

# التصوع الإلكتروني والمؤسسات الجموعية... التنفيع والآليات

ولبة حءاءى

## الملخص

أءى ءطور الانءرنء وظهور ءقنفاء الويب 2. "web.2" إلى إءءاء ءأءفاء معءبرة على أداء العلاءاء العامة فى المؤسساء الجموعية ، خاصة ءقنفاء الإءلام الإءءماعى مثل الفاءسبوك والفاءوب وءءوئر وءبرها ، مما أدى إلى ظهور ما ىسمى بالءطوع الإلءءرونى الذى ىءمع بنءاءءه على ءءقق الانسءام بىن أفراد المءءمع وءءولة ، وقءرءه على ءءففى النقاشاء وءءواراء البناء ، وءبءال ءءبراء وءءعاون المءبءال فى مواء المعرفة الإلءءرونفة ، إضافة إلى ءءففى على ءءفكىر الإبءاعى وبأنهاط وطرق مءءلفة.

الكلماء المفاءىء: العمل الجمعوى ، العلاءاء العامة ، الويب 2. ، مواء ءءواصل الإءءماعى ، ءءطوع الإلءءرونى.

## Résumé

Le développement de l'Internet et les techniques "web.2" a causé des effets considérables sur les fonctions de relation public en institutions associatives, surtout les réseaux sociaux tel que Facebook, YouTube et Twitter, Ce qui a conduit à l'émergence de la soi-disant "Bénévolat électronique", qui a l'efficacité dans la réalisation de l'harmonie entre les individus et l'état, et de sa capacité à stimuler des discussions et des dialogues constructifs, l'échange d'expériences et la coopération mutuelle dans les sites de connaissances électroniques, en plus de stimuler la pensée créative avec des différentes façons.

**Mots-clés :** Bénévolat électronique, Association, Les sites des réseaux sociaux.

## Summary

The development of the Internet and techniques "web.2" led to a considerable effects on the performance of relation public in associative institutions, such as Facebook, YouTube and Twitter, Which led to the emergence of the so-called "electronic volunteerism", Which has the efficiency in achieving harmony between individuals and the Country , and its ability to stimulate debate and constructive dialogues exchange of experience and mutual cooperation in the electronic knowledge sites in addition to stimulating creative thinking and cultural norms.

**Keywords:** Electronic Volunteerism, Association, Social Networking Sites.

## مقدمة

## أولا-الإشكالية

استطاعت التطورات الحاصلة في تكنولوجيا الإعلام والاتصال وخاصة الانترنت أن تغير في أساليب الاتصال وفنونه وتقنياته في المؤسسات الجموعية، وتساهم في تحسينه وتفعيله أكثر على المستويين الداخلي والخارجي، مما مكن الجمعيات من تطوير أدائها في بيئات تعاني من مشكلات عديدة، خاصة وأن الاهتمام بممارسة العمل الجموعي والتطوعي المنظم في جميع المجالات البيئية والصحية والثقافية والأمنية في العصر الحالي، أصبح يعرف تزايداً كبيراً، إذ أنه لم يعد ذلك النشاط المقتصر على الأعمال الخيرية وجمع التبرعات، بل أصبح يشكل عاملاً أساسياً في تحقيق التنمية الثقافية والاقتصادية والاجتماعية في كل المجتمعات.

حيث استطاعت العلاقات العامة باعتبارها وسيطاً هاماً بين إدارة الجمعية وجمهورها، في ظل البيئة الرقمية وما أتاحت من خدمات اتصالية وإعلامية هامة، خاصة مع تطور الانترنت وظهور الويب 2.0، أن تصل إلى عدد كبير من الجمهور المستهدف، وتأثر في اتجاهاته وقيمه في سبيل تقديم الدعم المعنوي والمادي للعمل الجموعي والمشاركة فيه، ونشر مبادئه بطرق سهلة عبر الفضاء الافتراضي، وفي هذا الإطار "توصلت دراسة نزال وحش إلى أن شيوع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية عبر الانترنت أثر كثيراً في انتشار التطوع الإلكتروني، الذي شكل وسيلة سهلة وسريعة في مجال ممارسة النشاطات التطوعية المتنوعة، كما أنه نقل النشاط التطوعي من إطاره المحلي المحدود إلى نطاق النشاط العالمي الواسع"<sup>1</sup>.

