ما يفسر عدم وجود علاقة بين المؤهل التعليمي وأهمية المنشورات التي تبث عبر صفحات الجمعيات الخيرية.

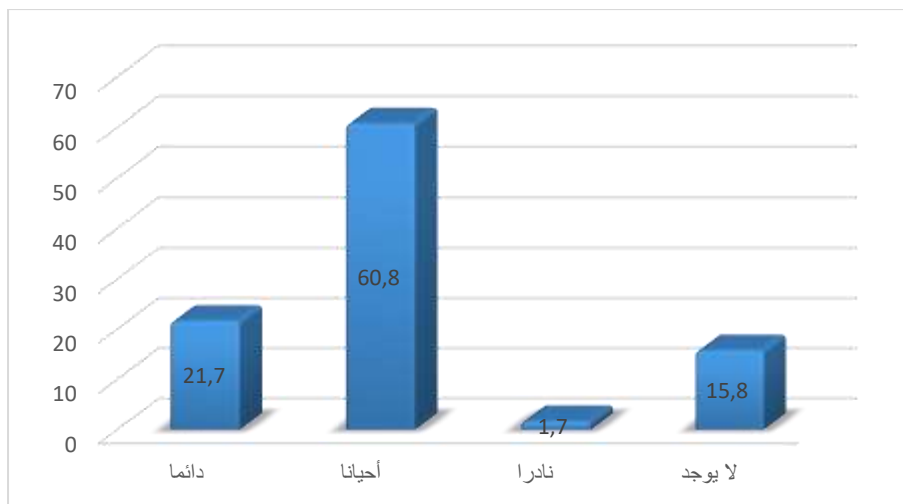
3-3 متابعة الحضور عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

الجدول رقم (36): مدى حرص الجمعية على متابعة حضور الأعضاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

النسبة المئوية	التكرارات	
21,7	26	دائماً
60,8	73	أحياناً
1,7	2	نادراً
15,8	19	لا يوجد
%100	120	المجموع

المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج spss26

الشكل رقم (29): مدى حرص الجمعية على متابعة حضور الأعضاء عبر المواقع التواصل الاجتماعي :



المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات spss26 وبرنامج Excel2013

يبين الجدول رقم (36) مدى حرص الجمعية على متابعة الأعضاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث نجد أن نسبة 60.8% أجابت بأحياناً كأعلى نسبة، وتأتي في المرتبة الثانية بنسبة 21.7% في أن هناك متابعة دائمة للأعضاء، ونجد بالمقابل نسبة 15.8% ممن أجاب على عدم وجود متابعة نهائياً في متابعة الحضور.

يتضح أن نسبة قليلة فقط ممن يرون أنه يوجد متابعة دائمة، وباقي الإجابات كانت أغلبيتها أحياناً، وهناك من يرى أنه لا توجد متابعة إطلاقاً، وهذا راجع إلى طبيعة العمل التطوعي أنه يقوم بحرية ودون إلزامية، هذا من جهة، ومن جهة أخرى عدم توفر الجمعيات الخيرية على إمكانيات بشرية ومادية قادرة على متابعة إجراءات الحضور للأعضاء ومراقبة مدى التزامهم عبر المنصات الرقمية.

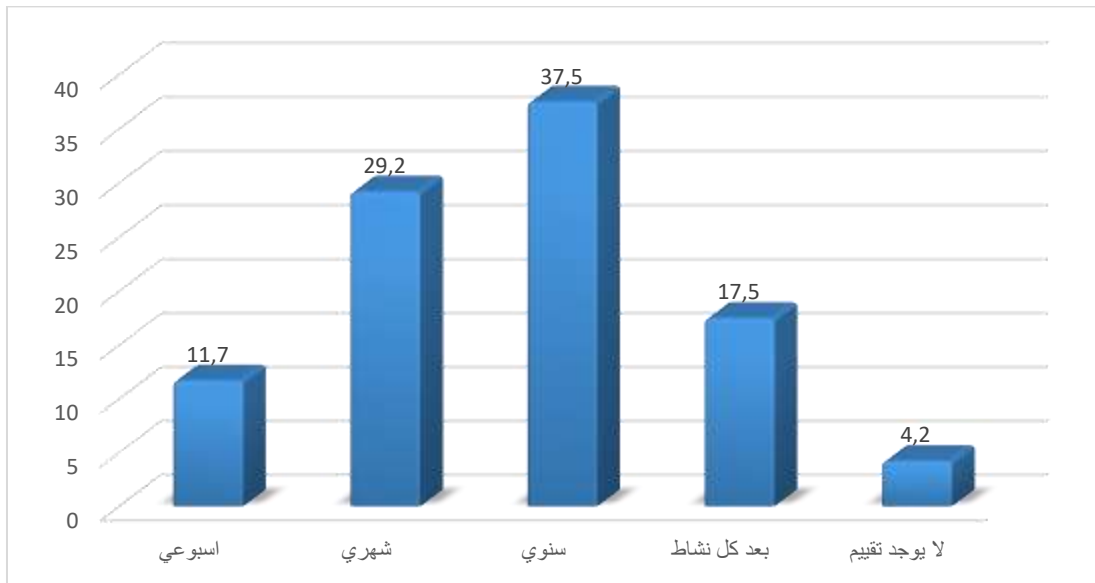
3-4 تقييم النشاطات عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

الجدول رقم (37): يبين نوعية التقييم لنشاطات صفحة الجمعية :

النسبة المئوية	التكرارات	
11,7%	14	أسبوعي
29,2%	35	شهري
37,5%	45	سنوي
17,5%	21	بعد كل نشاط
4,2%	5	لا يوجد تقييم
100,0%	120	المجموع

المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج spss26

الشكل رقم (30): يبين نوعية التقييم لنشاطات صفحة الجمعية:



المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات spss26 وبرنامج Excel2013

يبين الجدول رقم (37) نوعية التقييم لنشاطات صفحة الجمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث نجد أن أكبر نسبة كانت 37.5% على أنه يوجد تقييم للنشاطات بشكل سنوي، وتليها مباشرة بنسبة 29.2% على أنه يوجد تقييم شهري، ويأتي في المرتبة الثالثة بنسبة 17.5% أنه يوجد تقييم بعد كل نشاط، في حين نجد نسبة 4.2% من المبحوثين أجابوا على أنه لا يوجد تقييم أصلاً، ومن خلال الإجابات المدلى بها نجد أنها جاءت في أغلبيتها تؤكد على أنه يوجد تقييم، لكن هذه الإجابات جاءت موزعة توزيعاً تدرجياً من أطول مدة (تقييم سنوي) إلى أقل مدة (تقييم أسبوعي)، كما أن بعض الجمعيات تقوم بنشاطات ممتدة على فترات زمنية محددة كالأسبوع أو الشهر أو حتى السنة، والتي تعتمد على استراتيجية متبعة كما هو في ملحق رقم (07).

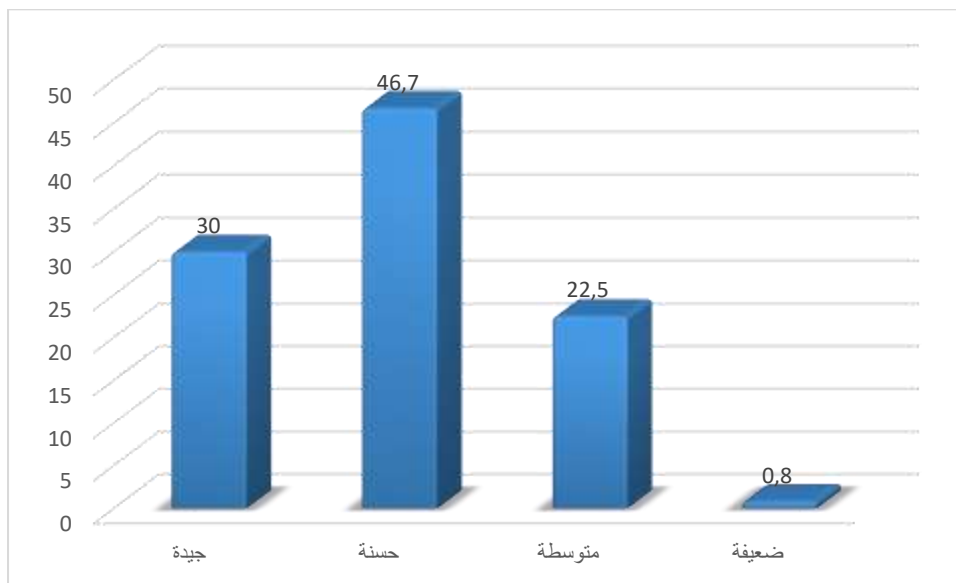
ويفسر هذا أن عملية التقييم تتم مع فئة قليلة أسبوعياً، وترتفع في التقييم الشهري مع فئة أخرى، وتزيد في التقييم السنوي مع فئات أخرى من المبحوثين، وتبقى فئة قليلة غير معنية بعملية التقييم التي أجابت بانعدامه. قد يرجع ذلك إلى كونهم حديثي الانخراط أو الذين لهم نشاطات محدودة مع الجمعية.

الجدول رقم (38): يبين الأنماط الاتصالية المعتمدة من قبل الجمعية:

النسبة المئوية	التكرارات	
30,0%	36	جيدة
46,7%	56	حسنة
22,5%	27	متوسطة
0,8%	1	ضعيفة
100,0%	120	المجموع

المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج spss26

الشكل رقم (31): يبين الأنماط الاتصالية المعتمدة من قبل الجمعية:



المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات spss26 وبرنامج Excel2013

يبين الجدول رقم (38) آراء تقييمية لأنماط الاتصال المعتمدة من قبل جمعياتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فنجد أن أكبر نسبة 46.7% أجابت على أنها حسنة، وتليها نسبة 30% بالإجابة على أنها جيدة، وجاءت في المرتبة الثالثة نسبة 22.5% على أنها متوسطة، في حين جاءت نسبة 0.8% على أن الأنماط الاتصالية المستخدمة ضعيفة. ومن الملاحظ أن الأنماط

الاتصالية المستعملة من قبل الجمعيات الخيرية عينة الدراسة كانت بين الحسنة والجيدة، وهو ما ساهم في نشاطها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، لذا فإن الأساليب الاتصالية المستخدمة في صفحات الجمعيات الخيرية مقبولة .

ومن خلال المقابلات فإنه توجد جمعيات (كجمعية القلوب الطيبة) قامت بوضع برنامج رقمي لمتابعة المستفيدين من المرضى والمتطوعين، كما تخضع عمليات التكفل إلى التنسيق مع مصالح الضمان الاجتماعي، واللجان الولائية للمراقبة، حيث لا يتم تسليم الأدوية إلا بوصفة طبية والتأشير عليها، وتسعى جاهدة إلى وضع برنامج رقمي لجميع الجمعيات الخيرية في التخصص وغيره للمتابعة والتكفل الجيد بفئة المعوزين والقدرة على إحصائهم

4- عرض وتحليل نتائج بيانات المحور الثالث:

الإمكانات المادية والبشرية المتاحة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

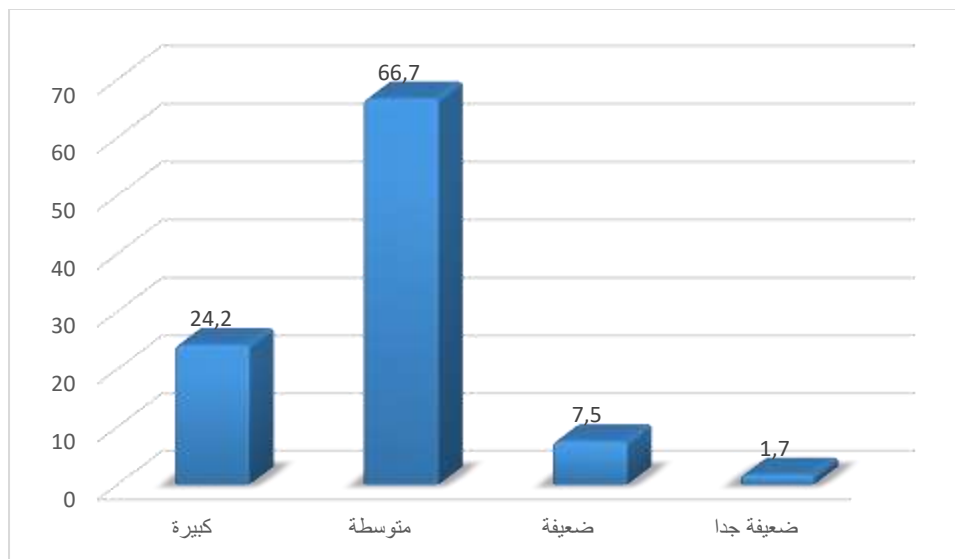
4-1 الإمكانات المادية للجمعيات عينة الدراسة:

الجدول رقم (39): يبين إمكانات الجمعيات الخيرية المادية:

التكرارات	التكرارات	
24,2	29	كبيرة
66,7	80	متوسطة
7,5	9	ضعيفة
1,7	2	ضعيفة جدا
100	120	المجموع

المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج spss26

الشكل رقم (32) : يبين إمكانيات الجمعيات الخيرية المادية:



المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات spss26 وبرنامج Excel2013

يبين الجدول رقم (34) أن أعلى نسبة كانت 66.7% بإجابة على أن الإمكانيات المادية المتوفرة في الجمعية والمستخدم في إدارة وتسيير صفحة الجمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي إمكانيات متوسطة، وتليها نسبة 24.2% من المبحوثين يرون أنها ذات إمكانيات كبيرة، في حين ترى فئة قليلة من المبحوثين أنها تحوز على إمكانيات مادية ضعيفة بنسبة 7.5%، وضعيفة جداً بنسبة 1.7%.

وهذا راجع إلى واقع الجمعيات الخيرية الجزائرية، وهو ما تم الوقوف عليه من خلال إجراءات الملاحظة الميدانية والمقابلات، على أن هناك جمعيات تمتلك من المؤهلات الكبرى حتى القدرة على بناء المستشفيات وشراء السيارات كسيارات الإسعاف وذات مقرات كبيرة كجمعية كافل اليتيم، ومن الجمعيات الخيرية التي لا تستطيع حتى دفع حقوق الإيجار السنوي، وهذا ما تتفق معه في دراسة "جهيدة خوان شاوش" حيث تعد الإمكانيات المادية أكبر عائق للجمعيات. لذا يعمل أفراد الجمعية على دعم أفراد المجتمع للانخراط والمشاركة في العمل التطوعي، والذين يسعون من خلاله إلى العمل الخيري، وهم يمثلون بذلك رأس مال اجتماعي¹.

¹. سلمى كونددة، مرجع سابق ص195.

فالجمعيات الخيرية التطوعية تعتمد على مصادر مالية منها التبرعات وأموال الزكاة والأوقاف ،وقد احتلت مصادر التمويل المرتبة الأولى على حسب دراسة جدوى " لمحمد بركات " وهي مصادر شبه ثابتة ومتأثرة بتغيرات الأحداث والمستجدات والتي تكون عرضة لمختلف الشائعات في إنفاقها، وأن نجاح الجمعية في التنمية المالية يعتمد بالأساس على مدى تنظيمها وأهدافها وإبداعها حيث يقول " paul lewis " على أن القطاع التطوعي لا يكون مبدع ومتقدما إلا إذا كانت له استقلالية مالية¹.

فالجمعيات الخيرية أغلبيتها لها إمكانيات مادية متوسطة وهي تتفق نسبيا مع دراسة "جهيدة شاوش اخوان " في أن الجمعيات الخيرية تمتلك هياكل إدارية بسيطة ولا تسعى إلى تشكيل التعاون مع الجمعيات الخيرية الأخرى أو البحث عن الائتلافات²، فإنه توجد جمعيات ذات مقرات وهياكل شاسعة ولها ائتلافات مع جمعيات أخرى.

1.1.4 الوسائل المستعملة في الاتصال عبر مواقع التواصل الاجتماعي لدى الجمعيات الخيرية:

الجدول رقم (40): الوسيلة المستعملة في الاتصال من قبل الجمعية:

المجموع		الإجابة بلا		الإجابة بنعم		
النسبة %	التكرارات	النسبة %	التكرارات	النسبة %	التكرارات	
100	120	13,33	16	86,66	104	هاتف ذكي
100	120	84,16	101	15,83	19	لوحة رقمية
100	120	79,16	95	20,83	25	جهاز محمول
%100	120	70,83	85	29,16	35	جهاز مكتب الجمعية

¹. نزيهة خليل، مرجع سابق، ص313.

². جهيدة شاوش اخوان، مرجع سابق ص210

المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج spss26

يبين الجدول رقم (35) في شق من جانب الإمكانيات المادية التي تتوفر عليها الجمعية، ومن خلال الوسيلة الأكثر استخدامًا في مواقع التواصل الاجتماعي، نجد في المرتبة الأولى بنسبة 86.66% تقوم بالاعتماد واستخدام الهاتف الذكي، ويليه مباشرة بنسبة 29.16% جهاز مكتب الجمعية، ثم الجهاز المحمول بنسبة 20.83%، وأخيرًا استعمال اللوحات الرقمية بنسبة 15.83%

والملاحظ أن الهاتف الخليوي أو الهاتف الذكي أصبح مصاحبًا لأي فرد في الوقت الحالي، وهذا لخصائصه المتنوعة والمتعددة على غرار أنه وسيلة اتصال، كما أن الخصائص الموجودة فيه تسمح باستخدام العديد من التطبيقات حول الشبكات الاجتماعية، فلا نجد هاتفًا ذكيًا يخلو من خاصية تطبيقات التواصل الاجتماعي كالفيسبوك والتويتر والإنستغرام وغيرها، والذي يستعمل في مجالات وميادين متنوعة ومتعددة.

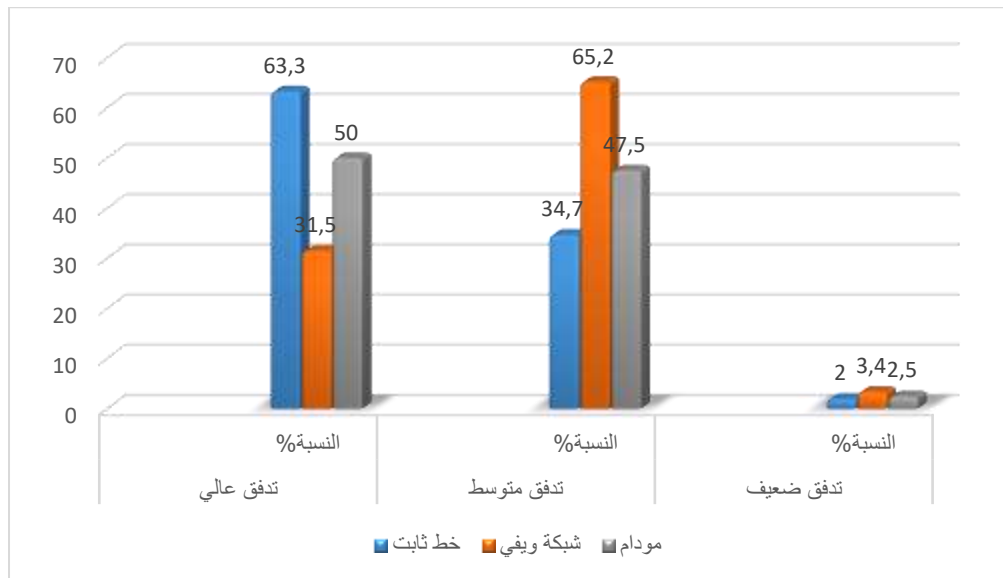
4-1-2 التوصيلات الشبكية في صفحات الجمعيات الخيرية:

الجدول رقم (41): يبين نوعية التوصيلات الشبكية المستخدمة في الاتصال مع الجمعية ودرجة تدفقها:

مودام		شبكة ويفي		خط ثابت		
النسبة%	التكرارات	النسبة%	التكرارات	النسبة%	التكرارات	
50	20	31,5	28	63,3	31	تدفق عالي
47,5	19	65,2	58	34,7	17	تدفق متوسط
2,5	1	3,4	3	2	1	تدفق ضعيف
%100	40	%100	89	%100	49	مجموع التكرارات

المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج spss26

الشكل رقم (33): يبين نوعية التوصيلات الشبكية المستخدمة في الاتصال مع الجمعية ودرجة تدفقها:



المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات spss26 وبرنامج Excel2013

تعد التوصيلات الشبكية وسرعة تدفقها ذات أهمية بالغة في تحقيق التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي وزيادة فعالية أداء الجمعيات الخيرية، ومؤشر على مدى نشاطها ونجاحها. وفي الجدول رقم (41) يبين نوعية التوصيلات الشبكية المستعملة ودرجة تدفقها، حيث نجد أن أعلى نسبة كانت 65.2% عبر شبكات الويفي بتدفق متوسط، وأن أغلبية مستخدمي الصفحة لهم استعمال لوسائل الاتصال بتدفق متوسط عبر شبكات الويفي، وتليها نسبة 63.3% ذات تدفق عالي باستخدام الخط الثابت، وفي المرتبة الثالثة عبر شبكة المودم بدرجة تدفق متوسط بنسبة 47.5%. وعليه فإن أغلبية الإجابات كانت بسرعة تدفق بين المتوسط والعالي، إلا أننا نجد أن نسبة مستخدمي الخط الثابت كان لها تدفق أكبر من غيرها.

والملاحظ أنه كلما كانت هناك استقلالية في استعمال شبكة الإنترنت كانت الخدمة أفضل وسرعة تدفق أعلى، والذي يساهم في تحسين خدمات التواصل الافتراضي.

4-1-3 نوعية الاشتراكات في الأنترنت:

الجدول رقم (42): يبين مصدر الاشتراك وإمكانات الجمعية المادية:

مع آخرين		من المنزل		من الجمعية		اشتراك خاص		
ت	ن %	ت	ن %	ت	ن %	ت	ن %	
0	0	2	10	4	11,8	11	12,8	إمكانات جيدة
5	100	16	80	28	82,4	71	82,6	إمكانات متوسطة
0	0	2	10	2	5,9	4	4,7	إمكانات ضعيفة
5	%100	20	%100	34	%100	86	%100	المجموع

المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج spss26

يبين الجدول رقم (42) مصدر الإنترنت وإمكانات الجمعيات الخيرية المادية، حيث نلاحظ أن أغلبية المبحوثين لهم اشتراك خاص بنسبة 82.6%، وهم ينشطون في جمعيات ذات إمكانات مادية متوسطة بنسبة 12.8%. كما ينشطون في جمعيات ذات إمكانات جيدة، كما أن نسبة 82.4% ممن يستخدمون إنترنت الجمعية هي جمعيات ذات إمكانات مادية متوسطة.

نلاحظ أن أغلبية المبحوثين ينشطون في جمعيات ذات إمكانات مادية متوسطة سواء كان الاشتراك خاص أو من طرف الجمعية أو من جهات أخرى.

2.4.4 إمكانات البشرية:

4-2-1 تقييم الإمكانات البشرية:

الجدول رقم (43): الإمكانات البشرية للجمعيات التطوعية:

النسبة المئوية	التكرارات	
37,5	45	إمكانات بشرية كبيرة
60,8	73	إمكانات بشرية متوسطة
1,7	2	إمكانات بشرية ضعيفة
%100	120	المجموع

المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج spss26

إلى جانب الإمكانيات المادية التي تدخل في الهيكلة الاتصالية والتوصيلات الشبكية كبناء رقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، تعتبر الإمكانيات البشرية أو المورد البشري الكفاء المحرك الأساسي لها، ومن خلال الجدول رقم (43) نجد أن أغلبية الإجابات بنسبة 60.8% على أن الجمعيات الخيرية تمتلك إمكانيات بشرية متوسطة، وتليها بنسبة 37.5% أنها تمتلك إمكانيات كبيرة، ونجد نسبة ضئيلة فقط بنسبة 1.7% أن لها إمكانيات بشرية ضعيفة.

والملاحظ أن الجمعيات الخيرية محل الدراسة لها إمكانيات متوسطة، كما توجد جمعيات لها إمكانيات مادية وبشرية كبيرة وهو ما تم الوقوف عنده من خلال الدراسة الميدانية، وجود كوادر مختصة في تسيير وإدارة صفحة الجمعية وهي جمعيات عريقة، وما تم رصده أيضًا أن هناك جمعيات لها إمكانيات مادية وبشرية كبيرة، فنجد جمعية القلوب الطيبة مثلًا إمكانيات مادية متمثلة في أجهزة الكمبيوتر والإنترنت ولها سيارات إسعاف وتتكفل بالعديد من المرضى، كما لها تعاقدات مع عدة أطباء مختصين ومخابر وتتكفل بإجراء العمليات الجراحية الصعبة للمعوزين داخل وخارج الوطن.

ولها كوادر بشرية وإطارات منهم ثلاثة برلمانيين و30 طبيبًا وإطارات في سلك العدالة وأصحاب أعمال وشركات وحتى لاعبي كرة القدم مما عزز تواجدها على مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير رغم حداثة نشأتها.

وما تم التوصل إليه أن الجمعيات الخيرية الكبيرة والعريقة لها قادة متمرسون ومستويات جامعية وأقدمية تفوق 10 سنوات. فالجمعيات الخيرية النشطة لها مكتب خاص بالإعلام والاتصال ومختص في مجال تكنولوجيا الاتصال وتسهر الجمعيات الخيرية النشطة على تنظيم دورات تكوينية لفائدة أعضائها بصفة دائمة ومستمرة كما يوجد تنسيق اتصالي بين رؤساء المكاتب في إدارة وتسيير الصفحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي وهو سر تألقها.

حيث تتضح أهمية الاتصال عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال التقارب بين الأفراد والجماعات ومختلف الفاعلين، لضمان السير الحسن وتحقيق الأهداف، كما ساهمت في عملية

التعبئة والحشد وبناء جسور الثقة والمودة وفتح مجال الحوار والنقاش وحل المشكلات ومن ثم التأثير في المواقف والاتجاهات.

و من خلال الجدول (42) والجدول(43) يتضح أن الإمكانيات المادية والبشرية للجمعيات التطوعية هي إمكانيات متوسطة .

الجدول رقم (44): يبين إجابات المبحوثين حول الإمكانيات البشرية للجمعية حسب متغير المستوى التعليمي:

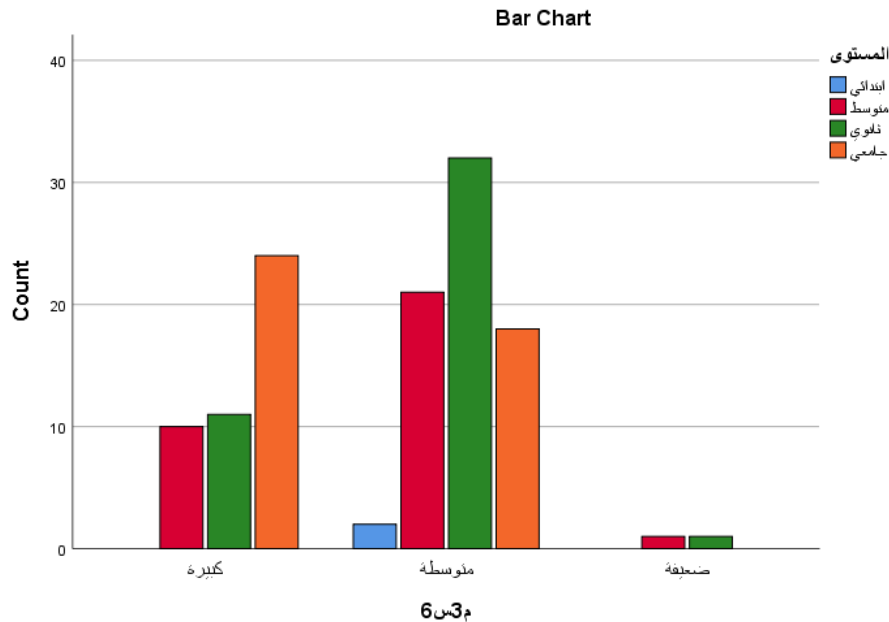
	ابتدائي		متوسط		ثانوي		جامعي		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
كبيرة	0	00	10	31.2	11	25	24	57.2	45	100
متوسطة	2	100	21	65.6	32	72.7	18	42.8	73	100
ضعيفة	0	00	1	03.2	1	0.3	0	0	2	100
المجموع	2	%100	32	%100	44	%100	42	%100	120	%100
<p>كا² المحسوبة 12.356 درجة الحرية: 6 كا² الجدولية 12.59</p>										

المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج spss26

من خلال الجدول رقم (44) نجد أن مجموع أكبر تكرار كانت الإمكانيات متوسطة، لكن حسب مستواهم التعليمي نجد أن نسبة 57.2% من الجامعيين يرون أن الإمكانيات البشرية كبيرة، في حين نجد حسب رأي فئتي المستوى الثانوي والمتوسط أن للجمعية إمكانيات مادية وبشرية متوسطة بنسب 72.7% و 65.6% على التوالي، في حين نجد أن نسبة ضئيلة جداً ترى أن الإمكانيات البشرية ضعيفة جداً.

وبتطبيق كا² المحسوبة التي تقدر 12.356 عند درجة الحرية: 6 ومستوى دلالة 0.05 ومستوى ثقة 95% أقل بقليل من كا² الجدولية التي تقدر 12.59 فإنه لا توجد علاقة بين المستوى التعليمي والحكم على إمكانيات الجمعية البشرية.

