



معلومات البحث

تاريخ الاستلام: 2023/07/03

تاريخ القبول: 2024/06/30

Printed ISSN: 2352-989X

Online ISSN: 2602-6856

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل العمل التطوع-
دراسة ميدانية على جمعية شباب الخير من أجل الغير ولاية
الجلقة- الفايسبوك أنموذجا- *The role of social
networking sites inactivating voluntary
A field study on the Charity of -work
Youth Association for Others. Djelfa
State-- Facebook model –*

مفتاح لبيض¹، صباح غربي²

¹جامعة محمد خيضر بسكرة (الجزائر)، Meftah.labiad@univ-biskra.dz

²جامعة محمد خيضر بسكرة (الجزائر)، Sabah.gherbi@univ-biskra.dz

الملخص:

تهدف الدراسة الى الكشف عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل العمل التطوعي الخيري، داخل جمعية شباب الخير من أجل الغير بولاية الجلقة.

وخلصت الدراسة الى أن مواقع التواصل الاجتماعي تساعد جمعية الخيرية في استقطاب المتطوعين عبر الحملات الإعلامية التي تنشرها على صفحتها على الفايسبوك.

الكلمات المفتاحية: دور؛ مواقع التواصل الاجتماعي؛ الفايسبوك؛ العمل التطوعي.

ABSTRACT:

The study aims to reveal the role of social networking sites in activating charitable voluntary work within the Charitable Youth Association for Others in the state of Djelfa. The study concluded that social networking sites help the charity in attracting volunteers through media campaigns that it publishes on its Facebook page.

Keywords: role; social media sites; Facebook; Volunteer work.

1. مقدمة:

إن كل من يتأمل التطورات السريعة التي عرفتها الحياة الاجتماعية بفعل التقنيات الحديثة في مجال الاتصال والاعلام ، لابد له أن يلاحظ التغير الكبير في العلاقات الاجتماعية في مجتمعاتنا، حيث تأثرت بطريقة ما بالتطورات الهائلة المستمرة التي حدثت في مجال الاتصال والاعلام، فمن الاتصال المباشر الى الاتصال عبر الوسائط التكنولوجية ، التي شملت جميع مجالات الحياة الاجتماعية ، ليتحول الأفراد إلى أفراد افتراضيين ، يتفاعلون في مجتمعات افتراضية، وأصبح لهذا النوع من الاتصالات دورا فعالا في مختلف المجتمعات، حيث سهل التواصل بين أفراد المجتمعات، غير أنه طرح من جهة أخرى العديد من القضايا حول إلغاء بعض لغات الاتصال المواجه، مثلا؛ تعاير الوجه والائماءات، وغيرها من طرق الاتصال التي عرفتها البشرية منذ الأزل، ليصبح الاتصال الوسيط نقطة تحوّل هامة في مجال الاتصال الاجتماعي.

إن ما جاء به التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال، قد فتح آفاقا جديدة، وأحدث تغييرات عميقة في مختلف جوانب الحياة الإنسانية، الثقافية الفكرية والاجتماعية، بحيث أدخلت هذه التكنولوجيات على العلاقات الاجتماعية بين الأفراد، وأوجدت لنا فضاء آخر مغاير للتعامل والتفاعل سمي بشبكات التواصل الاجتماعي؛ والتي هي عبارة عن مجتمعات افتراضية أوجبتها ظروف الحياة الاجتماعية تماشيا مع التكنولوجيا الحديثة، كما أثرت بشكل كبير على كافة أنماط الاتصال الإنساني، حيث فتحت مجالا واسعا لتحسيد مفهوم القرية الكونية الذي أشار إليها مارشال ماكلوهان.

ومع ظهور الجيل الثاني للإنترنت، الذي أتاح إمكانيات جديدة في الاتصال عبر الشبكة العنكبوتية ، من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، زاد الاهتمام بدراسة مواقع التواصل الاجتماعي، وتأثيرها على الأشخاص، وكيفية استغلالها من طرف بعض الجمعية الخيرية ومنظمات المجتمع المدني لأنه لا تكاد تكون جمعية أو منظمة لا تمتلك صفحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ويظهر الدور الكبير لهذه المواقع، من خلال تجسيد مفهوم الاتصال الوسائط التكنولوجية الحديثة، ومساهمتها في بناء مواقع اجتماعية افتراضية، ومن بينها موقع، "فيسبوك"، "تويتر"، "يوتيوب" "ماي سبيس"، وغيرها من المواقع، حيث يعد موقع الفيسبوك من أهم مواقع التواصل الاجتماعي، نظرا لسهولة استخدامه ونجاحه الكبير في تفعيل عملية التواصل بين الافراد والأصدقاء، والحفاظ على العلاقات الاجتماعية والعلاقات بين الطلبة وهي الفكرة التي انطلق منها الموقع في بدايته، ولقد بات العمل التطوع من الأعمال البارزة اليوم في واقع الافراد، وخاصة مع وجود الأزمات، نتيجة الحروب والكوارث ، وصارت الأمم والشعوب أفراداً وجماعات يتسابقون إليه، وقامت من أجله المؤسسات والجمعيات الخيرية، ومن بين الجمعيات التي أثارت انتباهنا، والتي سنشير إليها في دراستنا هي: وهي جمعية خيرية تبادر في نشر الاعمال التطوعية، ولما أصبح موقع الفيس بوك من أهم مواقع التواصل الاجتماعي، ارتأت الجمعية لاستخدامه كوسيلة لتحقيق أهدافها. وهذا ما سنحاول والتطرق إليه في دراستنا هذه ولقد قمنا باختيار جمعية "شباب الخير من أجل الغير" كنموذج عن الجمعيات الخيرية في ولاية الجلفة، ودور موقع الفيسبوك في تفعيل العمل التطوعي.