ذلك أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك والتويتر واليوتيوب وغيرها، يمكنه أن يلعب دوراً هاماً في مساندة العلاقات العامة بالمؤسسات الجموعية، ومساعدتها في تحقيق أهدافها، وأنه مهما بلغت قدراتها وكفاءتها، واتسع مجال نشاطها فإنها تحتاج للإعلام الاجتماعي بكل أشكاله أو وسائله لبلوغ غايتها وبث رسالتها إلى المجتمع بأسره، ذلك أن العديد من الدراسات والبحوث العلمية تؤكد قوة تأثير هذا الشكل الجديد من الإعلام في اتخاذ القرار وفي تغيير السلوك العام، حيث يرى بيسكر "Peisker" "أن شبكات التواصل الاجتماعي يمكن عن طريق تفاعلها وخاصيتها التشاركية أن تفتح ما يسمى بالمساحات من أجل

تعتبر الانترنت من الوسائل الهامة التي دعمت الأنشطة الإدارية والاتصالية للعلاقات العامة بالمؤسسات الجموعية، خاصة في ظل ظهور تقنيات الويب 2.0 "web.2"، حيث منحتها خدمات كبيرة، وجعلت القائمين عليها يعيدون التفكير في استراتيجياتهم الاتصالية، كما أضافت لهم مسؤوليات جديدة ليكونوا أكثر مهارة وقدرة على تفعيل دور المؤسسة الجموعية في المجتمع وتحقيق أهدافها وتحسين صورتها.

وبما أن جوهر العلاقات العامة في المؤسسات الجموعية هو البناء السليم لجملة من العلاقات الاجتماعية والإنسانية على مستوى الجمهور المستهدف، فإن الفعالية الاتصالية تعد من أهم مقوماتها من أجل تخطيط وتنفيذ حملات وبرامج اتصالية والتنبؤ بنتائجها وتقييمها، بالاعتماد على التعاون والعمل الجماعي وإشراك المواطن فيها، وترتبط هذه الفعالية في ظل الثورة المعرفية والاتصالية التي شهدتها شبكة الانترنت بمدى وكيفية توظيف الخدمات والتقنيات الإعلامية والاتصالية الهامة التي أتاحتها للقائمين على العلاقات العامة في الجمعيات من أجل تحقيق التواصل والتفاعل بين المؤسسة الجموعية ومحيطها الداخلي والخارجي.

وتعتبر مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك والتويتر واليوتيوب وغيرها من التطبيقات الاتصالية الأساسية حالياً للتواصل ونقل المعلومات والحقائق والأفكار والآراء التي تبناها العلاقات العامة بالمؤسسات الجموعية، وتسعى إلى تحقيقها للمواطنين كي تحظى بدعم وتأييد الرأي العام، وذلك من خلال إحاطة المواطنين علماً بكل ما يتعلق بالشؤون الأساسية للجمعية من حيث نشاطها والمشاريع الأساسية التي تسعى لتحقيقها وانعكاسات هذه المشاريع على الفئات المستفيدة من خدماتها، وطرق وأساليب تفعيل دورها وتطويره إلى المستوى المطلوب، وما إلى هنالك من أمور أساسية، خاصة في ظل الارتفاع المتزايد لعدد مستخدمي هذه المواقع من مختلف الفئات الاجتماعية، مما يجعل منها ضرورة أساسية لتفعيل العمل الجموعي التطوعي في كل المجتمعات. ومن هذا المنطلق يهدف هذا البحث للتعرف على أهمية تقنيات الويب 2.0 في العمل الجموعي التطوعي وآليات تفعيلها.

لهم المعارف والمعلومات المتنوعة التي تمكنهم من رسم الاستراتيجيات الاتصالية، ووضع وتنفيذ البرامج والحملات الإعلامية والتوعوية والتحسيسية، من أجل حماية ووقاية المواطنين خاصة الشباب منهم من الوقوع في الآفات الاجتماعية المختلفة، والمساهمة في إنتاج عناصر بشرية فاعلة وإيجابية وقادرة على خدمة المجتمع وتنميته.

وفي هذا الإطار تؤكد الدراسات العلمية للباحثين مثل: (Luttrell (1992 و (Solis (2007 و (Wernet (2010) و (Grunig (2011) "أن وسائل الإعلام الاجتماعي هي نموذج للاتصال في اتجاهين"<sup>5</sup>، مما جعل مواقع التواصل الاجتماعي تكتسي أهمية بالغة في الوقت الحالي في ترسيخ الثقافة المدنية وقيم العمل التطوعي من أجل خدمة المصلحة العامة للمجتمع، ومساندة الفاعلين الجمعيين في أنشطتهم الاتصالية والتفاعلية"، ولذا ينبغي كما أوضح "لوتريل" امتلاك ممارسي العلاقات العامة بمختلف المؤسسات الجموعية للعديد من المهارات والخبرات في أشكال الاتصال المتعددة خصوصا الإعلام الجديد لكي يكونوا قادرين على تحقيق النجاح في الجمعيات التي يمثلونها"<sup>6</sup>.