الشكل رقم (34): يبين إجابات المبحوثين حول الإمكانيات البشرية للجمعية حسب متغير المستوى التعليمي:



المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج spss26

الجدول رقم (45): العلاقة بين الإمكانيات المادية والإمكانيات البشرية للجمعيات:

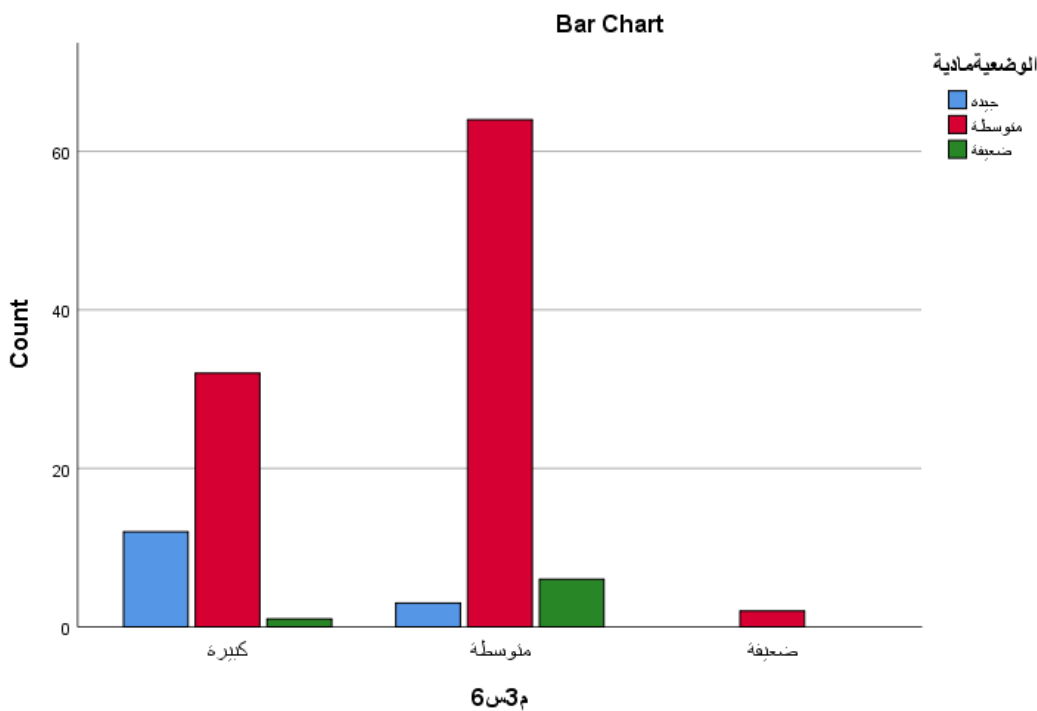
المجموع التكرارات	إمكانيات مادية ضعيفة		إمكانيات مادية متوسطة		إمكانيات مادية جيدة		
	ت	%	ت	%	ت	%	
45	1	14,2	32	32,6	12	80	إمكانيات بشرية كبيرة
73	6	85,7	64	65,3	3	20	إمكانيات بشرية متوسطة
2	0	0	2	2	0	0	إمكانيات بشرية ضعيفة
120	7	%100	98	%100	15	%100	المجموع
<p>ك² المحسوبة 14.440 درجة الحرية: 4 ك² الجدولية 9.49</p>							

المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج spss26

يبين الجدول رقم (45) العلاقة بين الإمكانيات المادية والإمكانيات البشرية للجمعيات التطوعية في استعمالها واستخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث نجد أن الجمعيات الخيرية التي لها إمكانيات بشرية كبيرة لها أيضًا إمكانيات مادية كبيرة بنسبة 80%، والجمعيات الخيرية التي لها إمكانيات متوسطة وإمكانيات مادية ضعيفة لها إمكانيات بشرية متوسطة، حيث نجد أن نسبة 85.7%، ونسبة 65.3% تتفق بأن الجمعيات الخيرية التي لها إمكانيات مادية ضعيفة ولها إمكانيات مادية متوسطة أن لها إمكانيات مادية وبشرية متوسطة.

وبحساب كا² المحسوبة التي تقدر 14.44 عند درجة الحرية: 4 ومستوى دلالة 0.05 ومستوى ثقة 95% أكبر من كا² الجدولية التي تقدر 9.49 فإنه توجد علاقة بين الإمكانيات المادية والإمكانيات البشرية في استخدامات وتصفية صفحة الجمعية.

الشكل رقم (35) العلاقة بين الإمكانيات المادية والإمكانيات البشرية للجمعيات:



المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج spss26

2.2.4 اقدميه الأعضاء والمنخرطين في الجمعية:

الجدول رقم (46): أقدمية المبحوثين في الجمعية:

النسبة المئوية	التكرارات	
8,3	10	اقل من سنة
50,8	61	من 1 إلى اقل من 5 سنوات
40,8	49	من 5 إلى 10 سنوات
%100	120	المجموع

المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج spss26

يبين الجدول رقم (46) أقدمية المبحوثين في الجمعيات الخيرية حيث نجد أن نصف عينة الدراسة بنسبة 50.8% لهم أقدمية من سنة إلى 5 سنوات، وتليها بنسبة 40.8% بأقدمية من 5 سنوات إلى 10 سنوات، ونجد نسبة 8.3% لهم أقدمية سنة واحدة.

فعينة الدراسة لها أقدمية في العمل الجمعي بأغلبية كبيرة تفوق 90%، ولها أقدمية أكبر من سنة واحدة، وهو ما يسمح لهم بالأداء بمعلومات كافية عن الجمعية ونشاطها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كما أن هناك نسبة كبيرة أيضاً لها أقدمية تصل إلى 20 سنة في العمل التطوعي الجمعي حسب ما تم التصريح به، وبهذا يكونوا قادرين على مجاراة مختلف التغيرات الجديدة في صفحات الجمعيات الخيرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، لاسيما الفايسبوك.

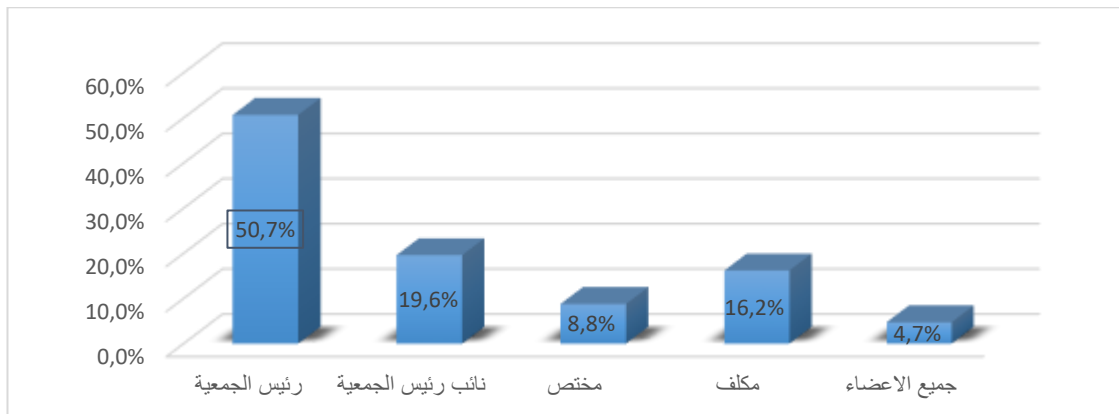
4-2-3 إدارة وتسيير صفحة الجمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الجدول رقم (47): إدارة وتسيير صفحة الجمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرارات	
50,7	75	رئيس الجمعية
19,6	29	نائب رئيس الجمعية
8,8	13	مختص
16,2	24	مكلف
4,7	7	جميع الأعضاء
100%	148	المجموع

المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج spss26

الشكل رقم (36): إدارة وتسيير صفحة الجمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي



المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات spss26 وبرنامج Excel2013

يبين الجدول رقم (47) أن أعلى نسبة كانت 50.7% في حالة من يقوم بإدارة صفحة الجمعية هو رئيسها، وجاءت في المرتبة الثانية بنسبة 19.6% من طرف نائب رئيس الجمعية، وفي المرتبة الثالثة بنسبة 16.2% يوجد مكلف من يقوم بتسيير الصفحة، في حين نجد أن أهل الاختصاص بنسبة 8.8%، وجاء في المرتبة الأخيرة من طرف جميع الأعضاء بنسبة 4.7%.

والملاحظ أن أغلبية الإجابات كانت بين رئيس الجمعية ونائب رئيس الجمعية بنسبة 70%، وهو ما يفسر أن هناك مركزية في تسيير وإدارة صفحات الجمعيات، ومن ثم مركزية القرارات. كما أن ذوي الاختصاص جاءت بنسبة قليلة جداً، وحسب آراء رؤساء الجمعيات الخيرية إنه ليس بالضرورة أن يكون مختصاً في مجال الإعلام والاتصال، فالخبرة كافية لإدارة الصفحة بشكل احترافي، كالقدرة على استخدام الفوتوشوب مثلاً وتقنيات أخرى.

وتتفق الدراسة مع دراسة "كانون جمال" أن إدارة صفحة الجمعية تعود لرئيسها بنسبة 53.75% وتتفق أيضاً مع دراسة "جهيدة شاوش أخوان" في أن الجمعيات الخيرية تعاني من ضعف المشاركة في اتخاذ القرار، وأن الجمعيات الخيرية الجزائرية تقتصر على أشخاص بحد ذاتهم وتعرف بأسمائهم وثلة قليلة من الناشطين معهم، ولا توجد فكرة التداول المرن على القيادة والرئاسة¹.

¹. مرجع نفسه ، ص 217 .

فيجب على الجمعيات الخيرية توصيف الوظائف كي يتطلع كل عضو على مهامه ومسؤولياته وواجباته، خاصة وأن العمل التطوعي يتم بصورة جماعية دون مقابل وحسب توفر الوقت لدى المتطوع¹.

ومع ذلك يمكن القول أنه توجد كفاءات بشرية تم اكتسابها عن طريق الخبرة والممارسة، وهو ما تم التوصل إليه، أن رئيس جمعية ناشطة من له مستوى متوسط يدير صفحة الجمعية التي يزيد عدد متابعيها عن 45 ألف، ومن خلال المقابلة التي تمت معه اتضح أن لديه 7 سنوات خبرة في مجال الإعلام الآلي وفي كتابة البحوث والرسائل الجامعية وعمل مسير لشركة خاصة في إدارة وتسيير الموارد البشرية، وهو ما سمح له من إدارة وتسيير صفحة الجمعية بشكل جيد.

4.2.4 عدد الأصدقاء والمتابعين لكل عضو عبر مواقع التواصل الاجتماعي

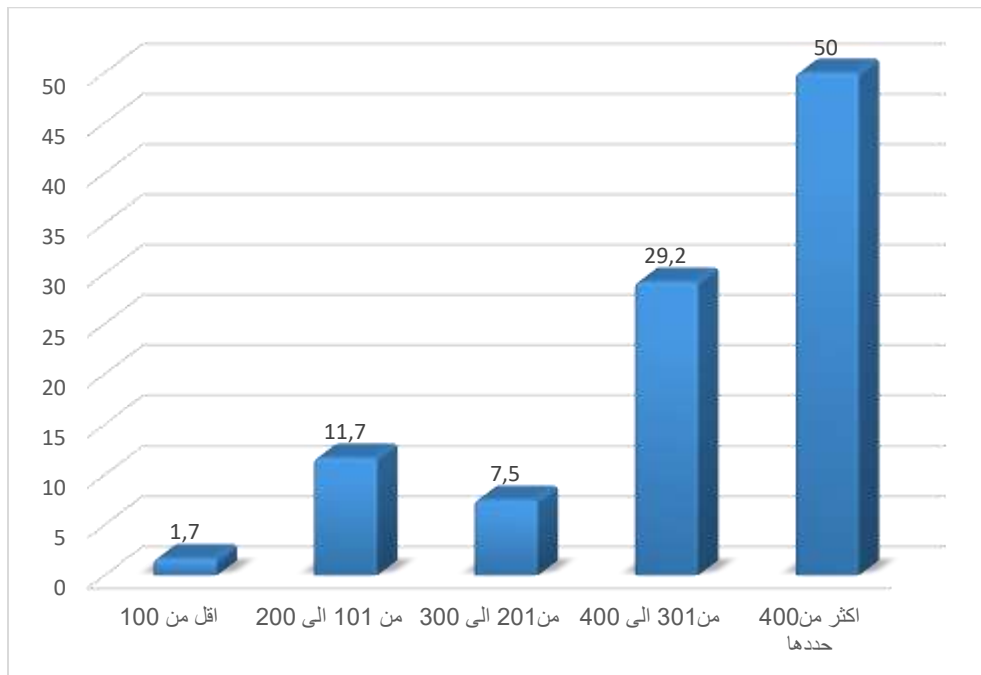
الجدول رقم (48): يبين عدد الأصدقاء في صفحة الجمعية:

النسبة	التكرارات	
1,7	2	اقل من 100
11,7	14	من 101 إلى 200
7,5	9	من 201 إلى 300
29,2	35	من 301 إلى 400
50,0	60	أكثر من 400 حددها
100%	120	المجموع

المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج spss26

¹. نزيهة خليل، مرجع سابق، ص 323 .

الشكل رقم (37): يبين عدد الأصدقاء في صفحة الجمعية:



المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات spss26 وبرنامج Excel2013

يبين الجدول رقم (48) أن نسبة 50% من المبحوثين لهم أصدقاء ومتابعين أكثر من 400 شخص، وتليها بنسبة 29.2% لهم من 301 إلى 400 صديق، ونسبة قليلة جدًا بنسبة 1.7% لهم عدد أصدقاء أقل من 100 صديق، وفي الاقتراح الأخير الذي كان أكثر من 400 صديق فقد وصل إلى 1000 صديق عند بعض أفراد العينة وهو مؤشر على نشاط أفراد العينة ونشاط الجمعيات الخيرية محل الدراسة، فأغلبية المبحوثين لهم متابعين وأصدقاء يفوق 300 صديق بنسبة تفوق 85%.

وهي تختلف مع دراسة "نومار نريمان" أن عدد الأصدقاء المبحوثين أقل من 150 صديق، وهذا راجع إلى طبيعة المجتمع المدروس فأصدقاء ومتابعو الجمعيات الخيرية يختلفون عن أصدقاء ومتابعو الأفراد العاديين.

الجدول رقم (49) يبين التكوينات لفائدة الأعضاء ونوعيتها:

النسبة	التكرارات	الإجابات	النسبة	التكرارات	
29,2	35	مستمرة	56,7	68	الإجابة تعم
23,3	28	منقطعة			
4,2	5	نادرا			
43,3	52	لا توجد	43,3	52	الإجابة لا
100%	120				المجموع

المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج spss26

يبين الجدول رقم (48) أن نسبة 50% من المبحوثين لديهم أصدقاء ومتابعين أكثر من 400 شخص، وتليها بنسبة 29.2% لديهم من 301 إلى 400 صديق، ونسبة قليلة جدًا بنسبة 1.7% لديهم عدد أصدقاء أقل من 100 صديق، وفي الاقتراح الأخير الذي كان أكثر من 400 صديق فقد وصل إلى 1000 صديق عند بعض أفراد العينة وهو مؤشر على نشاط أفراد العينة ونشاط الجمعيات الخيرية محل الدراسة، فأغلبية المبحوثين لديهم متابعين وأصدقاء يفوق 300 صديق بنسبة تفوق 85%.

وهي تختلف مع دراسة "نومار نريمان" أن عدد الأصدقاء المبحوثين أقل من 150 صديق، وهذا راجع إلى طبيعة المجتمع المدروس فأصدقاء ومتابعو الجمعيات الخيرية يختلفون عن أصدقاء ومتابعو الأفراد العاديين.

5- عرض وتحليل نتائج بيانات المحور الرابع:

5- 1 أهداف استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الجمعيات الخيرية

تمهيد:

بعد أن تعرفنا على عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لعينة من الجمعيات الخيرية محل الدراسة، ثم التعرف على الإمكانيات المادية والبشرية المتاحة، نعرض في هذا المحور إلى الوقوف على أهم الأهداف من وراء استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي على ثلاثة مستويات هي: على المستوى الفردي، وعلى مستوى الجمعية التنظيمي، وعلى المستوى المجتمعي، من خلال قياس المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وتحديد درجات الإجابة واتجاهها، والوصول إلى تحديد الأبعاد الثلاثة، وقبل ذلك تم وضع مقياس تقديري لاتجاه العينة.

ميزان تقديري لجدول ليكرت الخماسي المعتمد في توزيع قيم درجات الدراسة

$$\text{لتحديد اتجاه العينة} = \frac{1-5}{5} = \frac{4}{5} + \frac{\text{أكبر درجة-أقل درجة}}{\text{عدد البدائل}} = 0.80$$

جدول رقم (50): ميزان تقديري لجدول ليكرت الخماسي المعتمد في توزيع قيم درجات الدراسة

الاتجاه	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الفئة	من 1 إلى 1,79	من 1,80 إلى 2,59	من 2,60 إلى 3,39	من 3,40 إلى 4,19	من 4,20 إلى 5

المصدر إعداد الباحث

الفصل السابع.....عرض وتحليل نتائج الدراسة

الترتيب	الدرجة	انحراف-م	م-ح	المجموع		غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة		جدول رقم (51): أهداف استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى الفردي
				%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
2	موافق بشدة	0,752	4,35	100	120	0	0	0,8	1	14,2	17	34,2	41	50,8	61	1 تنمية المهارات والقدرات الشخصية
5	موافق	1,068	3,95	100	120	0	0	15,0	18	14,2	17	31,7	38	39,2	47	2 تطوير المعارف الشخصية
1	موافق بشدة	0,645	4,57	100	120	0	0	2,5	3	0,8	1	34,2	41	62,5	75	3 الشعور بالراحة النفسية
3	موافق بشدة	0,857	4,35	100	120	0	4	0,8	1	2,5	3	44,2	53	49,2	59	4 تطوير العلاقات الاجتماعية مع أعضاء الجمعية
6	محايد	1,407	3,07	100	120	18,3	22	22,5	27	10,8	13	30,8	37	17,5	21	5 الحصول على فائدة مادية
4	موافق	0,748	4,19	100	120	0,8	1	2,5	3	7,5	9	55,0	66	34,2	41	6 تكوين علاقات جديدة مع أفراد خارج أعضاء الجمعية
<p>أهداف استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الفرد المتوسط الحسابي 43642, الانحراف المعياري 0792 4, الدرجة: موافق</p>																

المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات spss26 وبرنامج Excel2013

1.1.5 أهداف استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على مستوى الفرد:

من خلال رقم (51) تبرز مجموعة من العبارات التي تعبر عن الأهداف الشخصية من وراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وتكون بذلك كدافع ومحفزاً لتحقيقها، ومنها يمكن تحديد اتجاه عينة الدراسة ككل في كل مستوى من المستويات الثلاثة: البعد الفردي، البعد التنظيمي للجمعية، البعد المجتمعي.

حيث جاءت في المرتبة الأولى العبارة رقم (3) في الشعور بالراحة النفسية بمتوسط حسابي قدره 4.57 وانحراف معياري 0.645، واتجاه عينة "بدرجة موافق بشدة"، ما يبين أن ممارسة العمل التطوعي توفر راحة نفسية للفرد، وهي ضمن سلم الحاجات التي أقرها ماسلو، وأكدتها نظرية الاستخدامات والإشباع التي عرفت بالنظرية النفسية والاجتماعية، والتي تدخل ضمن الدوافع النفسية لممارسة العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

وجاءت في المرتبة الثانية العبارة رقم (5) من أجل تنمية المهارات والقدرات الشخصية بمتوسط حسابي 4.35 وانحراف معياري 0.752، واتجاه موافق بشدة، مما يبين أن ممارسة العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي تزيد في القدرات الفردية للناشطين وتزيدهم عملاً على تطوير ذواتهم.

وجاءت في المرتبة الثالثة العبارة رقم (3) تطوير العلاقات الاجتماعية مع أعضاء الجمعية بمتوسط حسابي قدره 4.35 وانحراف معياري 0.857، واتجاه موافق بشدة، مما يدل على أن الجمهور المتفاعل يهتم بتوسيع العلاقات مع الناشطين وأعضاء الجمعية.

وجاءت في المرتبة الرابعة العبارة رقم (6) تكوين علاقات جديدة مع أفراد خارج أعضاء الجمعية بمتوسط حسابي قدره 4.19 وانحراف معياري 0.748، واتجاه موافق.

وجاءت في المرتبة الخامسة العبارة رقم (2) في تطوير المعارف الشخصية بمتوسط حسابي قدره 4.35 وانحراف معياري 0.752، واتجاه موافق بشدة.

وحلت في المرتبة الأخيرة العبارة رقم (5) في الحصول على فائدة مادية بمتوسط حسابي قدره 3.07 وانحراف معياري 1.407، واتجاه محايد، أي أن المبحوثين غير مهتمين بالجانب المادي المحصل من العمل التطوعي، وكل ما يسعون إلى تحقيقه هي أهداف نفسية واجتماعية.

وعلى الأرجح جاء محور أهداف استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى الفردي بمتوسط حسابي قدره 4.0792 وانحراف معياري 0.43642، واتجاه موافق، وهو ما يدل على أن الأهداف الفردية والشخصية لعينة الدراسة ذات أهمية كبيرة في ممارستهم للعمل التطوعي في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ومشاركة صفحات الجمعيات الخيرية، ويمكن أن تلخيصها في أهداف نفسية واجتماعية¹.

حيث يرى " رشاد عبد اللطيف" أن العمل التطوعي تحركه دوافع ذاتية لتحقيق الذات، الاحترام، والبحث عن المكانة، فالتنمية متعلقة بمدى طموح سكان المجتمع².

¹. وسام طایل البشايشة ، مرجع سابق ، ص.89 .

². نزيهة خليل ، مرجع سابق، ص 301.

الفصل السابع.....عرض وتحليل نتائج الدراسة

الترتيب	الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجموع		غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة		جدول رقم (52): أهداف استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الجمعية التنظيم	
				%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
5	موافق بشدة	0,66	4,47	100	120	0,8	1	0,8	1	1,7	2	44,2	53	52,5	63	إنتاج أساليب وطرق تفكير جديدة لدى الجمعية	1
3	موافق بشدة	0,594	4,48	100	120	0	0	0,8	1	2,5	3	44,2	53	52,5	63	تحسين أداء الجمعية التطوعية في استخدام مواقع التواصل	2
2	موافق بشدة	0,534	4,49	100	120	0	0	0,0	0	1,7	2	47,5	57	50,8	61	الحصول على المستجدات عبر مواقع التواصل الاجتماعي في مجال الفعل التطوعي	3
9	موافق	1,372	3,48	100	120	15,0	18	13,3	16	3,3	4	45,8	55	22,5	27	زيادة مداخل الجمعية عبر قنوات التواصل الاجتماعي	4
6	موافق بشدة	0,63	4,42	100	120	0,0	0	0,0	0	7,5	9	43,3	52	49,2	59	توفير الشروط التي تضمن التواصل الاجتماعي بين الأعضاء الجمعية كمنظمة	5

الفصل السابع.....عرض وتحليل نتائج الدراسة

1	موافق بشدة	0,534	4,49	100	120	0,0	0	0,0	0	1,7	2	47,5	57	50,8	61	التعرف على تموقع الجمعية بين الجمعيات الخيرية الأخرى و الوقوف على واقعها	6
7	موافق بشدة	0,749	4,29	100	120	0,0	0	0,8	1	15,0	18	38,3	46	45,8	55	ترويج الحملات الإعلامية في المجال العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي	7
8	موافق	1,064	4,10	100	120	0,8	1	13,3	16	6,7	8	33,3	40	45,8	55	اختصار الوقت والجهد والمال	8
4	موافق بشدة	0,71	4,48	100	120	0	0	2,5	3	5,0	6	34,2	41	58,3	70	استقطاب المتطوعين والمنخرطين	9
أهداف استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الجمعية التنظيم المتوسط الحسابي 4,3000 الانحراف المعياري 37689, الدرجة: موافق بشدة																	

المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج spss26

2.1.5 أهداف استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على مستوى الجمعية (التنظيم):

يبين الجدول رقم (52) أهداف استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى التنظيمي (الجمعية): حيث جاءت في المرتبة الأولى العبارة رقم (6) في التعرف على تموقع الجمعية بين الجمعيات الخيرية الأخرى والوقوف على واقعها بمتوسط حسابي قدره 4,49 وانحراف معياري 0,534 واتجاه عينة "موافق بشدة"، التي تؤكد فعالية مواقع التواصل الاجتماعي في إعطاء الجمعيات الخيرية صورة حقيقية تعكس مدى فعاليتها في العمل التطوعي.

وجاءت في المرتبة الثانية العبارة رقم (3) في الحصول على المستجدات عبر مواقع التواصل الاجتماعي في مجال الفعل التطوعي بمتوسط حسابي قدره 4,49 وانحراف معياري 0,534 واتجاه عينة "موافق بشدة"، وهي تشير إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات كبيرة لمستخدميها.

وجاءت في المرتبة الثالثة العبارة رقم (2) تحسين أداء الجمعية التطوعية في استخدام مواقع التواصل بمتوسط حسابي قدره 4,48 وانحراف معياري 0,594 واتجاه عينة "موافق بشدة"، وهي تدعم العبارة السابقة للوصول إلى ذروة العمل التطوعي والسعي دوماً نحو الأفضل.

وجاءت في المرتبة الرابعة العبارة رقم (9) استقطاب المتطوعين والمنخرطين بمتوسط حسابي قدره 4,48 وانحراف معياري 0,71 واتجاه عينة "موافق بشدة"، وهي أيضاً من غايات الجمعيات الخيرية التطوعية في توسيع نشاطاتها بالبحث عن متفاعلين آخرين.

في حين حلت في المرتبة التاسعة والأخيرة العبارة رقم (4) زيادة مداخل الجمعية عبر قنوات التواصل الاجتماعي بمتوسط حسابي قدره 3,48 وانحراف معياري 1,372 واتجاه عينة "موافق"، وهو ما يبين أيضاً أن الجمعيات الخيرية تهتم بالجانب المادي والمالي كعامل مهم وأساسي لزيادة نشاطاتها وفعاليتها.

وعلى العموم جاء محور أهداف استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى التنظيمي للجمعية بمتوسط حسابي قدره 4,30 وانحراف معياري 0,376 واتجاه "موافق بشدة"، وهو ما يدل على أن الأهداف المتعلقة بالجمعية وتنظيمها كانت لها أهمية كبيرة لدى الأعضاء والمنخرطين من وراء استخداماتهم لمواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما يدفعهم للتفاعل عبر صفحات

الجمعيات. فالتعرف على مكانة الجمعية بين الجمعيات الخيرية الأخرى يبين محلها وتموقعها، وهو ما يخلق جواً تنافسياً، كما تسمح مواقع التواصل الاجتماعي بالتعرف على الفئات المستهدفة ومتابعة المستجدات، وبهذا تكون الجمعية قادرة على زيادة نشاطاتها وتحسين خدماتها، كما تعد وسيلة لاستقطاب المتطوعين والمحتاجين وهي بذلك تساعد على تعزيز الروابط مع منظمات المجتمع المدني الأخرى و المشاركة مع الأنشطة الحكومية.

الفصل السابع.....عرض وتحليل نتائج الدراسة

الترتيب	الدرجة	التوافق	ن	المجموع		غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة		الجدول رقم (53): أهداف استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى المجتمعي
				%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
1	موافق بشدة	0,58	4,50	100,0	120	0	0	0	0	4,2	5	41,7	50	54,2	65	1 الوصول إلى الفئات المهمشة من المجتمع
7	موافق	0,995	4,13	100,0	120	0	0	13,3	16	3,3	4	40,0	48	43,3	52	2 تعمل على نشر الأعمال التطوعية و تقديم خدمات لفئات مجتمعية معينة
2	موافق بشدة	0,494	4,41	100,0	120	0	0	0	0	0	0	59,2	71	40,8	49	3 الوصول إلى شرائح مختلفة في المجتمع
8	موافق	0,965	4,03	100,0	120	0	0	14,2	17	2,5	3	50,0	60	33,3	40	4 ربط علاقات مع الجمعيات الأخرى والمنظمات الحكومية وغير الحكومية في مجال العمل التطوعي
6	موافق	0,745	4,18	100,0	120	0	0	0	0	20,0	24	41,7	50	38,3	46	5 الوصول إلى التضامن الاجتماعي
4	موافق بشدة	0,527	4,34	100,0	120	0	0	0	0	2,5	3	60,8	73	36,7	44	6 تحقيق عضوية وأنشطة الجمعية
5	موافق	0,725	4,19	100,0	120	0	0	0,8	1	15,8	19	46,7	56	36,7	44	7 تحقيق مرئية الجمعية التطوعية في الوسط المجتمعي
3	موافق بشدة	0,52	4,38	100,0	120	0	0	0	0	1,7	2	59,2	71	39,2	47	8 فتح فضاءات للحوار وإشراك الجمهور في اخذ بآرائهم واقتراحاتهم دائما
	موافق بشدة	0,56416	4,2698													أهداف استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى المجتمعي

المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج spss26

3.1.5 أهداف استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى المجتمعي:

يتضح من الجدول رقم (53) مجموعة من العبارات التي تعبر عن الأهداف المجتمعية التي تسعى صفحة الجمعية للوصول إليها:

حيث جاءت في المرتبة الأولى العبارة رقم (1) في الوصول إلى الفئات المهمشة من المجتمع بمتوسط حسابي قدره 4,50 وانحراف معياري 0,58 باتجاه عينة "موافق بشدة"، وهو ما يفسر فعالية مواقع التواصل الاجتماعي وقدرتها في الوصول إلى فئات لم تكن لها القدرة على التواصل معها على أرض الواقع، والتي تم احتواؤها والتكفل بها.

وجاءت في المرتبة الثانية عبارة رقم (3) في الوصول إلى شرائح مختلفة في المجتمع بمتوسط حسابي 4,41 وانحراف معياري قدره 0,494 باتجاه "موافق بشدة"، حيث يتضح أن مواقع التواصل الاجتماعي لها تغطية واسعة وتصل إلى جميع الفئات المجتمعية.