2. الإشكالية:

لقد أحدثت التطورات التكنولوجية في منتصف التسعينات من القرن العشرين نقلة نوعية في مجال الاعلام والاتصال، اذ فرضت هذه التطورات نفسها على الواقع الاجتماعي والسياسي وكذلك في الجانب الاقتصادي، حيث انتشرت الانترنت في كافة أرجاء العالم، وربطت اجزاء هذا العالم بفضائها الافتراضي الواسع ومهدت الطريق لكفات المجتمعات للتقارب وتبادل الثقافات والافكار والمعارف بين الافراد من خلال استخدام المواقع الالكترونية والمدونات الشخصية بالإضافة الى شبكات التواصل الاجتماعي مثل: الفيس بوك، تويتر، اليوتيوب، وغيرهم من المواقع، وأتاح البعض منها تبادل مقاطع الفيديو والصورة ومشاركة الملفات والمعلومات والتعليق عليها.

ومن أشهر مواقع التواصل الاجتماعي انتشارا في العالم وتأثيرا مواقع الفيس بوك ظهر سنة 2004 على يد مارك زوكربغ، حيث كانت فكرة إنشاء قائمة على عملية الاتصال والتواصل بين أصدقاء الجامعة من خلال تبادل المعلومات والصور والتعليق عليها.

اصبح الفيس بوك يضم نصف مليار مشترك ليصبح من أكثر المواقع انتشارا بين الافراد من خلال الخدمات التي يقدمها وسهولة التواصل الاجتماعي التي يتيحها.

لعل ابرز الخدمات التي تقدمها وسائل التواصل الاجتماعي، دعم الاعمال التطوعية داخل الجمعيات أو العمل التطوعي الحر، إذ يعد ممارسة انسانية تساهم في تنمية المجتمعات، ومن بين الجمعيات التي تبادر الى بعمل التطوعي، حيث انشأت صفحات في مواقع التواصل الاجتماعي لتفعيل والتسويق عبرها نشاطاتها وحملات التوعية وغيرها من الاعمال التطوعية المختلفة.

من خلال هذه الجمعية نحاول تسليط الضوء على عمل التطوعي ودور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل هذه الاعمال التطوعية في جمعية شباب الخير من أجل الغير، وعليه نطرح التساؤل التالي:

1.2. التساؤل العام:

✓ هل يساهم الفاييسبوك في تفعيل العمل التطوعي للجمعيات الخيرية؟

التساؤلات الفرعية:

✓ هل يساهم الفاييسبوك في استقطاب المتطوعين للجمعيات الخيرية؟

✓ هل يساهم الفاييسبوك في نشر الحملات الإعلامية للجمعيات الخيرية؟

2.2. الفرضيات:

✓ يساهم الفاييسبوك في استقطاب المتطوعين للجمعيات الخيرية.

✓ يساهم الفاييسبوك في نشر الحملات الإعلامية للجمعيات الخيرية.

3. أسباب اختيار الموضوع:

ترجع أسباب اختيار الموضوع إلى طبيعة الموضوع، والمعروف أن البحث العلمي ينطلق من مشكلة تثير اهتمام الباحث، ومن بين أسباب التي دفعتني لاختيار موضوع دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل العمل التطوعي في المجتمع الجزائري، هي كالتالي:

الاسباب الموضوعية:

- ✓ مواقع التعرف على كيفية استخدام جمعية شباب الخير من أجل الغير لمواقع التواصل الاجتماعي وأهم المضامين التي تنشرها عبر صفحتها الفايسبوك.
- ✓ اعتبار ان العمل الخيري قضية لا يستهان بها، فهي جزء لا يتجزأ من الشؤون الاجتماعية .
- ✓ محاولة ابراز دور الفيس بوك في تنمية وتفعيل العمل التطوعي .
- ✓ تتميز عمل الجمعيات خاصة بالجزائرية وما قدمته في ظل تطور وسائل الاعلام الجديدة.

الاسباب الذاتية:

- ✓ الرغبة الشخصية في معرفة نشاطات العمل التطوعي الذي يقوم به أعضاء جمعية شباب الخير من أجل الغير عبر موقع الفايسبوك
- ✓ الفضول العلمي والرغبة في معرفة مجالات العمل التطوعي
- ✓ اهتمامي بالإعلام الجديد واستخداماته في الواقع .
- ✓ توافق الموضوع مع رغبتنا في المشاركة في العمل الجمعي.

4. أهداف الدراسة:

- ✓ التعرف على اسباب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في اطار العمل التطوعي ضمن جمعيات الخيرية.
- ✓ التعرف على مكانة العمل التطوعي في ظل التحولات التكنولوجية في المجتمع الجزائري.
- ✓ التعرف على كيفية تفعيل الاعمال التطوعية عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- ✓ معرفة أكثر المواقع الاجتماعية استخداما في تفعيل العمل التطوعي.

5. أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة في معالجتها لموضوع مهم ومعاصر في حياتنا، وواقعا من خلال الاستخدام المتزايد لمواقع التواصل الاجتماعي وخاصة في مجال العمل التطوعي، ومدى تفاعل المتطوعين فيه وكيفية الاستفادة منه والإشاعات المحققة منها، وتعد هاته الدراسة بمثابة الرؤية الجديدة للعمل الخيري

6. مفاهيم الدراسة:

2.6. مواقع التواصل الاجتماعي:

تعرف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها "مجموعة من صفحات الويب التي يمكن أن تسهل التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين في هذه الشبكة الاجتماعية الموجودة بالفعل على الانترنت وتهدف إلى توفير مختلف وسائل الاهتمام والتي من شأنها أن تساعد على التفاعل بين الأعضاء ويمكن أن تشمل هذه المميزات المراسلة الفورية، الفيديو، الدردشة، تبادل الملفات، مجموعة النقاش، المدونات". (حضر، 2012، صفحة 07).

كما تعرف بأنها "عبارة عن تطبيقات تقنية إلكترونية، قائمة على نظم الجيل الثاني للويب، لتحقيق التواصل والتفاعل بين مختلف الافراد المنتشرين حول العالم بالرسائل المكتوبة والمسموعة والمرتبطة، مع تحقيق الاتصال الفوري، بما يحقق أكبر فائدة لتجميع الشعوب في مواقع للتواصل عن بعد" (علي، 2019، صفحة 20).