وعلى هذا الأساس يسعى هذا البحث لتسليط الضوء على آليات استخدام تقنيات الويب.2 في تفعيل العمل الجموعي التطوعي، من خلال الإجابة على التساؤلات الآتية:

- ما هي مواقع التواصل الاجتماعي، وما علاقتها بالعمل التطوعي الإلكتروني؟  
- ما هي أشكال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في دعم هذا الأسلوب التطوعي الحديث؟

- ما هي السبل والآليات المعتمد عليها في مواقع التواصل الاجتماعي لتفعيل العمل الجموعي التطوعي؟

ثانيا-تحديد المفاهيم الأساسية

### 1- مفهوم الجمعية

يعرف إزاجاني سيرانو " Isagani R. Serrano " الجمعيات بأنها "القاعدة النظرية لأي جماعة تريد أن تنظم نفسها ذاتيا ولها هدف اجتماعي خاص بها سواء كان هذا الهدف يؤدي للتحويل أم لا"<sup>7</sup>.

ولهذه المنظمات التطوعية التي تهدف إلى عدم تحقيق عائد مادي أو ربح أشكال مختلفة، هي:<sup>8</sup>

التغيير التي تعمل على توازن المعرفة مع القوة، وأن قدرة شبكات التواصل الاجتماعي على إحداث التغيير بشكل ناجح تتوقف على معرفة وفهم قدرة هذه المجتمعات"<sup>2</sup>.

وبقراءة سريعة لمؤشرات وأرقام مستخدمي هذه المواقع الاجتماعية، نجد أن هناك ارتفاعا لنسبة استخدامها خاصة لدى الشباب، حيث ذكر تقرير عالمي حديث أن المنطقة العربية سجلت مع نهاية الشهر الأول من عام 2012 قرابة 44 مليون مستخدم نشط للشبكة الاجتماعية على الإنترنت (شبكة الفيسبوك) الاجتماعية. وجاء في التقرير أن توزيع أعداد مستخدمي الفيسبوك في هذه الدول بحسب الجنس انقسم بين 65 % للذكور، و35 % للإناث، وبحسب الفئة العمرية استحوذت الفئة العمرية (من 18 سنة إلى 24 سنة) على النسبة الأكبر بحوالي 36 % من إجمالي المستخدمين، وجاءت في المرتبة الثانية الفئة العمرية (من 25 سنة إلى 34 سنة) بنسبة 32 %، ثم الفئة العمرية (من 35 سنة إلى 44 سنة) بنسبة 11%. وقد جاءت الجزائر في المرتبة الرابعة في قائمة بلدان المنطقة العربية بحوالي 4 ملايين مستخدما من حيث تعداد مستخدمي الفيسبوك.<sup>3</sup> كما يشير تقرير حديث إلى أن فئة الشباب تمثل الغالبية العظمى من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، ففي يونيو 2013 وصلت النسبة المئوية لإجمالي المستخدمين الذين تتراوح أعمارهم من 16 إلى 34 عاما إلى 77 %، كما وصلت النسبة المئوية لإجمالي مستخدمي فيسبوك الذين تتراوح أعمارهم من 15 إلى 29 عاما في ماي 2014 إلى 4.67 %.

هذه الإحصائيات تؤكد على توفر قاعدة كبيرة من المستخدمين الذين يمكن إشراكهم في القضايا الثقافية والاجتماعية من أجل تشكيل الوعي المدني لديهم من طرف الجمعيات والتنظيمات التطوعية، وهذا ما يجعل من استخدام القائمين على العلاقات العامة فيها للشبكات الاجتماعية ضرورة حتمية لا مناص منها لأداء مهامهم وأنشطتهم الجموعية بسهولة وفعالية كبيرة، من خلال صفحات خاصة تساهم بشكل فعال في زيادة فرصة تواصلهم مع المواطنين، فيكونون على اطلاع دائم على حاجياتهم واتجاهاتهم، وما يبذونه من آراء وانطباعات حول القضايا المجتمعية المختلفة، كما تسهل تفاعلهم مع منظمات المجتمع المدني الأخرى المحلية والدولية، وتبادل الخبرات واكتساب المهارات المختلفة للقيام بدورهم بفعالية، وتوفير

- أن هذه المنظمات غير حكومية أي أنها غير مرتبطة هيكلياً بالحكومة ولكنها يمكن أن تحصل على دعم منها.
- أن هذه المنظمات غير هادفة للربح ومستقلة عن القطاع العام.
- أن تحكم وتدار ذاتياً وليس من قبل قوة خارجية.
- يجب أن تحصل على قدر من المساهمة التطوعية - أن تؤدي هذه المنظمات التطوعية خدمة عامة لكل من يستحقها وليس لأعضائها فقط.
- أنها قادرة على الوصول إلى المناطق النائية والفقيرة في الريف ، والعمل بتكاليف منخفضة.