وجاءت في المرتبة الثالثة عبارة رقم (8) في فتح فضاءات للحوار وإشراك الجمهور في الأخذ بآرائهم واقتراحاتهم دائماً بمتوسط حسابي 4,38 وانحراف معياري قدره 0,52 باتجاه "موافق بشدة"، وهي مبدأ أساسي في الاتصال التشاركي الذي يتحمل المجتمع أيضاً مسؤوليات النشاطات التي تكون على مستوى الجمعيات الخيرية ومن ثم تحقيق الرضا المجتمعي.

وحلت في المرتبة الأخيرة العبارة رقم (4) في ربط علاقات مع الجمعيات الخيرية الأخرى والمنظمات الحكومية وغير الحكومية في مجال العمل التطوعي بمتوسط حسابي قدره 4,03 وانحراف معياري 0,965، واتجاه "موافق".

وعلى الأرجح جاء محور أهداف استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى المجتمعي بمتوسط حسابي قدره 4,2698 وانحراف معياري 0,56416 واتجاه "موافق بشدة"، وهو ما يدل على أن الأهداف المجتمعية من أولويات العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال الوصول إلى مختلف الفئات المهمشة واحتوائها والوصول إلى شرائح أخرى، كما تعمل على فتح فضاءات للحوار وإشراك الجمهور في الأخذ بآرائهم واقتراحاتهم دائماً وأنهم متواجدون في كل وقت وحين معهم، ومن ثم فتح فضاءات للحوار وإشراكهم في مختلف القضايا والأخذ بمشاركتهم

في صنع القرار، كما تتيح لهم فرصة التنسيق مع الفاعلين من الجمعيات الخيرية والهيئات الإدارية.

4.1.5 اتجاه العينة حول الأهداف الثلاثة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

جدول رقم (54) اتجاه العينة حول الأهداف الثلاثة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

من خلال الجدول رقم (54) يتضح أن المحور المتعلق بأهداف استخدام مواقع التواصل

الترتيب	الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	القيمة المستوى
03	موافق	,43642	4,0792	على المستوى الفرد الشخصي
01	موافق بشدة	,37689	4,3000	على المستوى الجمعية التنظيم
02	موافق بشدة	0,56416	4,2698	على المستوى المجتمعي

المصدر إعداد الباحث

الاجتماعي في صفحات الجمعيات الخيرية أن الأهداف المتعلقة بالتنظيم على مستوى الجمعية وقد جاءت في المرتبة الأولى بدرجة موافقة بشدة بأغلبية إجابات المبحوثين، وهو ما يبين وجود أهمية كبيرة لهذا المستوى في موقع الجمعية في نشاطها الافتراضي، وتأتي بعده الأهداف الاجتماعية في الوصول إلى جميع الفئات المجتمعية وتقديم نشاطاتها في نطاق أوسع، وجاءت الأهداف المتعلقة بشخصية الفرد في المرتبة الثالثة خاصة في تحقيق الراحة النفسية، ومن خلال المقابلات التي أجريت مع رؤساء الجمعيات الخيرية وما تم الوقوف عنده بأن نجاح صفحة الجمعية وتنميتها يكون من ذوي الأهداف المشتركة والمتقاربة في التوجه من الجمعيات الخيرية ذات القيم والمبادئ بعيداً عن كل التمظهرات والشكليات.

برزت الأهداف المتعلقة بالجمعية (التنظيم) في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عبر صفحات الجمعية التطوعية عن باقي الأهداف بفروق قليلة.

الفصل السابع.....عرض وتحليل نتائج الدراسة

الترتيب	الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجموع		غ موافق بشدة		غ. موافق		محايد		موافق		مواقف استخدام مواقع التواصل موافق بشدة		الجدول رقم (55): معوقات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على مستوى الفرد	
				%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
7	موافق	0,972	3,68	100,0	120	0	0	10,8	13	35,8	43	28,3	34	25,0	30	1	عدم التوافق مع أوقات الفراغ المتطوعين
6	موافق	1,29	3,52	100,0	120	13,3	16	10,8	13	5,8	7	50,8	61	19,2	23	2	الالتزامات الأسرية والمهنية
2	محايد	1,194	2,95	100,0	120	18,3	22	15,8	19	20,8	25	42,5	51	2,5	3	3	التردد في ممارسة العمل التطوعي
1	غير موافق	1,135	2,58	100,0	120	20,8	25	30,0	36	21,7	26	25,8	31	1,7	2	4	عدم وجود رغبة جادة في العمل التطوعي
4	محايد	0,953	3,18	100,0	120	5,8	7	16,7	20	34,2	41	40,0	48	3,3	4	5	الجهل للحقوق والواجبات في مجال العمل التطوعي
3	محايد	1,196	3,08	100,0	120	6,7	8	31,7	38	25,0	30	20,8	25	15,8	19	6	الشعور بالإحباط واليأس في ممارسة أنشطة الفعل التطوعي
5	محايد	1,138	3,38	100,0	120	6,7	8	12,5	15	37,5	45	23,3	28	20,0	24	7	عدم وجود صدى للمبادرات الفردية التي يقدمها الأعضاء في الجمعية
				الدرجة محايد	0,86286	انحراف معياري		3,1929	م.ح	مواقف الاتصال عبر مواقع التواصل الاجتماعي المتعلقة بالفرد							

المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج spss26

6. عرض وتحليل ونتائج بيانات المحور الخامس:

معوقات التنمية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى الفردي، على المستوى الجمعية التنظيم، وعلى المستوى المجتمعي:

تمهيد: بعد تبيان الأهداف التنموية من وراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عبر مواقع الجمعيات الخيرية، التي كانت حول الفرد والجمعية وعلى مستوى المجتمع، نسعى في هذا المحور إلى الوقوف على معوقات التنمية التطوعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي على نفس المستويات السابقة، معوقات على المستوى الفرد والمعوقات على مستوى الجمعية التنظيم والمعوقات المجتمعية.

6-1 معوقات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على مستوى الفرد:

يبين الجدول رقم (55) معوقات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى الفردي:

جاءت في المرتبة الأولى العبارة رقم (4) في عدم وجود رغبة جادة في العمل التطوعي بمتوسط حسابي قدره 2,58 وانحراف معياري 1,135 واتجاه عينة "غير موافق"، ما يفسر أن أغلبية المبحوثين يتفقون حول أن العمل التطوعي هو فعل حرّ يتم بإرادة وقناعة فكرية راسخة، وليس من المعوقات الفردية في ممارسة أنشطة العمل التطوعي الافتراضي.

وحتت في المرتبة الثانية العبارة رقم (3) حول التردد في ممارسة العمل التطوعي بمتوسط حسابي قدره 2,95 وانحراف معياري 1,194 واتجاه عينة "محايد"، نلاحظ أن الإجابات جاءت متباينة، حيث نجد أعلى نسبة كانت 42% بالإجابة "موافق"، وهناك من يعتبر أن الإجابة "محايد" هي درجة متوسطة.

وجاءت في المرتبة الثالثة العبارة رقم (6) الشعور بالإحباط واليأس في ممارسة أنشطة الفعل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي بمتوسط حسابي قدره 3,08 وانحراف معياري 1,196 واتجاه عينة "محايد"، فنلاحظ من خلال الجدول أن أعلى بنسبة 31% كانت بدرجة "غير موافق"،

مما يبين أن العمل التطوعي يزيد من الراحة النفسية وهو ما تم التوصل إليه في الجدول (51) في العبارة رقم 1.

وجاءت في المرتبة الرابعة العبارة رقم (5) في الجهل للحقوق والواجبات في مجال العمل التطوعي بمتوسط حسابي قدره 3,18 وانحراف معياري 0,953 واتجاه عينة "محايد".

في حين حلت في المرتبة الأخيرة العبارة رقم (1) عدم التوافق مع أوقات فراغ المتطوعين بمتوسط حسابي قدره 3,68 وانحراف معياري 0,972 واتجاه عينة "موافق".

وعلى الأرجح جاء محور معوقات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى الفردي بمتوسط حسابي قدره 3,1929 وانحراف معياري 0,86286 واتجاه "محايد"، حيث يتضح من خلال المعوقات الفردية أنه لا توجد معوقات متعلقة بالبنية في العمل التطوعي والرغبة فيه، ولكن تبقى الالتزامات الأسرية وعدم القدرة على التوفيق بين الحياة العملية والعمل التطوعي وعدم وجود وقت فراغ كافٍ لممارسة الأنشطة التطوعية من أهم المعوقات.

الفصل السابع.....عرض وتحليل نتائج الدراسة

الترتيب	الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق بشدة		غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة		الجدول رقم (56): يبين معوقات الاتصال عبر مواقع التواصل الاجتماعي المتعلقة الجمعية (التنظيم)	
				%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
1	محايد	1,275	2,64	100,0	120	26,7	32	20,8	25	18,3	22	30,0	36	4,2	5	عدم وجود خبرة قانونية لإدارة الصفحة	1
2	محايد	1,273	2,78	100,0	120	23,3	28	18,3	22	21,7	26	30,8	37	5,8	7	عدم وجود مختصين في مجال تكنو لوجيا الإعلام والاتصال في إدارة الصفحة	
5	محايد	1,193	3,35	100,0	120	6,7	8	20,8	25	21,7	26	32,5	39	18,3	22	عدم الالتزام التواصلي مع الأعضاء	3
4	محايد	1,282	3,11	100,0	120	15,8	19	21,7	26	5,8	7	49,2	59	7,5	9	عدم توفر الأنترنت بشكل دائم	4
3	محايد	1,236	2,95	100,0	120	22,5	27	9,2	11	20,8	25	45,8	55	1,7	2	وجود صراعات شخصية بين الأعضاء	5
7	موافق	1,107	3,45	100,0	120	5,8	7	13,3	16	28,3	34	35,0	42	17,5	21	نقص الوسائل والتجهيزات المادية	6
8	موافق	1,077	3,48	100,0	120	7,5	9	5,8	7	35,0	42	35,0	42	16,7	20	عدم تقييم وملائمة الأعضاء الجمعية تبعا للكفاءة	7
12	موافق	1,213	3,80	100,0	120	8,3	10	6,7	8	15,0	18	36,7	44	33,3	40	الافتقار إلى قاعدة بيانات محلية ووطنية للعمل التطوعي	8

الفصل السابع.....عرض وتحليل نتائج الدراسة

6	محايد	1,438	3,09	100,0	120	23,3	28	10,8	13	16,7	20	31,7	38	17,5	21	ضعف التحفيزات المادية والمعنوية للأعضاء	9
11	موافق	1,253	3,71	100,0	120	5,8	7	15,8	19	14,2	17	30,0	36	34,2	41	ضعف التنسيق بين الجمعية المنخرط فيها و الجمعيات الخيرية الأخرى	10
10	موافق	1,092	3,63	100,0	120	2,5	3	13,3	16	29,2	35	28,3	34	26,7	32	ضعف وغياب الرؤية المستقبلية لنشاط الجمعية التطوعية	11
9	موافق	1,152	3,50	100,0	120	4,2	5	18,3	22	23,3	28	31,7	38	22,5	27	عدم وجود دراسات بحثية يستند إليها	12
معلومات الاتصال عبر مواقع التواصل الاجتماعي المتعلقة الجمعية التنظيم م.ح.3,2903 انحراف م.0,79271 الدرجة : محايد																	

المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج spss26

6-2 معوقات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على مستوى الجمعية (التنظيم):

يبين الجدول رقم (56) معوقات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى التنظيمي للجمعية.

جاءت في المرتبة الأولى العبارة رقم (1) في عدم وجود خبرة قانونية لإدارة الصفحة بمتوسط حسابي قدره 2,64 وانحراف معياري 1,275 واتجاه عينة "محايد"، ومن خلال استقراءات أخرى نجد أن أكبر نسبة كانت تميل بنسبة 30% بتأييد أن الخبرة القانونية تشكل عائقاً في إدارة الصفحة، وهي أيضاً تمثل بنسبة 30.8% كأعلى نسبة لتأييد الفكرة، وهو الأشكال الذي طرح من قبل طرف مسؤول مكتب الجمعيات بمقر الولاية إلى أن من الجمعيات تجهل حتى إجراءات التجديد ناهيك عن ممارسة النشاطات المرخصة وغير المرخصة.

حلت في المرتبة الثانية العبارة رقم (2) عدم وجود مختصين في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في إدارة الصفحة بمتوسط حسابي قدره 2,78 وانحراف معياري 1,273 واتجاه عينة "محايد".

وجاءت في المرتبة الثالثة العبارة رقم (5) في وجود صراعات شخصية بين الأعضاء بمتوسط حسابي قدره 2,95 وانحراف معياري 1,236 واتجاه عينة "محايد".

وجاءت في المرتبة الرابعة العبارة رقم (4) عدم توفر الإنترنت بشكل دائم بمتوسط حسابي قدره 3,11 وانحراف معياري 1,282 واتجاه عينة "محايد".

في حين حلت في المرتبة الأخيرة العبارة رقم (8) الافتقار إلى قاعدة بيانات محلية ووطنية للعمل التطوعي بمتوسط حسابي قدره 3,80 وانحراف معياري 1,213 واتجاه عينة "موافق".

وعلى الأرجح جاء محور معوقات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى الجمعية بمتوسط حسابي قدره 3,2903 وانحراف معياري 0.79 واتجاه محايد.

وجاءت إجابات المبحوثين حول المعوقات المتعلقة بالجمعية بأغلبية إجابات محايد، وهذا يرجع إلى أنه ليس لكل المبحوثين علاقة وطيدة بالإدارة الجمعوية وتنظيمها، وإنما يقتصر على فئة

معينة من النشاط، وجاءت الإجابات الصريحة حول المعوقات في مراتب متأخرة وبنسب قليلة حول الإمكانيات المادية في نقص الوسائل والتجهيزات والإمكانيات البشرية، وكذلك في عدم وجود كفاءة لتسيير وإدارة صفحة الجمعية، كما طرحت مشكلة التنسيق بين الجمعيات والافتقار إلى قاعدة بيانات محلية ووطنية، وفي هذا الصدد أكد رئيس المرصد الوطني للمجتمع المدني على إنشاء واستحداث شبكة وطنية للجمعيات من أجل تعزيز وتنسيق جهود مختلف فعاليات المجتمع المدني.

كما جاء في جانب التنسيق الاتصالي بين منظمات المجتمع المدني وتنظيم العمل التطوعي حيث دعت جمعيات -جمعية الوفاء للتضامن الوطني - إلى العمل على إنشاء هيئة حكومية وطنية تقوم على تنظيم العمل التطوعي وتعمل على نشر ثقافة العمل الجماعي ووضع آليات وقنوات للتعاون وتنسيق الجهود.

ومن أجل استمرارية العمل المشترك بين منظمات المجتمع المدني عبر الاتصال الشبكي، يعد الالتزام أهم منعطف للاستمرارية الذي يرجع إلى مدى المشاركة الفعلية والثقة المتبادلة، ومدى توفر الموارد المادية والبشرية .

كما يعتبر الاتصال الافتراضي وسيلة للتعرف على الجمعية والأفراد والأصدقاء، وعلى الجمعيات الأخرى. فهو يعتبر رأس مال عابر أو رابط يكسب المشاركة في الجمعيات الخيرية خبرة للفرد . وتختلف الدراسة مع دراسة (مقدمة زينب)، أن المعوقات الشخصية المرتبطة بالفرد تأتي في مقدمة المعوقات العمل التطوعي، ويأتي العامل الاقتصادي للفرد في عدم تحقيقه لتوازن بين العمل التطوعي والحياة العملية، وحتى الالتزامات الأسرية . ومن أسباب ضعف التنسيق حسب دراسة مقدمة الرغبة في ممارسة العمل بشكل فردي، ثم الصراعات من أجل المكانة¹.

فالإدارة في العمل التطوعي تختلف عن الإدارة في التنظيمات الأخرى، فمن المعوقات الداخلية التي تكون على مستوى إدارة المتطوعين والأنشطة والإدارة المالية، ومنها الخارجية كالجانب

¹. مرجع نفسه، ص328.

السياسي والاجتماعي والاقتصادي والقانوني. كما تتفق الدراسة مع دراسة "عمار نوي" في أن ضعف التخطيط والتوجيه وضعف في صنع القرار يبقى حائل دون تحقيق تنمية تطوعية. كما تواجه الجمعيات مشكلة الدعم المالي وطرق الاستثمار، إلى جانب عدم انتظام مصادر الدخل ووضوح الرؤية المستقبلية، وهو ما ينطبق مع ما تم رصده من نتائج المقابلات. ومع ذلك فإن لقيادة الجمعيات الخيرية أهمية كبيرة في ضمان استقرارها وتألقها؛ فالكفاءة القيادية سر نجاحها من خلال تداخل عوامل منها المستوى التعليمي والخبرة في المجال ونوعية الأهداف المرجوة.¹ كما تعاني الجمعيات من مشكلة الالتزام الذي تعاني منه أغلب الجمعيات الخيرية وهو ما يتفق في دراسة 'جهيدة خوان شاوش' عدم التزام الأعضاء بدفع حتى الاشتراكات التي هي في حد ذاتها مبالغ رمزية².

كما أن أغلبية الجمعيات الخيرية يجهلون قانون الجمعيات أو لا يحترمونه من خلال ممارسة نشاطات خارج اختصاص الجمعية ودون رخص إدارية مسبقة.

وقد جاء في المادة 29 أن من القانون رقم 006/2 المادة ان الجمعيات الخيرية تعتمد على تمويل نشاطاتها من تبرعات المحسنين و اشتراكات الأعضاء وفقا للملحق رقم (09).

¹. مرجع نفسه، ص 225.

². جهيدة شاوش اخوان، مرجع سابق، ص 186.

الفصل السابع.....عرض وتحليل نتائج الدراسة

الترتيب	الدرجة	انحراف- م	م- ح	المجموع		غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة		الجدول (57): معوقات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على مستوى المجتمع	
6	موافق	1,166	3,53	100,0	120	1,7	2	26,7	32	12,5	15	35,8	43	23,3	28	1	غياب ثقافة مجتمعية للعمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي
3	محايد	1,283	3,21	100,0	120	8,3	10	30,8	37	10,0	12	33,3	40	17,5	21	2	التأثير السلبي للإشاعة المغرضة في المجال التطوعي
1	غير موافق	1,254	2,58	100,0	120	22,5	27	33,3	40	14,2	17	23,3	28	6,7	8	3	عدم تفاعل الجمهور المتابع للصفحة مع المنشورات
2	محايد	1,29	2,76	100,0	120	21,7	26	26,7	32	11,7	14	34,2	41	5,8	7	4	قلة الأنشطة الإعلامية المرتبطة بالفعل التطوعي
5	موافق	1,228	3,43	100,0	120	5,8	7	24,2	29	11,7	14	37,5	45	20,8	25	5	غياب التحفيزات على ممارسة وتشجيع العمل التطوعي
7	موافق	1,012	3,53	100,0	120	3,3	4	17,5	21	12,5	15	55,8	67	10,8	13	6	غياب أدوار مؤسسات التنشئة الاجتماعية في مجال التعريف والتحفيز بأهمية العمل التطوعي مستقبلا
4	محايد	1,305	2,94	100,0	120	15,0	18	31,7	38	8,3	10	34,2	41	10,8	13	7	عدم توسيع دائرة الاهتمام بالقضايا التي تختص بالعمل التطوعي واقتصارها على قضايا معينة
<p>معوقات الاتصال عبر مواقع التواصل الاجتماعي المتعلقة الجمعية م.ح 3,1405 انحراف م. 0,82471 الدرجة محايد</p> <p>المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج spss26</p>																	

6-3 معوقات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على مستوى الجمعية (التنظيم):

من خلال الجدول رقم (57) جاءت في المرتبة الأولى إلى عبارة رقم (3) "عدم تفاعل الجمهور المتابع للصفحة مع المنشورات" بمتوسط حسابي قدره 2,58 وانحراف معياري 1.254 باتجاه "غير موافق"، وهو ما يفسر على أن الجمهور المتابع هو جمهور انتقائي وجمهور نشط، وهو ما جاءت به نظرية الاستخدامات والإشباع وأن يختار الوسيلة التي يرغب فيها بإرادته والتي تلي رغبته.

وفي المرتبة الثانية جاءت العبارة رقم (4) "حول قلة الأنشطة الإعلامية المرتبطة بالفعل التطوعي" بمتوسط حسابي قدره 2,76 وانحراف معياري 1.29 واتجاه محايد، وبالنظر إلى أنه حقق أعلى نسبة كانت 34.2% مما يوحي أنه عامل مهم من المعوقات المجتمعية.

وجاء في المرتبة الثالثة العبارة رقم (2) "في التأثير السلبي للإشاعة المغرضة في مجال العمل التطوعي" بمتوسط حسابي قدره 3,21 وانحراف معياري 1.283 واتجاه "محايد".

وحلت في المرتبة الأخيرة عبارة رقم (6) "غياب الأدوار التي تقوم بها مؤسسات التنشئة الاجتماعية في مجال التعريف والتحفيز على أهمية العمل التطوعي مستقبلاً" بمتوسط حسابي قدره 3,53 وانحراف معياري 1.021 ودرجة "موافق".

وعموماً سجلت بعض معوقات الاتصال عبر مواقع التواصل الاجتماعي المتعلقة بالجمعية (التنظيم) بمتوسط حسابي قدره 3,1405 وانحراف معياري 0,82471 ودرجة اتجاه "محايد"، فاتفقت الإجابات على أن التفاعل الجماهيري ليس معوقاً في التواصل مع صفحات الجمعيات الخيرية، وجاءت معظم الإجابات بدرجة محايدة، ومن المعوقات التي تم رصدها هي غياب الثقافة التطوعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كما أن انعدام التحفيز المادية والمعنوية يكبح من مواصلة العمل التطوعي، وأن عمليات التنشئة الاجتماعية من مؤسسات التربية كالمدراس والجامعات وحتى الأسر والمساجد لم تعد تقوم بدورها كما ينبغي في تشجيع على الأعمال الخيرية والتطوعية.

حيث تتفق الدراسة مع دراسة "نزيهة خليل" في أن المعوقات الاجتماعية من غياب ثقافة التطوع والاهتمام به والدعوة له، وضعف الدور الأسري في تكوين الفرد المتطوع، وثقافة المدرسة ووسائل

الإعلام والتنشئة الاجتماعية ككل، حيث يستطيع المتطوع فهم المسؤولية الاجتماعية من خلال تقربه وعمله في الجمعيات الخيرية. فالأنماط الثقافية التي يكتسبها الفرد في المجتمع من العادات والتقاليد والأفعال اليومية تقوم على عملية البناء المعرفي له.¹

كما تتفق الدراسة مع دراسة "جهيدة شاوش اخوان" في أن وجود فئة من الانتهازيين والطفيليين الذي يشوهون صورة الجمعيات في المجتمع والراي العام، لذا توجب تقديم الدعم الكاف للفاعلين الحقيقيين من رؤساء الجمعيات الخيرية والمنخرطين.²

كما أن الجمهور اختلف عن ذي قبل، وهو ما طرحه أحد رؤساء الجمعيات، حيث يرى رئيس جمعية كافل اليتيم أن الجمهور اختلف عن ذي قبل بعدما كانت تتم عمليات الاتصال بالإعلانات وعن طريق الملصقات، تحولت إلى الإعلام الرقمي، والذي يرى رئيس الجمعية أنه قد طرح العديد من المشكلات هي:

- عدم وجود اتصال مباشر مع كل من المعوزين والمتطوعين .
- محدودية مواقع التواصل الاجتماعي على فئة الشباب .
- عدم امتلاك العائلات المعوزة لهواتف ذكية والإنترنت ومتابعة المستجدات .
- عدم استقطاب فئة المتطوعين من أصحاب المال والعطاء، وعدم التفريغ لمثل هذه الصفحات الافتراضية .

كما أن محدودية المشاركة في العمل التطوعي يرجع إلى عدم وجود ثقة متبادلة بين الجمعيات الخيرية والجمهور، مما يزيد من الفجوة بينهما، والذي يمكن إرجاعه إلى عوامل متعددة منها العوامل السياسية. كما تتأثر المشاركة التطوعية بالديمقراطية في ميل الأفراد إلى العمل في برامج الرعاية الاجتماعية لتحقيق الرضا³.

¹. نزيهة خليل، مرجع سابق، ص. 302..306.

². جهيدة شاوش اخوان، مرجع سابق، ص 216 .

³. نزيهة خليل، مرجع سابق، ص 317.

وما لاحظناه من خلال التقريب من نشاط الجمعيات الخيرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ظهور صفحات لأفراد نشطون اكتسبوا ثقة المجتمع واستطاعوا تحقيق تجاوب واضح عبر صفحاتهم في تقديم المساعدات والإعانات من خلال منشورات وشعارات فاقت الجمعيات الخيرية النظامية في نشاطها كصفحة "Job Best" الذي يضم أكثر من سبعة آلاف متابع، كما هو مبين في ملحق رقم (08)، وتقوم الصفحة بنشر انشغالات المحتاجين والمعوزين والتكفل بها بعد لحظات من ذلك الذي يبين مدى نشاطها.

6-4 اتجاه العينة حول معوقات التنمية التطوعية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (58): بين اتجاه العينة حول معوقات التنمية التطوعية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

المعوقات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة	الترتيب
المتعلقة بالفرد	3,1929	0,86286	محايد	02
المتعلقة الجمعية (التنظيم)	3,2903	0,79271	محايد	01
المتعلقة بالمجتمع	3,1405	0,82471	محايد	03

المصدر إعداد الباحث

وهنا نلاحظ أن المعوقات التنظيمية تأتي في صدارة معوقات التنمية التطوعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

ثانيا. مناقشة وتحليل النتائج الدراسة:

من خلال ما تم تقديمه من عرض نتائج الدراسة الميدانية وتحليلها، ومن خلال ما تم التوصل إليه من نتائج المقابلات مع رؤساء الجمعيات الخيرية ونوابهم، في هذا المحور ننقل إلى :

1-مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات

2-مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة

3-مناقشة نتائج الدراسة في ضوء المقاربة النظرية

4-النتائج العامة للدراسة .

1. مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات:

1-1 الفرضية رقم 1: تختلف استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في الجمعيات الخيرية

تبعاً لمتغيري الجنس والسن:

تم معالجة الفرضية الأولى المتعلقة بعادات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الجمعيات الخيرية، عينة الدراسة للجنسين (الذكور والإناث)، ووضع الباحث في ذلك عدة مؤشرات، وهي:

- مؤشرات الأقدمية.
- المدة الزمنية التي يقضيها المبحوث عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- عدد مرات الاطلاع في اليوم على الصفحة.
- المشاركة الاتصالية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- الغرض من التواصل مع الجمهور.
- الفئات المتواصل معها عبر صفحات الجمعيات الخيرية.
- حجم الجمهور في رأي المبحوثين.
- نوعية التفاعل مع الصفحات.

ومن أهم النتائج التي تم التوصل لها:

• تعد الأقدمية مؤشراً لكفاءة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، التي كانت لفئة الذكور بأقدمية تفوق الأربعة سنوات متقدمة بنسبة قليلة عن الإناث، في حين نجد أقدمية أقل من أربعة سنوات استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي، فقد كانت النسب المئوية متقاربة ومتمركزة من سنتين إلى أربعة سنوات، وهي مدة كافية لإتقان تقنيات التواصل الافتراضي. وأسفرت النتائج عن أنه لا توجد علاقة ذات دلالة بين متغير الجنس وأقدمية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي. نتيجة (1)

• من حيث المدة الزمنية التي يقضيها الذكور والإناث من عينة الدراسة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، نجد أن فئة من الإناث يستغرقون مدة زمنية أطول من الذكور من ثلاثة إلى أربعة ساعات، وأن النسبة الأكبر تعود للذكور في تمركزهم في مدة زمنية مستغرقة من ساعة إلى ثلاثة ساعات.

• وبالتالي نستنتج أنه توجد علاقة ذات دلالة بين المدة الزمنية التي يقضيها أفراد العينة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومتغير الجنس. نتيجة (2)

• أما من ناحية العلاقة بين متغير السن وأقدمية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فإنه لا توجد علاقة بين متغير السن وأقدمية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي. نتيجة (3)

• بالنسبة لعدد الساعات التي يقضيها أفراد العينة وعلاقتها بمتغير السن، فتشير الدراسة إلى أنه لا توجد علاقة، كون عدد ساعات الاستخدام جاءت متقاربة من ساعة إلى ثلاثة ساعات يومياً. نتيجة (4)

• عدد مرات التصفح لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس فإنه لا توجد علاقة بين نوع الجنس وعدد المرات في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت أكبر النسب لعدد المرات بين مرتين وثلاثة مرات.

• نجد أن عدد مرات التصفح لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير السن، لا توجد علاقة بين السن وعدد المرات التصفح. نتيجة (5)

• وعن الرفقة في استخدام صفحة الجمعية ومع من تشارك التصفح موقع الجمعية، وذلك وفقًا للجدول رقم (17)، فقد كان اختلافًا بين الجنسين، فيميل الذكور لمتابعة الصفحة رفقة أصدقاء، في حين يفضلن الإناث التصفح لوحدهن.

• من حيث المشاركة الاتصالية في الاطلاع على مستجدات الجمعية حسب متغير السن، كانت الفئة من 31 سنة إلى 40 سنة بنسبة 51.4%.

وعليه فإن الفرضية المعتمدة على وجود اختلاف في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في الجمعيات الخيرية يعود لمتغيرات الجنس والسن، قد تحققت من حيث الجنس فقط، والمدة الزمنية التي يقضونها والمشاركة.

• نجد أن عدد مرات التصفح لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير السن، لا توجد علاقة بين السن وعدد المرات التصفح (5).

• وعن الرفقة في استخدام صفحة الجمعية ومع من تشارك التصفح موقع الجمعية، وذلك وفقًا للجدول رقم (17)، فقد كان اختلافًا بين الجنسين، فيميل الذكور لمتابعة الصفحة رفقة أصدقاء، في حين يفضلن الإناث التصفح لوحدهن.