تعرف أيضا مواقع التواصل الاجتماعي بأنها "شبكة مواقع فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والاصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم البعض بعد سنوات طوال، وتمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطن العلاقات الاجتماعية بينهم" (قديد و مداني، 2021، صفحة 07).

كما تعرف أيضا بأنها "الآلية الجديدة للاتصال في بيئة رقمية تسمح للناس بالالتقاء والتجمع عبر الانترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم الى العالم أجمع، فهي منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشاركين بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء لديهم نفس الاهتمامات والهوايات" (جميل الرواي، 2012، صفحة 96).

3.6. العمل التطوعي:

يعرف العمل التطوعي بأنه "هو ذلك الجهد الذي يبذله الانسان من أجل مجتمعه أو من أجل جماعة معينة، وفيه يتحمل مسؤوليات العمل من خلال المؤسسات الاجتماعية القائمة لإرضاء لمشاعر، ودوافع انسانية داخلية خاصة تلقى الرضا والقبول من جانب المجتمع" (سيف، 2008، صفحة 59).

ويعرف أيضا بأنه "ذلك الجهود القائم على مهارة أو خبرة معينة، يبذل عن رغبة واختيار بغرض أداء واجب اجتماعي، وبدون توقع جزاء مالي بالضرورة" (المليحي و طلعت، 2000، صفحة 66).

يعرف من ناحية اخرى أنه "أي عمل يقوم به الانسان بنفس راضية، دون رجاء الحصول على مقابل مادي أو غير ذلك على مستوى المجتمع المحلي أو على مستوى المجتمع الكلي الكبير، سواء كان بصورة مباشرة أو غير مباشرة من أجل تقديم خدمة ما أو المساهمة في التنمية" (ناجي، 2017، صفحة 14).

ويعرف أيضاً" هو المجهود القائم على مهارات وخبرة معينة والذي يبذل من رغبة واختيار بفرض أداء واجب اجتماعي وبدون توقع جزاء مالي بالضرورة" (حسانين، 1985، صفحة 495).

تعرف باتريسا العمل التطوعي بأنه" هو تلك الجهود التي يقوم بها الانسان بشكل اختياري دون مقابل من خلال المشاركة في برامج أو تقديم خدمة لإحدى الجمعيات التطوعية أو المؤسسات الحكومية" (مدحت، 2015، صفحة 19).

العمل التطوعي هو قيام الفرد أو مجموعة من الافراد أو مؤسسات، بأعمال وخدمات اجتماعية خيرية بدون الحصول على المقابل المادي، يعود بالفائدة على المجتمع من خلال تحقيق التماسك الاجتماعي والحفاظ على وحدة المجتمع.

4.6. الفاييسبوك:

يعرف بأنه" هو شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجارب كبير من الناس خصوصا من الشباب في جميع أنحاء العالم" (محمد، 2015، صفحة 160).

يعرف الفيسبوك أيضا بأنه" هو موقع الكتروني للتواصل الاجتماعي أي أنه يتيح عبره للأشخاص العاديين والاعتباريين للشركات أن يبرز نفسه وأن يعزز مكانته عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع وإنشاء روابط مع الآخرين" (إبراهيم، 2017، صفحة 73).

هناك تعريف اخر للفيسبوك" يعتبر إحدى وسائل الاتصال الاجتماعي الحديثة التي ساعدت على ربط العديد من الناس مهما اختلفت مواقعهم وأماكنهم وأوقاتهم وأعمالهم وهو موقع الكتروني تملكه شركة وتعددت الجهات التي تستخدم الفيسبوك في الوقت الحالي وتعددت الأغراض أيضا فقد يستخدم الفيسبوك لأغراض تعليمية أو سياسية أو اجتماعية أو لقيادة حملات توعوية مجتمعية أو لأغراض ترفيهية أو للعلاقات الاجتماعية أو للتجارة والدعاية والإعلان فقد ارتبط موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في كافة مناحي وأمور الحياة ومتطلباتها" (زغدود و سعدي، 2017، صفحة 350).

يعد الفاييسبوك موقع الكتروني افتراضي متاح لجميع فئات المجتمع، يستطيع الفرد من خلاله اشباع رغباته المتعددة كالتواصل مشاهدات مقاطع الفيديو، تبادل المعلومات حيث يعد من أشهر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما لسهولة.

5.6. المتطوع:

يعرفه رشاد أحمد عبد اللطيف بأنه" كل شخص يمنح وقته أو جزء منه لتقديم خدمة اجتماعية بشكل إرادي ودون إكراه" (رشاد، 2018، صفحة 77).

ويعرف أيضا بأنه "الشخص الذي يشارك أو ينتمي للجمعيات أو مختلف التنظيمات الاجتماعية ذات الخدمة العامة عن رغبة منه، ودون انتظار أي مقابل، من خلال تلك المشاريع الاجتماعية التي تقدمها للمساهمة في حل المشاكل الاجتماعية، التقليل من حدتها، والتقليل من حدة تأثيرها على المجتمع" (خاطر، 2002، صفحة 64).

يعد المتطوع ذلك الفرد الذي يشارك في مختلف الاعمال الخيرية سواء كان ينتمي الى الجمعيات الخيرية أو أي منظمة اجتماعية، دون مقابل مادي من أجل تحقيق التماسك الاجتماعي بين أفراد المجتمع.

6.6. الجمعيات الخيرية:

تعرف الجمعية الخيرية بأنه "نمط من المشاركة الاجتماعية والسياسية والثقافية، وإنما هياكل من هياكل الإدماج السياسي والاجتماعي، كما أنها تدريب فردي وجماعي على الاستفادة من المعارف ووضعها موضع التطبيق تحقيقاً للنفع العام" (وناس، 1997، صفحة 29).

