

مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل عمل الجمعيات الخيرية في العمل التطوعي الخيري

– دراسة ميدانية على عينة من أعضاء جمعيتي "أيادي الخير" و "أصدقاء القالة" ببلدية القالة – ولاية الطارف –

The contribution of Social networking sites to activating the work of charitable organizations in charitable volunteer work

-A field study on a sample of members of "Ayadi Al Kheir" and "Asdikaa El kalaa" associations: in the municipality of El Kala, El Tarf Province

bouhenika-nadir@univ-eltarf.dz	جامعة الشاذلي بن جديد، الطارف – (الجزائر)	نذير بوحنيكة *
drablia.fadoua@univ-guelma.dz	جامعة 08 ماي 1945، قالة – (الجزائر)	فدوى درابلية

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى محاولة الكشف عن الدور الفعال الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل عمل الجمعيات الخيرية، نظرا لقدرتها في التأثير على الأفراد وميولاتهم واتجاهاتهم، وهو ما دفع بالجمعيات الخيرية لاستغلالها في بلورة وتنشيط العمل الخيري التطوعي. تم تقسيم هذه الورقة العلمية من الناحية المنهجية إلى أربعة محاور أساسية: حيث تناولنا في المحور الأول البناء الإشكالي والمفاهيمي للدراسة، ثم تطرقنا في المحور الثاني إلى الإجراءات المنهجية المتبعة في الدراسة الميدانية، وذلك بتوضيح المنهج والأدوات المستعملة في جمع البيانات، وكيفية اختيار العينة وخصائصها، ثم قمنا في المحور الثالث بعرض وتحليل النتائج الميدانية الخاصة بدور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل عمل الجمعيات الخيرية، وبعد ذلك قدمنا التحليل السوسولوجي للمعطيات الميدانية، لنصل في المحور الأخير إلى النتائج العامة للدراسة.

الكلمات المفتاحية: دور، مواقع التواصل الاجتماعي، الجمعيات الخيرية، العمل التطوعي الخيري .

الصفحة: 145-158	المجلد: 11 / العدد: 03 (عدد خاص) -2024	المؤلف 1: نذير بوحنكة المؤلف 2: فدوى درابلية	عنوان المقال: مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل عمل الجمعيات الخيرية في العمل التطوعي الخيري دراسة ميدانية على عينة من أعضاء جمعيتي "أيادي الخير" و "أصدقاء القالة" ببلدية القالة -ولاية الطارف-
-----------------	--	---	--

Abstract:

This study aims to try to reveal the effective role that social networking sites play in activating the work of charitable organizations, given their ability to influence individuals, their inclinations and trends, which has prompted charitable organizations to exploit them to crystallize and activate volunteer charitable work. This scientific paper was divided methodologically into four basic axes: in the first axis we addressed the problematic and conceptual structure of the study, then in the second axis we touched on the methodological procedures followed in the field study, by clarifying the method and tools used in collecting data, and how to choose the sample and its characteristics. Then, in the third axis, we presented and analyzed the field results on the role of social networking sites in activating the work of charitable organizations, and after that we presented the sociological analysis of the field data, to arrive in the final axis at the general results of the study.

Keywords: Role, Social networking sites, Charitable organizations, Charitable volunteer work

مقدمة:

إن المتفحص للمشهد الاجتماعي اليوم يلاحظ أن معظم الجمعيات الخيرية إن لم نقل كلها، أخذت من مواقع التواصل الاجتماعي فضاءً واسعاً لتنشيط مهامها الخيرية التطوعية، واستقطاب العديد من مختلف فئات المجتمع للانخراط ضمن أعمالها الخيرية هذا من جهة، ومن جهة أخرى فتح المجال أمام الجمهور المتابع من أجل التواصل والتفاعل مع المنشورات التي تقوم ببثها عبر صفحاتها الرسمية بهدف تقديم المساعدات المادية والمعنوية. وبناء على ما سبق ذكره، سنحاول في هذه الورقة العلمية تسليط الضوء على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل عمل الجمعيات الخيرية في العمل التطوعي الخيري، من خلال دراستنا الميدانية التي اخترنا فيها جمعيتين خيريتين "أيادي الخير" و "أصدقاء القالة" ببلدية القالة - ولاية الطارف. ومنه ارتأينا إلى تقسيم هذه الدراسة حسب مدلولها الوظيفي إلى أربعة محاور أساسية، حيث تناولنا في المحور الأول البناء الإشكالي والمفاهيمي للدراسة، أما المحور الثاني تطرقنا فيه إلى الإجراءات المنهجية المتبعة في الدراسة الميدانية، وخصص المحور الثالث لعرض وتحليل النتائج الميدانية الخاصة بدور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل عمل الجمعيات الخيرية، أما المحور الرابع والأخير تطرقنا فيه إلى النتائج العامة للدراسة.

أولاً: البناء الإشكالي والمفاهيمي للدراسة

1- إشكالية الدراسة: يهدف العمل التطوعي الخيري إلى نشر قيم التكافل والتماسك الاجتماعي بين أفراد المجتمع

الصفحة: 145-158	المجلد: 11 / العدد: 03 (عدد خاص) -2024	المؤلف 1: نذير بوحنكة المؤلف 2: فدوى درابلية	عنوان المقال: مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل عمل الجمعيات الخيرية في العمل التطوعي الخيري دراسة ميدانية على عينة من أعضاء جمعيتي "أيادي الخير" و"أصدقاء القالة" ببلدية القالة -ولاية الطارف-
-----------------	--	---	---

ومختلف أنساقه، حيث نادى به المجتمعات الغربية والعربية على حد سواء كونه مظهرا من مظاهر الرقي الحضاري، وسلوك قديم قدم الإنسانية، وحثت عليه الديانات السماوية وربطته بفعل الخير والعمل الصالح من خلال تقديم يد العون والمساعدة لكل من هو بحاجة لذلك، ونظرا لأهميته أفردت له مكانة خاصة في الدين الإسلامي الخفيف كونه أفضل الأعمال التي يتقرب بها الفرد المسلم إلى خالقه من خلال البذل والعطاء لأجل الآخر دون انتظار أي مردود مادي.