## 2- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

هي مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ، ظهرت مع الجيل الثاني للويب "web 2" ، تتيح التواصل بين الأفراد في بنية مجتمع افتراضي ، يجمع بين أفرادها اهتمام مشترك أو شبه انتماء (بلد ، مدرسة ، جامعة ، شركة) ، يتم التواصل بينهم من خلال الرسائل ، أو الاطلاع على الملفات الشخصية ، ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض ، وهي وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعي بين الشباب ، سواء كانوا أصدقاء من الواقع الاجتماعي ، أو أصدقاء تم التعرف إليهم من خلال السياقات الافتراضية.<sup>10</sup>

إذن فمفهوم مواقع التواصل الاجتماعي يشير إلى مساحات افتراضية في شبكة الانترنت تسمح للمستخدمين بإنشاء صفحات شخصية للتعريف بأنفسهم ، وممارسة مختلف هواياتهم واهتماماتهم ، واستخدام الأدوات الاتصالية المتنوعة للتفاعل والتواصل وطرح الموضوعات والأفكار ومناقشتها مع الآخرين من ذوي الاهتمامات المشتركة ، سواء كانوا من الأصدقاء الذين يعرفونهم في الواقع ، أو الذين يشاركونهم الاهتمام نفسه في الواقع الافتراضي ، من أجل ممارسة العمل التطوعي الإلكتروني.

## 3- مفهوم العمل التطوعي

"هو جهد إرادي يبذله الفرد دون توقع عائد مادي بهدف المشاركة في تحمل مسؤولياته تجاه المجتمع ومؤسساته من أجل الإسهام في حل المشكلات ، وكذلك تحقيق الخطط والطموحات التي يسعى إليها المجتمع ومؤسساته".<sup>11</sup>

ويمكن التمييز بين شكلين من أشكال العمل التطوعي:<sup>12</sup>

- منظمات اجتماعية: تهدف إلى خدمة البيئة المحلية ، ورفع المستوى الاجتماعي لأعضائها.
  - منظمات مهنية: هدف أعضائها هو تعزيز حياتهم المهنية ، وأعضائها من مهنة واحدة مثل النقابات.
  - منظمات تعليمية: هدفها نشر التعليم وتدار بهيئة خاصة بعيدة عن الحكومة مثل الجامعات الخاصة.
  - منظمات دينية: تمثل وتدعم دين معين ، وفي نفس الوقت تقوم بخدمات أخرى بجانب الخدمات الدينية.
  - منظمات سياسية: تحاول التأثير على السياسة العامة ، هدفها كسب شعبية كبيرة والتأثير على الناس حتى تستطيع السيطرة على الحكومة.
  - منظمات ثقافية: خصصت لتدعيم بعض النواحي الثقافية والإنسانية.
  - منظمات توعوية: وتنقسم هذه المنظمات التطوعية إلى أربعة أنواع:
  - المنظمات التطوعية التي تهدف في الأساس إلى مساعدة فئة محرومة كالمسنين والمعاقين.
  - منظمات تطوعية المستفيدين منها أعضائها أنفسهم ، هدفها ترقية خدماتها كجمعيات المكفوفين وجمعيات الصم.
  - منظمات غير حكومية ذات أهداف عامة تركز على تنوير الرأي العام كجمعيات حماية البيئة وحقوق الإنسان.
  - منظمات تطوعية تستفيد منها منظمات أخرى كروابط مجالس المنظمات التطوعية على المستوى المحلي والوطني والدولي.
- ونظرا لكون تعريف المنظمات التطوعية يواجه صعوبات كثيرة بسبب اختلاف الرؤى والمنظورات ، وكذلك بسبب تعدد الوظائف التي تقوم بها فعلا المنظمات التطوعية في المجتمعات المحلية المختلفة ، لجأت بعض البحوث الدولية المقارنة إلى الاعتماد على عدة معايير لتعريف المنظمات التطوعية وهي:<sup>9</sup>
- أن تكون المنظمة مؤسسة لتقديم الخدمات وليس بغرض الفائدة.
  - لا ينبغي أن تدخل في الدعاية السياسية لتؤثر على الانتخابات من بين القطاع العام.
  - أن تركز المنظمة كل سنداها بشكل دائم لرسالتها الأساسية ولا ينبغي عند تفككها أن توكل إلى أي فرد أو مؤسسة أخرى.

الاجتماعي للمجتمعات والأفراد، خاصة في ظل زيادة تعقيدات الظروف الحياتية وازدياد احتياجات المجتمع، مما جعل وجود المنظمات التطوعية ضروري لمساندة الجهات الحكومية، وتحقيق التواصل بينها وبين مختلف شرائح المجتمع، وتكملة دورها لتلبية الاحتياجات الاجتماعية، حيث يتفق المهتمون بأمور التنمية على أن التعاون ما بين القطاع الحكومي والقطاع الخاص والمؤسسات الجموعية مع بعضها البعض، هو شرط ضروري لإحداث التنمية الحقيقية.