تعرفها أماني قنديل بأنها "منظمات تطوعية خاصة تتبنى أهداف متنوعة وقد تنشط في مجال واحد أو في عدة مجالات" (قنديل و بن نفيسة، 1994، صفحة 29).

يعرفها قاموس مصطلحات الخدمة الاجتماعية بأنها "منظمة تسعى لتحقيق أهداف اجتماعية معينة ولا تهدف الى الحصول على الربح، ولها وظائف متنوعة وقد تكون قومية أو محلية وتساهم بشكل مميز في مجال الخدمات الاجتماعية" (بدوي، 1993، صفحة 423).

تعد الجمعيات الخيرية أو التطوعية نسق اجتماعي تتكون من مجموعة من الافراد، تجمعهم مصالح مشتركة لا تتعارض مع تقاليد وقوانين المجتمع، تسعى لحل مشكل واحتياجات الافراد بدون مقابل مالي.

7.6. الحملات الإعلامية

تعرف الحملات الإعلامية بأنها "تصميم وتنفيذ وعمل برنامج محكم يستهدف زيادة تقبل فكرة اجتماعية أو اكتساب عادة أو سلوك معين لدى الجماهير المستهدفة أخذين في الاعتبار التخطيط والمنهج والتوزيع وبحوث التسويق" (البكيري، 2007، صفحة 62).

وتعرف أيضا بأنها "سلسلة من الإعلانات المختلفة أو إعلان واحد في واحدة أو أكثر من وسيلة إعلامية، يجمعها هدف واحد وتستهدف جمهوراً محدداً وتقوم على الامتداد لفترة قد تطول أو تقصر حسب هدف المعلن من هذه الحملة، وغالبا تستخدم التكرار المكثف لتحقيق الهدف المرجو" (سلمان، 2012، صفحة 150).

ويعرفها "ناجي المعلا" بأنها" نشر المعلومات الخاصة بفكرة أو خدمة أو سلعة، وذلك بصورة مخططة مستمرة ولفترة متواصلة بهدف الحصول على ردة فعل تتلاءم مع الهدف المعلن" (بدران، 2013، صفحة 15).

تعرف الحملات الإعلامية أيضا على أنها" تنطوي على تحليل للمواقف والظروف المتعلقة بالجمهور، ربما يمكن من اتخاذ قرارات استراتيجية فعالة ممكنة التنفيذ من خلال تصميم سلسلة من الإعلانات ووضعها في وسائل الاعلام" (العلاق، 2010، صفحة 121).

7. الدراسات السابقة:

دراسة "بركاني نور الهدى" (2016/2017) تحت عنوان: "العمل التطوعي الجماعي من خلال مواقع التواصل

الاجتماعي دراسة تحليلية لمنشورات صفحة ناس الخير عين البيضاء عبر الفايسبوك"

اهتمت هذه الدراسة بالعمل التطوعي الجماعي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي دراسة وصفية تحليلية لمنشورات صفحة ناس الخير عين البيضاء عبر الفيسبوك. وتمثلت عينتها في العينة العشوائية المنتظمة قوامها 36 منشورا من منشورات الجمعية على صفحة الفايسبوك، واستخدمت المنهج الوصفي التحليلي.

أبرز النتائج التي توصلت اليها الدراسة:

- ✓ اعتمدت صفحة ناس الخير العين البيضاء في مواضيعها على الوسائط المتعددة متمثلة في الصور، النصوص، الفيديوها، من أجل تحقيق أهدافها.
- ✓ اعتمدت ايضا على الأساليب الاقناعية والمتمثلة في الاستمالات العاطفية من أجل استقطاب المتطوعين.
- ✓ تعددت مضامين منشورات صفحة ناس الخير بمختلف توجهاتها سواء كانت انسانية أو اجتماعية أو توعوية أو دينية مما يؤدي الى التفاعل التلقائي مع نشاطات الجمعية لأنها تتناسب مع تطلعات مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.

دراسة "أمينة بوالمعالي ووفاء لطرش" (2017/2018). استخدمت الجمعيات الخيرية لمواقع التواصل الاجتماعي دراسة ميدانية جمعية كافل اليتيم جيحل، تمثلت عينتها في العينة القصدية قوامها 49 عضو، تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي.

أبرز النتائج المتحصل عليها:

- ✓ المنتسبين لجمعية كافل اليتيم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من حين لآخر من اجل استقطاب المتطوعين، وسهلت لهم عملية اقناع افراد المجتمع بأهمية العمل التطوعي.
- ✓ أن أفراد الجمعية لا يقومون بالنشر عبر الصفحة إلا إذا قامت الجمعية بنشاطات وبرامج خيرية في الواقع.

✓ بينت الدراسة أن جمعية كافل اليتيم استطاعت تقديم العديد من الخدمات الخيرية لصالح الأطفال اليتامى، من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

1.7. تعليق على الدراسات السابقة:

من خلال عرض بعض الدراسات السابقة المرتبطة بموضوع دراستنا، وجدنا أن هذه الدراسات اتفقت في العديد من النواحي مع دراستنا في متغيرات الدراسة مواقع التواصل الاجتماعي ومتغير العمل التطوعي، وكذلك في عينة الدراسة العينة القصدية ومنهج الدراسة المتمثل في المنهج الوصفي التحليلي، وكانت هناك اختلافات في بعض جزئيات صغيرة في عدد العينة أداة جمع المعلومات في الدراسة الأولى تحليل المحتوى، ومن أبرز ما توصلنا إليه: أن لمواقع التواصل الاجتماعي دور كبير ومهمة في جميع الجمعيات الخيرية من خلال دعم وتفعيل العمل التطوعي بين مختلف فئات المجتمع:

كما أنه تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، للوصول إلى النتائج وأيضاً الاعتماد على مجموعة من أدوات جمع البيانات الاستمارة والملاحظة والمقابلة، وتم الاستعانة على العينة في الدراسات، هناك اختلافات في متغيرات الدراسة المستقل والتابع.