• من حيث المشاركة الاتصالية في الاطلاع على مستجدات الجمعية حسب متغير السن، كانت الفئة من 31 سنة إلى 40 سنة بنسبة 51.4%.

وعليه فإن الفرضية المعتمدة على وجود اختلاف في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في الجمعيات الخيرية يعود لمتغيرات الجنس والسن قد تحققت من حيث الجنس فقط، والمدة الزمنية التي يقضونها والمشاركة الاتصالية، ولم تتحقق في باقي المؤشرات من خلال ما توصل إليه الباحث من النتيجة 1 والنتيجة 3 والنتيجة 4. النتيجة 5: لا توجد علاقة بين متغير الجنس والسن في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في صفحات الجمعيات الخيرية.

1-2 الفرضية رقم 2: تختلف استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في جمعيات

التطوعية تبعاً لمتغيرات المستوى التعليمي والمستوى المادي:

المستوى التعليمي :

المواقع الأكثر استخداماً

الوسائط الاتصالية المعتمدة

التفاعل عبر صفحة الجمعية

المنشورات الأكثر تجاوباً مع الجمهور

الوضعية الاقتصادية للمبحوثين

•المستوى التعليمي لأفراد العينة: أكثر من 70% مستوى جامعي ومستوى ثانوي، مجتمع مثقف

وواعي وفقاً للجدول رقم(4)

•يستخدم أفراد العينة موقع الفايسبوك بجميع مستوياتهم، وتختلف استخدامات التطبيقات الأخرى بنسب متقاربة.

•عملية التفاعل والتواصل مع الجمهور لمنشورات صفحة الجمعية عبر مواقع التواصل

الاجتماعي، وفقاً لمتغير المؤهل العلمي، فلا يوجد اختلاف أو دلالات تشير إلى ذلك (1)

•المبحوثون الذين لديهم مستوى ثانوي ومتوسط، لديهم تفاعل وتوزيع على مختلف منشورات

الجمعية بشكل متقارب ومتكافئ مع غيرهم (2)

•الجمعيات إمكانات بشرية متوسطة(3)

•الوضعية المادية للمبحوثين: أغلبيتهم موظفون وعمال، ولديهم أعمال حرة، ومتقاعدون لديهم

استقرار مادي. ممارسة العمل التطوعي تتطلب استقراراً مادياً (4')

الوضعية المادية للمبحوثين: أغلبيتهم موظفون وعمال، ولهم أعمال حرة، ومتقاعدون لهم

استقرار مادي. ممارسة العمل التطوعي تتطلب استقراراً مادياً. (4) من النتيجة 1.2. المستوى

التعليمي له دور في تحديد نوعية النشاط المتفاعل معه، وللمستوى المتوسط والثانوي توزيع

أفضل في المشاركة الاتصالية.

1-3 الفرضية الثالثة: تختلف استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي وفقا للإمكانيات المادية

المتاحة

من خلال الإمكانيات المادية المتاحة

نوعية الجمهور المتابع للصفحة

التفاعل مع الصفحة

المواقع الأكثر استخدامًا

الشبكات المستخدمة

متابعة إدارة الصفحة

التكوينات لفائدة الأعضاء

•الجمعيات الخيرية عينة الدراسة لها إمكانيات مادية وبشرية متوسطة لممارسة النشاط عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

•تستخدم الجمعيات الخيرية الهاتف الذكي بنسبة كبيرة جدًا، وجهاز إعلام آلي الخاص بالجمعية .

•تستخدم الجمعيات الخيرية عينة الدراسة شبكة الويفي بتدفق متوسط، والخط الثابت بسرعة تدفق عالية .

•أغلبية الجمعيات الخيرية لها إمكانيات بشرية كبيرة ولهم أقدمية في الجمعية تفوق السنة، ونسبة 40% من المنخرطين والأعضاء تفوق أقدمتهم خمس سنوات .

•إدارة وتسيير صفحة الجمعية يقوم بها رئيس الجمعية أو نائبه أو أحد المكلفين (1)

للأعضاء في الجمعيات الخيرية والمنخرطين، أصدقاء ومتابعين يفوق عددهم 400 صديق، ولا يقل عن 100 صديق .

التكوينات لفائدة الأعضاء في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال تنقسم العينة إلى قسمين بنسبة متقاربة :

يتلقون تكوينات بين مستمرة ومتقطعة ونادرة .

ولا يتلقون تكوينات إطلاقاً .

أغلبية الجمعيات الخيرية، عينة الدراسة، لا يمتلكون مكاتب للإعلام والاتصال .

تعتمد الجمعيات الخيرية حالياً بشكل أساسي على مواقع التواصل الاجتماعي، ويرون أن

الاستغناء عنها يخل بنشاطات الجمعية.

وبالتالي نستنتج أن الإمكانيات المادية والإمكانيات البشرية للجمعيات التطوعية

متوسطة، وتفتقد إلى الاستقلالية والتخصص.

1-4 الفرضية الرابعة: تبرز الأهداف الفردية و الشخصية عن باقي الأهداف في استخدام

مواقع التواصل الاجتماعي لدى الجمعيات الخيرية.

جاءت أهداف استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى الفردي، وعلى مستوى

الجمعية التنظيم، وعلى المستوى المجتمعي بين موافق وموافق بشدة في جميع المستويات،

وتختلف قليلاً من حيث المتوسطات الحسابية.

ومن خلال حساب متوسطات الأبعاد الثلاثة يتضح أنه تبرز الأهداف المتعلقة بالجمعية

التنظيم عن باقي الأهداف التي كانت حول:

• التعرف على واقع الجمعية بين الجمعيات الخيرية الأخرى.

• إيجاد طرق حديثة للحصول على المستجدات في المجال التطوعي.

• الرفع من أداء الجمعية.

وبهذا فإن الفرضية المطروحة في بروز الأهداف الفردية من استخدام مواقع التواصل

الاجتماعي عبر صفحات الجمعيات الخيرية لم تتحقق، وبرزت الأهداف المتعلقة بالجمعية

(التنظيم) عن غيرها.

1-5 الفرضية الخامسة: تنصدر المعوقات المتعلقة بالجمعية (التنظيم) لأدراه الصفحة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

لملاحظ أن الأبعاد الثلاثة المذكورة حول معوقات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من المعوقات الفردية والمعوقات المتعلقة بالجمعية التنظيمية والمعوقات المتعلقة بالمجتمع، كل الأبعاد كانت باتجاه محايد في الإجابة على عبارات المستويات الثلاثة. ومن خلال استخراج المتوسطات الحسابية يتضح أن المعوقات المتعلقة بالجانب التنظيمي الخاص بالجمعية في طبيعة المعوقات، ومن بين هذه المعوقات التي كانت بدرجة الموافقة بنسب متفاوتة هي:

• نقص الوسائل والتجهيزات المادية

• عدم وجود منهجية للتقييم

• عدم وجود دراسات بحثية في المجال

• يجب مراجعة الصياغة اللغوية للنتائج العامة

• عدم وجود تخطيط وضبابية الرؤية

وعليه فإن الفرضية القائلة بأن تنصدر المعوقات المتعلقة بالجمعية (التنظيم) لإدارة الصفحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي قد تحققت عن باقي المعوقات الفردية والمجتمعية.

2- نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة:

تعد عملية المقارنة بين نتائج الدراسة وباقي الدراسات السابقة والتي تتشابه معها من

حيث المتغيرات والمفاهيم من أبعديات البحث العلمي، فهي نقطة الانطلاق التي يستند إليها الباحث للوصول إلى الغاية من البحث، ويسعى الباحث من خلال هذا المحور إلى الوقوف على مدى الاتفاقات والاختلافات التي توصلت إليها الدراسة مع الدراسات السابقة والدراسات المشابهة.

✚ دراسة كانون جمال:

عالجت دراسة كانون جمال دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم وترقية أداء منظمات

المجتمع المدني في الجزائر، حيث تتفق الدراسة الحالية مع دراسة كانون جمال في أن مواقع التواصل الاجتماعي لها دور كبير في ترقية العمل التطوعي، حيث عملت على تحسين أداء الجمعيات والقدرة على الوصول إلى فئات في المجتمع وتقديم المساعدات، وتحسين طرق وأساليب تواصل الجمعية مع جمهورها كما هو مبين في الجدول رقم(24). واستطاعت كذلك من اختصار الوقت والجهد المبذول وتوفير المال كما هو في نتائج الجدول (50).

كما عملت على التدخل في الوقت المناسب، وزيادة نشاطات الجمعيات، وزيادة التفاعلات مع الأعضاء وعملت على استقطاب المنخرطين والمتطوعين وفقاً للجدول (51). وساعدت على زيادة حجم المعلومات والخبرات وتنمية المهارات الشخصية والمعرفية، وتتفق مع الأهداف الشخصية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كما هو مبين في الجدول (50)، كما ساهمت في زيادة التفاعلات مع الأعضاء حسب الجدول(51).
دراسة نريمان نومار:

تتفق الدراسة الحالية مع دراسة "نريمان نومار" في عدد مرات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في اليوم التي كانت جاءت بين مرتين إلى ثلاث مرات في اليوم، كما تتفق أيضاً في أن أغلب المبحوثين يستخدمون موقع الفاييس بوك بنسبة كبيرة وفقاً لنتائج الجدول(31).

وتتفق الدراسة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي من حيث الجنس، حيث أن الذكور يقضون وقتاً أطول من الإناث في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كما هو في الجدول(13).

تختلف الدراسة الحالية مع دراسة "نومار" من حيث معدل الساعات التي يقضيها المبحوثون، بينما تكون أكثر من ثلاث ساعات في دراسة "نومار"، فهي في الدراسة الحالية من ساعتين إلى ثلاثة ساعات بمتوسط حسابي 2.52.

كما تختلف الوسائط الاتصالية المعتمدة، ففي دراسة "نومار" يفضل المبحوثون التعليقات في الفيس بوك ثم الدردشة ثم مشاركة الصور، بينما في هذه الدراسة الحالية تأتي الصور في المرتبة الأولى ثم الفيديوهات وهي الأكثر اعتمادًا. انظر الجدول (34)، نجد أن طبيعة المجتمع المدروس تحدد نوع الوسيلة المستخدمة. فكانت دراسة الباحثة على مجتمع مفتوح، وفي هذه الدراسة هي حول الجمعيات الخيرية النشطة ومختلف الفاعلين عبر مواقع التواصل الاجتماعي. وتختلف الدراسة أيضًا في عدد أصدقاء المبحوثين، فيرتفع عدد الأصدقاء في الدراسة الحالية للمبحوثين إلى أكثر من 400 صديق، وتقل في دراسة "نومار" إلى أقل من 150 صديق.

دراسة منتهى الكيلاني:

كانت الدراسة "منتهى الكيلاني" في التعرف على أنماط استخدام الفيس بوك لدى طلبة الجامعات الأردنية حيث:

تختلف نتائج الدراسة عن دراسة "الكيلاني" أن نسبة استخدام الفيس بوك لطلبة الجامعات الشرق الأوسط والأردنية بكثافة عالية تزيد عن الثلاثة ساعات يوميًا، كما تختلف الدراسة حول متغير الجنس في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير الجنس.

وتتفق الدراسة الحالية مع دراسة الباحثة في أن الهاتف الذكي أو الجوال أعلى نسبة مقارنة بالأجهزة الأخرى، وتتفق أيضًا في أن الفيس بوك وسيلة فعالة للترويج للحملات العمل.

التطوعي وأنه منصة دائمة للتفاعل التطوعي ودعوة الآخرين ، و أن الفيس بوك منصة تفاعلية لكثافته وسهولة استخدامه¹.

دراسة سلمى كونده:

¹. منتهى الكيلاني، مرجع سابق، ص66.

تتفق الدراسة الحالية مع دراسة "سلمى كوندة" نسبياً في أن أعلى مستوى كان لذوي المستوى الجامعي، لأن المستوى التعليمي لمجتمع الدراسة بين المستوى الثانوي والجامعي كما هو في الجدول رقم(09).

وتتفق مع الدراسة الحالية في أن معظم أفراد العينة من المبحوثين والأعضاء هم من الموظفين، وهي النسبة الغالبة في الجمعيات الخيرية، كونهم يمثلون الطبقة الوسطى والأكبر في بلداننا وهم من الموظفين في القطاع العام حسب الجدول رقم(10).

يقوم الأعضاء والمنخرطون بدعم أفراد المجتمع للانخراط والمشاركة في العمل التطوعي، والذي يسعون من خلاله إلى القيام بأعمال خيرية، وهم بذلك يمثلون رأس مال اجتماعي، عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

تتفق مع الدراسة مع دراسة الباحثة في أن الإنترنت هي الوسيلة المعتمدة في الجمعيات الخيرية عبر صفحات التواصل الاجتماعي.

تتفق الدراسة في أن لموقع التواصل الاجتماعي أهمية بالغة في الأعمال الخيرية والتضامن الرقمي وفقاً للجدول رقم(47).

تتفق الدراسة أيضاً حول معوقات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على مستوى المجتمع، أن من يرى أن نشر الأعمال والنشاطات على صفحات الجمعيات هي رياء وإحراج للمستفيدين، وذلك وفقاً للجدول رقم(53).

✚ دراسة كل من مقدم زينب:

تختلف الدراسة الحالية مع دراسة "مقدم زينب" حول أن المعوقات الشخصية المرتبطة بالفرد في مصاف المعوقات العمل التطوعي، حيث توصل الباحث في هذه الدراسة إلى أن المعوقات المتعلقة بالجانب التنظيمي الخاصة بالجمعية في طبيعة المعوقات.

تتفق الدراسة في أن العمل التطوعي يساهم في ترسيخ قيم التعاون والتضامن الاجتماعي، من خلال عمليات التحسيس والتوعية المستمرة.

تختلف مع دراسة الباحثة من حيث أن العلاقة بين الجمعيات الخيرية تمتاز بالتعاون والتكامل فيما بينها.

تتفق الدراسة مع دراسة "زينب مقدم" في أن الخدمات التطوعية تمتاز بالاستمرارية¹، وأن المستفيدين يتحصلون على مختلف الأعمال التطوعية طوال السنة كما تمتاز بتنوعها. وتتفق الدراسة في أن أهم المعوقات هي نقص الوسائل والتجهيزات المادية وعدم وجود منهجية واضحة للتقييم، وعدم وجود دراسات بحثية في المجال، وعدم جود تخطيط وضبابية الرؤية وفقاً للجدول رقم (56).

دراسة خليل نزيهة:

تختلف الدراسة نسبياً في كون المعوقات الشخصية أكبر عائق يواجهه العمل الخيري والتطوعي، وتأتي بعده المعوقات السياسية ثم التنظيمية ثم المعوقات الاجتماعية والإدارية².

تتفق الدراسة الحالية مع دراسة "خليل نزيهة" في أن المشاركة النسوية تختلف حسب نوعية العمل التطوعي وتخصصه .

حيث تميل النساء إلى العمل التطوعي في التخصصات ذات الطابع الأخلاقي والحساسة كالمطفولة والأمومة والرعاية، أما الذكور فيفضلون المجالات التي تتطلب قوة ومكانة .

تتفق الدراسة في أن المتغيرات الديمغرافية لها تأثير على العمل التطوعي، فالشباب أقل تطوعاً من المسنين .

تتفق الدراسة مع دراسة "خليل نزيهة" أن المستوى التعليمي يزيد من الإحساس بالمسؤولية

1. زينب مقدم، مرجع سابق، ص. 367.365.

2. نزيهة خليل، مرجع سابق، ص. 321.

الاجتماعية، وهي تتفق أيضًا مع دراسة "أمانى قنديل" في وجود علاقة ارتباطية بين التعليم والتطوع المنظم.

تتفق الدراسة في أن من أهم المعوقات العمل التطوعي توجد المعوقات الشخصية المتمثلة في الالتزامات والانشغالات الأسرية.

تتفق الدراسة في أن من أهم المعوقات للعمل التطوعي توجد المعوقات الشخصية المتمثلة في الالتزامات والانشغالات الأسرية.

تتفق الدراسة مع دراسة الباحثة في أن المعوقات المجتمعية من أهم المعوقات في عدم الإقبال على العمل التطوعي، وغياب ثقافة التطوع، وعدم الاهتمام به، والدعوة له، وضعف الدور الأسري في تكوين الفرد المتطوع، وتراجع ثقافة المدرسة ووسائل الإعلام والتنشئة الاجتماعية ككل.

يعتبر الموقع الجغرافيا أهمية في نشاط الجمعية وتألقها

تتفق الدراسة في أن الجمعيات الخيرية تخضع إلى هيمنة قيادية مع التسلط في اتخاذ القرار وإقصاء للفئات الأخرى خاصة الشباب.

كما تتفق الدراسة أن من أهم المعوقات ضعف التحفيز والتشجيع، وهي مفتاح الإشباع الذاتي الشخصي¹.

مع دراسة عمار نوي:

تتفق الدراسة مع دراسة "عمار نوي" إن الإدارة في العمل التطوعي تختلف عن الإدارة في المنظمات الأخرى. توجد العديد من المعوقات، منها الداخلية على مستوى إدارة الجمعيات والأنشطة والإدارة المالية، ومنها الخارجية كالجانب السياسي والاجتماعي والاقتصادي والقانوني.

¹ مرجع نفسه ، ص.ص.292.310

تتفق الدراسة أيضًا في تفوق نسبة الذكور عن الإناث، وتختلف من حيث المستوى التعليمي بنسب متقاربة.

تتفق الدراسة في أن المشكلات التي تعاني منها أغلب الجمعيات الخيرية متعلقة بالدرجة الأولى بالجانب البشري الكفاء الذي باستطاعته تعويض الجانب المادي.

كما تتفق الدراسة في أن هناك ضعف في التخطيط والتوجيه، وضعف في صنع القرار. كما تواجه مشكلة الدعم المالي نتيجة غياب الاستثمار، وعدم انتظام مصادر الدخل، وضوح الرؤية المستقبلية، وهو ما ينطبق مع ما تم رصده من نتائج المقابلات. وأن لقيادة الجمعيات الخيرية أهمية كبيرة في ضمان استقرارها وتألقها. فالكفاءة القيادية سر نجاحها من خلال تداخل عوامل منها المستوى التعليمي والخبرة في المجال ونوعية الأهداف المرجوة.

✚ مع دراسة جهيدة شاوش أخوان:

تتفق الدراسة مع دراسة الباحثة في أن منتصف العمر بين 40-50 سنة هم من يدفع إلى ممارسة العمل التطوعي وتكوين العلاقات. وتتفق الدراسة مع الباحثة أيضًا في أن جل الجمعيات الخيرية تمتلك هيكل إدارية بسيطة ولا تسعى إلى تشكيل تعاون مع الجمعيات الخيرية الأخرى أو البحث عن الائتلافات.

وتتفق الدراسة مع دراسة "جهيدة شاوش أخوان" في أن وجود فئة من الأفراد الانتهازيين والطفيليين الذين يسعون إلى تشويه صورة الجمعية في المجتمع وتغليب الرأي العام، لذا توجب تقديم الدعم الكاف للفاعلين الحقيقيين من رؤساء الجمعيات الخيرية والمنخرطين¹.

إليك النص مع التصحيح الإملائي واللغوي مع الحفاظ على الكلمات دون تغيير:

✚ تتفق الدراسة أيضًا في أن الجمعيات الخيرية الجزائرية تقتصر على أشخاص بحد ذاتهم وتعرف بأسمائهم، وعلى ثلة قليلة من الناشطين فقط، وغياب ثقافة التداول المرن على القيادة .
مع دراسة وسام طایل البشاشة :

¹. جهيدة شاوش إخوان، مرجع سابق، ص. 216.

تتفق الدراسة في استخدام الفيس بوك عبر الهواتف الذكية بنسبة كبيرة، وأن مواقع التواصل الاجتماعي تحقق إشباعًا اجتماعيًا .

تتفق الدراسة في أن مواقع التواصل الاجتماعي تحقق إشباعًا نفسيًا كالتخلص من الخجل والراحة النفسية .

تتفق الدراسة أيضًا في أن مواقع التواصل الاجتماعي تساعد في تطوير المهارات التواصلية التقنية .

كما تتفق أيضًا مع الدراسة في أن متغير الجنس يعد عاملاً مهمًا في نوعية الإشباع المحققة، وأن هناك اختلافًا بين الذكور والإناث في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي من حيث نوع المحتوى المستهلك .

دراسة مادهور راج جاين وآخرون: (Madhur Raj Jain)

تتفق مع الدراسة الحالية في أن المجتمع في ظل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أصبح أكثر انفتاحًا وتجاوبًا عن الاتصال التقليدي، وأن مواقع التواصل الاجتماعي لعبت دورًا فعالًا في جعل المجتمع أكثر مرونة وتجاوبًا.

دراسة: Hjalmar Bang Carlsen

تتفق مع الدراسة الحالية في أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في عملية الحشد والتعبئة وعملت على زيادة الوعي المجتمعي، وتوسيع مجال العمل التطوعي، والوصول إلى الفئات المهمشة، وأن وسائل التواصل الاجتماعي جدًا فعالة في الأزمات والمستجدات، وأن الاتصال عبرها يفتح المجال للمشاركة المجتمعية بشكل كبير، ويقضي على أنواع البيروقراطية.

دراسة: Amy J. Connolly

تتفق مع الدراسة الحالية في وجود رغبة لدى الأعضاء في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وقد ساهمت في تنمية التطوعية، كما ساهمت أيضًا في المحافظة عليها واستمراريتها، وتستخدم مختلف الوسائط الإلكترونية، وأن مواقع التواصل الاجتماعي حتمية لا مناص منها.

مع دراسة نصر الدين عويشية:

تتفق الدراسة في زيادة الفعالية الاتصالية حيث تتضح أهمية الاتصال من خلال التقارب الاتصالي بين الأفراد والجماعات ومختلف الفاعلين. وأن من أهداف الاتصال ضمان السير الحسن، وتتفق الدراسة في أن زيادة الثقة بالنفس من خلال الانفتاح عن الآخر والمحيط الاجتماعي، والتخلص من سوء الفهم.

كما تتفق الدراسة في أن أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في التعبئة والتجنيد من خلال بناء جسور الثقة والمودة وفتح حوار النقاش وحل المشكلات، والقدرة على التأثير في المواقف والاتجاهات، تساهم مواقع التواصل الاجتماعي من إمكانية التفاعل والمشاركة باستخدام مختلف الوسائط من الإعجاب، أو التعليق، وأن المتابعة للنشاطات تتم في وقتها وإمكانية الإعادة والتقييم، كما يتم الوصول إلى فئات كبيرة من المجتمع.

3- مناقشة النتائج الدراسة في ضوء التراث النظري:

✓ إن ثقافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تتحكم فيها عدة عوامل منها العوامل الديمغرافية كالسن والجنس والمستوى التعليمي والحالة الاجتماعية، وهو ما تم التوصل إليه بتأثير الجنس على عدد الساعات التي يقضيها المبحوثون في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عبر صفحات الجمعيات ووجود اختلافات من حيث الاستخدام، وهو ما جاءت به نظرية الفروق الفردية.

✓ جمهور الجمعيات الخيرية في استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي هو جمهور نشط يختار الوسيلة التي تلي حاجته والتي يرونها مناسبة.

✓ تحقق الفروض القائلة أن الجمهور فعال ويختار الوسيلة التي تحقق أهدافه وهي أهداف مقصودة ومتوقعة من خلال ما تم التوصل إليه في الأهداف التي سعى إلى تحقيقها والتي كانت أغلبية الإجابات بالموافقة بشدة، انظر الجداول (51)(52)(53)

✓ الثقافة المجتمعية السائدة تدل على نوع الوسيلة المستخدمة وليس محتوى الرسالة، يتضح ذلك في استخدام الفيسبوك الذي له شعبية ويمثل ثقافة افتراضية للمجتمع الجزائري رغم وجود تطبيقات مماثلة كالتويتر واليوتيوب والإنستغرام والواتساب، فكل بلد له خصوصيته وثقافته في استخدام الوسيلة الاتصالية التي تعكس ثقافة المجتمع ككل.

يتميز الجمهور بين وسائط مواقع التواصل الاجتماعي ويختار ما يناسبه، في صفحات الجمعيات يفضل الأعضاء والمنخرطون الصور والفيديوهات عن باقي الوسائط الأخرى.

أن تعامل الأفراد مع مواقع التواصل الاجتماعي يكون وفقاً لما يكون عليه داخل الجماعات كما جاء به "بلومر" وليسوا منفصلين، فالثقافة السائدة معيار مهم للوسيلة المستعملة وطرق استخداماتها، فما تملي عليهم حتميات التواصل في واقعهم يكونون عليه كذلك في واقعهم الافتراضي فهي نسق فرعي يتحرك في نسق الكل ويجري في مجراه.

يسعى أفراد الجماعة لتلبية حاجات نفسية واجتماعية وقد كانت في طليعة الأهداف أثناء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي وهو ما جاءت به نظرية الاستخدامات والإشباع.

ثالثاً. النتائج العامة للدراسة:

1- حول البيانات الأولية:

✓ رغم أن مجتمع الدراسة مجتمع ذكوري نسبة 60.8%، إلا أن العنصر النسوي حاضر في قيادة الجمعيات الخيرية في عينة الدراسة، وتوجد ثلاث جمعيات خيرية من عينة الدراسة ترأسهن نساء.

✓ متوسط سن عينة الدراسة هو 40 سنة، وتعد فئة الأشخاص الذين تتراوح أعمارهم بين 31 سنة و40 سنة هي الأكبر نسبة، مما يدل على أن مجتمع الجمعيات الخيرية هو مجتمع فتي وفقاً

للجدول (07)

✓ أغلبية المبحوثين متزوجون بنسبة 76.7%، وتوجد نسبة معتبرة من الشباب لحمل المشعل بنسبة

18.3% حسب الجدول رقم (08)

✓ المستوى التعليمي الغالب في الجمعيات الخيرية يتراوح بين المستوى الثانوي والمستوى الجامعي، وهي تفوق نسبة 70%، ويختلف المستوى التعليمي لرؤساء الجمعيات الخيرية بحسب حجم نشاطات الجمعية.

✓ أغلبية المبحوثين لديهم استقرار مادي، حيث يعمل أغلبهم كموظفين أو عمال أو أصحاب أعمال حرة أو متقاعدين، وتفوق نسبة 80% من مجموع أفراد العينة، مما يسمح لهم بممارسة العمل التطوعي بأريحية تامة.

✓ جاءت الوضعية المادية لعينة الدراسة متوسطة بنسبة 81.7% وفقاً للجدول (11)، وهي فئة الغالبة في المجتمع الجزائري.

2- محور عادات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الجمعيات الخيرية:

✓ الذكور لديهم أقدمية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من الإناث، وتفوق الأربع سنوات، انظر الجدول (13)، والإناث أكثر التزاماً في المواظبة والحضور لمقر الجمعيات الخيرية.

✓ معظم المبحوثين لديهم أقدمية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تتراوح من سنتين إلى أربع سنوات، وهي مدة كافية لإتقان تقنيات التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

✓ لا توجد علاقة بين متغير الجنس والأقدمية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

✓ لا توجد علاقة بين متغير السن والأقدمية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

✓ أغلبية عينة الدراسة لديهم اتصال عبر مواقع التواصل الاجتماعي يفوق الساعة، وهو مؤشر على نشاط جمهور الجمعيات الخيرية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما يسمح لهم بتقديم محتوى كافٍ عبر مواقع التواصل الاجتماعي مع مختلف الفاعلين، والمتوسط الحسابي للمدة الزمنية التي يقضونها في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي هو 2.52 ساعة في اليوم، وهو معدل لم يصل إلى حد الإدمان.

✓ توجد علاقة بين متغير الجنس وعدد الساعات التي يقضيها المبحوثون مع مواقع التواصل الاجتماعي، حيث نجدها ترتفع عند فئة من الإناث إلى أكثر من 3 ساعات، وتزيد عند فئة الذكور من 1 ساعة إلى 3 ساعات وفقاً للجدول رقم (16).

- ✓ لا توجد علاقة بين متغير السن ومدة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، إذ إن أغلبية الأعمار كان لهم استخدام من ساعة إلى ثلاث ساعات وفقاً للجدول (17)
- ✓ إن أغلبية المبحوثين كان لهم الاطلاع على صفحة الجمعية بين مرتين وثلاث مرات بنسبة 34.2% لكل منهما.
- ✓ لا توجد علاقة بين نوع الجنس وعدد المرات في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
- ✓ لا توجد علاقة بين عدد مرات التصفح على صفحة الجمعية ومتغير السن، حيث كانت النسبة الأكبر لدى فئة أقل من ثلاثين سنة بمرتين في اليوم بنسبة 47.6%، ثم تليها فئتي من 41 سنة إلى 50 سنة وفئة أكبر من 51 سنة مرتين في اليوم أيضاً، وكان التصفح ثلاثة مرات لفئة من 31 إلى 40 سنة. انظر الجدول (20).
- ✓ ثلث المشاركات الاتصالية لصفحات الجمعيات الخيرية تتم مع الأصدقاء كأعلى نسبة، وتليها نسبة 28.9% يكونون لوحدهم، أما مع أعضاء الجمعية والمشاركة الاتصالية فكانت بنسبة 18% وفقاً للجدول رقم (21).
- ✓ العمل يكون غالباً في الفترة الصباحية.
- ✓ جاءت المشاركة الاتصالية والاطلاع على صفحة الجمعية حسب متغير الجنس مختلفة، فالذكور يفضلون التواصل الافتراضي رفقة الأصدقاء، في حين أن الإناث يحببن أن يكونن لوحدهن وفقاً للجدول (22).
- ✓ وحسب متغير السن نجد فئة من 31 سنة إلى 40 سنة الفئة الأكثر تواصلاً ونشاطاً مع صفحة الجمعية وفقاً للجدول (23)، كما لهم مشاركة اتصالية متجانسة ومتقاربة النسب مع جميع الشرائح المجتمعية.
- ✓ يتواصل الجمهور مع الصفحة لغرض تقديم مساعدات، ولغرض تقديم اقتراحات، ومن أجل التشجيع، وهي ما تسعى إليه الجمعيات الخيرية.
- ✓ تتواصل صفحة الجمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي مع جميع الفئات المذكورة بنسب متقاربة، إلا مع الجمعيات الخيرية الأخرى فقد جاءت في مراتب متأخرة.