ولا تقتصر أهمية العمل التطوعي الخيري في كونه مظهرا من مظاهر الرقي الحضاري، أو عمل صالح يتقرب به العبد إلى ربه، فهو كذلك ركيزة أساسية في تطور المجتمعات وتنميتها في مختلف المجالات الاجتماعية والاقتصادية والتربوية والثقافية والصحية والبيئية... الخ، ولهذا زاد تنامي الاهتمام بالعمل التطوعي الخيري وتحول من طابعه التقليدي إلى تنظيم حديث يتجسد في تأسيس العديد من المنظمات والجمعيات الخيرية تحظى بعم وتشجيع كبير من الدولة.

ولقد أصبحت في الآونة الأخيرة معظم الجمعيات الخيرية تواكب التطور الرقمي، وأخذت من المواقع الإلكترونية، وشبكات التواصل الاجتماعي فضاء لها لاستقطاب أكبر عدد من المنخرطين ونشر أنشطتها وبرامجها ومشاريعها الخيرية التطوعية كتنظيم زيارات للمستشفيات، ودور المسنين، وحملات التوعية والتحميس، وحملات النظافة والتشجير، والتبرع بالدم... الخ، وتفعيل كل ما هو إنساني يعود بالنفع على الفرد والمجتمع.

وعليه تأسيسا على ما سبق سنحاول في هذه الدراسة إبراز أهمية الجمعيات الخيرية في تفعيل العمل التطوعي الخيري عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال الإجابة على الإشكال التالي:

كيف تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل عمل الجمعيات الخيرية في العمل التطوعي الخيري؟

2- تحديد المفاهيم:

إن عملية تحديد المفاهيم تكتسي أهمية بالغة في أي بحث سوسيولوجي، نظرا لما تقوم به من إزالة اللبس عن المصطلحات الغامضة والمبهمة، وتسهيل الفهم وإدراك المعاني للقارئ، ومن خلال موضوع الدراسة الموسوم بـ "مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل عمل الجمعيات الخيرية في العمل التطوعي الخيري" تم تحديد المفاهيم التالية:

"مواقع التواصل الاجتماعي، الجمعيات الخيرية، العمل التطوعي الخيري".

أ- مواقع التواصل الاجتماعي:

المقصود بمواقع التواصل الاجتماعي في هذه الورقة البحثية، مجموع المواقع الإلكترونية التي تمنح مستخدميها

الصفحة: 145-158	المجلد: 11 / العدد: 03 (عدد خاص) -2024	المؤلف 1: نذير بوحنكة المؤلف 2: فدوى درابلية	عنوان المقال: مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل عمل الجمعيات الخيرية في العمل التطوعي الخيري دراسة ميدانية على عينة من أعضاء جمعيتي "أيادي الخير" و "أصدقاء القالة" ببلدية القالة -ولاية الطارف-
-----------------	--	---	--

إمكانية التواصل بالصوت والصورة أو كليهما معا، وتتيح لهم فرصة تبادل الأفكار والآراء والمعلومات، وتسجيل مختلف الملاحظات والتعليقات بالإعجاب أو الرفض على ما تم نشره، وتتميز هذه الواقع بتوفير الجهد والوقت والتكلفة في إيصال الرسالة، ومن أشهر هذه المواقع الفاييسبوك، التويتر، واتس آب، سناب شات،... الخ، وتلعب هذه المواقع دورا هاما في فتح المجال أمام المنظمات والجمعيات الخيرية لإيصال صوتها من أجل استقطاب المساعدات والمعونات الإنسانية لمساعدة الفقراء وذوي الحاجة والعوز من خلال إنشاء صفحات الكترونية تحمل رسالة هذه الجمعيات وأهدافها وبرامجها.

ب- الجمعيات الخيرية:

حسب المدلول الوظيفي للجمعيات الخيرية في هذه الورقة العلمية يمكن تعريفها على أنها تكون بين أفراد أو مؤسسات هدفها نبيل وسامي، تسعى إلى تقديم خدمات ومد يد العون ومساعدة المحتاجين والمعوزين لتحقيق التكافل الاجتماعي بين أفراد المجتمع، وهي بذلك لا تستهدف تحقيق أي ربح مادي من وراء ما تقوم به، ومن بين هذه الجمعيات الخيرية "أيادي الخير" و "أصدقاء القالة".

ج- العمل التطوعي الخيري:

هو مجموعة المهام التي يؤديها أعضاء الجمعيتين "أيادي الخير" و "أصدقاء القالة" بكامل رغبتهم ومن تلقاء أنفسهم وفقا للقيم والمبادئ الأخلاقية المستنبطة من مبادئ الشريعة الإسلامية التي تحث على المبادرة في القيام بالخير دون انتظار أي مردود مادي، ومن بين هذه الأعمال التطوعية: حملات التبرع بالدم، حملات التنظيف والتشجير، جمع التبرعات، وتفعيل كل ما هو إنساني ويعود بالنفع العام.