ومنه يمكن القول أننا استفدنا من الدراسات في معرفة مواقع التواصل الاجتماعي وأهميته، ومعرفة العمل التطوعي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وكذلك في فهم مشكلة البحث والتعرف على متغيرات الدراسة وفي استنتاج وصياغة بعض تساؤلات الاستبيان الحصول على المصادر المراجع، ومعرفة المنهج والاداة المناسبة لدراستنا.

8. الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية :

1.8. مجالات الدراسة :

هي الحدود الرئيسية التي تقوم عليها البحوث الاجتماعية، وهي غالباً ما تكون ثلاث أبعاد: هي المجال المكاني، المجال الزمني، المجال البشري.

✓ المجال المكاني:

جمعية شباب الخير من أجل الغير فهي جمعية خيرية ذات طابع اجتماعي تطوعي على المستوى الولائي حيث تأسست سنة 2018، مقرها في حي سيدي نايل مدينة مسعد ولاية الجلفة.

✓ المجال الزمني:

امتدت الدراسة من 02 مارس 2023 إلى غاية 20 أبريل 2023 وقد ضمت مرحلتين :

مرحلة الدراسة الاستطلاعية: حيث قمنا بجمع المعطيات الأولية الشاملة عن الجمعية، ومرحلة الدراسة الميدانية التي تم فيها توزيع الاستمارات على مدى أسبوعين ثم استرجاعها.

✓ **المجال البشري:** شملت الدراسة أعضاء الجمعية والناشطين فيها الدائمين وغير الدائمين وعددهم 30

عضو .

✓ **منهج الدراسة:**

يعرف بأنه "أسلوب للتفكير والعمل يعتمد على الباحث لتنظيم أفكاره وتحليلها وعرضها وبالتالي الوصول إلى نتائج وحقائق معقولة حول الظاهرة موضوع الدراسة" (المحمودي، 2019، صفحة 35).

ويعرف أيضا على أنه "عبارة عن مجموعة من العمليات و الخطوات التي يتبعها الباحث بغية تحقيق بحثه" (زررواتي، 2002، صفحة 35).

وقد اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي التحليلي، يعرف بأنه "طريقة من طرق التحليل والتفسير بشكل علمي، للوصول إلى أغراض محددة لوضعية أو مشكلة اجتماعية معينة، أو طريقة لوصف الظاهرة المدروسة وتصويرها كميًا عن طريق جمع معلومات مقننة عن المشكلة وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة دقيقة" (هشام، 2007، صفحة 73).

واختيار منهج البحث في اي دراسة لا يأتي من قبل الصدفة او ميل الباحث ورغبته في اختيار أي منهج معين فإن موضوع الدراسة من جهة وأهدافها من جهة أخرى هما اللذان يفرضان نوع المنهج المناسب لدراسة واعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي لأنه يتناسب مع طبيعة الدراسة حيث يقوم على وصف ظاهرة العمل التطوعي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي اضافة الى ان المنهج الوصفي كفيل بتحقيق الغرض المطلوب هدف حل الاشكال الخاصة بجمع المعلومات عن الافراد وسلوكياتهم واتجاهاتهم وكيفية استغلال مواقع التواصل الاجتماعي في مجال العمل التطوعي الجماعي.

2.8. عينة الدراسة وكيفية اختيارها :

هي مجتمع الدراسة التي تجمع منه البيانات الميدانية، وقد اعتمدنا على أسلوب المسح الشامل لكل أعضاء الجمعية الدائمين وغير الدائمين، و الذي قدر عددهم ب ثلاثون عضوا، حيث كان أغلب أعضاء جمعية شباب الخير من أجل ذكرور ومن فئة الشباب لديهم مستوى جامعي، وقد قمنا بتوزيع 30 استمارة وتم استرجاعها كاملة.

3.8. أدوات جمع البيانات:

بما أن موضوع الدراسة يعد ضمن البحوث الوصفية التحليلية، فقد اعتمدنا على أداة جمع البيانات المعروفة تتمثل في استمارة الاستبيان ، كأداة رئيسية و يرجع سبب اختيارنا لها كونها الأداة التي تناسب موضوعنا.

✓ **الاستبيان** : يعرف على "أنه تقنية مباشرة للتقصي العلمي إزاء الأفراد، وتسمح باستجوابهم بطريقة موجهة والقيام بسحب كمي يهدف إيجاد علاقات رياضية والقيام بمقارنات رقمية، تعد وسيلة اتصال بالمبحوثين عن طريق طرح الأسئلة" (انجرس، 2004/2006، صفحة 204).

✓ حيث تمت صياغة 03 محاور رئيسية :

المحور الأول: البيانات الشخصية، وضم (05) أسئلة، **والمحور الثاني**: يساهم الفايسبوك في استقطاب المتطوعين للجمعيات الخيرية، وضم (07) أسئلة، **والمحور الثالث**: يساهم الفايسبوك في نشر الحملات الإعلامية للجمعيات الخيرية، وضم (08) أسئلة.

✓ الخصائص السيكومترية للأداة:

للتأكد من سلامة بناء الاستبيان قمنا باستخدام صدق المحكمين باعتباره أحد الطرق الشائعة، حيث قمنا بعرض أداة الدراسة في صورتها أولية على مجموعة من المحكمين ذوي خبرة عالية في مجال الاختصاص.

✓ **المعالجة الإحصائية**: بعد تصميم الاستمارة وتوزيعها على العينة المستهدفة في الدراسة، وبعد استرجاعها من ميدان الدراسة تم استخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS) ، لتحليل بيانات الدراسة. من خلال ترميز الاستمارة، وبعدها أتت عملية تفرغ البيانات، ثم تحويلها الى جداول.

9. عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية:

1.9. عرض وتحليل ومناقشة نتائج الفرضية الأولى القائلة: يساهم الفايسبوك في استقطاب المتطوعين للجمعيات الخيرية شباب الخير من اجل الغير.