وقد زاد عدد الجمعيات والمؤسسات الخيرية في العالم في الآونة الأخيرة، والتي تمارس دورا تنمويا لا يمكن إغفاله في العديد من القضايا التنموية، الأمر الذي وصل إلى أن الأمم المتحدة أضحت في مؤتمراتها العالمية تنظم منتدى (forum) لهذه المؤسسات لكي تعبر عن آرائها، ولتعظيم مشاركتها في التنمية إلى جانب المؤسسات الحكومية، وذلك كرد فعل لنجاحات تلك المؤسسات وتشجيع استمراريتها في أداء دورها التنموي<sup>15</sup>، ويتطلب ذلك المشاركة الشعبية في المنظمات التطوعية، التي تعتبر هدفا ووسيلة في نفس الوقت، هدفا يتضمن اشتراك المواطنين في تحمل مسؤولياتهم تجاه العمل التنموي، ووسيلة يمكن من خلالها تحقيق أهداف التنمية التي تعود نتائجها في النهاية إلى الجماهير.<sup>16</sup>

وفي ظل التطور الهام في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، ولاسيما شبكة الانترنت، وتزايد عدد مستخدميها بشكل كبير جدا، ظهر التطوع الإلكتروني كمنط جديد للعمل الجموعي التطوعي منذ نهاية القرن الماضي، نتيجة القفزة الهائلة والنوعية في مجال تقنيات الاتصال، التي ساهمت في إبراز وتطوير ونشر ثقافة هذا النمط الجديد من الممارسة التطوعية، بداية من مؤسسة الأثير الإلكترونية، التي تمحورت فكرتها على خلق قاعدة بيانات للربط بين المتطوعين حول العالم، وبين مؤسسات العمل التطوعي المختلفة، وانطلاقا من مبادرات هذه المؤسسة، التي ركزت على الاستفادة من إمكانيات الانترنت في الاتصال، كان التأسيس للعمل التطوعي الإلكتروني، الذي يعتبر معززا للعمل الجموعي ومكملا له، ودافعا لسرعة تخطيطه وتنظيمه وتنفيذه، فهو يمكن المتطوع عبر وسائل الاتصال الإلكترونية من تحقيق ما قد يعجز عنه المتطوع عبر الوسائل التقليدية، كطرح الأفكار الجديدة، وحشد أكبر عدد من المتطوعين الجدد، لممارسة أنشطة تطوعية تتناسب مع قدراتهم وإمكانياتهم، إضافة إلى

- العمل التطوعي الفردي: هو سلوك أو فعل

اجتماعي يمارسه الفرد من تلقاء نفسه وبرغبة وإرادة منه، دون ابتغاء أي مردود مادي، ويقوم على اعتبارات أخلاقية أو اجتماعية أو إنسانية أو دينية.

- العمل التطوعي المؤسسي: وهو أكثر تقدما من

العمل التطوعي الفردي وأكثر تنظيما وأوسع تأثيرا في المجتمع، وتمثل صورة حية من التفاعل الاجتماعي لتوفير الحاجات الأساسية لمختلف شرائح المجتمع، وقد أخذت المؤسسات والجمعيات والمنظمات التطوعية تنتشر في المجتمع الحديث بشكل كبير، وأصبحت عملا جماعيا منظما، من أجل المحافظة على استمراريتها، وحمايتها من الانحراف والاستغلال.

وتتجلى صور العمل التطوعي في كونه التجسيد العملي والواقعي لتطبيق وممارسة مبدأ التكافل الاجتماعي، ويشكل استثمارا إيجابيا وفاعلا لأوقات الفراغ لدى الشباب، ويؤسس العمل التطوعي بشكل جاد لقاعدة تنموية صلبة، خاصة وأن التطوع يعد أحد المؤشرات الدالة على مستوى نضج الشعور بالمواطنة والانتماء للوطن والأمة، هذا من جانب، ومن جانب آخر، فإن التطوع يخرج الفرد من دائرة الانتماء القبلي الضيق والطائفي المتحيز والحزبي المحدود إلى دائرة الانتماء الواسع والشامل، وهو الانتماء إلى المجتمع بكل أطيافه وتكويناته، وهذا يدفع إلى تعبئة كل الطاقات البشرية واستثمارها لصالح كافة الشرائح الاجتماعية في المجتمع، ولهذا يمكن القول أن التطوع ظاهرة هامة للدلالة على حيوية الجماهير، وإيجابياتها، ولذلك يؤخذ كمؤشر للحكم على تقدم الشعوب.<sup>13</sup>

#### 4- مفهوم العمل التطوعي الإلكتروني

التطوع الإلكتروني "هو المهام التطوعية التي تتم بصورة كلية، أو في جزء منها خلال شبكة المعلومات الدولية (الانترنت) سواء في البيت أو العمل". ويطلق عليه "التطوع الافتراضي" أو "التطوع المصغر" أو "التطوع أون لاين".<sup>14</sup>