ثانيا: الإجراءات المنهجية المتبعة في الدراسة الميدانية

1- المنهج المتبع في الدراسة:

تعدد المناهج العلمية وتختلف باختلاف الظواهر المراد دراستها في الحقل الاجتماعي، واختيار المنهج المناسب الذي يتلاءم مع موضوع الدراسة أمر في غاية الأهمية وذلك للوصول إلى حقائق علمية دقيقة، فالباحث يبقى مقيدا بموضوع دراسته ولا يستطيع الخروج عن إطاره العام، وطبيعة الموضوع هو الذي يفرض عليه استخدام منهج معين دون غيره.

وعليه فإن تحديد المنهج في البحث العلمي يعتبر خطوة ضرورية وهامة لتوضيح الطريق الذي يسلكه الباحث في مسار بحثه للوصول إلى نتائج علمية دقيقة وموضوعية، إذا فالمنهج هو " الطريق المؤدي إلى الغرض المطلوب من

الصفحة: 145-158	المجلد: 11 / العدد: 03 (عدد خاص) -2024	المؤلف 1: نذير بوحنكة المؤلف 2: فدوى درابلية	عنوان المقال: مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل عمل الجمعيات الخيرية في العمل التطوعي الخيري دراسة ميدانية على عينة من أعضاء جمعية "أبادي الخير" و"أصدقاء القالة" ببلدية القالة -ولاية الطارف-
-----------------	--	---	--

خلال دراسة المصاعب والعقبات، ويعني الفكر العلمي المعاصر الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة التي تهيمن على سير العقل وتحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة". (عطية، وليد (2017)، ص 211)

ومنه فالمنهج المناسب لهذه الدراسة هو "المنهج الوصفي" باعتباره يعتمد على "جمع أوصاف ومعلومات دقيقة عن الظاهرة المدروسة كما توجد فعلا في الواقع، ولا يكتفي بالمنهج الوصفي عند كثير من العلماء على الوصف فقط بل يتعد إلى تحديد العلاقة ومقداره أو محاولة اكتشاف الأسباب الكامنة وراء الظاهرة، وقد يعتبر سابق الاستعمال في المنهج التجريبي، ويعبر عنها كفيما وكما ويوضح خصائصها وارتباطها مع ظواهر أخرى" (عطية، وليد (2017)، ص 216).

وحسب طبيعة الموضوع المراد دراسته فقد اعتمدنا حقيقة على الوصف الكمي والكيفي بهدف الكشف عن خصائصها، وربط المتغيرات ببعضها البعض من خلال تفسير وتحليل دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل عمل الجمعيات الخيرية.

2- أدوات جمع البيانات:

أ-الملاحظة: بما أن الملاحظة هي "المشاهدة الدقيقة لظاهرة ما، مع الاستعانة بأساليب البحث والدراسة التي تتلاءم مع طبيعة الظاهرة" (ابراش، إبراهيم (2008)، ص 261)، فهي بذلك الطريق الممهد للدخول إلى الميدان ولا يمكن لأي بحث علمي الاستغناء عنها، وبحكم أننا من رواد الصفحات الالكترونية ساهمت هذه الأداة في سهولة الاطلاع على مختلف الصفحات الالكترونية من بينها صفحات الجمعيات الخيرية "كأبادي الخير" و"أصدقاء القالة" لاحظنا الجهد الذي يبذله الأعضاء المؤسسون والمنخرطون في كلتا الجمعيتين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والذي يجسدونه في صور ومنشورات وفيديوهات تترجم نشاطاتهم وبرامجهم التطوعية الخيرية.

ب- الاستمارة: تعتبر الاستمارة من الأدوات الأساسية الأكثر شيوعا واستخداما في البحوث الاجتماعية، وذلك نظرا لما توفره من جهد ووقت، وقدرة الباحث من خلالها على جمع أكبر قدر ممكن من المعطيات والبيانات الميدانية الخاصة بالمبحوثين، وقد تضمنت هذه الاستمارة محورين أساسيين توزعوا ضمنهما الأسئلة على النحو التالي:

المحور الأول: خاص بالبيانات الأولية للمبحوثين.

المحور الثاني: خاص بدور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل عمل الجمعيات الخيرية.

وقد قمنا بعرض الاستمارة على أساتذة مختصين في علم الاجتماع بغرض التحكيم والتقييم وإضافة بعض النقائص وحذف الأسئلة التي لا تخدم بحثنا، كما قمنا بتوزيع الاستمارات على 35 منخرط ومنخرطة ضمن الجمعيتين الخيريتين

الصفحة: 145-158	المجلد: 11 / العدد: 03 (عدد خاص) -2024	المؤلف 1: نذير بوحنكة المؤلف 2: فدوى درابلية	عنوان المقال: مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل عمل الجمعيات الخيرية في العمل التطوعي الخيري دراسة ميدانية على عينة من أعضاء جمعيتي "أيادي الخير" و"أصدقاء القالة" ببلدية القالة -ولاية الطارف-
-----------------	--	---	---

"أيادي الخير" و"أصدقاء القالة".

3- العينة، كيفية اختيار مفرداتها وخصائصها:

تعتبر العينة "نموذجاً، يشمل جانبا أو جزءا من وحدات المجتمع الأصل المعني بالبحث، تكون ممثلة له بحيث تحمل صفاته المشتركة، وهذا النموذج أو الجزء يغني الباحث عن دراسة كل وحدات ومفردات المجتمع الأصل، خاصة في حالة صعوبة أو استحالة دراسة كل تلك الوحدات" (قنديلجي، عامر (1999)، ص 137).