جدول 01: يمثل المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية يساهم الفايسبوك في استقطاب المتطوعين للجمعيات الخيرية.

| الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | الاستبانة |
|-------------------|-----------------|--|
| | | هل تحقق المنشورات عبر صفحة الفيسبوك نسبة تفاعل الذي تسعى اليه الجمعية؟ |
| 0.77 | 4.23 | نعم |
| 0.83 | 1.70 | لا |
| | | هل انظم للجمعية متطوعين جدد من خلال نشاطات الجمعية المنشورة على صفحة فيسبوك؟ |

| | | |
|------|------|--|
| 0.63 | 4.26 | نعم |
| 0.85 | 1.43 | لا |
| | | هل خلق موقع الفاييسبوك صورة إيجابية لدي المتطوعين للجمعية؟ |
| 1.00 | 4.23 | نعم |
| 0.93 | 1.50 | لا |
| | | يساهم موقع فيسبوك في خدمة الجمعية من خلال: |
| 1.56 | 3.20 | نشر الأنشطة الخيرية |
| 1.91 | 2.73 | تحديد موقع الجمعية لتسهيل الوصول إليها من طرف المحتاجين و المتطوعين. |
| 1.44 | 2.83 | الوصول الى المحتاجين الذين يصعب الوصول اليهم |
| 1.74 | 2.80 | إمكانية جمع التبرعات الالكترونية |
| 1.54 | 2.86 | اطلاق حملات التبرع |
| | | ما مدى مساهمة المنشورات على صفحة الفاييسبوك في استعطف المتطوعين؟ |
| 1.21 | 3.96 | بنسبة كبيرة |
| 1.17 | 1.83 | بنسبة ضعيفة |

نلاحظ من خلال المعطيات الإحصائية في الجدول رقم (01) من خلال المتوسطات الحسابية أن منشورات على صفحة الجمعية الخيرية شباب الخير من أجل الغير تحقق تفاعل الذي تسعى إليه (4.23) هذا يرجع الى توثيق النشاطات التي تقوم بها في الواقع من طرف الأعضاء عبر صفحة الفاييسبوك الخاصة بالجمعية وأن الجمعية شباب الخير من أجل جمهور كبير يتابع كل النشاطات، أما فيما يخص انضمام المتطوعين من خلال نشاطات الجمعية منشورة على صفحة الفاييسبوك (4.26) وهذا يرجع الى مصداقية أعضاء الجمعية في النشاط التطوعي على ارض الواقع من خلال الاعمال والنشاطات وايصال صوت المحتاجين عبر صفحة الجمعية على الفاييسبوك، أما بالنسبة لخلق صورة إيجابية من خلال موقع الفاييسبوك كانت إجابة بنعم (4.26)، وذلك يرجع الى الاعتماد على نشر النشاطات التي يقوم بها أعضاء الجمعية على صفحة الفاييسبوك وهذا يخلق صورة إيجابية لدى متابعين الجمعية على موقع الفاييسبوك، أما فيما يخص مساهمة موقع الفاييسبوك في خدمة الجمعية جاءت بالترتيب التالي: نشر الأنشطة الخيرية (3.20) لان أعضاء

الجمعية يقومون بنشر كل الاعمال التطوعية من طلب المساعدات للمحتاجين سواء كانت مادية أو معنوية، ثم اطلاق حملات التبرع (2.86) حملات التبرع تتمثل في المساعدات المالية أو ملابس أو كتب مدرسية، ثم الوصول الى المحتاجين الذين يصعب الوصول اليهم (2.83) وهذا يرجع الى وجود محتاجين في امكان بعيدو بحكم طبيعة المنطقة الصحراوية ووجود البدو الرحل فهم دائما بحاجة الى المساعدة ، ثم إمكانية جمع التبرعات الالكترونية (2.80) وذلك بحكم أن الجمعية تتطلب المساعدات عبر صفحة الفايسبوك ولديها متابعين من ولايات مجاورة يقومون بالتبرع الكتروني عبر حساب الجمعية، في الأخير تحد موقع الجمعية لتسهيل الوصول اليها من طرف المحتاجين والمتطوعين (2.73) وهذا من أجل معرفة مكان الجمعية في الموقع سواء من أجل الحصول على مساعدات مالية أو الحصول على الملابس أو أدوات مدرسة أو من أجل تقديم المساعدات من طرف المتبرعين.

بيمنا كانت مساهمة المنشورات على صفحة الفايسبوك في استعطاف المتطوعين كانت اغلب إجابات بنسبة مرتفعة(3.96) وهذا يرجع لحب أفراد المجتمع للأعمال التطوعية الخير ومساعدة المحتاجين واليتامى والمرضى.

وعليه يمكن القول أن موقع الفايسبوك من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي تساهم في استقطاب المتطوعين للجمعيات الخيرية، فمن خلال نشر النشاطات والاعمال التطوعية باستمرار عبر صفحة الفايسبوك تحقق الجمعية الخيرية استقطاب المتابعين والتفاعل الذ تسعي اليه وهو ما يساهم في دعم أنشطة العمل الخيري التطوعي بفضل الدعم المادي والمعنوي من طرف متابعين صفحة جمعية الخيرية شباب الخير من اجل الغير، والتفاعل مع المنشورات التي يعرضها أعضاء الجمعية، كما توفر لهم خاصية التبرع الكتروني.

ومنه يمكن القول أن الفرضية الأولى قد تحققت، حيث ساهم موقع الفايسبوك في استقطاب المتطوعين.

2.9. عرض وتحليل ومناقشة نتائج الفرضية الثانية القائلة: يساهم الفايسبوك في نشر الحملات الإعلامية للجمعية الخيرية شباب الخير من أجل الغير.