ثالثا- أهمية العمل الجموعي التطوعي في ظل

البيئة الرقمية

يعد العمل الاجتماعي والتنموي التطوعي في عصرنا الحالي إحدى الركائز الأساسية لتحقيق التقدم الاجتماعي، والتنمية بمختلف جوانبها، ومعيارا لقياس مستوى الرقي

السياسات والبرامج المصممة لتشجيع الجمهور المستهدف على التبرع لصالح المؤسسة وإدارات العلاقات الصحافية والإشراف على الحملات الإعلامية، فإن استخدامها لوسائل الاتصال الحديثة خاصة الانترنت للتواصل مع الجمهور المستهدف سواء كان من المتبرعين أو المستفيدين يعتبر أمراً أساسياً في ظل البيئة الرقمية.<sup>20</sup>

حيث تستعين العلاقات العامة في المؤسسات الجموعية بالانترنت لتحقيق الأهداف الآتية:<sup>21</sup>

- دعم الصلة مع أجهزة الإعلام.  
- العمل على كسب تأييد الرأي العام وثقته بإمداده بالمعلومات الصحيحة والحقائق عن مشروعات الجمعيات وخدماتها.

- تكوين صورة طيبة ومكانة مهمة للجمعيات لدى الجمهور الخارجي.

- الإعلام عن أهداف الجمعية وأوجه نشاطها.  
- نشر الوعي بأهمية الخدمات التي تقدمها الجمعيات.  
- نشر الوعي بما يتعلق بنشاط الجمعية على المستوى الوطني.

- كسب ثقة المتبرعين وتعاونهم.  
- ربط العاملين بعلاقات وطيدة وإيجاد روح التفاهم بينهم.

- دعم العلاقة بين الجمعيات والأجهزة الأخرى.  
- دعم العلاقات الإنسانية بين مجموع العاملين بالجمعيات.

- دعم التعاون المثمر بين العاملين والإدارة.  
- إيجاد درجة عالية من الترابط بين إدارات الجمعية.  
- تنمية المستوى الثقافي والاجتماعي للعاملين بالجمعيات.

- رفع الروح المعنوية للعاملين وتلبية مطالبهم.  
ويعتمد القائمون على العلاقات العامة في المؤسسات الجموعية على مجموعة من التقنيات والخدمات الإلكترونية في شبكة الانترنت، مثل المواقع الإلكترونية، والبريد الإلكتروني "E-mail"، والمحادثات المباشرة "Chat" والمنتديات ومواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك، اليوتيوب، التويتر وغيرها من الخدمات العنكبوتية المختلفة، التي تتمتع بالوسائط المتعددة (النصوص والصور المتحركة والثابتة والصوت)، مما جعل منها أحد الأسس المهمة التي تبنى عليها استراتيجيات الاتصال في العلاقات العامة، حيث

أن التطوع الإلكتروني يشكل وسيلة سريعة ودقيقة في التواصل مع المؤسسات الجموعية المختلفة، مما يشكل دعماً لديمومة التواصل بين هذه المؤسسات ضمن دائرة أوسع، سواء في نشر الأفكار وتبادلها، أو حشد الدعم والتأييد لأهداف العلاقات العامة بالجمعيات.<sup>17</sup>

وقد استطاع العمل الجموعي التطوعي بفضل استخدامه للتطبيقات الاتصالية والإعلامية المختلفة على شبكة الانترنت أن يستغل طاقات المتطوعين واستثمارها بشكل إيجابي، وتصنيف مهاراتهم وتوظيفها في الاتجاه التطوعي المراد تحقيقه، ودفعهم لشغل أوقات فراغهم في إنتاج طاقات نافعة للمجتمع، خاصة أن وسائل التطوع الإلكتروني تذلل أمامهم كل العقبات المتصلة بالحدود الزمانية والمكانية، ما يوفر فرصة كبيرة لذوي الاحتياجات الخاصة وكبار السن والنساء وغيرهم من شرائح المجتمع، التي يصعب عليها الحركة أو التنقل من مكان إلى آخر، من إطلاق قدراتهم ومواهبهم وخبراتهم في سبيل خدمة مجتمعهم في المجالات الحياتية المختلفة.<sup>18</sup>

رابعا- استخدامات الانترنت في العلاقات العامة في

المؤسسات الجموعية

أعطت ثورة المعلومات التي برزت في السنوات الماضية للعلاقات العامة في المؤسسات الجموعية أدوات جديدة لتوصيل رسائلهم بأكثر قدر من السرعة والدقة، من خلال تدعيم أنشطتها ومنحها قيمة أكبر، كما أعطت المرونة والثقة والجاذبية والراحة للناشطين والمتطوعين، ويتجلى ذلك فيما تتيحه الانترنت من كم هائل من المعلومات والبيانات، وسهولة في الاتصال بسرعة وبأقل التكاليف. "حيث أصبح لزاماً على العلاقات العامة في المؤسسات عموماً ومنها الجمعيات في ظل تكنولوجيا الانترنت إعادة التفكير في استراتيجياتها الاتصالية والإدارية، وتأتي أهمية الانترنت من خلال تلك التطورات السريعة التي تشهدها سواء في خصائصها الفنية أو في عدد مستخدميها.<sup>19</sup>