وقد تم اختيار عينة الدراسة وفق الأسس والأساليب والخصائص التالية:

- أ- وحدة العينة: تتمثل في مجموع الأعضاء المنخرطين والمنخرطات في جمعيتي "أيادي الخير" و"أصدقاء القالة".
- ب- كيفية اختيار العينة: تم الاعتماد على عينة غير احتمالية عمدية لأنه "يتعمد أن تتكون العينة من وحدات بعينها لتوفر خصوصيات في هذه الوحدات يجعلها تمثل تمثيلا صحيحا للمجتمع الأصلي، فقد يختار الباحث مناطق محددة يرى أنها تتميز بخصائص ومزايا إحصائية تمثيلية للمجتمع" (ابراش، إبراهيم (2008)، ص 253).
- ج- حجم أفراد العينة: بلغ عدد أفراد العينة 35 فردا، وتوزعوا تبعا للجنس على النحو التالي: 22 منخرط من الذكور، و13 منخرطة من الإناث.

ثالثا: عرض وتحليل النتائج الميدانية الخاصة بدور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل عمل

الجمعيات الخيرية.

جدول رقم (01): يوضح مدى زيادة عدد المتطوعين في الأعمال الخيرية نتيجة استخدام الجمعية لمواقع التواصل الاجتماعي.

النسبة المئوية	التكرار	مدى زيادة عدد المتطوعين في الأعمال الخيرية نتيجة استخدام الجمعية لمواقع التواصل الاجتماعي
100%	35	نعم
-	-	لا
100%	35	المجموع

يتبين من خلال البيانات الإحصائية الواردة في الجدول رقم (01) أن كل أفراد العينة بنسبة (100%) أجمعوا أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف الجمعية ساهم في زيادة عدد المتطوعين في الأعمال الخيرية التي تبادر بها، ومنه فإن أعضاء كل من الجمعيتين الخيريتين ينشرون كل مشاريعهم وخططهم الخيرية مع الشرح المفصل لكل الخطوات والإجابة على أسئلة الجمهور المتابع إذ أنهم يستخدمون الشفافية في تسيير أمورهم وهذا ما يدفع الأفراد للتطوع معهم في أعمالهم الخيرية.

158-145 الصفحة	المجلد: 11 / العدد: 03 (عدد خاص) -2024	المؤلف 1: نذير بوحنكة المؤلف 2: فدوى درابلية	عنوان المقال: مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل عمل الجمعيات الخيرية في العمل التطوعي الخيري دراسة ميدانية على عينة من أعضاء جمعية "أيادي الخير" و"أصدقاء القالة" ببلدية القالة -ولاية الطارف-
----------------	--	---	--

جدول رقم (02): يوضح المنشورات التي تلقى رواجاً من قبل رواد مواقع التواصل الاجتماعي.

النسبة المئوية	التكرار	المنشورات التي تلقى رواجاً من قبل رواد مواقع التواصل الاجتماعي
22.80%	13	حملات التوعية و التحسيس
21.05%	12	زيارة المستشفيات والمراكز الخاصة
31.57%	18	الأنشطة والأعياد الموسمية والبرامج الخدمائية
24.56%	14	أخرى
100%	57	المجموع

ملاحظة: لم تقتصر إجابات الباحثين على احتمال واحد لذلك المجموع الكلي فاق حجم العينة.

تعكس المعطيات الواردة في الجدول رقم (02) أن نسبة (31.57%) من أفراد العينة أجابوا أن الأنشطة و الأعياد الموسمية والبرامج الخدمائية تلقى رواجاً من قبل رواد مواقع التواصل الاجتماعي، تليها نسبة (24.56%) ممن كانت لديهم إجابات أخرى، ثم نسبة (22.80%) أجابوا حملات التوعية والتحسيس، وفي الأخير نسبة (21.05%) اختاروا زيارة المستشفيات والمراكز الخاصة وعليه فإن الجمعيتين الخيريتين تنشران كل برامجهما ومخططاتهما الخيرية والتطوعية على صفحاتهما الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي ما يدفع بالجمهور المتابع لهما للتفاعل بالتعليق والإعجاب.

جدول رقم (03): يوضح الغرض الذي ترجاه الجمعية الخيرية من عرض نشاطاتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

النسبة المئوية	التكرار	أغراض المرجوة من الجمعية الخيرية
46.66%	21	الاستمالة العاطفية
6.66%	03	الاستمالة العقلية
46.66%	21	الدعم المادي
-	-	أخرى تذكر
100%	45	المجموع

ملاحظة: لم تقتصر إجابات الباحثين على احتمال واحد لذلك المجموع الكلي فاق حجم العينة.

تبين المعطيات الإحصائية الواردة في الجدول رقم (03) أن أفراد العينة اتفقوا أن الغرض الذي ترجاه الجمعية من عرض نشاطاتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي هو الاستمالة العاطفية بنسبة (46.66%) وتقابلهما نفس النسبة (46.66%) من الذين اختاروا الدعم المادي، وفي الأخير الاستمالة العقلية بنسبة (6.66%)، وتندعم النسبة بالنسبة للذين أجابوا أغراض أخرى وعليه فإن الجمعيتين الخيريتين تعرضان نشاطاتها الخيرية على مواقع التواصل الاجتماعي باستخدام كل الطرق المناسبة والشرعية لإقناع وحث الجمهور المتابع لها لتحقيق الأهداف الخيرية التي تصبو إليها.