جدول رقم (02): يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمساهمة الفايسبوك في نشر الحملات الإعلامية للجمعية الخيرية.

| الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | الاستبانة |
|-------------------|-----------------|---|
| | | هل تعتقد أن القيام بالحملات الإعلامية عبر صفحة الفايسبوك؟ |
| 0.77 | 4.23 | مهم |
| 0.83 | 1.70 | غير مهم |

| ما هي طبيعة الحملات الإعلامية عبر صفحة الفايسبوك؟ | | |
|---|------|------------------------------------|
| 1.59 | 2.64 | صور |
| 0.88 | 4.20 | فيديوهات |
| 1.06 | 1.90 | نصوص |
| ما هي الفئات الاجتماعية التي تستهدفها الجمعية من خلال الحملات الإعلامية عبر صفحة الفايسبوك؟ | | |
| 1.66 | 2.83 | الشباب |
| 1.54 | 2.60 | رجال الاعمال |
| 0.84 | 4.20 | كل الفئات |
| ما هو نوع الحملات الإعلامية التي تنشرها الجمعية عبر صفحة الفايسبوك؟ | | |
| 1.52 | 2.42 | حملات التبرع بالدم |
| 0.47 | 4.66 | حملات مساعدة الأطفال اليتامي |
| 1.86 | 3.03 | حملات مساعدة مالية لصالح المحتاجين |
| هل تحقق الجمعية أهدافها من خلال الحملات الإعلامية التي تنشرها عبر صفحتها على الفايسبوك؟ | | |
| 1.00 | 4.26 | نعم |
| 0.93 | 1.50 | لا |

نلاحظ من خلال المعطيات الإحصائية في الجدول رقم (02) من خلال المتوسط الحسابي يعتقد اعضاء الجمعية الخيرية شباب الخير من أجل الغير أن القيام بالحملات الإعلامية عبر صفحة الفايسبوك مهم (4.23) وذلك لكون أن الفايسبوك من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما من طرف الافراد في المجتمع وعندما يتم نشر الحملات الإعلامية يتم استقطاب المتبرعين، أما فيما يخص طبيعة الحملات الإعلامية عبر صفحة فايس بوك كانت كالتالي: فيديوهات (4.20) لكون تقنية الفيديوهات تكون أكثر تأثيرا في نفسية الفرد لتبرع لأنها تنقل الحقيقة كاملة ثم الصور (2.64) الصورة أقل تأثيرا في نفسية الافراد ربما يتم تزييف الحقيقة، ثم النصوص (1.90) فيها اقل تأثير من الفيديو والصورة فالنصوص ربما لا يتم التركيز عليها من طرف المتابعين. ومن خلال الحملات الإعلامية بواسطة خاصية الفيديوهات و الصور يتم استهداف جميع فئات المجتمع (4.20) لان جميع افراد المجتمع يجوبون الاعمال الخيرية ومساعدة بعضهم البعض، ثم فئة الشباب (2.80) فالشباب دائما في حالة نشاط وقوة في الاعمال التطوعية من جمع

التبرع و القيم بحملات تنظيف وحملات التبرع بالدم، ثم فئة رجال الاعمال (2.60) تأتي في الأخير لكون عدم تواجد هذه الفئة دائما على مستوى مواقع التواصل الاجتماعي بحكم ارتباطات في العمل، أما فيما يخص نوع هذه الحملات الإعلامية التي يتم نشرها عبر صفحة الفايسبوك فهي بترتيب التالي: حملات مساعدة الأطفال اليتامى (4.66) لكون هذه الفئة هي التي تحتاج الدعم المادي والمعنوي في المجتمع، ثم حملات مساعدة المالية لصالح المحتاجين (3.03) تتمثل جمع التبرع المالية للمرضى من أجل اجراء عملية الجراحية أو شراء الادوية ، وفي الأخير حملات التبرع بالدم (2.42) هذه العملية متاحة للجميع عبر المستشفيات الوطن، أما بالنسبة لتحقيق اهداف الجمعية من خلال الحملات الإعلامية كانت إجابة اغلبية أعضاء جمعية بنعم (4.26) لان القيام بحملات الإعلامية عبر صفحة الفايسبوك يستقطب من خلالها المتطوعين وجمع التبرعات لفائدة المحتاجين والتعريف بمصدقية الجمعية في الواقع.

ومنه يمكن القول أن جمعية شباب الخير من أجل الغير من خلال استخدام أعضائها للحملات الإعلامية عبر صفحاتها على موقع الفايسبوك على اعتبار أن الحملات الإعلامية مهمة جدا في التسويق للنشاطات الخيرية التي تقوم بها الجمعية من خلال نشر الفيديوهات والصور والنصوص من أجل استقطاب المتطوعين وجمع المساعدات المالية والملابس والكتب المدرسية من كل فئات المجتمع من رجال اعمال وشباب لتقديم المساعدات والقيام بحملات تنظيف المساجد والساحات العمومية وتقديم يد العون للمحتاجين والأطفال اليتامى وكذلك المرضى، سواء كانت مساعدات مادية أو معنوية.

ومن خلال هذه الحملات الإعلامية فيها تنقل الواقع الاجتماعي على حقيقته دون تزييف الحقائق لاستقطاب المتطوعين لصالح الجمعية الخيرية، ومن خلالها تحقق الجمعية أهدافها في نشر قيم التعاون على الاعمال التطوعية الخيرية وبذلك يتحقق التكافل والتماسك الاجتماعي بين جميع فئات وتنمية المجتمع.

ومنه يمكن القول أن الفرضية الثانية قد تحققت، حيث أن الجمعية الخيرية "شباب الخير من أجل الغير" تقوم بحملات الإعلامية باستمرار للنشاطات التي تقوم بها على صفحة الفايسبوك، من أجل استقطاب أكبر عدد من المتطوعين.