- ✓ يوجد نقص في مجال الدعاية والإشهار والعمل بطرق ارتجالية.
- ✓ المواصلة والدوام سر نجاح العمليات الاتصالية عبر مواقع التواصل الاجتماعية.
- ✓ العمل مقتصر على فرد أو اثنين وغياب كلي حتى للأعضاء المؤسسين وعدم الاستناد إلى قاعدة علمية.
- ✓ يوجد اختلاف في التفاعل عبر مواقع التواصل الاجتماعي في صفحة الجمعية حسب متغير المستوى التعليمي فنجد أعلى النسب المئوية في:
 - ✓ ذوي المستوى الابتدائي لهم تفاعل مع فئة الجمهور فقط وإن كان عددهم قليل جدًا.
 - ✓ ذوي التعليم الجامعي لهم تواصل أكثر مع الفئات المستهدفة.
 - ✓ ذوي المستوى الثانوي والمتوسط لهم تواصل أكثر مع الأعضاء.
- ✓ توجد علاقة بين عدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الحالة المادية والاقتصادية للمبحوثين، فإنها تنظر إلى الجدول رقم(27).
- ✓ أغلب الإجابات حول نوعية الجمهور المتابع للصفحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي هو جمهور حقيقي بنسبة 59%، ويمثل الجمهور كله بنسبة 19.2%، وأنه جمهور كبير بنسبة 61.7%، وكبير جدًا بنسبة 15%، مما يفسر أن الجمهور واسع، انظر الجدول (28). (29).
- ✓ يوجد تفاعل بين الجمهور والجمعيات الخيرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وهو تفاعل دائم ومستمر بنسبة كبيرة 59.4%، وأنه أيضًا تفاعل موسمي ومناسباتي، انظر الجدول(30).

محور أساليب الاتصال عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الجمعيات الخيرية:

- ✓ يستخدم أغلبية المبحوثين موقع الفيسبوك بنسبة كبيرة جدًا عن باقي التطبيقات المستخدمة، ويأتي في المرتبة الثانية الإنستغرام، وبعدها اليوتيوب، انظر جدول رقم(26).
- ✓ الذكور أكثر استخدامًا لصفحة الفيسبوك بنسبة أكبر من الإناث، ويميل الإناث إلى استخدام الإنستغرام إلى جانب الإيميل والمدونات بعد الفيسبوك.

✓ جميع المستويات التعليمية يستخدمون الفايس بوك كأول وجهة للتفاعل الافتراضي، وتأتي استخدامات مختلف التطبيقات الأخرى حسب التدرج في المستويات التعليمية، ولذوي المستوى الثانوي والمتوسط توزيع أفضل على مختلف التطبيقات.

✓ تعد الصور ثم الفيديوهات الوسيلتين الأكثر اعتمادًا في التواصل مع الجمهور في صفحات الجمعيات الخيرية، وتأتي بعدها الدردشة، وهو ما تم التوصل إليه أثناء المقابلة مع رؤساء الجمعيات الخيرية، حيث تستخدم أغلب الجمعيات الخيرية الصور كأكثر أداة استخدامًا عبر مواقع التواصل الاجتماعي في صفحاتها.

فطبيعة المجتمع المدروس تحدد نوعية الوسائط المستعملة في التواصل الافتراضي.

✓ يتفاعل الجمهور مع الحملات التطوعية بشكل أكبر من المنشورات الأخرى، ويأتي بعدها التفاعل مع الحملات التوعوية، حيث يميل الجمهور نحو المنشورات ذات الطابع الميداني والعملية المادي، ولا يوجد تأثير للمستوى التعليمي في تحديد نوع المنشورات المتفاعل معها.

✓ تستخدم الجمعيات الخيرية عينة الدراسة مواقع التواصل الاجتماعي من مرتين إلى ثلاث مرات في اليوم كمعدل لعدد مرات التصفح.

✓ لا توجد علاقة بين متغير السن وعدد مرات تصفح موقع الجمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

✓ متابعة الجمعية وحرصها على حضور الأعضاء وتفاعلهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي يتم بتقييم سنوي كأعلى نسبة، وبعدها تقييم شهري، وأخيرًا بشكل أسبوعي بنسبة قليلة من الإجابات، وهو ما يفسر اختلاف آراء المبحوثين حسب الجمعيات الخيرية التي ينشطون فيها، ومدى مشاركتهم الحضورية وفعاليتهم في النشاطات.

✓ تقييمات أفراد العينة لأنماط الاتصالية المعتمدة من قبل الجمعيات الخيرية عينة الدراسة كانت أعلى نسبة 46.7% حسنة، 30% جيدة، ما يفسر فعالية الأساليب الاتصالية المستعملة عبر صفحات ومواقع الجمعيات الخيرية وأنها مقبولة. أنظر الجدول رقم(33).

3- محور الإمكانيات المادية والبشرية المتاحة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

- ✓ تمتلك الجمعيات الخيرية محل الدراسة إمكانيات مادية متوسطة لإدارة وتسيير صفحة الجمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 66.7%، في حين ترى فئة من العينة بنسبة 24.2% أن للجمعيات الخيرية إمكانيات مادية كبيرة. أنظر جدول (39) .
- ✓ تختلف الإمكانيات المادية والبشرية من جمعية إلى أخرى. فالجمعيات الخيرية ذات الطابع الإسلامي والعريقة لها إمكانيات كبيرة، والجمعيات الخيرية النسوية ذات إمكانيات محدودة. تلجأ أغلب الجمعيات إلى الاعتماد على نشاطات ذات طابع تحصيلي (تكوينات، تدريس، تجاوز الاختصاص المحدد).
- ✓ وجود إمكانيات رقمية في إدارة وتنظيم عمل الجمعية يكسبها ثقة كبيرة لدى متابعيها.
- ✓ رؤساء الجمعيات الخيرية الكبيرة لهم قادة متمرسون ومستوى جامعي، ولهم أقدمية تفوق 10 سنوات.
- ✓ الجمعيات الخيرية النشطة لها مكتب خاص بالإعلام والاتصال، ولها مختص في مجال تكنولوجيا الاتصال أو فرد مؤهل.
- التنسيق الاتصالي بين رؤساء المكاتب عبر مواقع التواصل الاجتماعي هو سر تألق الجمعيات الخيرية النشطة.
- ✓ تستخدم الجمعيات الخيرية في الاتصال عبر صفحاتها الهاتف الذكي بنسبة 86.66%، ثم جهاز مكتب الجمعية بنسبة 29.16% .
- ✓ أغلبية المبحوثين ينشطون في جمعيات ذات إمكانيات مادية متوسطة، سواء كانوا يعتمدون على أنترنت الجمعية أو على حساباتهم الخاصة.
- ✓ توجد علاقة بين الإمكانيات البشرية والإمكانيات المادية، فالجمعيات الخيرية التي لها إمكانيات مادية جيدة لها إمكانيات بشرية كبيرة، والتي لها إمكانيات مادية ضعيفة ومتوسطة لها إمكانيات بشرية متوسطة.

- ✓ تستخدم أغلب الجمعيات الخيرية شبكة الواي فاي والخط الثابت في إدارة صفحاتها، وأغلب الجمعيات الخيرية لا تمتلك مكاتب الإعلام والاتصال.
- ✓ تمتلك الجمعيات الخيرية في عينة الدراسة إمكانيات بشرية متوسطة بإجابات 60.8%، ونجد نسبة 37.8% ترى أنها تمتلك إمكانيات بشرية كبيرة وفقاً للجدول (43)، وحسب إجابات الباحثين لا توجد فروق ذات دلالة حول الإمكانيات البشرية والمستوى التعليمي.
- ✓ أغلبية الباحثين لديهم أقدمية في الجمعيات الخيرية تفوق السنة، وتوجد نسبة 40.8% لديهم أقدمية تفوق الخمس سنوات، وهم المؤسسين والأعضاء الأوائل، مما يسمح لهم بتقديم الأفضل (انظر الجدول 46).
- ✓ من خلال المقابلات التي تمت مع قادة الجمعيات الخيرية، يطرح أشكال عدم امتلاك العائلات المعوزة لهواتف ذكية وإنترنت لمتابعة المستجدات (تستهدف الجمعيات الخيرية الفئات الهشة التي لا تمتلك وسيلة اتصال هاتف ذكي أو إنترنت)، فصفحات مواقع التواصل الاجتماعي لا تخاطب من يجب أن تخاطب، فأصحاب المال والعتاء لديهم قنوات اتصال أخرى غير هذه، كما أن محدودية اقتناء الهواتف الذكية والإنترنت تقتصر على فئة من الشباب (مشكلة الوصول إلى جميع شرائح الفئات العمرية)، وعدم وجود اتصال مباشر مع كل من المعوزين والمتطوعين (مما يستدعي عودة الاتصال الشخصي).
- ✓ يقوم بإدارة وتسيير صفحات الجمعيات رؤساء الجمعيات باتفاق نصف الباحثين، ويليهم نوابهم أو أحد المكلفين، في حين لا يوجد مختصون إلا في بعض الجمعيات الخيرية العريقة.
- ✓ بالنسبة لعدد الأصدقاء والمتابعين لعينة الدراسة، فإن أغلبية الباحثين لديهم أكثر من 400 صديق ومتابع، ولا تقل عن 100 صديق باستثناء حالتين حسب الجدول (48).
- ✓ نصف أفراد العينة يتلقون تكوينات متخصصة في مجال الإعلام والاتصال، وبشكل مستمر بنسبة 29.2%، ومتقطع بنسبة 23.3%، ونادراً بنسبة 4.2%، في حين ترى نصف الآخر من الباحثين بنسبة 43.3% بعدم وجود تكوينات في مجال الإعلام والاتصال إطلاقاً. انظر الجدول (49).

4- أهداف استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى الفردي وعلى مستوى الجمعية التنظيمي وعلى المستوى المجتمعي:

أ- أهداف استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى الفردي:
تتجه عينة الدراسة نحو الأهداف المتعلقة بالمستوى الفردي في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير، وحسب الترتيب:

- ✓ أن المبحوثين يجدون راحة نفسية في ممارسة النشاط الجمعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما يدفعهم إلى ذلك.
- ✓ يستخدم أفراد العينة مواقع التواصل الاجتماعي للتواصل مع الجمعية من أجل تنمية المهارات والقدرات الشخصية.
- ✓ يستخدم المبحوثين مواقع التواصل الاجتماعي والتفاعل مع الصفحة من أجل تطوير العلاقات الاجتماعية مع أعضاء الجمعية.
- ✓ سعى المبحوثين من وراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي إلى تكوين علاقات جديدة مع أفراد خارج أعضاء الجمعية. انظر جدول رقم (50) .
- ✓ نجاح الصفحة يكون مع ذوي الأهداف المشتركة من الجمعيات الخيرية ومن ذوي القيم والمبادئ.

ب - أهداف استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى الجمعية التنظيمي:

تتجه اتجاه العينة محل الدراسة في الأهداف المتعلقة بالجمعية وتنظيمها إلى الاتفاق بدرجة كبيرة حول:

- ✓ معرفة الصورة الحقيقية للجمعية والتعرف على تموضعها بين الجمعيات الخيرية الأخرى.
- ✓ إمكانية الحصول على المستجدات في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في مجال العمل التطوعي.
- ✓ العمل على تحسين أداء الجمعية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

- ✓ تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة لاستقطاب المتطوعين والمنخرطين.
- ✓ استغلال مواقع التواصل الاجتماعي في المجال الإشهاري عزز من نشاط الجمعيات الخيرية وتفاعلها.
- ✓ تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في إيجاد حلول لمشكلات مستعصية (كالبحث عن دواء مفقود) أو جمع مبلغ كبير يتطلب جهود كبيرة.
- ج-أهداف استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى المجتمعي:
تتجه عينة الدراسة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى المجتمعي من أجل:

- ✓ القدرة على الوصول إلى الفئات المهمشة من المجتمع.
- ✓ القدرة على الوصول إلى مختلف شرائح المجتمع.
- ✓ إيجاد طرق وأساليب الحوار الافتراضي والعمل على إيجاد تواصل تشاركي مع الجمهور من خلال الأخذ بآرائهم واقتراحاتهم دائما.
- ✓ الوصول إلى تحقيق عضوية وأنشطة الجمعية.
- ✓ وتشير نتائج الدراسة إلى أن الأهداف الفردية والتنظيمية للجمعية والمجتمعية جاءت من اهتمام مستخدمي الصفحة بين درجة موافق بشدة وموافق
- ✓ وعليه تصدر الأهداف المتعلقة الجمعية (التنظيم) في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عبر صفحات الجمعية التطوعية عن باقي الأهداف الأخرى بفروق قليلة.
- 5-معوقات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الجمعيات الخيرية:
أ-معوقات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى الفردي:
 - ✓ تتجه عينة الدراسة بدرجة محايد نحو المعوقات الفردية في التفاعل مع صفحة الجمعية.
 - ✓ استبعاد كل من انعدام الرغبة، والتردد كعائق للتنمية التطوعية.

✓ استبعاد الشعور بالإحباط واليأس من معوقات التنمية.

✓ اتفاق حول معوق انعدام أوقات الفراغ لدى المتطوعين.

✓ اتفاق حول معوق الالتزامات الأسرية والمهنية.

ب- معوقات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى الجمعي والتنظيم:

✓ كان اتجاه العينة أيضاً محايد وهي درجة متوسطة التي كانت في إجابات.

✓ عدم وجود خبرة قانونية لإدارة الصفحة.

✓ عدم وجود مختصين في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في إدارة الصفحة.

✓ وجود صراعات شخصية بين الأعضاء.

✓ وتتفق الإجابات بنسب متفاوتة حول ضعف في الإمكانيات المادية والبشرية، وعدم وجود قاعدة

بيانات رقمية، وأنه كلما زاد نشاط الجمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي زاد في استقرارها

على أرض الواقع وزادت طموحاتها في توسيع أعمالها الخيرية.

✓ عدم الالتزام بين الأعضاء في الحضور ومتابعة النشاطات، واقتصار النشاطات على رئيس

الجمعية وثلة من الأعضاء الذين لا يعدون على الأصابع.

✓ عدم وجود دليل واضح يكون شامل للجمعيات الخيرية، لتسهيل عملية الاتصال والتواصل.

✓ اختلاف أنشطة الجمعيات الخيرية وعدم تخصصها ونقص الإمكانيات يثقل كاهل الجمعيات

في تحقيق الالتزام.

ج- معوقات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى المجتمعي:

✓ تتجه عينة الدراسة في الإجابة نحو درجة محايد وتأتي في المرتبة الأولى.

✓ حيث تم استبعاد عدم تفاعل الجمهور المتابع للصفحة مع المنشورات.

✓ وجاءت الإجابات نحو درجة محايد والتي تعد كدرجة متوسطة وتمثلت في:

○ قلة الأنشطة الإعلامية المرتبطة بالفعل التطوعي.

○ التأثير السلبي للإشاعة المغرضة في مجال العمل التطوعي.

- ✓ اتفقت إجابات المبحوثين بنسب متفاوتة حول:
- ✓ غياب التحفيز والتأثير السلبي للإشاعات.
- ✓ غياب أدوار المؤسسات التنشئة الاجتماعية.
- ✓ وجود الطبقة المثقفة والميسورة في الجمعية يعزز من نشاط صفحاتها (رجال أعمال، أطباء، برلمانيين، لاعبين مشهورين، مؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي). غياب التحفيز على ممارسة وتشجيع العمل التطوعي.
- ✓ أن الالتفاف المجتمعي من كوادرات وإطارات ودعم مادي ومعنوي، من شأنه رفع فعالية نشاط الجمعية على مواقع التواصل الاجتماعي.
- ✓ وعليه تبرز المعوقات التنظيمية للجمعية وتتصدر المعوقات الفردية والمعوقات المتعلقة بالمجتمع.

خاتمة:

تشكل الثقافة التطوعية جزءًا مهمًا من الثقافة الاتصالية لأي مجتمع كان، فهي نسق فرعي من النسق الكلي للثقافة المجتمعية السائدة، وإن عملية التكيف مع مستجدات التغيرات في البيئة الجديدة أو البيئة الرقمية يختلف اختلافاً جزئياً أو كلياً من مجتمع إلى آخر، وفقاً لعادات وأنماط الاستخدام اليومية وما تمتلكه من إمكانيات مادية ومؤهلات بشرية.

فالتغيرات السوسيوإتصالية في البيئة الرقمية أعطت مفهوماً آخر للثقافة التطوعية وأخذت أبعاداً أخرى لا تحتويها التنظيمات القديمة، وإن الوصول إلى ما يمليه الواقع الجديد لا بد من فهم أبعديتها من بنائها ووظائفها وفهم عاداتها وأساليبها، فمواقع التواصل الاجتماعي أعطت للجمعيات الخيرية طرقاً وأساليب جديدة، وقد سعينا في دراستنا هذه إلى تناول جانبٍ من ثقافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية وتعزيز العمل التطوعي الجماعي أثناء معالجة الموضوع في جانبه النظري والميداني بالتعرف على الثقافة ومتغيراتها في البيئة الاتصالية الجديدة، وأهم استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي، وطرق التحليل المعتمدة والتعرف على المجتمع المدني والجمعيات الخيرية والعمل التطوعي، ثم التعرف على التنمية التطوعية ومعوقاتها وتحدياتها.

وللإجابة عن التساؤل الرئيس للدراسة في مدى مساهمة استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية العمل التطوعي، بالإجابة عن تساؤلاته الفرعية حول عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي اليومية، والإمكانيات المادية والبشرية المتاحة، والأهداف التي تكمن وراء استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في صفحات الجمعيات على مستوى (الفرد، الجمعية التنظيم، المجتمع)، وبالمقابل العمل على رصد أهم المعوقات التي تحول دون إحداث تنمية تطوعية على نفس المستويات الثلاثة.

وقد كشفت الدراسة عن أنه يوجد اختلاف بين الذكور والإناث في نوعية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من حيث عدد الساعات التي يقضونها، وحول أفضلية المواقع حيث نجد أن الذكور يفضلون استخدام الفيس بوك بشكل كبير، وتتوجه الإناث نحو تطبيقات أخرى كالإنستغرام بعد الفيس بوك، كما تعد الفئة العمرية من 31 سنة إلى 40 سنة أكثر نشاطاً وتواصلًا مع صفحات الجمعيات الخيرية، لأن الصور من أهم الوسائط المعتمدة.

ثم أن أغلب الجمعيات الخيرية تمتلك مؤهلات مادية وبشرية متوسطة، فإنه يوجد جمعيات عريقة تمتلك جميع المؤهلات الكبيرة، وتعد الإمكانيات المادية من توفر المقرات واستقلاليتها والمؤهلات البشرية المتخصصة من مؤهلات النجاح لصفحاتها في مواقع التواصل الاجتماعي وزيادة نشاطها التطوعي. ثم أن نجاح نشاط الجمعية وتألقها يعتمد على مدى الالتفاف الجماهيري حولها من جميع الفئات المجتمعية، خاصة منهم المؤثرين.

وما تم التحقق منه أن الأهداف المتعلقة بالجمعية وتنظيمها كانت في مقدمة أهداف عينة الدراسة لمعرفة الصورة الحقيقية للجمعية، والحصول على المستجدات وتحسين أداء الجمعية واستقطاب المتطوعين والمنخرطين. وقد جاءت في طليعة استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي عن باقي الأهداف الفردية كالبحث عن الراحة النفسية، وتنمية المهارات والقدرات وتطوير العلاقات الاجتماعية. وحلت الأهداف المتعلقة بالمجتمع من القدرة على الوصول إلى الفئات المهمشة ومختلف شرائح المجتمع في المرتبة الثالثة.

كما تصدرت المعوقات المتعلقة بالجمعية وتنظيمها من انعدام الخبرة القانونية وعدم وجود المختصين والصراعات الشخصية في مقدمة المعوقات التتمية التطوعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

في النهاية، ما يمكننا قوله إن ثقافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الجمعيات الخيرية تتحكم فيها عدة عوامل، وعلى الرغم من تألق بعض الجمعيات عن غيرها إلا أنها لا تزال حبيسة

قرارات فردية وطرق تسيير ارتجالية. ثم أن الوصول إلى ثقافة المجتمع المرن تتطلب تكاتف جهود مؤسسات التنشئة الاجتماعية. فالموضوع بالغ الأهمية، وإن إعطائه حقه ليس بالأمر السهل. ثم أن الدراسات في هذا المجال من شأنها تعزيز الموضوع في جوانبه والوصول إلى النظرة الاستباقية في معالجة الظواهر قبل وقوعها، كيف لا وهو القطاع الثالث إلى جانب القطاع العام والقطاع الخاص، خاصة من ناحية التكفل بمستجدات الأمور.

الاقتراحات:

- إنشاء قاعدة بيانات رقمية تضم جميع الجمعيات الخيرية، وتكليف أشخاص مختصون ودائمون للمتابعة الرقمية وإجراء تحليلات على حركة مرور الاتصال الافتراضي بين مختلف الفاعلين.
- إنشاء مخابر للدراسات خاصة بالمجتمع المدني والجمعيات الخيرية.
- التحفيزات المادية والمعنوية من قبل جميع هيئات الدولة وحتى القطاعات الخاصة والتحسيس بأهمية السلامة المجتمعية المستدامة وتحمل المسؤولية الاجتماعية.
- اقتراح نماذج ناجحة وموحدة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي لخلق وحدة متكاملة بين الجمعيات.

أولاً. المصادر:

القران الكريم

الأحاديث النبوية

ثانياً. المراجع:

1- الكتب:

1. عباس مصطفى صادق : الإعلام الجديد المفاهيم و الوسائل و التطبيقات، دار الشروق للنشر و الطباعة، 2008
2. HUGH BROOK .RAVI GUPTA ، وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المجتمع، ترجمة عاصم سيح عبد الفتاح المجموعة العربية للتدريب والنشر ، الطبعة الأولى ، مصر ، 2017.
3. إبراهيم أنيس وآخرون، المعجم الوسيط، الطبعة 04، مكتبة الشروق الدولية، سنة 2004.
4. أنوار منصري، واقع المجتمع المدني في تونس، الطبعة الأولى، سبتمبر 2016.
5. تيمور لوغة، تحليل وسائل التواصل الاجتماعي دليل علمي للصحفيين وخبراء الإعلام الآخرين ، ترجمة زياد عبدالله، الناشر Deutsche Welle 53110 Bonn ،ألمانيا سنة 2019.
6. جوي نوبل و آخرون، الدليل الأساسي لإدارة برامج العمل التطوعي، فهرسة مكتبة الملك الفهد الوطنية أثناء النشر، 2010 .
7. جيل فيريول، معجم مصطلحات علم الاجتماع ، ترجمة أنسام محمد الأسعد، الطبعة الأولى، دار مكتبة الهلال، بيروت ،سنة 2011.
8. حارث علي العبيدي، هبة عدنان النعيمي، الثقافة بين المحلية والكونية في ظل عولمة الاتصال، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، سنة 2015.
9. حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الطبعة الأولى، العربية للطباعة والنشر، سنة 1998.
10. حسين الخزاعي، تفعيل العمل التطوعي، المؤتمر الوطني الثالث للعمل الخيري التطوعي واقع وطموح 2017 الأردن: جامعة عمان الأهلية في 3-4-2017.
11. حلمي خضري ساري، التواصل الاجتماعي الأبعاد والمبادئ والمهارات، الطبعة الأولى، دار كنوز المعرفية، الأردن، 2014.
12. خلف الحماد، وسائل الإعلام ومنظمات المجتمع المدني، الطبعة الأولى، اليازوري، الأردن، 2020.

13. دلال ملحس استيتية، التغيير الاجتماعي و الثقافي، الطبعة الثالثة، دار وائل للنشر و التوزيع، الأردن عمان 2010
14. دنيس كوش ، ترجمة منير السعيداني ، مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية ، الطبعة الأولى ، المنظمة العربية للترجمة ، بيروت ، لبنان ، سنة 2007 .
15. رجاء وحيد دويدري، البحث العلمي أساسياته النظرية وممارسته العلمية، الطبعة الاولى ، دار الفكر دمشق، سوريا، سنة النشر 2000 .
16. رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية الطبعة 4 ، زعباش للطباعة والنشر، الجزائر، 2012.
17. رشيد زرواتي، مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، الطبعة الأولى، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع عين مليلة، الجزائر، 2007 .
18. سعد سلمان المشهداني، فراس حمود العبيدي، مواقع التواصل الاجتماعي وخصائص البيئة الإعلامية الجديدة، الطبعة الأولى، دار مجد للنشر والتوزيع، الأردن، 2020.
19. السعيد مبروك إبراهيم ، وآخرون، مواقع التواصل الاجتماعي وتعزيز تفاعل الثقافات في العصر الرقمي، الباحث للاستشارات البحثية، القاهرة، 2019.
20. سوتير يوس سارانتاكوس، البحث الاجتماعي، ترجمة شحدة فارح، الطبعة 1، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت لبنان ،سنة 2017.
21. صابر فريحة، الثقافة الجديدة للشباب في المجتمع العربي : بين الحاجة إلى الإشباع الافتراضي ومخاطر الإدمان الإلكتروني، مجلة التجديد العربي، العدد الثاني، يوليو 2022 .
22. صالح الهطالي بن مطر (s.d). العمل التطوعي خطوات عملية للنهوض بالأمة، سنة 2018.
23. الصالح مصلح، الشامل قاموس مصطلحات العلوم الاجتماعية، طبعة الأولى، دار عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، الرياض السعودية، سنة 1999 .
24. طارق عبد الرؤوف، التعليم الإلكتروني والتعليم الافتراضي، الطبعة الأولى ،المجموعة العربية للتدريب والنشر القاهرة ،مصر، سنة 2015 .
25. طلعت مصطفى السروجي، التنمية الاجتماعية المثال والواقع، مركز نشر وتوزيع الكتاب الجامعي، جامعة حلوان ، سنة 2001.
26. عامر مصباح، علم الاجتماع الرواد والنظريات ، الطبعة الأولى، شركة دار الأمة للطباعة والنشر والتوزيع ،الجزائر ،سنة 2005 .
27. عبد الحي حباشنة، الدليل التدريبي للأحزاب السياسية الأردنية. عمان الأردن: مركز القدس للدراسات السياسية، 2014.

28. عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، الطبعة الأولى، درا صفاء للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2015.
29. عبد العالي دعاء، دليل ماذا نعرف عن بناء التحالفات، مصر: طبع في مصر بواسطة برانت للدعاية والإعلان، 2016.
30. عبد العزيز محمد الغامدي، العمل الاجتماعي من منظور التربية الإسلامية، جامعة أم القرى، مكة المكرمة، السعودية، سنة 2009 .
31. عبد الغني عماد، سوسيولوجيا الثقافة المفاهيم والإشكاليات من الحداثة إلى العولمة، الطبعة الأولى، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، فبراير 2006 .
32. عبد الله الخطيب، العمل الجماعي التطوعي، الشركة العربية للتسويق القاهرة، مصر، سنة 2010.
33. عثمان رشدي، الريادة و العمل التطوعي، الطبعة الأولى، دار اليا لالنشر والتوزيع .2013
34. عزام محمد الجميلي، الإعلام الاجتماعي، الطبعة الأولى، دار غيداء للنشر والتوزيع ، سنة 2015.
35. الفاروق زكي يونس ومجموعة من الكتاب، نظرية الثقافة ، ترجمة علي سيد الصاوي، عالم المعرفة ، الكويت ، يوليو 1997.
36. كمال الحاج، نظريات الإعلام والاتصال، منشورات الجامعة الافتراضية، سوريا، 2020.
37. لؤي الزغبى، الوسائط المتعددة، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2020.
38. محمد أحمد علي مفتي، مفهوم المجتمع المدني والدولة المدنية دراسة تحليلية نقدية، مركز البحوث و الدراسات البيان ،الرياض ،السعودية ،سنة 2014.
39. محمود حافظ، معجم المصطلحات الإعلامية، مجمع اللغة العربية القاهرة، سنة 2008 .
40. محمود حسن إسماعيل، نظريات الإعلام، الطبعة الأولى، المكتب المصري للمطبوعات، سنة 2014.
41. مركز هردو، دور المجتمع المدني وواقع مشاركتهما في تنمية المجتمع، القاهرة، 2015.
42. مسعود جبران، الرائد معجم لغوي عصري، الطبعة السابعة، بيروت، لبنان ،سنة 1992.
43. معجم المعاني الجامع
44. ممدوح سالم، المجتمع المدني ودوره في الإصلاح، الطبعة ،2004 أعمال الندوة الإقليمية حول المجتمع المدني في البلدان العربية ودوره في الإصلاح، الإسكندرية 21-22 جوان 2004 .
45. منى عطية خزام خليل: رأس المال الاجتماعي في عالم متغير، ط1 ، المكتب الجامعي الحديث، دم، 2017 .
46. منير وهيبة الخازن، معجم مصطلحات علم النفس، دار النشر للجامعيين ،لبنان ، د س ن .