الصفحة: 145-158	المجلد: 11 / العدد: 03 (عدد خاص) -2024	المؤلف 1: نذير بوحنكة المؤلف 2: فدوى درابلية	عنوان المقال: مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل عمل الجمعيات الخيرية في العمل التطوعي الخيري دراسة ميدانية على عينة من أعضاء جمعيتي "أبادي الخير" و"أصدقاء القالة" ببلدية القالة -ولاية الطارف-
-----------------	--	---	---

جدول رقم (04): يوضح الشريحة الاجتماعية التي تدعم أو تمول نشاطات الجمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

النسبة المئوية	التكرار	الشريحة الاجتماعية التي تدعم أو تمول نشاطات الجمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي
15.27%	11	التجار
15.27%	11	الموظفين
50%	36	رجال الأعمال
19.44%	14	أخرى تذكر
100%	72	المجموع

ملاحظة: لم تقتصر إجابات المبحوثين على احتمال واحد لذلك المجموع الكلي فاق حجم العينة.

نلاحظ من خلال المعطيات الواردة في الجدول رقم (04) أن معظم أفراد العينة اتفقوا أن نشاطات الجمعية تمول من طرف رجال الأعمال وذلك بنسبة (50%)، وتليها نسبة (19.44%) كانت لهم إجابات أخرى، ثم نسبة (15.27%) اختاروا التجار وتقابلها نفس النسبة (15.27%) الموظفين. ومنه فإن نشاطات الجمعيتين الخيريتين عبر مواقع التواصل الاجتماعي تمولها كل فئات وشرائح المجتمع كل حسب إمكانيته وقدراته المعيشية حتى من ذوي الطبقة المتوسطة والتي لها مدخول محدود.

جدول رقم (05): يوضح مدى توضيح الجمعية لبرامجها التطوعية المطلوب تنفيذها ومدتها وكيفية الانتساب إليها.

النسبة المئوية	التكرار	مدى توضيح الجمعية لبرامجها التطوعية
100%	35	نعم
-	-	لا
100%	35	المجموع

يوضح الجدول رقم (05) أن كل أفراد العينة اتفقوا بالإجماع أن الجمعية تقوم بتوضيح برامجها التطوعية المطلوب تنفيذها ومدتها وكيفية الانتساب إليها بنسبة (100%)؛ وعليه فإن الجمعيتين الخيريتين تستخدمان الشفافية في عرض منشوراتها إذ أنهما تشرعان كل تفاصيل مشاريعهما للجمهور المتابع لهما وتتفاعلان معه من خلال الإجابة عن استفساراته وأسئلته كما أنهما تفتحان أمامه باب الانخراط للانتساب إليهما والانضمام إلى أعضائهما.

جدول رقم (06): يوضح مدى نجاح الجمعية في إيصال صورة إيجابية عنها وعن برامجها في العمل التطوعي الخيري للجمهور المستهدف

عبر مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	مدى نجاح الجمعية في إيصال صورة إيجابية عنها وعن برامجها في العمل التطوعي الخيري للجمهور المستهدف عن عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
25.71	09	الموضوعية
37.14	13	المصادقية
11.42	04	الشفافية
25.71	09	النزاهة
/	/	لا

الصفحة: 145-158	المجلد: 11 / العدد: 03 (عدد خاص) -2024	المؤلف 1: نذير بوحنيفة المؤلف 2: فدوى درابلية	عنوان المقال: مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل عمل الجمعيات الخيرية في العمل التطوعي الخيري دراسة ميدانية على عينة من أعضاء جمعيتي "أبادي الخير" و"أصدقاء القالة" ببلدية القالة -ولاية الطارف-
-----------------	--	--	---

المجموع	35	%100
---------	----	------

تعكس المعطيات الإحصائية الواردة في الجدول (06) أن كل مفردات العينة أجمعوا أن الجمعية تمكنت من إيصال صورة إيجابية عنها وعن برامجها الخاصة بالعمل التطوعي الخيري للجمهور المستهدف عبر مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة (100%)، إذ أن نسبة (37.14%) يرجعون ذلك للمصداقية في حين أن نسبة (25.71%) يرجعون ذلك للموضوعية، وتقابلها نفس النسبة (25.71%) بالنسبة للذين أجابوا النزاهة وفي الأخير نسبة (11.42%) يرجعون ذلك للشفافية، وعليه فإن الجمعيتين الخيريتين تقومان على تسيير مهامهما و أعمالهما الخيرية وفق مجموعة من القواعد والقيم والمبادئ والتي مكنتهما من اكتساب شعبية واسعة النطاق وبالتالي المساهمة في بلورة وتنشيط الأهداف المرجوة من العمل الخيري التطوعي.

جدول رقم (07): يوضح مدى تمكن الجمعية من بناء إستراتيجية ناجحة عززت المساهمة

في العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

النسبة المئوية	التكرار	مدى تمكن الجمعية من بناء إستراتيجية ناجحة لتعزيز مساهمة العمل التطوعي عبر التواصل الاجتماعي
%100	35	نعم
-	-	لا
%100	35	المجموع

نلاحظ من خلال المعطيات الإحصائية الواردة في الجدول رقم (07) أن أفراد العينة أجمعوا بنسبة (100%) أن الجمعية تمكنت من بناء إستراتيجية ناجحة عززت المساهمة في العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ومنه فإن كل من الجمعيتين الخيريتين استطاعتا من خلال النظام الداخلي الذي تسييران به أن تبنيان قاعدة جماهيرية كبيرة على مواقع التواصل الاجتماعي وهذا ما ساهم في انصهار الجمهور المتابع لها والمشاركة في أعمالهما التطوعية.