10. خاتمة:

في ظل التطور التكنولوجي ومع الانتشار الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي بين جميع فئات المجتمع، هذا ما دفع بالجمعيات الخيرية الاستثمار في مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة موقع الفايسبوك لتواصل، حيث وجهت هذا الموقع لخدمة حاجياتها وتعزيز الروابط التعاونية و التضامنية من خلال التواصل مع الجماهير وايصال أهدافها ونشاطاتها التطوعية الخيرية، لهذا فإن موقع الفايسبوك أصبح وسيلة عملية فعالة في ويعرف صدى كبير بين المتطوعين ورااد ومستخدمي موقع الفايسبوك من خلال الحملات الإعلامية التي تقوم بها الجمعية عبر صفحاتها على الفايسبوك، وهذا ما أكدته نتائج الدراسة الميدانية بعد تحقق فرضيات الدراسة التي توصلت الى أن موقع الفايسبوك يساهم في استقطاب المتطوعين من خلال الحملات الاعلامية التي تنشرها جمعية "شباب الخير من أجل الغير".

وفي الختام تعد هذه الدراسة جزء من البحث المتواصل حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل العمل التطوعي للجمعيات الخيرية، إذ لا يمكن القول أننا بلغنا كل ما يتعلق بهذه العلاقة، ولكننا حاولنا من خلال هذه الدراسة لمس بعض جوانب التأثير من خلال التركيز على دور الفايسبوك، ممهدين لفتح افقا جديدة في هذا الموضوع.

11. قائمة المراجع:

1.11. المؤلفات:

- إبراهيم عبدالهادي المليجي، و منال محمود طلعت . (2000). تنظيم المجتمع، مدخل نظرية ورؤية واقعية. دار المعرفة الجامعية.
- أحمد زكي بدوي . (1993). معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية . بيروت: مكتبة لبنان للنشر والتوزيع.
- أحمد عبد الفتاح ناجي . (2017). العمل الاجتماعي التطوعي، الأدوار والمسؤوليات في ظل النظام العالمي الجديد (المجلد 1). المكتب الجامعي الحديث.
- احمد عبداللطيف رشاد. (2018). الممارسة المهنية للخدمة الاجتماعية في منظمات تنظيم المجتمع. الاسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر.
- أحمد مصطفى خاطر. (2002). طريقة الخدمة الاجتماعية في تنظيم المجتمع مدخل لتنمية المجتمع المحلي. الاسكندرية: المكتب الجامعي الحديث.
- إسماعيل علي . (2019). مواقع التواصل الاجتماعي بين التصرفات المرفوضة والاعلاقات المرفوضة. دار التعليم الجامعي.
- المليجي محمد. (2015). الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية. الاسكندرية: دار التعليم الجامعي.
- رشيد زرواتي. (2002). تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والانسانية (المجلد 4). المسيلة، الجزائر: جامعة محمد بوضياف.
- صلاح الدين جوهر. (1980). علم الاتصال مفاهيم ونظرياته ومجالاته . القاهرة: مكتبة جامعة عين الشمس.
- فؤاد عبد المنعم البكري . (2007). التسويق الاجتماعي وتخطيط الحملة الإعلامية. مصر: عالم الكتب.

- موريس انجرس. (2004/2006). منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية تدريبات عملية. (صحراوي بوزيد، كمال بوشرف، و سعيد سبعون، المترجمون) الجزائر: دار القصة للنشر.
- أماني قنديل، و سارة بن نفيسة. (1994). الجمعيات الأهلية في مصر (المجلد 01). مصر: مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية للنشر والتوزيع.
- سيد أبو بكر حسانين. (1985). طريقة الخدمة الاجتماعية فب تنظيم المجتمع (المجلد 1). القاهرة، مصر: مكتبة الأنجلو المصرية.
- حسان هشام. (2007). منهجية البحث العلمي. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- عبد الرحمان، أحمد سيف. (2008). الريادة والعمل التطوعي (المجلد 1). الأردن، عمان: دار المعزز للنشر والتوزيع.
- عبدالله بدران. (2013). الحملات الإعلامية والاعلانية التصميم والتنفيذ والتقييم (المجلد الطبعة 1). الشارقة: دار المكتبي للنشر والتوزيع.
- على حجازي إبراهيم. (2017). التكامل بين الاعلام التقليدي والجديد. دار المعزز للنشر والتوزيع.
- فجير العلاق. (2010). إدارة الحملات الاعلامية (المجلد ط2). الاردن: اليازوري للنشر والتوزيع.
- فؤاد عبد المنعم البكري. (2007). التسويق الاجتماعي وتخطيط الحملة الإعلامية. مصر: عالم الكتب.
- قيادي محمد إسماعيل. (2008). علم الاجتماع الجماهيري وبناء الاتصال. مصر: دار نشأت للمعرف.
- محمد أبو النصر مدحت. (2015). العمل التطوعي في الوطن العربي رؤية مستقبلية للتطوير (المجلد 1). المكتب الجامعي الحديث للنشر والتوزيع.
- محمد سرحان علي الحمودي. (2019). مناهج البحث العلمي (المجلد 3). صنعاء، اليمن: دار الكتاب.
- محمد صالح سلمان. (2012). وسائل الاعلام والاتصال (المجلد 7). الاردن: دار الميسرة للنشر والتوزيع.
- محمد عاطف غيث. (1995). قاموس علم الاجتماع (المجلد 1). مصر: دار المعرفة الجامعية.
- وائل مبارك خضر. (2012). أثر الفيسبوك على المجتمع (المجلد ط1). السودان: المكتبة الوطنية.

2.11. المقالات:

- بشرى جميل الرواي. (2012). دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير مدخل نظري. مجلة الباحث الإعلامي (عدد 18).
- بلقاسم زغدود ، و وحيدة سعدي. (جوان، 2017). الاعلام الجديد كمحرك للوعي السياسي لدى الشباب. مجلة الافاق للعلوم (08).
- مريم قديد، و سليمة مداني. (2021). مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الاتصال الأسري -الفسبيوك أنموذجاً-. مجلة المحترف لعلوم الرياضة والعلوم الانسانية والاجتماعية(العدد 02).
- مصنف وناس. (1997). الظاهرة الجماعية في المغرب العربي التاريخ والافاق. مجلة العربية لحقوق الإنسان(العدد 04).