47. مها حامد جنيدي ، السوشيال ميديا ، درا العلم والأيمان للنشر والتوزيع ، الطبعة الاولى، 2018.
48. مؤسسة فريديش- ايبرت - شتيفنونغ، دليل منظمات المجتمع المدني حول الأرضيات الوطنية للحماية الاجتماعية، منظمة العدل الدولية، 05 مارس 2015 .
49. مي العبد الله، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، الطبعة الأولى، درا النهضة العربية، بيروت، لبنان، سنة 2014.
50. مي العبد الله وآخرون، وسائل الاتصال والتوعية الاجتماعية في الوطن العربي ،بحوث محكمة، كلية الإعلام الاجتماعية اللبنانية جامعة غزة، فلسطين عمان ،الأردن ، 2017.
51. ناجي كي حنا، التحول الإلكتروني ترسيخ استراتيجيات التنمية الحديثة، ترجمة عجلان بن محمد الشهري ،فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر، العربية السعودية، سنة 2010.
52. نادية سعيد عيشور وآخرون، منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، مؤسسة حسين رأس الجبل للنشر والتوزيع ، قسنطينة الجزائر ، سنة 2017 .
53. هشام عكوباش، نظريات الاتصال الجماهيري، مطبوعة الدعم البيداغوجي، قسم علوم الإعلام والاتصال جامعة سطيف 2، السنة الجامعية : 2018-2019 .
54. هوارد جوياردا، المجتمع المدني النموذج الأمريكي والتنمية في العالم الثالث، ترجمة ليلي زيدان ، الطبعة الأولى، الجمعية المصرية لنشر المعرفة والثقافة العالمية، الولايات المتحدة الأمريكية ، 2008 .
55. يوبي أرانفو، ملخص المجتمع المدني دليل شامل لمنظمات المجتمع المدني المشاركة في الاستعراض الدوري الشامل. جنيف سويسرا، 2017.
56. محمد علي حسين ، الربيعي ولاء، الإعلام الرقمي وانعكاساته في تنمية المجتمعات -مقارنة نظرية، د س ن .
57. تمام محجوب ، محمود فاروق. دليل بناء التحالفات في العالم العربي. واشنطن: مشروع الديمقراطية في الشرق الاوسطPOMED ، 2017.
58. فوزي بوخريص. التشبيك في المنطقة العربية وبلدانها شبكات المجتمع المدني في المنطق العربية الفرص والتحديات. 2020
- 2- الأطروحات:
59. جمال كانون، دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم وترقية أداء منظمات المجتمع المدني في الجزائر، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 02، قسم علم الاجتماع ،السنة الجامعية 2016-2017 .
60. جهيدة شاوش إخوان، واقع المجتمع المدني في الجزائر دراسة ميدانية لجمعيات مدينة بسكرة أنموذجا، أطروحة دكتوراه، علم الاجتماع والتنمية، جامعة محمد خيضر بسكرة، السنة الجامعية: 2014-2015.

61. زينب مقدم، العمل التطوعي ودوره في تعزيز قيم رأس المال الاجتماعي لدى فئة المتطوعين، دراسة ميدانية لبعض الجمعيات بولاية أدرار، أطروحة دكتوراه، علم الاجتماع التنظيم وعمل، جامعة أحمد دراية، أدرار، الجزائر، سنة 2020.
62. سلمى كوندو، المجتمع المدني والعمل التطوعي في الجزائر دراسة ميدانية على عينة من الجمعيات الخيرية بولاية سطيف، أطروحة دكتوراه، جامعة سطيف، الجزائر، سنة 2019-2020.
63. عابد كمال، تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتأثيراتها على قيم المجتمع الجزائري -الشباب الجامعي لتلمسان أنموذج- أطروحة دكتوراه علم الاجتماع الاتصال، جامعة أبي بكر القايد تلمسان، سنة 2016-2017 .
64. عبد اللطيف بوعلام، الإطار الجزائري بين المشاركة والعزوف عن الفضاء الجمعي والحزبي في الجزائر مؤسسة موبليس نموذجا، رسالة ماجستير، علم الاجتماع التنظيم والعمل، جامعة وهران، الجزائر، سنة 2011-2012 .
65. عبد الله بوصنيرة، الحركة الجمعوية في الجزائر ودورها في ترقية طرق الخدمة الاجتماعية في مجال رعاية الشباب، أطروحة دكتوراه علوم، علم الاجتماع، 2010-2011 .
66. نزيهة خليل ، معوقات العمل التطوعي في المجتمع المدني دراسة ميدانية للجمعيات الخيرية بمدينة بسكرة، أطروحة دكتوراه، تخصص علم الاجتماع التنمية، جامعة بسكرة، 2015-2016 .
67. نصيرة سالم، التنمية المحلية وإشكالية البيئة، دراسة ميدانية لآراء الفاعلين المحليين للتنمية المستدامة بولاية بسكرة، أطروحة دكتوراه العلوم علم اجتماع البيئة جامعة بسكرة، سنة 2015-2016.
- 3- المذكرات:
68. بوخونف ياقوت، الحركة الجمعوية والعمل التضامني بالجزائر، دراسة ميدانية لبعض الجمعيات بمدينة سطيف، لنيل شهادة ماجستير ،كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية سطيف 2 سنة 2016-2017 .
69. حنان بنت شعشوع الشهري، اثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية "الفيس بوك وتويتر نموذجا"، دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة ، مشروع بحثي مقدم ضمن متطلبات الحصول على درجة الماجستير في علم الاجتماع ، من إعداد إشراف د أميرة بنت بدري، سنة 2011-2012 .
70. رندة محمد زينو، العمل التطوعي في السنة النبوية دراسة موضوعية، رسالة ماجستير في الحديث الشريف وعلومه، الجامعة الإسلامية غزة، فلسطين، سنة 2007.
71. سعيدة باعلي، دور الجمعيات الخيرية في تفعيل العمل التطوعي دراسة ميدانية بجمعية كافل اليتيم الخيرية فرع أدرار، مذكرة ماجستير، علم الاجتماع التنظيم والعمل، جامعة أدرار ،السنة الجامعية 2016-2017.
72. سويقات لبنى، الإعلام المحلي وأبعاده التنموية في المجتمع -دراسة وصفية تحليلية للخطاب الإعلامي، إذاعة ورقلة نموذجا، رسالة ماجستير علوم الإعلام والاتصال جامعة وهران ،سنة 2010.2009.

73. عمار نوي، دور القيادة في إدارة العمل التطوعي الجماعي دراسة حالة لجمعيات برج بوغريج، رسالة ماجستير كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية قسم علم الاجتماع، جامعة قسنطينة سنة 2009-2010 .
74. عوايشة نصر الدين، الحركة الجمعوية بين الفعل الثقافي والخدمة الاجتماعية دراسة أنثروبولوجية لجمعية الظهرة الثقافية بمازونة، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاجتماعية جامعة وهران، 2015-2016 .
75. مريم شوقي عبد الرحمان ترة، استراتيجية لدعم دور منظمات المجتمع المدني في تطوير ممارسة الأنشطة اللاصفية بمدارس التعليم العام بمصر، رسالة ماجستير، أصول التربية، جامعة دمياط نمصر، سنة 2018.
76. مريم ناريمان نومان، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك الجزائر، رسالة ماجستير، تخصص علوم الإعلام والاتصال جامعة الحاج لخضر باتنة، سنة 2011-2012.
77. منتهى الكيلاني، دور الفيس بوك في نشر ثقافة العمل التطوعي، دراسة مسحية على عينة من طلبة الجامعات الأردنية في مدينة عمان، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، إشراف د. رائد البياتي، سنة 2019.
78. وسام طایل البشايشة، دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي وإشباعاتها (فيس بوك وتويتر نموذجا) دراسة على طلبة الجامعة الأردنية وجامعة البتراء أنموذج، رسالة ماجستير كلية الآداب والعلوم تخصص الصحافة والإعلام جامعة البتراء، سنة 2012-2013.

4- المجلات والدوريات:

79. ابتسام دراجي، شبكات التواصل الاجتماعي : فضاء افتراضي للتواصل الإلكتروني، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد الأول العدد الأول والثاني جوان 2017.
80. إبراهيم احمد الدوي، أساليب جذب الطلاب نحو المشاركة في الأعمال التطوعية، دراسة استكشافية، المجلد الثاني، العدد 2، يناير 2021، المجلة العربية للمعلومات وامن المعلومات، سنة 2021.
81. إسلام محمود مصلحي المفتي، المشاركة في العمل التطوعي وعلاقتها بسمات الشخصية دراسة مقارنة بين طلاب الجامعة وطلاب المرحلة الثانوية من متطوعي جمعية رسالة للإعمال الخيرية، دراسات تربوية و اجتماعية، جامعة حلوان، المجلد الخامس، ج1 العدد أكتوبر 2019 .
82. أميرة عادل أحمد، مداخل مفهوم المجتمع المدني وخصائصه و وظائفه، المجلد الثاني عشر، العدد الثاني، سنة 2021.
83. إيمان بن زايد، سي موسى عبد الله، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية دراسة في الاستعمالات والإشباع لطلبة طاهري محمد بشار (الفيس بوك نموذجا)، مجلة دراسات، المجلد 7، العدد 2، سنة 2018، (265-280)

84. بسمة عبد اللطيف أمين عبد الوهاب، استراتيجية مقترحة من منظور طريقة تنظيم المجتمع لمساهمة الجمعيات الأهلية في بناء مجتمع المعرفة، مجلة كلية الخدمة الاجتماعية للدراسات والبحوث الاجتماعية سنة 2015
85. بسيوني عبد الرحمن بسيوني العطار وآخرون، نموذج مقترح لمهارات الثقافة الرقمية في ضوء احتياجات الطلاب المعلمين بكلية التربية جامعة الأزهر، مجلة التربية، العدد 191، الجزء 3، كلية التربية جامعة الأزهر القاهرة، مصر، جوان 2021.
86. بلمير سارة، سعدي وحيدة، دور الثقافة الاتصالية في تعزيز الرضا الوظيفي، دراسة نظرية، مجلة الرسالة والبحوث الإنسانية، المجلد 06، العدد 03، جويلية 2021 .
87. جاب الله حسين، بن عبد الله سيد علي، استخدامات الجامعة للاتصال الرقمي في تعزيز عملية الثقافة الاتصالية بين الإدارة والأستاذ و الطالب، مجلة الراصد العلمي، جامعة وهران . المجلد 07 العدد 02 سبتمبر .
88. حسين أحمد وعد الله الطري أحمد إياد سالم، أثر برنامج تربوي في تنمية التضامن الاجتماعي لدى طلاب المرحلة الإعدادية في مدينة الموصل، مجلة آداب الرفادين، سنة 2020.
89. حفيظة خليفي، الثقافة الفرعية المنحرفة والثقافات الفرعية الأخرى، مجلة العلوم الاجتماعية، المجلد 16، العدد 01، مارس 2022.
90. حمادي محمد، التضامن الرقمي -مقاربة سيكودينامية لفهم التأثير عبر مواقع التواصل: قراءة في الاستمالات العاطفية لمنشورات جمعية خيرية على الفاييس بوك، مجلة جيل العلوم الإنسانية والاجتماعية، سنة 2021.
91. حمزة خليل الخدام، اتجاهات الشباب الجامعي نحو العمل التطوعي كلية عجلون الجامعية نموذجا، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات، العدد 31، تشرين الأول، سنة 2013.
92. ذكرى عبد المنعم إبراهيم، التحديات التي تواجه الثقافة العراقية والتنمية في زمن الثقافة الرقمية، مجلة الآداب، العدد 115، 2016 .
93. راشد بن سليمان الفهري وآخرون، بدائل استراتيجية لتفعيل العمل التطوعي لدى الشباب في المجتمع العماني باستخدام أسلوب التحليل الرباعي (swot)، مجلة الدراسات التربوية والنفسية، جامعة السلطان قابوس، مجلد 14 عدد 1 يناير 2020.
94. ريس ابتسام، نظرية الاستخدامات والإشباع وتطبيقاتها على الاعلام الجديد (مدخل نظري)، مجلة دراسات وأبحاث المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية، السنة الثامنة العدد 25-12-2016 .

95. رمضان محمود عبد الحليم عبد القادر، الثقافة الرقمية لدى طلاب الدراسات العليا التربوية بالجامعات المصرية في ضوء متطلبات الاقتصاد القائم على المعرفة، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، العدد 184 الجزء 3، أكتوبر سنة 2019.
96. رويم فائز مهيري بلخير، معوقات الاتصال التنظيمي في المؤسسات المهنية، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية و الاجتماعية، عدد 3، رقم 3، 2010/01/12.
97. زبير غزالة، المجتمع المدني في الجزائر : الجمعيات نموذجا ،مجلة التنمية البشرية، العدد 10، جامعة محمد بن أحمد وهران 2. مارس 2018.
98. سالم أحمد محسن البطاطي، العمل التطوعي وأثره على الصحة النفسية، دار المنظومة، مجلة قضايا تربوية ، البيان، العدد 270، لندن، سنة 2010.
99. سلمى كوندة ، جدلية التناول المفاهيمي للمجتمع المدني في ظل التنظير السوسيولوجي -مقاربة سوسيو-تاريخية-، مجلة العلوم الاجتماعية، المجلد 16 العدد 01، سنة 2019.
100. سمير قريد، نشأة وتطور الحركة الجمعوية في الجزائر، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة ، العدد الثامن ،مارس 2010.
101. صباح عبده، "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة الطلابية لطلبة كلية الاعلام بجامعة صنعاء دراسة ميدانية." 02 يونيو، 2018.
102. صلاح بن محمد رحال محمد بن عبد اللهدور الهزان، العمل التطوعي في تنمية المجتمع ونموذج مقترح لتفعيله، المجلة العربية للإدارة العربية السعودية، سنة 2015.
103. صليحة محمدي ،سامي بخوش ،الثقافة الرقمية :دراسة تحليلية في المفهوم ،المجلة الجزائرية للأمن والتنمية ،الجزائر ،المجلد 10، العدد 2، افريل 2021 .
104. طلحة بشير، مواقع التواصل الاجتماعي وصياغة مفهوم جديد للعمل التطوعي ،مجلة الخلدونية للعلوم الاجتماعية ،مجلد 12 العدد 1، سنة 2020.
105. عادل ريم، دور موقع فيس بوك في تحفيز العمل التطوعي أثناء جائحة كورونا -دراسة ميدانية، مجلة جامعة تكريت للعلوم الإنسانية سنة 2018.
106. عزام أبو الحمام، المقاربة القيمية في نظريات الاتصال غربية وعربية مدخل الاستخدامات والاشباكات ونظرية الحتمية، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، المجلد 4 العدد 19، سنة، 2017.

107. عطية محمد مصلح نازك عنبتاوي، واقع العمل التطوعي في المنظمات الأهلية الفلسطينية ودوره في تعزيز المسؤولية المجتمعية، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية و الإدارية ، مجلد26، رقم 4 ،أكتوبر،2018.
108. عماد نزل، التطوع الإلكتروني وسيلة معززة للعمل التطوعي، مجلة الجامعة العربية الأمريكية للبحوث، مجلد 1،العدد1،فلسطين ،سنة 2015.
109. فاطمة بن يحيى طعام عمر، واقع الحركة الجمعوية في المجتمع الجزائري ، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية ، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي ،سنة 2015 .
110. فائزة أحمد الحسيني مجاهد، ثقافة المواطنة الرقمية رؤية تربوية، مجلة بحث وتربية، المجلد 10العدد 1 31مارس 2020 .
111. فريدة صغير عباس، رضوان رباح، صراع القيم بين الثقافة المحلية والثقافة الافتراضية في ظل الفضاء السيبراني، مجلة البدر، العدد 11، سنة 2018 .
112. قاضي سي طاهر، واقع مؤسسات المجتمع المدني في دول المغرب العربي، مجلة العلوم السياسية والقانون ، تونس، العدد الاول ،سنة 2017
113. كلثوم حمدي ، أم الخير حمدي ،وسائل الإعلام الاجتماعي كألية لزيادة مداخل الجمعيات الخيرية، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد07العدد04 السنة 2018 .
114. لامية طاللة كهينة سلام، المواطنة الرقمية ..التحول التكنولوجي للمواطنة التقليدية في الفضاء الافتراضي ، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد04 العدد 3 أكتوبر 2020.
115. مبروك ساحلي، دور العمل التطوعي في تحقيق التنمية، مجلة العلوم الاجتماعية، المجلد 15،العدد02،سبتمبر 2021.
116. مجدي محمد مصطفى عبد ربه، التحديات الإدارية التي تواجه الجمعيات الخيرية وسبل مواجهتها دراسة تطبيقية على عينة من الجمعيات الخيرية في سلطنة عمان، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة السلطان قابوس ،المجلد 2،العدد5، 2014 .
117. محمد صالح جواد مهدي، العمل الخيري "دراسة تأصيلية تاريخية ،ص 219.مجلة سرمن رأي ،المجلد 8،العدد 30،جوان ،العراق ، 2012.
118. محمد عبد الحكيم هلال، خطة مقترحة لمحو الأمية الرقمية لدى الكبار بمصر في ضوء الثقافة الرقمية، مجلة الدراسات التربوية والإنسانية، كلية التربية جامعة دمنهور، المجلد 11،العدد04،الجزء 1،مصر ، سنة 2019.

119. محمد لمين بوذن، إيمان سكور ، مواقع التواصل الاجتماعي وإشكالية الثقافة المحلية في ظل العولمة ، مجلة البدر ، العدد 02، فيفري 2019، جامعة بشار ، الجزائر .

120. محمد محفوظ الزهري، استخدامات الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي (sms) والاشباعات المحققة وانعكاساتها على سلوكياتهم دراسة ميدانية. المجلة المصرية لبحوث الإعلام. (2016).

121. محمد يحيوي، براهيمية صونية، التحولات السوسيوثقافية وتشكل العلاقات الافتراضية في الفضاء الافتراضي ، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، المجلد 8 العدد 3 سبتمبر 2023.

122. وليدة حدادي، التطوع الإلكتروني والمؤسسات الجمعوية ..التفعيل والآليات ،مجلة العلوم الاجتماعية، العدد 25 ديسمبر 2017، سطيف الجزائر .

5- الملتقيات والندوات:

123. سارة غران كليمان، التعلم الرقمي التربوية والمهارات في العصر الرقمي، الندوة الاستشارية المعنية بالتعلم الرقمي، معهد كورشام للقيادة الفكرية، 2017، ص1 : www.rand.org/pubs/permissions

124. وجدي محمد بركات، تفعيل الجمعيات الخيرية التطوعية في ضوء سياسات الإصلاح الاجتماعي بالمجتمع العربي المعاصر، المؤتمر العلمي الثامن عشر، الخدمة الاجتماعية وقضايا الإصلاح في المجتمع العربي المعاصر يوم 16-17 مارس 2005 .

6- المراجع باللغة الأجنبية:

125. Abubakar Jibril ;and others ,**Digital Communication**, LicenseCC BY-SA 4.0, June 2023.

1. Ahmed Siti nuhafizah and Otcher, **current issues and emerging trends of social media effectiveness in volunteer organization** , 3rd international conference on tourism, technology and business 13-14. december 2020
2. Amy j connolly, **volunteering 2.0: How online social networks motivate volunteer retention** , thirty third international conference systems , orlando 2012: ICIS2012
3. Beatson A. **Community resilience in the age of social media: Literature Review**. Lower Hutt (NZ): GNS Science. (GNS).
4. Danah m. Boyd, Nicole B. Ellison. **Social Network Sites; Definition, History and Scholarship**, Journal of computer Mediated Communication, vol (13 , ANNEE 2008.
5. **ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY AND VOLUNTEERISM: Considerations for post-2015 development agenda**,
6. Saving lives, changing minds. **Volunteers, Stay Safe! A security guide for volunteers**. Geneva,: © International Federation of Red Cross and Red Crescent Societies., 2012.

7. Helen Clark, **Volunteerism and social inclusion** Kan extract from the 2011 state of the worlds volunteerism report .
8. Hjalmar Bang Carlsen, **crisis in Denmark: the impact of social networks and social media groups on the distribution of support**, The official journal of the European Sociological Association (ESA) European Societies , -issue sup 1: European societies in the time of the coronavirus crisis. volume 23,2021.
9. John Wilson, **volunteering annual review of sociology** ,retrived 07/11/2016 edited.
10. Madhur Raj Jain, Palak Gupta , Nitika Anand, **IMPACT OF SOCIAL NETWORKING SITES IN THE CHANGING MINDSET OF YOUTH ON SOCIAL ISSUES - A STUDY OF DELHI-NCR YOUTH** , International refereed Research Journal .www.reserchesworld.com.vol-3,Isse 2(2) ,April2012.
11. Sean A. Newman ; and Shalini Gopalkrishnan ; **The prospect of digital human communication for organizational purposes** ; TYPE Original Research

PUBLISHED 14 June 2023.

12. Christian Reuter, Amanda Lee Hughes & Marc-André Kaufhold **Social Media in Crisis Management: An Evaluation and Analysis of Crisis** InformaticsResearch,InternationalJournalofHumanComputerInteractionDOI:10.1080/10447318.2018.
13. South Jane. **A guide to community-centred approaches for health and wellbeing. England:** University, undertook a scoping review for this publication., 2015.
14. Uldam, J., Kaun, **A Theorizing civic engagement and social media: the case of the "refugee crisis" and volunteer organizing in Sweden.** 2019.

7- المواقع الإلكترونية:

15. 2023/09/26 أطلع عليه: 2023/11/10 الساعة 18:00

1- **An overview of International Volunteer Day (IVD)**

www.un.org/ar/observances/volunteer-day

1. By Kent Walker, President, Global Affairs, Google ; **From a Splintering Net to Digital Solidarity**

Charity Social Media Marketing and Its Influence on Charityhttps://www.bing.com/search?pglt=43&q=Media+Cell+in+Charities&cvid=16ce3b4c3c0d48d887555599786d7715&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUyBggAEEUYOTIGCAEQABhAMgYIAhAAGEAyBg_gDEAAYQDIGCAQQABhAMgYIBRAAGEAyBggGEAAYQDIGCAcQABhAMgYICBAAGEDSAQg1Njc0ajBqMagCALACAA&FORM=ANNTA

. اطلع عليه بتاريخ 2022/10/14 على الساعة 21:00 DA9%

Digital Society, Nov 13, 2020,

https://medium.com/@healthy-wisteria-mule-126?source=post_page-----811d7fe4d9 اطلع عليه بتاريخ 2023/12/16، الساعة 21:54

2. Elise mareeou, **how to hashtag on instgram ,facebook, titter and trumbler** 24-02-2021 19:25 اطلع عليه الساعة 19-11-2023
3. **How to use hashtags with twitter wiki** how 05-08/2020 retrived 17-11-2023 15 :20 asma abid ,
اطلع عليه بتاريخ <https://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%88%D9%84%D8%A7%D9%8A%D8%A9> .
21:00 على الساعة 2022/10/14

4. <https://tafahom.mara.gov.om/storage/book-review/2019/52/pdf/06>
5. <http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:sh:diva-38079>
6. <https://www.bing.com/ck/a?11:00%2023/11/01>
7. <https://www.star2apps.com/2021/09/most-used-social-networking-sites-in-the-world-in-2022.html> statista.com/statistics. أطلع عليه يوم: 2022/08/18 الساعة 21:30
8. Icône de Web mondial Springer <https://link.springer.com/article/10.1007/s11266-021-00426-7>
9. Lauren Davies, **How Social Media Can Address the Opportunities and Challenges Facing Charities**, Published in Siti nurhofizah ahmed
10. أحمد السيد كردي، العمل التطوعي، نشرت 05 يونيو 2010 kenenonline.com
اطلع عليه بتاريخ 2022/10/14 على الساعة 21:00
برج بو عريريج
https://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%88%D9%84%D8%A7%D9%8A%D8%A9_%D8%A8%D8%B1
11. برج بو عريريج
https://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%88%D9%84%D8%A7%D9%8A%D8%A9_%D8%A8%D8%B1
12. دليلك الشامل لفهم تحليل مواقع التواصل الاجتماعي، أطلع عليه يوم: 2022/08/14 سا 5:30
<https://blog.lucidya.com/ar/your-comprehensive-guide-to-understanding-the-basics-of-social-media->
13. سعيد بوكرامي، الثقافة الرقمية، دومنيك كاردون ، les presses de sciences po باريس ، 2019 .
<https://tafahom.mara.gov.om/storage/book-review/2019/52/pdf/06>
14. قائمة الدوائر لولاية برج بو عريريج
اطلع عليه https://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%88%D9%84%D8%A7%D9%8A%D8%A9_%D8%A8%D8%B1
بتاريخ 2022/10/14 على الساعة 21:00
المجال الجغرافي لولاية برج بو عريريج
15. مفاهيمية المجتمع الرقمي اطلع عليه يوم 2022/07/31 الساعة 10:10 Elearn.univ.oran1.dz
يكولاس نيغروبونتي مختص في مجال تكنولوجيا الإعلام ومدير قسم المعلوماتية في معهد ماساتشوستس للتكنولوجيا MIT.
16. وزارة الداخلية والجماعات المحلية
<https://www.bing.com/ck/a?!&&p=93ef7c82bf1aec4eJmltdHM9MTcxMTkyOTYwMCZpZ3VpZD0wODgyYTljMS0xYWJhLTZmODMtMTM3MC1iZDgzMWIwZTZlNTAmaW5zaWQ9NTE5OQ&ptn=3&ver=2&hsh=3&fclid=0882a9c1-1aba-6f83-2023/04/10>
اطلع عليه 1370- 2023/04/10

ملحق رقم: 01

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم العلوم الاجتماعية

استمارة بحث بعنوان

ثقافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية وتعزيز العمل التطوعي

دراسة ميدانية للجمعيات الولائية لولاية برج بوعرييرج

أطروحة دكتوراه الطور الثالث في علم الاجتماع الاتصال

إشراف:

د. نصيرة سالم

إعداد الطالب:

عمور عبد اللطيف

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته

سيدي (ة) سيدي (ة)

في إطار استكمال أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع الاتصال الموسومة أعلاه:

- أجب عن الأسئلة الآتية بوضع علامة (x) في الخانة المناسبة، وقد يحتمل التساؤل على أكثر من إجابة واحدة
- تعاونكم معنا ومصداقية المعلومات تزيد في صدق النتائج وأهمية البحث
- نعلمكم أن المعلومات تبقى المتحصل عليها تستخدم فقط لغرض البحث العلمي.