جدول رقم (08): يوضح مدى استعانة الجمعية الخيرية بشراكات مع منظمات وجهات أخرى عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

النسبة المئوية	التكرار	مدى استعانة الجمعية الخيرية بشراكات مع منظمات وجهات أخرى
-	-	نعم
%100	35	لا
%100	35	المجموع

نلاحظ من خلال المعطيات الواردة في الجدول رقم (08) إجماع أفراد العينة بنسبة (100%) على عدم استعانة الجمعية بشراكات مع منظمات وجهات أخرى عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وعليه فإن الجمعيتين الخيريتين تسييران وفق قانون داخلي خاص بهما ينص على عدم الدخول في شراكات مع أي جهة مهما كانت

الصفحة: 145-158	المجلد: 11 / العدد: 03 (عدد خاص) -2024	المؤلف 1: نذير بوحنكة المؤلف 2: فدوى درابلية	عنوان المقال: مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل عمل الجمعيات الخيرية في العمل التطوعي الخيري دراسة ميدانية على عينة من أعضاء جمعيتي "أبادي الخير" و"أصدقاء القالة" ببلدية القالة -ولاية الطارف-
-----------------	--	---	---

صفتها ومجالها فهما تقرران المشاريع الخيرية وتعرضهما على الجمهور المتابع لهما وتتلقيا الدعم من أهل البر والإحسان دون تدخلات خارجية.

جدول رقم (09): يوضح الأعمال التطوعية الخيرية التي تقوم الجمعية بتفعيلها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

النسبة المئوية	التكرار	الأعمال التطوعية الخيرية التي تقوم الجمعية بتفعيلها عبر مواقع التواصل الاجتماعي
27.77%	20	حملات التبرع بالدم
19.44%	14	حملات التنظيف والتشجير
22.22%	16	جمع التبرعات المالية
30.55%	22	تفعل كل ما هو إنساني ويعود بالنفع العام
100%	72	المجموع

ملاحظة: لم تقتصر إجابات المبحوثين على احتمال واحد لذلك المجموع الكلي فاق حجم العينة.

يعكس الجدول رقم (09) أن نسبة (30.55%) من أفراد العينة أجمعوا أن الجمعية تقوم بكل ما هو إنساني ويعود بالنفع العام، تليها نسبة (27.77%) اختاروا حملات التبرع بالدم، ثم جمع التبرعات المالية بنسبة (22.22%) وفي الأخير حملات التنظيف والتشجير بنسبة (19.44%). وعليه فإن كل من الجمعيتين الخيريتين تنفردان بكل الأعمال التطوعية الخيرية والممارسات الإنسانية التي ترتبط ارتباطا وثيقا بكل معاني الخير والكرم والإحسان من أجل مساعدة الفئات المحتاجة ورغبة في نيل الأجر والثواب وتقومان بنشر كل أعمالهما وبرامجهما الخيرية على مواقع التواصل الاجتماعي لكسب استقطاب كل المتابعين لنشاطاتهما الخيرية وكسب أكبر قدر ممكن من الرضا الإلهي والاجتماعي.

جدول رقم (10): يوضح دوام عمل الجمعية التطوعي الخيري عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

النسبة المئوية	التكرار	دوام عمل الجمعية التطوعي الخيري عبر مواقع التواصل الاجتماعي
71.42	25	يومية
20	07	أسبوعيا
/	/	شهريا
8.57%	03	لا (غير دائم)
100%	35	المجموع

تعكس معطيات الجدول رقم (10) أن أغلب مفردات العينة بنسبة (91.42%) ممن أجابوا بنعم، حيث تتوزع النسبة: أن هناك يرون أن عمل الجمعية دائم (يومية) على مواقع التواصل الاجتماعي إذ بلغت نسبة (71.42%)، تلي نسبة (20%) ممن يرون أن عمل الجمعية (أسبوعيا)، في حين تنعدم النسبة (0%) ممن أجابوا شهريا، وفي الأخير فإن نسبة (8.57%) أجابوا بأن عمل الجمعية (غير دائم)، وعليه فإن الجمعيتين

الصفحة: 145-158	المجلد: 11 / العدد: 03 (عدد خاص) -2024	المؤلف 1: نذير بوحنكة المؤلف 2: فدوى درابلية	عنوان المقال: مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل عمل الجمعيات الخيرية في العمل التطوعي الخيري دراسة ميدانية على عينة من أعضاء جمعيتي "أبادي الخير" و"أصدقاء القالة" ببلدية القالة -ولاية الطارف-
-----------------	--	---	---

الخيريتين تعاملان بشكل دائم عبر مواقع التواصل الاجتماعي إذ أنهما تشاركان برامجهما الخيرية مع جمهورهما المتابع لهما بداية بالرسم الأولي لحظة المشروع إلى غاية تحقيقه على أرض الواقع وعرض نتائجه.