شكرا على تعاونكم معنا

البيانات الأولية : ضع علامة (X) في الخانات المناسب :

1. الجنس: ذكر أنثى
2. الحالة العائلية: أعزب متزوج مطلق ارمل
3. السن: أقل من 30 سنة من 31 إلى 40 سنة من 41 إلى 50 سنة أكثر من 51 سنة
4. المستوى التعليمي ابتدائي متوسط ثانوي جامعي
5. الوضعية المهنية: طالب عامل موظف عاطل عن العمل متقاعد
6. الوضعية المادية: جيدة متوسطة ضعيفة متدنية

المحور 1: عادات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى أعضاء الجمعيات الخيرية :

- 1- منذ متى بدأت في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:
 أقل سنة منذ 2 سنة منذ 3 سنوات منذ 4 سنوات أكثر حددا
- 2- عدد الساعات التي تقضيها على مواقع التواصل الاجتماعي في اليوم في صفحة الجمعية :
 أقل من 1 سا من 1 سا إلى 2 سا من 2 سا إلى 3 سا من 3 سا إلى 4 سا أكثر حددا
- 3- عدد مرات التصفح لصفحة الجمعية :
 مرة واحدة 2 مرات 3 مرات 4 مرات أكثر حددا
- 4- فترات التصفح:
 صباحا عند الظهيرة مساءا ليلا
- 5- عند استخدام مواقع التواصل التي تتضمن نشاط الصفحة تكون :
 لوحدا مع أصدقاء مع الأعضاء الجمعية مع أفراد العائلة أشخاص آخرين
- 6- يتواصل الجمهور مع الصفحة من اجل :
 تقديم اقتراحات من اجل تقديم المساعدة من اجل التشجيع من أجل الانتقادات
- أخرى اذكرها
- 7- اهتمام أعضاء الجمعية بالصفحة يعود :
 الوصول إلى فئات أخرى تثمين أدوار الجمعية استقطاب منخرطين توسيع نشاط الجمعية
- 8- تتواصل صفحة الجمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي أكثر مع : (الترتيب من حيث الأهمية من 1 إلى 5)
 الجمهور الأعضاء الفئات المستهدفة الهيئات الادرية الجمعيات الأخرى
- 9- هل الجمهور المتابع لصفحة الجمعية هو الجمهور الحقيقي :
 كله جزء كبير منه جزء قليل منه جمهور مختلف
- 10- هل ترى أن التفاعل مع صفحة الجمعية هو :
 تفاعل دائم ومستمر تفاعل موسمي تفاعل مناسباتي تفاعل دوري
- 11- في رأيك هل الجمهور المتابع للصفحة هو جمهور :
 كبير جد كبير متوسط ضعيف

المحور 2: الأساليب الاتصالية الخاصة بصفحة الجمعية :

1. ماهي الوسائط المستخدمة في صفحة الجمعية :
 فايسبوك تويتر يوتيوب انستغرام واتس أب الايميل مدونات
 قوقل بلس أخرى أذكرها:.....
2. الآليات المستخدمة عبر الوسائط الاجتماعية :
 مشاركة الصور مشاركة الفيديو الدردشة التطبيقات لتعليقات الرموز الجاهزة
 أخرى اذكرها:.....
3. الدخول لصفحة الجمعية يكون:
 بالاسم الحقيقي : نعم لا
 اذا كانت ب (لا) لماذا:
 من اجل الخصوصية الخوف من القرصنة تفادي مشاكل
4. ماهي المنشورات عبر صفحة الجمعية الأكثر تجاوبا مع الجمهور:
 محاضرات تظاهرات حملات توعوية حملات تطوعية ندوات
 أخرى :.....
5. هل تحرص الجمعية التطوعية على متابعة حضور الأعضاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي:
 دائما أحيانا نادرا لا توجد
6. هل أنت عضو في جمعيات تطوعية أخرى : نعم لا
 اذا كانت الإجابة بنعم ما هو اختصاص هذه الجمعيات :
 سياسية اجتماعية ثقافية ترفيهية إعلامية أخرى أذكرها:.....
7. هل هناك فضاء تقيمي لنشاط الجمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي :
 أسبوعيا شهريا سنويا بعد كل نشاط لا يوجد تقييم
8. هل الأنماط الاتصالية المعتمدة من قبل الجمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي :
 جيدة حسنة متوسطة ضعيفة
9. تقوم الجمعية التطوعية باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي والاستفادة من خدماتها بشكل :
 كبير جد كبير متوسط ضعيف

المحور 3 : الإمكانيات المتاحة لدى الجمعية التطوعية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي :

الإمكانيات المادية:

- 1- تتوفر الجمعية التطوعية في استخداماتها لمواقع التواصل الاجتماعي على إمكانيات مادية :
 كبيرة متوسطة ضعيفة ضعيفة جدا
- 2- الوسيلة المستعملة في الاتصال من قبل الجمعية التطوعية :

هاتف ذكي لوحة رقمية جهاز الإعلام الالي محمول جهاز مكتب الجمعية

3- طبيعة الشبكة المستخدمة في التواصل الاجتماعي لدى الجمعية التطوعية

خط انترنت ثابت وفي مودام

4- هل شدة التدفق :

عالية متوسطة ضعيفة

5- المستخدم في الاتصال لدى أعضاء الجمعية التطوعية :

اشترك خاص من الجمعية المنزل مع آخرين أخرى

الإمكانيات البشرية:

6- تتوفر الجمعية التطوعية على إمكانيات بشرية :

كبيرة متوسطة ضعيفة ضعيفة جداً

7- الخبرة العضوي في الجمعية التطوعية وفي مجال العمل التطوعي :

اقل من سنة من 1 سنة إلى أقل من 05 سنوات من 5 إلى 10 سنوات

8- من يدير صفحة الجمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

رئيس الجمعية نائب الجمعية مختص مكلف كل الأعضاء

9- كم عدد الأصدقاء والمتابعين لصفحة الجمعية التطوعية :

اقل من 100 شخص من 101 إلى 200 شخص من 201 إلى 300 شخص من 301 إلى 400 شخص

أكثر من 401 حدداً:

10- هل تنظم الجمعية التطوعية دورات تكوينية لفائدة الأعضاء : نعم لا اذا كان الإجابة

(نعم) فهل هي بصفة :

مستمرة متقطعة نادراً

11- هل تتابع دورات تكوينية عن بعد في مجال التكوين في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي لأجل الاستفادة منها

في العمل التطوعي:

نعم لا

المحور4: أهداف استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى الفردي وعلى مستوى الجمعية التنظيمي وعلى مستوى المجتمعي :

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الأسئلة		
					تنمية المهارات والقدرات الشخصية	على مستوى الشخصي	1.
					تطوير المعارف الشخصية		2.
					الشعور بالراحة النفسية		3.
					تطوير العلاقات الاجتماعية مع أعضاء الجمعية		4.
					الحصول على فائدة مادية		5.
					تكوين علاقات جديدة مع أفراد خارج أعضاء الجمعية		6.
					إنتاج أساليب وطرق تفكير جديدة لدى الجمعية	على مستوى التنظيمي الجمعية	1.
					تحسين أداء الجمعية التطوعية في استخدام مواقع التواصل		2.
					الحصول على المستجدات عبر مواقع التواصل الاجتماعي في مجال الفعل التطوعي		3.
					زيادة مداخل الجمعية عبر قنوات التواصل الاجتماعي		4.
					توفير لشروط التي تضمن التواصل الاجتماعي بين الأعضاء الجمعية كمنظمة		5.
					التعرف على موقع الجمعية بين الجمعيات الأخرى والوقوف على واقعها		6.
					ترويج الحملات الإعلامية في المجال العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي		7.
					اختصار الوقت والجهد والمال		8.
					استقطاب المتطوعين والمنخرطين		9.
					الوصول إلى الفئات المهمشة من المجتمع	على مستوى المجتمعي الخارجي	1.
					تعمل على نشر الأعمال التطوعية وتقديم خدمات لفئات مجتمعية معينة		2.
					الوصول إلى شرائح مختلفة في المجتمع		3.
					ربط علاقات مع الجمعيات الأخرى والمنظمات الحكومية وغير الحكومية في مجال العمل التطوعي		4.
					الوصول إلى التضامن الاجتماعي		5.
					تحقيق عضوية وأنشطة الجمعية		6.
					تحقيق مرئية الجمعية التطوعية في الوسط المجتمعي		7.
					فتح فضاءات للحوار وإشراك الجمهور في اخذ آرائهم واقتراحاتهم دائما		8.

المحور5: معوقات التنمية في استخدام مواقع التواصل لدى الجمعيات الخيرية:

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الأسئلة		
					عدم التوافق مع أوقات فراغ المتطوعين	معوقات متعلقة بالفرد	1.
					الالتزامات الأسرية والمهنية		2.
					التردد في ممارسة العمل التطوعي		3.
					عدم وجود رغبة جادة في العمل التطوعي		4.
					الجهل للحقوق والواجبات في مجال العمل التطوعي		5.
					الشعور بالإحباط واليأس في ممارسة أنشطة الفعل التطوعي		6.
					عدم وجود صدى للمبادرات الفردية التي يقدمها الأعضاء في الجمعية		7.
					عدم وجود خبرة قانونية لإدارة الصفحة	معوقات متعلقة الجمعية والتنظيم	1.
					عدم وجود مختصين في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في إدارة الصفحة		2.
					عدم الالتزام التواصلي مع الأعضاء		3.
					عدم توفر الأنترنت بشكل دائم		4.
					وجود صراعات شخصية بين الأعضاء		5.
					نقص الوسائل والتجهيزات المادية		6.
					عدم تقييم وملائمة الأعضاء الجمعية تبعاً للكفاءة		7.
					الافتقار إلى قاعدة بيانات محلية ووطنية للعمل التطوعي		8.
					ضعف التحفيزات المادية والمعنوية للأعضاء		9.
					ضعف التنسيق بين الجمعية التطوعية المنخرط فيها والجمعيات الخيرية الأخرى		10.
					ضعف وغياب الرؤية المستقبلية لنشاط الجمعية التطوعية		11.
					عدم وجود دراسات بحثية يستند إليها		12.
					غياب ثقافة مجتمعية للعمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي	معوقات متعلقة بالمجتمع	1.
					التأثير السلبي للإشاعة المغرضة في مجال العمل التطوعي		2.
					عدم تفاعل الجمهور المتابع للصفحة مع المنشورات		3.
					قلة الأنشطة الإعلامية المرتبطة بالفعل التطوعي		4.
					غياب التحفيزات على ممارسة وتشجيع العمل التطوعي		5.
					غياب الأدوار التي تقوم بها مؤسسات التنشئة الاجتماعية في مجال التعريف والتحفيز على أهمية العمل التطوعي مستقبلاً		6.
					عدم توسيع دائرة الاهتمام بالقضايا التي تختص بالعمل التطوعي واقتصرها على قضايا معينة		7.

الملحق رقم: 02

دليل المقابلة :

- اسم الجمعية:
- تاريخ تأسيسها: عدد أعضائها: إناث: ذكور :
- المستوى التعليمي: الفئات العمرية:
- بداية مباشرة مهام الجمعية:
- منذ متى وأنت مسؤول عن الجمعية الخيرية ؟
- ماهي الوظائف والمسؤوليات التي مارستها من قبل؟ ما هو مستواك التعليمي (تخصصك):
- بداية عمل صفحة الجمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي:
- هل ساهمت الصفحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز العمل التطوعي؟
- هل يمكن استغناء الجمعية عن صفحتها في مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ماهي الآليات التي ترونها مناسبة لتعزيز العمل الخيري عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما هي أنجع وسيلة لتحقيق التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما رأيك بالإمكانيات المتاحة لضمان السير الحسن لصفحة الجمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي (بشرية مادية وتنظيمية)؟
- هل ترى أن مسؤولية الصفحة تكون لمتخصصين افضل ولماذا؟
- هل عززت مواقع التواصل الاجتماعي التواصل مع الهيئات الأخرى من الجمعيات والإدارات العمومية، كيف؟
- هل هناك تنسيق تواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- هل هناك موثوقية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟

- ماهي الأساليب الاتصالية والوسائط التي تلقى تأثيرا وتجاوبا واسعا في نظرك، أي افضل طريقة للتواصل؟
- هل تتم عمليات تقييمية صفحة الجمعية ونشاطاتها؟
- ماهي تطلعاتكم المستقبلية لتحسين أداء صفحة الجمعية؟
- ماذا حققت الجمعية من وراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ما تصبو إليه؟
- في أي مجال تبرز إنجازات مواقع التواصل الاجتماعي؟
- هل توجد تقييمات للنشاط الجمعي عبر الصفحة ؟
- ماهي المعوقات التي ترونها تحول في الاستخدام الأمثل لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ماهي المعوقات في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟ هل ترجع للفرد، الجمعية(التنظيم)، المجتمع ؟
- هل يتطلب العمل على مواقع التواصل الاجتماعي مهارات كبيرة؟
- هل يجب اختيار الزمن المناسب في النشر؟
- هل توجد معوقات تؤثر على حياتك الشخصية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ؟
- هل لديك اضافة.....

الملحق رقم:03

دليل الملاحظة:

- ملاحظة مزاولة الذكور والإناث في الجمعية الخيرية المتواجدون فالجمعية من حيث الأعمار
- ملاحظة الإمكانيات المادية والبشرية والتنظيمية التي تحوز عليها الجمعية لتسير صفحاتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي
- ا قدميه الصفحة، عدد المتابعين، نشاطها

الأوقات المتردد فيها على الصفحة

ملاحظة المواقع الأكثر استخداما

ملاحظة طرق و أنواع الأساليب والوسائط المتعددة المستخدمة

الأسماء المستخدمة حقيقية، أو أسماء مستعارة

ملاحظة إمكانات الجمعية ،ومدى توفرها على مؤهلات النجاح

ملاحظة الموارد البشرية من المسيرين و المتخصصين

ملاحظة حالة الأفراد أثناء تواجدهم والتنسيق فيما بينهم في الجمعية والنشاط الذي هم عليه

ملاحظة مدى الالتزام بالطرق التنظيمية وتحديد المهام وتخصصها في ممارسة أنشطة الجمعية

ملاحظة مدى تجاوب أفراد المجتمع من المحسنين وطالبي يد المساعدة

الملحق رقم: 04 الجمعيات النشطة مديرية النشاط الاجتماعي

الجمعيات	العدد	النسبة المئوية
جمعيات وطنية	01	1.96
جمعيات ولأئية	09	17.64
جمعيات بلدية	41	80.39
المجموع	51	%100

المصدر: مكتب الشؤون التنظيمية بمديرية النشاط الاجتماعي 2022/10/02 (بتصرف)

إحصائيات الجمعيات الولائية لولاية برج بوعرييج

الجمعيات	العدد	النسبة المئوية
بيئية	3	2%
خيرية	68	40%
أحياء وقرى	2	1%
ثقافية	24	14%
علمية	2	1%
سياحية	5	3%
المستهلكين	1	1%
تاريخية	2	1%
رياضية	25	15%
تربوية	1	1%
مهنية	19	11%
شبابية	18	10%
المجموع	170	100%

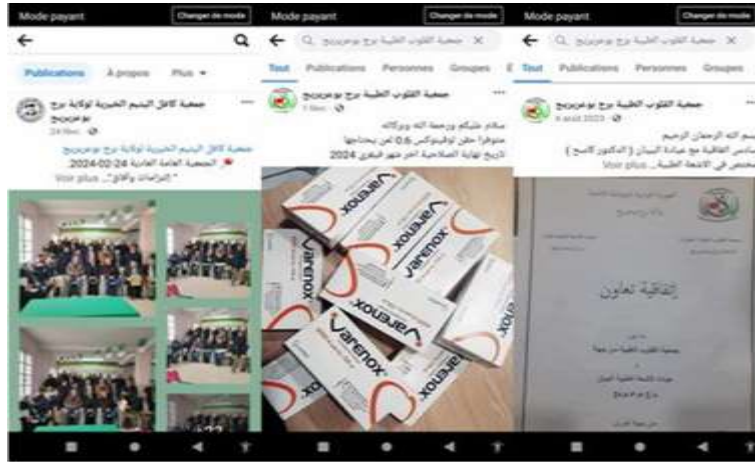
المصدر: مكتب الجمعيات المدني والجمعيات 2022/10/03 (بتصرف)

الجمعيات البلدية:

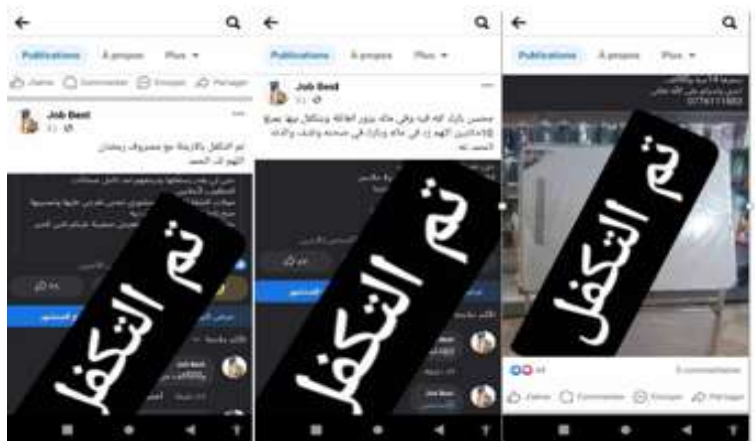
الجمعيات	العدد	النسبة المئوية
جمعيات بيئية	7	1,86
جمعيات خيرية	27	7,1
لجان أحياء و قرى	71	18,8
جمعيات ثقافية	27	7,1
جمعيات سياحية	4	1
جمعيات رياضية	124	32,9
جمعيات تربية	62	16,4
جمعيات شبانية	9	2,3
جمعيات الصيد	5	1,3
دينية	31	8,2
جمعيات المرأة والطفولة	9	2,3
المجموع	376	%100

المصدر: مكتب شؤون المجتمع المدني 2022/10/10 (بتصرف)

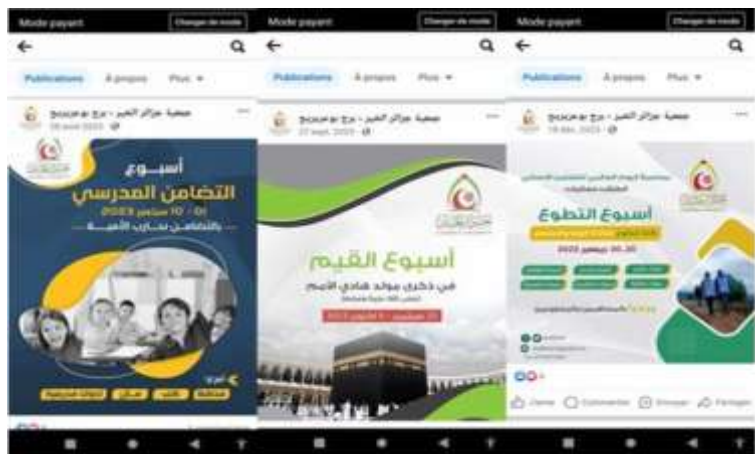
ملحق رقم (07) مختلف النشاطات في مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك



ملحق رقم (08): صفحات ذات نشاطات فردية (best job)



ملحق رقم (10) نشاطات المدة الزمنية (أسبوع التطوع)



ملحق رقم (09) قانون الجمعيات الجريدة الرسمية

- وبمقتضى القانون رقم 12-05 المؤرخ في 18 صفر عام 1433 الموافق 12 يناير سنة 2012 والمتعلق بالإعلام،

- وبمقتضى الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 18 صفر عام 1386 الموافق 8 يونيو سنة 1966 والمتضمن قانون العقوبات، المعدل والمتمم،

- وبمقتضى الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق 26 سبتمبر سنة 1975 والمتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم،

- وبمقتضى الأمر رقم 75-59 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق 26 سبتمبر سنة 1975 والمتضمن القانون التجاري، المعدل والمتمم،

- وبمقتضى الأمر رقم 77-03 المؤرخ في أول ربيع الأول عام 1397 الموافق 19 فبراير سنة 1977 والمتعلق بجمع التبرعات،

- وبمقتضى القانون رقم 79-07 المؤرخ في 26 شعبان عام 1399 الموافق 24 يوليو سنة 1979 والمتضمن قانون الجمارك، المعدل والمتمم،

- وبمقتضى القانون رقم 90-09 المؤرخ في 14 رمضان عام 1410 الموافق 7 أبريل سنة 1990 والمتعلق بالولاية، المتمم،

- وبمقتضى القانون رقم 90-31 المؤرخ في 17 جمادى الأولى عام 1411 الموافق 4 ديسمبر سنة 1990 والمتعلق بالجمعيات،

- وبمقتضى الأمر رقم 95-07 المؤرخ في 23 شعبان عام 1415 الموافق 25 يناير سنة 1995 والمتعلق بالتأمينات، المعدل والمتمم،

- وبمقتضى القانون رقم 99-11 المؤرخ في 15 رمضان عام 1420 الموافق 23 ديسمبر سنة 1999 والمتضمن قانون المالية لسنة 2000، لا سيما المادة 101 منه،

- وبمقتضى القانون رقم 04-10 المؤرخ في 27 جمادى الثانية عام 1425 الموافق 14 غشت سنة 2004 والمتعلق بالتربية البدنية والرياضة،

- وبمقتضى القانون رقم 08-11 المؤرخ في 21 جمادى الثانية عام 1429 الموافق 25 يونيو سنة 2008 والمتعلق بشروط دخول الأجانب إلى الجزائر وإقامتهم بها وتنقلهم فيها،

الباب العاشر

نشاط وكالات الاستشارة في الاتصال

المادة 130 : يمارس نشاط الاستشارة في الاتصال ضمن احترام التشريع والتنظيم المعمول بهما.

تحدد شروط وكيفيات ممارسة نشاط الاستشارة في الاتصال عن طريق التنظيم.

الباب الثاني عشر

أحكام انتقالية وختامية

المادة 131 : يجب على العناوين وأجهزة الصحافة الممارسة لنشاطها أن تتطابق مع أحكام هذا القانون العضوي خلال سنة واحدة ابتداء من تاريخ تنصيب سلطة ضبط الصحافة المكتوبة.

المادة 132 : تُلغى جميع الأحكام المخالفة لهذا القانون العضوي، لا سيما القانون رقم 07.90 المؤرخ في 8 رمضان عام 1410 الموافق 3 أبريل سنة 1990 والمتعلق بالإعلام.

المادة 133 : ينشر هذا القانون العضوي في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.

حرر بالجزائر في 18 صفر عام 1433 الموافق 12 يناير سنة 2012.

ميد العزيز بوتفليقة



قانون رقم 12 - 06 مؤرخ في 18 صفر عام 1433 الموافق 12 يناير سنة 2012، يتعلق بالجمعيات.

إن رئيس الجمهورية،

- بناء على الدستور، لا سيما المواد 41 و 43 و 119 و 122 و 126 منه،

- وبمقتضى القانون العضوي رقم 98-01 المؤرخ في 4 صفر عام 1419 الموافق 30 مايو سنة 1998 والمتعلق باختصاصات مجلس الدولة وتنظيمه وسيره، المعدل والمتمم،

- وبمقتضى القانون العضوي رقم 12-04 المؤرخ في 18 صفر عام 1433 الموافق 12 يناير سنة 2012 والمتعلق بالأحزاب السياسية،

21 صفر عام 1433 هـ 15 يناير سنة 2012 م	الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية / العدد 02	34
<p align="center">الباب الثاني تأسيس الجمعيات وحقوقها وواجباتها الفصل الأول تأسيس الجمعيات</p>	<p>- ويمقتضى القانون رقم 10-10 المؤرخ في 16 رجب عام 1431 الموافق 29 يونيو سنة 2010 والمتعلق بمهنة الخبير المحاسب ومحافظ الحسابات والمحاسب المعتمد،</p>	
<p>المادة 4 : يجب على الأشخاص الطبيعيين الذين بإمكانهم تأسيس جمعية وإدارتها وتسييرها أن يكونوا :</p>	<p>- ويمقتضى القانون رقم 11-10 المؤرخ في 20 رجب عام 1432 الموافق 22 يونيو سنة 2011 والمتعلق بالبلدية،</p>	
<p>- بالغين سن 18 فما فوق،</p>	<p>- ويعد رأي مجلس الدولة،</p>	
<p>- من جنسية جزائرية،</p>	<p>- ويعد مصادقة البرلمان،</p>	
<p>- متمتعين بحقوقهم المدنية والسياسية،</p>	<p>يصدر القانون الآتي نصه :</p>	
<p>- غير محكوم عليهم بجناية و/أو جنحة تتنافى مع مجال نشاط الجمعية، ولم يرد اعتبارهم بالنسبة للأعضاء المسيرين.</p>	<p>الباب الأول</p>	
	<p>أحكام عامة</p>	
	<p>الموضوع والهدف ومجال التطبيق</p>	
<p>المادة 5 : يجب على الأشخاص المعنويين الخاضعين للقانون الخاص أن يكونوا :</p>	<p>المادة الأولى : يهدف هذا القانون إلى تحديد شروط وكيفيات تأسيس الجمعيات وتنظيمها وسيرها ومجال تطبيقها.</p>	
<p>- مؤسسين طبقا للقانون الجزائري،</p>	<p>المادة 2 : تعتبر الجمعية في مفهوم هذا القانون، تجمع أشخاص طبيعيين و/أو معنويين على أساس تعاقدية لمدة محددة أو غير محددة.</p>	
<p>- ناشطين عند تأسيس الجمعية،</p>	<p>ويشترك هؤلاء الأشخاص في تسخير معارفهم ووسائلهم تطوعا ولغرض غير مربح من أجل ترقية الأنشطة وتشجيعها، لا سيما في المجال المهني والاجتماعي والعلمي والديني والتربوي والثقافي والرياضي والبيئي والخيري والإنساني.</p>	
<p>- غير ممنوعين من ممارسة نشاطهم.</p>	<p>يجب أن يحدد موضوع الجمعية بدقة ويجب أن تعبر تسميتها عن العلاقة بهذا الموضوع.</p>	
<p>من أجل تأسيس جمعية، تمثل الشخصية المعنوية من طرف شخص طبيعي مفوض خصيصا لهذا الغرض.</p>	<p>غير أنه، يجب أن يندرج موضوع نشاطاتها وأهدافها ضمن الصالح العام وأن لا يكون مخالفا للثوابت والقيم الوطنية والنظام العام والآداب العامة وأحكام القوانين والتنظيمات المعمول بها.</p>	
<p>المادة 6 : تؤسس الجمعية بحرية من قبل أعضائها المؤسسين. ويجتمع هؤلاء في جمعية عامة تأسيسية تثبت بموجب محضر اجتماع يحرره محضر قضائي.</p>	<p>المادة 3 : تعتبر الاتحادات والاتحاديات أو اتحاد الجمعيات المنشأة سابقا، جمعيات بمفهوم هذا القانون .</p>	
<p>تصادق الجمعية العامة التأسيسية على القانون الأساسي للجمعية وتعين مسؤولي هيئاتها التنفيذية.</p>	<p>كما تحوز صفة الجمعية بمفهوم هذا القانون، الجمعيات ذات الطابع الخاص المنصوص عليها في المادة 48 من هذا القانون.</p>	
<p>يكون عدد الأعضاء المؤسسين كالاتي :</p>		
<p>- عشرة (10) أعضاء، بالنسبة للجمعيات البلدية،</p>		
<p>- خمسة عشر (15) عضوا بالنسبة للجمعيات الولائية، منبثقين عن بلديتين (2) على الأقل،</p>		
<p>- واحد وعشرون (21) عضوا بالنسبة للجمعيات ما بين الولايات، منبثقين عن ثلاث (3) ولايات على الأقل،</p>		

المادة 10 : يجب أن يكون قرار رفض تسليم وصل التسجيل معللا بعدم احترام أحكام هذا القانون وتوفر الجمعية على أجل ثلاثة (3) أشهر لرفع دعوى الإلغاء أمام المحكمة الإدارية المختصة إقليميا.

إذا صدر قرار لصالح الجمعية، يمتح لها وجوبا وصل تسجيل.

وفي هذه الحالة، يمنح لإدارة أجل أقصاه ثلاثة (3) أشهر ابتداء من تاريخ انقضاء الأجل الممنوح لها لرفع دعوى أمام الجهة القضائية الإدارية المختصة لإلغاء تأسيس الجمعية. ويكون هذا الطعن غير موقف للتنفيذ.

المادة 11 : عند انقضاء الأجل المنصوص عليها في المادة 8 أعلاه، يعد عدم رد الإدارة بمثابة اعتماد للجمعية المعنية.

وفي هذه الحالة، يجب على الإدارة تسليم وصل تسجيل للجمعية.

المادة 12 : يرفق التصريح التأسيسي المذكور في المادة 7 من هذا القانون بملف يتكون مما يأتي :

- طلب تسجيل الجمعية موقع من طرف رئيس الجمعية أو ممثله المؤهل قانونا،

- قائمة بأسماء الأعضاء المؤسسين والهيئات التنفيذية وحالتهم المدنية ووظائفهم وعناوين إقامتهم وتوقيعاتهم،

- المستخرج رقم 3 من صحيفة السوابق القضائية لكل عضو من الأعضاء المؤسسين،

- نسختان (2) مطابقتان للأصل من القانون الأساسي،

- محضر الجمعية العامة التأسيسية محرر من قبل محضر قضائي،

- الوثائق الثبوتية لعنوان المقر.

الفصل الثاني

حقوق الجمعيات وواجباتها

المادة 13 : تتميز الجمعيات بهدفها وتسميتها وعملها عن الأحزاب السياسية ولا يمكنها أن تكون لها أية علاقة بها سواء أكانت تنظيمية أم هيكلية، كما لا يمكنها أن تتلقى منها إعانات أو هبات أو وصايا مهما يكن شكلها ولا يجوز لها أيضا أن تساهم في تمويلها.

- خمسة وعشرون (25) عضوا بالنسبة للجمعيات الوطنية، منبثقين عن اثنتي عشرة (12) ولاية على الأقل.

المادة 7 : يخضع تأسيس الجمعية إلى تصريح تأسيسي وإلى تسليم وصل تسجيل.

يودع التصريح التأسيسي لدى:

- المجلس الشعبي البلدي بالنسبة للجمعيات البلدية،

- الولاية بالنسبة للجمعيات الولائية،

- الوزارة المكلفة بالداخلية بالنسبة للجمعيات الوطنية أو ما بين الولايات.

المادة 8 : يودع التصريح مرفقا بكل الوثائق التأسيسية من طرف الهيئة التنفيذية للجمعية ممثلة في شخص رئيس الجمعية أو ممثله المؤهل قانونا مقابل وصل إيداع تسلمه وجوبا الإدارة المعنية مباشرة بعد تدقيق حضوري لوثائق الملف.

يمنح لإدارة ابتداء من تاريخ إيداع التصريح، أجل أقصى لإجراء دراسة مطابقة لأحكام هذا القانون يكون كما يأتي:

- ثلاثون (30) يوما بالنسبة للمجلس الشعبي البلدي، فيما يخص الجمعيات البلدية،

- أربعون (40) يوما بالنسبة للولاية، فيما يخص الجمعيات الولائية،

- خمسة وأربعون (45) يوما للوزارة المكلفة بالداخلية، فيما يخص الجمعيات ما بين الولايات،

- ستون (60) يوما للوزارة المكلفة بالداخلية، فيما يخص الجمعيات الوطنية.

يتعين على الإدارة خلال هذا الأجل أو عند انقضائه على أقصى تقدير، إما تسليم الجمعية وصل تسجيل ذي قيمة اعتماد أو اتخاذ قرار بالرفض.

المادة 9 : يسلم وصل تسجيل من قبل :

- رئيس المجلس الشعبي البلدي بالنسبة للجمعيات البلدية،

- الوالي بالنسبة للجمعيات الولائية،

- الوزير المكلف بالداخلية بالنسبة للجمعيات الوطنية أو ما بين الولايات.

تقديم نسخ من محاضر اجتماعاتها وتقريرها الأدبية والمالية السنوية إلى السلطة العمومية المختصة إثر انعقاد جمعية عامة عادية أو استثنائية، خلال الثلاثين (30) يوما الموالية للمصادقة عليها.

المادة 20 : يعاقب على رفض تسليم الوثائق المذكورة في المادتين 18 و19 أعلاه بغرامة تتراوح بين ألفي دينار (2.000 دج) وخمسة آلاف دينار (5.000 دج).

المادة 21 : يجب على الجمعية أن تكتسب تأميننا لضمان الأخطار المالية المرتبطة بمسؤوليتها المدنية .

المادة 22 : يمكن الجمعيات المعتمدة أن تخضع في جمعيات أجنبية تنشُد الأهداف نفسها أو أهداف مماثلة في ظل احترام القيم والثوابت الوطنية والأحكام التشريعية والتنظيمية المعمول بها.

يتم إعلام الوزير المكلف بالداخلية مسبقا بهذا الانخراط الذي يطلب رأي الوزير المكلف بالشؤون الخارجية.

لوزير المكلف بالداخلية أجل ستين (60) يوما لإعلان قراره المعلل.

وفي حالة الرفض، يكون قراره قابلا للطعن أمام الجهة القضائية الإدارية المختصة التي يجب أن تفصل في مشروع الانخراط في أجل ثلاثين (30) يوما.

المادة 23 : يمكن الجمعيات أن تتعاون في إطار الشراكة مع جمعيات أجنبية ومنظمات دولية غير حكومية تنشُد نفس الأهداف في ظل احترام القيم والثوابت الوطنية والأحكام التشريعية والتنظيمية المعمول بها.

يخضع هذا التعاون بين الأطراف المعنية إلى الموافقة المسبقة للسلطات المختصة.

المادة 24 : يمكن الجمعية في إطار التشريع المعمول به القيام بما يأتي:

- تنظيم أيام دراسية وملتقيات وندوات وكل اللقاءات المرتبطة بنشاطها،

- إصدار ونشر نشرات ومجلات ووثائق إعلامية ومطويات لها علاقة بهدفها في ظل احترام الدستور والقيم والثوابت الوطنية والقوانين المعمول بها.

المادة 14 : يحق لأي عضو في إحدى الجمعيات أن يشارك في هيئاتها التنفيذية في إطار قانونها الأساسي وأحكام هذا القانون.

المادة 15 : تنتخب الهيئة التنفيذية للجمعية وتجدد حسب المبادئ الديمقراطية ووفق الآجال المحددة في قانونها الأساسي.

المادة 16 : يمنع أي شخص معنوي أو طبيعي، أجنبي عن الجمعية، من التدخل في سيرها.

المادة 17 : تكتسب الجمعية المعتمدة الشخصية المعنوية والأهلية المدنية بمجرد تأسيسها ويمكنها حينئذ القيام بما يأتي :

- التصرف لدى الغير ولدى الإدارات العمومية،
- التقاضي والقيام بكل الإجراءات أمام الجهات القضائية المختصة، بسبب وقائع لها علاقة بهدف الجمعية ألحقت ضررا بمصالح الجمعية أو المصالح الفردية أو الجماعية لأعضائها،

- إبرام العقود أو الاتفاقيات أو الاتفاقات التي لها علاقة مع هدفها،

- القيام بكل نشاط شراكة مع السلطات العمومية له علاقة مع هدفها،

- اقتناء الأملاك المنقولة أو العقارية مجانا أو بمقابل لممارسة أنشطتها كما ينص عليه قانونها الأساسي،

- الحصول على الهبات والوصايا طبقا للتشريع المعمول به.

المادة 18 : يجب على الجمعيات أن تبلغ السلطات العمومية المختصة عند عقد جمعياتها العامة، بالتعديلات التي تدخل على قانونها الأساسي والتغييرات التي تطرأ على هيئاتها التنفيذية خلال الثلاثين (30) يوما الموالية للمصادقة على القرارات المتخذة.

لا يعتد لدى الغير بهذه التعديلات والتغييرات إلا ابتداء من تاريخ نشرها في يومية إعلامية واحدة على الأقل ذات توزيع وطني.

المادة 19 : دون الإخلال بالالتزامات الأخرى المنصوص عليها في هذا القانون، يجب على الجمعيات

المادة 28 : يجب أن لا تتضمن القوانين الأساسية للجمعيات بنودا أو إجراءات تمييزية تمس بالحريات الأساسية لأعضائها.

الفصل الثاني

موارد الجمعيات وأملاكها

المادة 29 : تتكون موارد الجمعيات مما يأتي :

- اشتراكات أعضائها،
- المداخل المرتبطة بنشاطاتها الجمعوية وأملاكها،
- الهيئات النقدية والعينية والوصايا،
- مداخل جمع التبرعات،
- الإعانات التي تقدمها الدولة أو الولاية أو البلدية.

المادة 30 : مع مراعاة أحكام المادة 23 أعلاه، يمنع على أية جمعية الحصول على أموال ترد إليها من منظمات أجنبية ومنظمات غير حكومية أجنبية، ماعدا تلك الناتجة عن علاقات التعاون المؤسسة قانونا.

ويخضع هذا التمويل إلى الموافقة المسبقة للسلطة المختصة.

المادة 31 : يجب ألا تستخدم الموارد الناجمة عن نشاطات الجمعية إلا لتحقيق الأهداف المحددة في قانونها الأساسي والتشريع المعمول به.

يعتبر استعمال موارد الجمعية وأملاكها لأغراض شخصية أو أخرى غير تلك المنصوص عليها في قانونها الأساسي، تعسفا في استغلال الأملاك الجماعية ويعاقب عليه، بهذه الصفة، طبقا للتشريع المعمول به.

المادة 32 : لا تقبل الهيئات والوصايا المقيدة بأعباء وشروط إلا إذا كانت مطابقة مع الهدف المسطر في القانون الأساسي للجمعية وأحكام هذا القانون.

المادة 33 : يمكن الجمعيات أن تستفيد من مداخل ناجمة عن المساعدات المنصوص عليها في المادة 34 من هذا القانون والتبرعات العمومية المرخص بها وفق الشروط والأشكال المنصوص عليها في التشريع والتنظيم المعمول بهما.

يجب أن تسجل جميع الموارد والمداخل وجوبا في حساب إيرادات ميزانية الجمعية.

الباب الثالث

تنظيم الجمعيات وسيرها

الفصل الأول

القانون الأساسي للجمعيات

المادة 25 : تتوفر الجمعية على جمعية عامة وهي الهيئة العليا، وعلى هيئة تنفيذية تقوم بإدارة الجمعية وتسييرها .

المادة 26 : تتشكل الجمعية العامة من جميع أعضائها الذين تتوفر فيهم شروط التصويت المحددة في القانون الأساسي للجمعية.

المادة 27 : يجب أن تتضمن القوانين الأساسية للجمعيات ما يأتي :

- هدف الجمعية وتسميتها ومقرها،
- نمط التنظيم ومجال الاختصاص الإقليمي،
- حقوق وواجبات الأعضاء،
- شروط وكيفية انخراط الأعضاء وانسحابهم وشطبهم وإقصائهم،
- الشروط المرتبطة بحق تصويت الأعضاء،
- قواعد وكيفية تعيين مندوبين في الجمعيات العامة،
- دور الجمعية العامة والهيئات التنفيذية ونمط سيرها،
- طريقة انتخاب وتجديد الهيئات التنفيذية وكذا مدة عهدهم،
- قواعد النصاب والأغلبية المطلوبة في اتخاذ قرارات الجمعية العامة والهيئات التنفيذية،
- قواعد وإجراءات دراسة تقارير النشاط والمصادقة عليها وكذا رقابة حسابات الجمعية والمصادقة عليها،
- القواعد والإجراءات المتعلقة بتعديل القوانين الأساسية،
- قواعد وإجراءات أيلولة الأملاك في حالة حل الجمعية،
- جرد أملاك الجمعية من قبل محضر قضائي في حالة نزاع قضائي.

المادة 40 : يؤدي خرق الجمعية للمواد 15 و 18 و 19 و 28 و 30 و 55 و 60 و 63 من هذا القانون، إلى تعليق نشاطها لمدة لا تتجاوز ستة (6) أشهر.

المادة 41 : يسبق قرار التعليق لنشاط الجمعية، إعدار بوجود مطابقة أحكام القانون في أجل محدد.

عند انقضاء أجل ثلاثة (3) أشهر من تبليغ الإعدار، وإذا بقي الإعدار بدون جدوى، تتخذ السلطة العمومية المختصة قرارا إداريا بتعليق نشاط الجمعية ويبلغ هذا القرار إلى الجمعية، ويصبح التعليق ساري المفعول ابتداء من تاريخ تبليغ القرار.

للجمعية حق الطعن بالإلغاء في قرار التعليق أمام الجهة القضائية الإدارية المختصة.

المادة 42 : يمكن أن يكون حل الجمعية إراديا أو معلنا عن طريق القضاء ويبلغ للسلطة التي منحت لها الاعتماد.

يعلن الحل الإرادي من طرف أعضاء الجمعية طبقا لقانونتها الأساسي.

إذا كانت الجمعية المعنية تمارس نشاطا معترفا به كنشاط ذي صالح عام و/أو ذي منفعة عمومية، تتخذ السلطة العمومية المختصة التي أخطرت مسبقا، التدابير الملزمة أو تكلف من يتخذها قصد ضمان استمرارية نشاطها.

المادة 43 : دون الإخلال بالقضايا المرفوعة من أعضاء الجمعية، يمكن طلب حل الجمعية أيضا من قبل :

- السلطة العمومية المختصة أمام المحكمة الإدارية المختصة إقليميا عندما تمارس هذه الجمعية نشاطا أو عدة أنشطة أخرى غير تلك التي نص عليها قانونها الأساسي أو حصلت على أموال ترد إليها من تنظيمات أجنبية خرقت أحكام المادة 30 من هذا القانون أو عند إثبات توقفها عن ممارسة نشاطها بشكل واضح،

- الغير في حالة نزاع حول المصلحة مع الجمعية أمام الجهة القضائية المختصة.

المادة 44 : يترتب عن الحل الإرادي للجمعية أيلولة الأملاك المنقولة والعقارية طبقا للقانون الأساسي.

في حالة الحل المعلن عن الجهة القضائية المختصة، تتم أيلولة الأملاك طبقا للقانون الأساسي ما لم يقض قرار العدالة بخلاف ذلك.

المادة 34 : يمكن جمعية معنية تعترف لها السلطة العمومية أن نشاطها ذو صالح عام و/أو منفعة عمومية أن تستفيد من إعانات ومساعدات مالية من الدولة أو الولاية أو البلدية وكل مساهمة أخرى سواء كانت مقيدة أو غير مقيدة بشروط.

وإذا كانت الإعانات والمساعدات والمساهمات الممنوحة مقيدة بشروط، فإن منحها يتوقف على التزام الجمعية المستفيدة بدفتر شروط يحدد برامج النشاط وكيفية مراقبته طبقا للتشريع المعمول به.

تحدد شروط وكيفية الاعتراف بالصالح العام أو المنفعة العمومية عن طريق التنظيم.

المادة 35 : يخضع منح الإعانات العمومية لكل جمعية إلى إبرام عقد برنامج يتلاءم مع الأهداف المسطرة من طرف الجمعية ومطابق لقواعد الصالح العام.

ولا تمنح إعانات الدولة والجماعات المحلية إلا بعد تقديم حالة صرف الإعانات الممنوحة سابقا، ويجب أن تعكس مطابقة المصاريف التي منحت من أجلها ذات الإعانات.

المادة 36 : دون الإخلال بأحكام المادة 16 من هذا القانون، تخضع الإعانات والمساعدات العمومية التي تمنحها الدولة والجماعات المحلية لقواعد المراقبة طبقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما.

المادة 37 : يؤدي استخدام الجمعية للإعانات والمساعدات والمساهمات لأغراض أخرى غير تلك المنصوص عليها في المادتين 34 و 35 من هذا القانون، إلى تعليقها أو سحبها نهائيا، ما لم ترخص بذلك السلطة العمومية في حالة عدم تسديدها.

المادة 38 : يجب على الجمعية أن تتوفر على محاسبة مزدوجة معتمدة من قبل محافظ حسابات. ويجب أن تتوفر على حساب وحيد مفتوح لدى البنك أو لدى مؤسسة مالية عمومية.

الفصل الثالث

تعليق الجمعيات وحلها

المادة 39 : يعلق نشاط كل جمعية أو تحل في حالة التدخل في الشؤون الداخلية للبلاد أو المساس بالسيادة الوطنية.

المادة 51 : تعتبر المؤسسة جمعية في مفهوم هذا القانون، إذا قام الأشخاص المكلفون بتسييرها بالتصريح بها لدى السلطة العمومية المختصة. وفي خلاف ذلك، فإنها تسيير بموجب قواعد القانون العام وتستثنى من مجال تطبيق هذا القانون.

المادة 52 : إذا تقدمت الهيئات المكلفة بتسيير المؤسسة بطلب التسجيل، فإن هذه الأخيرة تخضع لقواعد التصريح المنصوص عليها في هذا القانون. وتكتسب المؤسسة بعد هذه الشكليات الشخصية المعنوية بصفة جمعية.

تخضع المؤسسة في مجال ممارستها لنشاطاتها وفي علاقاتها مع السلطة العمومية المختصة إلى نفس الواجبات وتستفيد من نفس الحقوق المنصوص عليها بالنسبة للجمعيات.

المادة 53 : يمكن أن توصف "بالمؤسسات" الجمعيات المنشأة من طرف أشخاص طبيعيين أو معنويين من أجل هدف محدد مؤسس على صلة قائمة أو معترف بها مع شخص أو عائلة قصد ممارسة نشاطات لها علاقة بهؤلاء.

غير أن هذه المؤسسات لا يمكنها استعمال تسميات هؤلاء الأشخاص أو العائلة إلا بموجب ترخيص من أصحاب هذا الحق مكرس بعقد رسمي.

تحدد كيفيات تطبيق هذه المادة عن طريق التنظيم.

المادة 54 : تخضع الجمعيات المنشأة من طرف أشخاص طبيعيين أو معنويين سواء أكانت تحت تسمية "مؤسسة" أم لا والتي تهدف إلى تخليد ذكرى حدث أو مكان مرتبط بتاريخ البلاد، أو استعمال رمز أو ثابت من ثوابت الأمة، إلى التسليم المسبق لترخيص خاص بالموضوع من طرف الإدارة المؤهلة.

تحدد كيفيات تطبيق هذه المادة عن طريق التنظيم.

المادة 55 : تخضع "المؤسسات" المنشأة تطبيقا لأحكام المادتين 51 و52 من هذا القانون لقواعد التصريح والتسجيل.

تخضع المؤسسات في مجال ممارسة نشاطاتها وعلاقاتها مع السلطة العمومية المؤهلة إلى نفس الواجبات وتستفيد من نفس الحقوق المقررة للجمعيات.

المادة 45 : تخضع النزاعات بين أعضاء الجمعية، مهما كانت طبيعتها، لتطبيق القانون الأساسي، وعند الاقتضاء، للجهات القضائية الخاضعة للقانون العام.

المادة 46 : يتعرض كل عضو أو عضو مسير في جمعية لم يتم تسجيلها أو اعتمادها، معلقة أو محلة ويستمر في النشاط باسمها، إلى عقوبة العيس من ثلاثة (3) أشهر إلى ستة (6) أشهر وغرامة من مائة ألف دينار (100.000 دج) إلى ثلاثمائة ألف دينار (300.000 دج).

الباب الرابع

الجمعيات الدينية والجمعيات ذات الطابع الخاص

الفصل الأول

الجمعيات الدينية

المادة 47 : مع مراعاة أحكام هذا القانون، يخضع تسيير الجمعيات ذات الطابع الديني إلى نظام خاص.

الفصل الثاني

الجمعيات ذات الطابع الخاص

المادة 48 : تعدد جمعيات ذات طابع خاص، المؤسسات والوادييات والجمعيات الطلابية والرياضية.

القسم الأول

المؤسسات

المادة 49 : المؤسسة هيئة ذات طابع خاص تنشأ بمبادرة من شخص أو عدة أشخاص طبيعيين أو معنويين عن طريق أيلولة أموال أو أملاك أو حقوق موجهة لترقية عمل أو نشاطات محددة بصفة خاصة. ويمكنها أيضا استلام هبات ووصايا حسب الشروط المنصوص عليها في التشريع المعمول به.

المادة 50 : يحرر العقد المنشئ للمؤسسة بموجب عقد موثق بطلب من المؤسس، تذكر فيه التسمية والموضوع والوسائل والأهداف المنشودة من هذه المؤسسة ويعين الشخص أو الأشخاص المكلفين بوضعها حيز التنفيذ.

لا يمكن أن يكون الموضوع مخالفا للنظام العام أو يمس بالقيم والثوابت الوطنية.

تكتسب المؤسسة الشخصية المعنوية بعد اكتمال شكليات الإشهار المطلوبة قانونا ولا سيما نشر مستخرج من العقد الموثق في يوميتين (2) إعلاميتين على الأقل ذات توزيع وطني.

المادة 60 : يجب أن يكون الأشخاص الطبيعيون الأجانب المؤسسون لجمعية أجنبية أو أعضاء فيها في وضعية قانونية تجاه التشريع المعمول به.

المادة 61 : يخضع طلب إنشاء جمعية أجنبية إلى الاعتماد المسبق من الوزير المكلف بالداخلية الذي يتوفر بعد استطلاع رأي وزير الشؤون الخارجية ووزير القطاع المعني على أجل تسعين (90) يوما لمنح الاعتماد أو رفضه.

المادة 62 : يتكون ملف إنشاء الجمعية الأجنبية من الوثائق الآتية :

- طلب اعتماد موجه إلى الوزير المكلف بالداخلية، موقع قانونا من جميع الأعضاء المؤسسين،
- نسخ من شهادات الإقامة ذات صلاحية للأعضاء المؤسسين من جنسيات أجنبية،
- نسختان (2) أصليتان من مشروع القانون الأساسي مصادق عليه من الجمعية العامة، إحداهما محررة باللغة العربية،
- محضر اجتماع الجمعية العامة التأسيسية معد من قبل محضر قضائي،
- وثائق إثبات وجود المقر.

المادة 63 : بغض النظر عن أحكام المواد من 59 إلى 62 من هذا القانون، يجب أن يكون موضوع طلب اعتماد جمعية أجنبية تنفيذ أحكام يتضمنها اتفاق بين الحكومة وحكومة البلد الأصلي للجمعية الأجنبية لترقية علاقات الصداقة والأخوة بين الشعب الجزائري والشعب المنتمية إليه الجمعية الأجنبية.

المادة 64 : يبلغ القرار الصريح للوزير المكلف بالداخلية برفض الاعتماد إلى المصرحين. ويكون هذا القرار قابلا للطعن أمام مجلس الدولة.

المادة 65 : دون الإخلال بتطبيق الأحكام الأخرى للتشريع والتنظيم المعمول بهما، يعلق أو يسحب الاعتماد الممنوح لجمعية أجنبية بمقرر من الوزير المكلف بالداخلية عندما تقوم هذه الجمعية بممارسة

يجب على "المؤسسات" التي تم إنشائها سابقا من أجل الأهداف المنصوص عليها في المادة 53 أعلاه، أن تتطابق مع أحكام هذا القانون في أجل سنة ابتداء من تاريخ صدوره.

القسم الثاني

الودائيات

المادة 56 : تنشأ الجمعيات المدعوة "الودائيات" من قبل أشخاص طبيعيين وتهدف إلى:

- تجديد علاقات الصداقة والأخوة والتضامن المقامة خلال مراحل من العيش المشترك وتتميز بارتباطها بقيم متبادلة خلال أحداث خاصة،
 - تخليد هذه الروابط والقيم والاحتفال بها في إطار الذاكرة الجماعية.
- تخضع هذه الجمعيات إلى نظام التصريح دون سواه.

المادة 57 : يجب على الودائيات التي تم إنشائها سابقا أن تتطابق مع أحكام هذا القانون في أجل سنة ابتداء من تاريخ صدوره.

القسم الثالث

الجمعيات الطلابية والرياضية

المادة 58 : تخضع الجمعيات الطلابية والرياضية وكذا الاتحادات الرياضية والرابطات الرياضية والسنادي الرياضية الهاوية لأحكام هذا القانون وللأحكام الخاصة المطبقة عليها.

الباب الخامس

الجمعيات الأجنبية

المادة 59 : تعد جمعية أجنبية في مفهوم هذا القانون، كل جمعية مهما كان شكلها أو موضوعها ولها :

- مقر بالخارج وتم اعتمادها به والاعتراف بها وتم الترخيص لها بالإقامة على التراب الوطني،
- مقر على التراب الوطني وتسير كليا أو جزئيا من طرف أجنبي.

الباب السادس

أحكام انتقالية وختامية

الفصل الأول

أحكام انتقالية

المادة 70 : يتعين على الجمعيات المؤسسة بصفة قانونية في ظل القانون رقم 90-31 المؤرخ في 4 ديسمبر سنة 1990 والمذكور أعلاه، أن تتطابق مع أحكام هذا القانون في أجل أقصاه سنتان (2) بإيداع قوانين أساسية جديدة مطابقة لهذا القانون. وفي حالة تجاوز هذا الأجل تقرر السلطة المختصة حل الجمعيات المعنية.

المادة 71 : تخضع لنفس الشروط، التجمعات المنشأة في شكل اتحادات أو اتحاديات أو اتحادات الجمعيات والهيكل المرتبطة بها تطبيقاً لأحكام هذا القانون والأحكام التشريعية والتنظيمية الأخرى الخاصة.

الفصل الثاني

أحكام ختامية

المادة 72 : يتعين على المؤسسات التي ليست لها صفة الجمعية في مفهوم أحكام المادتين 51 و54 أعلاه، أن تتطابق وأحكام هذا القانون في أجل سنتين (2) ابتداء من تاريخ صدوره.

المادة 73 : يلغى القانون رقم 90-31 المؤرخ في 17 جمادى الأولى عام 1411 الموافق 4 ديسمبر سنة 1990 والمتعلق بالجمعيات.

المادة 74 : ينشر هذا القانون في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.

حرر بالجزائر في 18 صفر عام 1433 الموافق 12 يناير سنة 2012.

عيد العزيز بوتفليقة

نشاطات أخرى غير تلك التي تضمنتها قانونها الأساسي أو تتدخل بصفة صريحة في الشؤون الداخلية للبلد المضيف أو تقوم بنشاط من شأنه أن يخل:

- بالسيادة الوطنية.

- بالنظام التأسيسي القائم.

- بالوحدة الوطنية أو سلامة التراب الوطني.

- بالنظام العام والآداب العامة.

- بالقيم الحضارية للشعب الجزائري.

المادة 66 : يجب أن يبلغ الوزير المكلف بالداخلية بكل تعديل في هدف الجمعية الأجنبية وقانونها الأساسي ومكان إقامتها وأي تغيير في هيئات إدارتها أو قياداتها وكذا كل الوثائق المذكورة في المادة 18 من هذا القانون.

ويتعين على الجمعية أن تعلم الوزير المكلف بالداخلية بكل توقف عن ممارسة نشاطاتها عندما يتجاوز هذا التوقف ستة (6) أشهر.

المادة 67 : يجب أن تتوفر الجمعية الأجنبية على حساب مفتوح لدى بنك محلي.

يخضع التمويل الذي تستلمه الجمعية الأجنبية من الخارج لتغطية نشاطاتها والذي يمكن أن يحدد سقفه عن طريق التنظيم، إلى التشريع الخاص بالصرف.

المادة 68 : لا يمكن أن يتجاوز توقيف نشاط الجمعية الأجنبية مدة سنة واحدة. ويتبع هذا التوقيف بإجراءات تحفظية.

يؤدي سحب الاعتماد إلى حل الجمعية الأجنبية وأبولة أملاكها طبقاً لقانونها الأساسي.

المادة 69 : تتوفر الجمعية في حالة تعليق الاعتماد أو سحبه كما هو منصوص عليه في المادة 65 أعلاه، على أجل أربعة (4) أشهر لرفع طعن بإلغاء القرار الإداري أمام الجهة القضائية الإدارية المختصة.

الملخص:

تهدف الدراسة الحالية إلى التعرف على ثقافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومساهمتها في تعزيز وإحداث تنمية تطوعية، من خلال معالجة أهم متغيراتها في البيئة الاتصالية الجديدة. فكانت الدراسة على عينة مكونة من عشر جمعيات من الجمعيات الخيرية النشطة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بمدينة برج بوعريريج، باستخدام أداة الاستمارة على الأعضاء والمنخرطين والمقابلة مع رؤساء الجمعيات أو نوابهم. وتمت الاستعانة بطرق المعالجة الإحصائية ومقياس ليكرت الخماسي في تحديد اتجاه العينة. وللإجابة عن تساؤلات الدراسة وفرضياتها من عادات وأساليب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الجمعيات عينة الدراسة، بالبحث في المتغيرات الديمغرافية وتأثيراتها كالجنس والسن والمستوى التعليمي والاقتصادي، ومدى الجاهزية الرقمية وتوفر الإمكانيات المادية والبشرية في إحداث التنمية التطوعية. كما تم التطرق إلى الأهداف التي تكمن وراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في صفحات الجمعيات الخيرية على مستوى الفرد، وعلى مستوى الجمعية (التنظيم)، وعلى المستوى المجتمعي. وبالمقابل تم الوقوف على أهم معوقات التنمية التطوعية على نفس المستويات الثلاثة.

وقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي وطريقة المسح بالعينة لتقديم صورة واقعية للظاهرة المدروسة والحصول على البيانات اللازمة.

ومن أهم النتائج المتوصل إليها:

- تعد مواقع التواصل الاجتماعي وجهة جديدة لزيادة فعالية نشاطات الجمعيات الخيرية، ويأتي في مقدمة التطبيقات المستخدمة الفيس بوك ثم الإنستغرام. ولمتغير الجنس تأثير في اختيار نوعية التطبيق وفي مدة الاستغراق في صفحات الجمعيات الخيرية.

- تمتلك معظم الجمعيات إمكانات مادية وبشرية متوسطة وتفتقر إلى وجود متخصصين في مجال تسيير وإدارة صفحات الجمعيات. وتوجد جمعيات متألفة بشكل كبير تعود إلى أقدميتها، وإلى استقطابها لنخبة من أفراد المجتمع كمؤثرين اجتماعيين.
 - تتصدر الأهداف المتعلقة بالجمعية وتنظيمها عن الأهداف المتعلقة بالفرد والمجتمع في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
 - تتصدر المعوقات المتعلقة بالجمعية في تنظيمها وتسييرها لصفحات الجمعيات في مواقع التواصل الاجتماعي عن باقي المعوقات الأخرى المتعلقة بالفرد والمجتمع.
- وخلصت الدراسة إلى توصيات منها ضرورة الاهتمام بالهيكلية الرقمية للجمعيات الخيرية، وتكوين مورد بشري كفاء، والعمل على إيجاد آلية التنسيق الاتصالي بين مختلف الجمعيات، لاسيما في نفس الاختصاص، وإحصاء للفئات المستهدفة، هذا من جهة، ومن جهة أخرى العمل على الوصول إلى ثقافة المجتمع المرن كأرضية خصبة للممارسة التطوعية.

abstract :

The current study aims to identify the culture of using social media and its contribution to enhancing and creating voluntary development, by addressing its most important variables in the new communicative environment. The study was conducted on a sample consisting of ten active charitable associations through social media in the city of Bordj Bou Arreridj, using a questionnaire tool for members and affiliates and interviews with the heads of the associations or their deputies. Statistical processing methods and a five-point Likert scale were used to determine the direction of the sample. To answer the study's questions and hypotheses regarding the habits and methods of using social media in the associations in the sample, the research examined demographic variables and their impacts such as gender, age, educational level, and economic status, as well as the level of digital readiness and the availability of material and human resources in achieving voluntary development. The study also addressed the objectives behind using social media on the individual level, the association

(organizational) level, and the community level. Conversely, it highlighted the main obstacles to voluntary development at the same three levels.

The descriptive approach and sampling survey method were relied upon to provide a realistic picture of the studied phenomenon and obtain the necessary data.

Among the most important results reached:

- Social media is a new avenue for increasing the effectiveness of charitable associations' activities, with Facebook and Instagram being the most used applications. The variable of gender has an impact on the choice of the type of application and the duration of engagement with the charitable associations' pages.
- Most associations have moderate financial and human resources and lack specialists in managing and administering the associations' pages. There are significantly outstanding associations due to their longevity and their ability to attract a select group of individuals from the community as social influencers.
- The goals related to the association and its organization take precedence over the goals related to the individual and society in the use of social media.
- The obstacles related to the association in organizing and managing the associations' pages on social media are more prominent than other obstacles related to the individual and society.

The study concluded with recommendations, including the necessity of focusing on the digital structure of charitable associations, training competent human resources, and working to establish a communication coordination mechanism among various associations, especially in the same field, and conducting a census of the target groups. On the other hand, efforts should be made to reach a resilient community culture as a fertile ground for volunteer practice.

Résumé:

L'étude actuelle vise à comprendre la culture d'utilisation des réseaux sociaux et sa contribution à la promotion et à la réalisation d'un développement volontaire, en traitant les principales variables dans le nouvel environnement communicationnel. L'étude a été réalisée sur un échantillon composé de dix associations caritatives actives sur les réseaux sociaux dans la ville de Bordj Bou Arreridj, en utilisant un questionnaire auprès des membres et des adhérents, ainsi que des entretiens avec les présidents des associations ou leurs adjoints. Des méthodes de traitement statistique et l'échelle de Likert à

cinq points ont été utilisées pour déterminer l'orientation de l'échantillon. Pour répondre aux questions de l'étude et à ses hypothèses concernant les habitudes et les méthodes d'utilisation des réseaux sociaux dans les associations de l'échantillon, nous avons examiné les variables démographiques et leurs impacts, tels que le sexe, l'âge, le niveau d'éducation et le niveau économique, ainsi que le degré de préparation numérique et la disponibilité des ressources matérielles et humaines pour réaliser le développement volontaire. L'étude a également abordé les objectifs sous-jacents à l'utilisation des réseaux sociaux sur les pages des associations caritatives au niveau individuel, au niveau de l'association (organisation) et au niveau communautaire. Par ailleurs, les principales entraves au développement volontaire à ces trois niveaux ont été identifiées.

La méthode descriptive et la méthode d'échantillonnage ont été adoptées pour fournir une image réaliste du phénomène étudié et obtenir les données nécessaires.

Parmi les principales conclusions, il ressort que :

- Les réseaux sociaux constituent une nouvelle destination pour accroître l'efficacité des activités des associations caritatives, avec Facebook et Instagram en tête des applications utilisées. Le sexe a un impact sur le choix du type d'application et sur le temps passé sur les pages des associations caritatives.
- La plupart des associations disposent de ressources matérielles et humaines moyennes et manquent de spécialistes dans le domaine de la gestion et de l'administration des pages des associations. Il existe des associations qui se distinguent grandement en raison de leur ancienneté et de leur capacité à attirer une élite de la société en tant qu'influenceurs sociaux.
- Les objectifs liés à l'association et à son organisation priment sur les objectifs liés à l'individu et à la société dans l'utilisation des réseaux sociaux.
- Les obstacles liés à l'association dans son organisation et sa gestion des pages des associations sur les réseaux sociaux sont plus prépondérants que les autres obstacles liés à l'individu et à la société.

L'étude a abouti à des recommandations, notamment la nécessité de s'intéresser à la structure numérique des associations caritatives, de former un personnel compétent et de travailler à la mise en place d'un mécanisme de coordination communicationnelle entre les différentes associations, notamment dans le même domaine, et de recenser les catégories cibles. D'une part, et d'autre part, de travailler à atteindre une culture de la société flexible comme terreau fertile pour le bénévolat.