جدول رقم (11): يوضح مدى تشهير الجمعية بالأفراد المستفيدين بما عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

النسبة المئوية	التكرار	مدى تشهير الجمعية بالأفراد المستفيدين في مواقع التواصل الاجتماعي
-	-	نعم
100%	35	لا
100%	35	المجموع

تعكس البيانات الإحصائية الواردة في الجدول رقم (11) أن كل أفراد العينة أجمعوا أن الجمعية لا تشهر بالأفراد المستفيدين منها من خلال نشر الأعمال الخيرية التي تقوم بها على مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة (100%) ومنه فإن أعضاء الجمعيتين الخيريتين ورغم الشفافية التي يسرون بها مهامهم الخيرية إلا أنهم يحترمون خصوصية الحالات التي تلجأ إليهم طلبا للمساعدة فلا ينشرون الأعمال الخيرية التي يقدمونها لهم إلا بعد حيازة القبول والرغبة من قلبهم أو من قبل أولياء أمورهم فإذا رفضت الحالة الاجتماعية عرضها على مواقع التواصل الاجتماعي فإن الخدمة الخيرية المقدمة لها تبقى في طي السرية والكتمان.

جدول رقم (12): يوضح مدى حرص الجمعية على تجنب التشهير بالأفراد أثناء عرضها لنشاطاتها على مواقع التواصل الاجتماعي.

النسبة المئوية	التكرار	مدى حرص الجمعية على تجنب التشهير بالأفراد
100%	35	نعم
-	-	لا
100%	35	المجموع

تعكس المعطيات الإحصائية الواردة في الجدول رقم (12) أن كل أفراد العينة بنسبة (100%) أجمعوا أن الجمعية تحرص على تجنب التشهير بالأفراد أثناء عرضها لنشاطاتها على مواقع التواصل الاجتماعي في حين تنعدم النسبة ممن أجابوا عكس ذلك. وعليه فإن الجمعيتين الخيريتين تحترمان رغبة الأفراد وتحرصان على عدم التشهير بهم على مواقع التواصل الاجتماعي إذ أنهما تعمدان إلى نشر نداءاتهم في شكل منشورات مجهولة الاسم واللقب لتجنبيهم الحرج والحساسية.

الصفحة: 145-158	المجلد: 11 / العدد: 03 (عدد خاص) -2024	المؤلف 1: نذير بوحنكة المؤلف 2: فدوى درابلية	عنوان المقال: مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل عمل الجمعيات الخيرية في العمل التطوعي الخيري دراسة ميدانية على عينة من أعضاء جمعية "أبادي الخير" و"أصدقاء القالة" ببلدية القالة -ولاية الطارف-
-----------------	--	---	--

جدول رقم (13): يوضح الهدف من منشورات الجمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

النسبة المئوية	التكرار	الهدف من منشورات الجمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي
35.06%	26	الترويج للجمعية لكسب المزيد من الدعم
46.93%	23	ترسيخ قيم التضامن والتكافل والعمل الخيري
-	-	التباهي بإنجازات المنتمين للجمعية
100%	49	المجموع

ملاحظة: لم تقتصر إجابات المبحوثين على احتمال واحد لذلك المجموع الكلي فاق حجم العينة.

يوضح الجدول رقم (13) من الاستمارة أن نسبة (53.06%) من أفراد العينة أجابوا أن الهدف من منشورات الجمعية هو الترويج لها لكسب المزيد من الدعم، تليها نسبة (46.93%) بغرض ترسيخ قيم التضامن والتكافل والعمل الخيري، في حين تنعدم الإجابة بالنسبة للذين اختاروا التباهي بإنجازات المنتمين للجمعية، وعليه فإن الجمعيتين الخيريتين تسعيان بالدرجة الأولى من خلال منشورتهما على مواقع التواصل الاجتماعي إلى تقديم أكبر قدر ممكن من الدعم المادي والمعنوي ومساعدة الفقراء و المحتاجين بإزاحة البؤس والحاجة عنهم وسؤال الغير بما يحفظ ماء وجههم.

جدول رقم (14): يوضح مدى فعالية الدور الذي تقوم به الجمعية في استقطاب الجمهور للعمل التطوعي الخيري.

النسبة المئوية	التكرار	مدى فعالية الدور الذي تقوم به الجمعية في استقطاب الجمهور للعمل التطوعي الخيري
100%	35	نعم
-	-	لا
100%	35	المجموع

يوضح الجدول رقم (14) أن كل أفراد العينة بنسبة (100%) أجابوا أن الجمعية كان لها دور فعال في استقطاب الجمهور للعمل التطوعي الخيري. وعليه فإن كل من الجمعيتين الخيريتين نجحتا في استقطاب عدد هائل من الجمهور المتابع لهما رغبة منه في العمل التطوعي الخيري وهذا نتيجة الشفافية والمصادقية التي تسيران بها مشاريعهما الخيرية والتي عادت بالمنفعة على الفقراء وذوي الحاجة وهذا ما لاقى استحسان الجمهور الذي يثني على دور الجمعيتين الإيجابي في كل المناسبات.

رابعاً: النتائج العامة للدراسة

خلصت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج العلمية الهامة التي كانت توحى في معظمها بعد التأويل السوسولوجي للمعطيات الميدانية أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم بشكل كبير في تفعيل عمل الجمعيات الخيرية في العمل التطوعي الخيري، وسنوضح ذلك ضمن النتائج التالية:

الصفحة: 145-158	المجلد: 11 / العدد: 03 (عدد خاص) -2024	المؤلف 1: نذير بوحنيفة المؤلف 2: فدوى درابلية	عنوان المقال: مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل عمل الجمعيات الخيرية في العمل التطوعي الخيري دراسة ميدانية على عينة من أعضاء جمعيتي "أبادي الخير" و"أصدقاء القالة" ببلدية القالة -ولاية الطارف-
-----------------	--	--	---

1- النتائج المتعلقة بخصائص العينة:

- ✓ الجنس: تبين الدراسة أن معظم أفراد العينة من الذكور بنسبة 62.85%
- ✓ السن: معظم أفراد العينة بلغ سنهم أقل من 30 سنة وذلك بنسبة 60%
- ✓ الحالة الاجتماعية: ينحدر معظم أفراد العينة من فئة العزاب بنسبة 68.57%
- ✓ المستوى التعليمي: تبين الدراسة أن معظم أفراد العينة جامعيين بنسبة 62.85%
- ✓ الوضعية المهنية: أكدت لنا الدراسة أن معظم أفراد العينة موظفين بنسبة 31.42%
- مدة العضوية في الجمعية: تبين الدراسة أن معظم أفراد العينة انظموا للجمعية منذ سنتين وقدرت نسبتهم بـ 54.28%
- مجال العمل في الجمعية: أكدت الدراسة أن معظم أفراد العينة مجال عملهم هو المشاركة في الأعمال التطوعية بنسبة 32.25% .

2- نتائج الدراسة الخاصة بدور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل عمل الجمعيات الخيرية:

- أوضحت لنا الدراسة أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف الجمعيتين ساهم في زيادة عدد المتطوعين بنسبة 100%.
 - خلصت الدراسة إلى أن الجمعيتين الخيريتين تقومون بتوضيح برامجهما التطوعية المطلوب تنفيذها ومدتها وكيفية الانتساب إليها بنسبة 100%.
 - كشفت الدراسة أيضا أن الجمعيتين الخيريتين نجحتا في إيصال صورة إيجابية عنهما وعن برامجهما الخاصة بالعمل التطوعي الخيري المستهدف عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 100%.
 - أظهرت دراستنا أن الجمعيتين الخيريتين تمكنتا من بناء إستراتيجية ناجحة عززت المساهمة في العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 100%.
 - بينت الدراسة أن الجمعيتين الخيريتين تقومون بتفعيل كل ما هو إنساني ويعود بالنفع العام عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 30.55%.
 - كشفت الدراسة أن عمل الجمعيتين التطوعي الخيري دائم على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 91.42%.
 - كشفت الدراسة أن الجمعية تقوم بدور فعال في استقطاب الجمهور للعمل التطوعي الخيري بنسبة 100%.
- ومنه نستنتج أن لمواقع التواصل الاجتماعي دور إيجابي وفعال في تحيين دور الجمعيات الخيرية من خلال تمكينها من عرض نشاطاتها وبرامجها ومشاريعها الخيرية في شكل منشورات ساهمت في توعية الأفراد وتشجيعهم على المشاركة في العمل التطوعي الخيري.

الصفحة: 145-158	المجلد: 11 / العدد: 03 (عدد خاص) -2024	المؤلف 1: نذير بوحنيكة المؤلف 2: فدوى درابلية	عنوان المقال: مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل عمل الجمعيات الخيرية في العمل التطوعي الخيري دراسة ميدانية على عينة من أعضاء جمعيتي "أبادي الخير" و"أصدقاء القالة" ببلدية القالة -ولاية الطارف-
-----------------	--	--	---

- خاتمة:

نستشف من خلال نتائج الدراسة الميدانية الدور الفعال الذي تقوم به الجمعيات الخيرية في العمل التطوعي الخيري عبر مواقع التواصل الاجتماعي، نظرا لقدرة هذه الأخيرة على التأثير في ميولات واتجاهات الأفراد خاصة الشباب منهم، ويتجلى ذلك من خلال زيادة عدد المتطوعين في الأعمال الخيرية من مختلف فئات المجتمع، بالإضافة إلى المنشورات التي تلقى رواجاً كبيراً، وتدعيمها مادياً ومعنوياً مما يدل على حب الفرد الجزائري لعمل الخير وتمسكه بتعاليم دينه الحنيف الذي يدعوا إلى التعاون والتآزر والتآخي.

وكذلك تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي سبب من أسباب نجاح الجمعيات الخيرية في عطاء صورة إيجابية عنها، وعن برامجها الخاصة بالعمل التطوعي الخيري، والتي بدورها ساهمت في بناء استراتيجية ناجحة عززت المساهمة في العمل التطوعي الخيري عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- اقتراحات عملية:

ترتيباً على النتائج السالفة الذكر نسوق المقترحات التالية:

1. ضرورة انخراط مختلف فئات المجتمع خاصة الشباب في الأعمال التطوعية التي تقوم بها الجمعيات الخيرية.
2. توعية أفراد المجتمع من خلال مختلف وسائل الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي بأهمية عمل الجمعيات الخيرية في العمل التطوعي الخيري.
3. ضرورة تدعيم وتمويل نشاطات الجمعيات الخيرية من طرف المحسنين.
4. غرس العقائد الإيمانية في نفوس أفراد المجتمع عن طريق الخطابات المسجدية التي تدعوا إلى التعاون والتآزر مع مختلف الأعمال التطوعية التي تقوم بها الجمعيات الخيرية.
5. إنجاز الدراسات العلمية الأكاديمية في مختلف التخصصات التي تهتم بأعمال الجمعيات الخيرية في المجال التربوي، الصحي، الديني، الخيري، الثقافي... الخ.

قائمة المراجع:

1. ابراش، إبراهيم (2008). المنهج العلمي وتطبيقاته في العلوم الاجتماعية. عمان: دار الشروق.
2. قنديلجي، عامر (1999). البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات. عمان: دار اليازوري العلمية.
3. عطية، وليد (2017). مناهج البحث العلمي بين جدل التصنيف وطرائق الاستخدام: منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية. الجزائر: مؤسسة حسين راس الجبل للنشر والتوزيع.