ولأن العلاقات العامة في الجمعيات على وجه الخصوص لها دور أساسي كهمزة وصل بين الجمهور المستهدف وبين أهداف المؤسسة ودعمها مادياً ومعنوياً ونشر اتجاهاتها ومبادئها وقيمتها وقياس اتجاهات الجمهور التي تهم المؤسسة وتطوير المواقف المسموعة في سياسات المؤسسة وتواصل وجهات النظر والأفكار مع صناع القرار، وصياغة

مجالات مختلفة على المستوى المحلي والعالمي، إضافة إلى إرسال البيانات الصحفية إلى الصحف ووسائل الإعلام<sup>26</sup>.

- استخدام قواعد البيانات التي تتوفر عليها شبكة الانترنت في الحصول على المعلومات والأخبار ومعرفة كل جديد في شتى المجالات والاستفادة منها في إعداد وتنفيذ البرامج الاتصالية والحملات الإعلامية.<sup>27</sup>

- تصفح المواقع المختلفة لمؤسسات المجتمع المدني سواء الناشطة في نفس المجال أو في مجالات أخرى، ومراكز الأبحاث والمعاهد والجامعات والتعرف على أنشطة هذه المؤسسات والاستفادة منها وتبادل الخبرات معها.<sup>28</sup>

- استخدام تقنيات الويب 2.0، وهي عبارة عن الجيل الثاني من مواقع وخدمات الإنترنت، والتي عملت على تحويل الإنترنت إلى منصة تشغيل للعمل بدلا من كونها مواقع فقط، وتعتمد في تكوينها على الشبكات الاجتماعية "Social Network"، مثل "الفيس بوك" و"اليوتيوب" (Youtube)، والويكيز "Wikis"، والمدونات "Blogs" و"أجكس" (Ajax)، وهي الصفحات التي يستطيع زائر الموقع التعديل عليها، أو المواقع التي تسمح لك بوضع مفضلتك على الإنترنت "Favorites"، بحيث يسمح للأخريين الاطلاع عليها، والبحث فيها، مثل موقع "del.icio.us"، أي تسمح للمستخدمين التفاعل فيما بينهم من خلالها؛ الأمر الذي يخدم الجمعيات بشكل كبير في التطوع الإلكتروني، واستقطاب المتطوعين، وجلب التبرعات، ومشاركة كافة الزائرين للموقع بصورة أكثر تفاعلية..<sup>29</sup>

خامسا- استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في

#### العمل الجموعي التطوعي

لا شك أن الاتصال المباشر بالمستخدمين مسألة هامة جدا في العمل الجموعي والتطوعي، لأن ردود الفعل التي تستقبلها المنظمات التطوعية عبر الإعلام الاجتماعي والتي تعبر عن اتجاهاتهم وآرائهم تجعل هذه المنظمات أكثر انسجاما مع المواطنين والهيئات الأخرى.

وتعتبر متابعة ورصد مشاركات المستخدمين عبر وسائل الإعلام الاجتماعي من طرف الناشطين بالجمعيات والتفاعل معهم من الشروط الأساسية في العمل التطوعي حاليا. حيث يعد الفيسبوك مثلا أداة حيوية في هذا المجال، فمع ارتفاع دخول الفيسبوك في الجزائر بنسبة 8.20% مقارنة بعدد السكان، وبنسبة 60.32% بالنظر إلى

وفرت هذه الوسائل لممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الجموعية طرقا متعددة للتواصل، وتقديم مؤسساتهم لجمهورها المستهدف، كما مكنتهم من إقامة علاقات إستراتيجية معه، من خلال تحقيق التواصل والحوار معه، إلا أن فاعلية هذه الوسائل في تحقيق أهداف المؤسسات الجموعية تتوقف على مدى استخدام وفهم ممارسي العلاقات العامة لهذه الوسائل، ومدى وجود اتجاهات إيجابية لديهم نحوها، سواء من ناحية فائدتها، أو أخلاقياتها أو تأثيرها أو مصداقيتها، ومدى توافر بيئة مواتية لهذا الاستخدام.<sup>22</sup> ومن مظاهر استفادة العلاقات العامة في المؤسسات الجموعية من شبكة الانترنت، ما يأتي:

- إنشاء موقع للجمعيات على الشبكات الاجتماعية والمدونات والمنتديات؛ الأمر الذي مكنتها من التسويق لما تريد، وأن تتواصل مع الجمهور الذي يتعامل مع البيئة الإلكترونية، وتضع الأنشطة والخدمات التي تقدمها على موقع الجمعية، وأن تصل إلى المستفيدين من خلال محركات البحث "Search Engine" المتعددة، التي تسمح بوصول أي شخص يستخدم ذلك المحرك، مثل "جوجل" و"ياهو" ومحركات "Infoseek" و"altavista" و"Amazon" و"MSN" و"lycos" وغيرها، بالإضافة إلى الأدلة الموضوعية المتخصصة في العمل التطوعي، وأن تضع النماذج والأعمال الإدارية الخاصة بالاشتراكات ولوائح الجمعية، والهيكل الإداري، والتبرعات، والمشروعات التي تقوم بتنفيذها على أرض الواقع، وتخبر المتبرعين بثمار تبرعاتهم عن طريق شريط الأخبار<sup>23</sup>، حيث أكدت دراسة هيل ووايت "Hill&White" أن 75% من ممارسي العلاقات العامة يؤكدون أهمية موقع المؤسسة في تدعيم العلاقة مع وسائل الإعلام، وفي الوصول إلى الجماهير، وبناء علاقات إستراتيجية معهم بنسبة 83% من ممارسي العلاقات العامة.<sup>24</sup>

- التواصل الإلكتروني عن طريق البريد الإلكتروني، والمحادثات الفورية، ومجموعات النقاش، فتستطيع الجمعيات أن تكون على تواصل مع العالم على باستمرار يوميا، في أي وقت من الأوقات؛ مما يجعلها قادرة على إعداد قاعدة اتصالات عريضة بين كافة المستفيدين على مستوى العالم،<sup>25</sup> حيث تمكن خدمة البريد الإلكتروني من توزيع الرسائل الإعلامية والإدارية سواء لأعضاء الجمعية أو للمواطنين أو للمؤسسات التطوعية المماثلة أو الناشطة في

- الملفات الشخصية أو صفحات الويب، وهي ملفات تمكن من خلالها الفرد من كتابة بياناته الأساسية مثل الاسم والسن وتاريخ الميلاد والبلد والاهتمامات والصور الشخصية، ويعد الملف الشخصي هو بوابة الوصول إل عالم الشخص.

- إرسال الرسائل، وتسمح هذه الخدمة بإرسال الرسائل سواء إلى الأصدقاء الذين في قائمة الشخص، أو غير الموجودين في القائمة.

- البومات الصور، وتتيح هذه الخدمة للمستخدمين إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور، وإتاحة المشاركات لهذه الصور للاطلاع عليها وتحويلها أيضا.

- إنشاء قناة خاصة بالجمعية، حيث يساعد موقع اليوتيوب "youtube" المؤسسات في إنشاء قناة خاصة لها لعرض كافة الأنشطة والخدمات والأعمال التي تقوم بها بشكل دوري.

وتتضح أهمية استخدامات التطبيقات الإعلامية والاتصالية لمواقع التواصل الاجتماعي في العلاقات العامة في المؤسسات الجموعية، فيما يأتي:

### 1- موقع الفايسبوك "Facebook"

إن الهدف الرئيسي من استخدام موقع الفيسبوك هو التواصل مع المستخدمين الآخرين والتفاعل معهم، حتى وإن تضمن ذلك مجرد تبادل رسائل ليست بها معلومة حقيقية، مثل "أتمنى أن تكون بصحة جيدة"، كما أن مناقشة الموضوعات النابعة من الاهتمامات المشتركة بين المستخدمين هي من أهداف استخدامات الموقع، وقد يتم ذلك في حائط المستخدمين wall في صفحاتهم الشخصية، بحيث يترك الأصدقاء رسائلهم في العلن، وهي رسائل قد تعبر عن مشاعر أو تعكس أنشطة فردية أو مشتركة بين المستخدمين وأصدقائهم، أو بالانضمام إلى مجموعات النقاش Groups التي تعتمد على الاهتمامات المشتركة بين المستخدمين، وهي مصممة بهدف السماح لأغلبية المستخدمين بطرح ومناقشة الموضوعات المختلفة، لأنها المكان الأمثل للمشاركة بالموضوعات الاجتماعية والسياسية والأفكار والمشاعر مع المستخدمين الآخرين، وقد يبحث المستخدمون عن مجموعات نقاش حول موضوعات بعينها للانضمام إليها، أو قد ينشئوا بأنفسهم مجموعات نقاش.<sup>33</sup>

مستخدمي الانترنت، حيث بلغ عدد مستخدمي الفيس بوك مليونين و835 ألفاً،<sup>30</sup> يمكن للمتطوعين أن يرسلوا رسائلهم بشكل أكثر وضوحاً وأن يصلوا إلى أكبر عدد ممكن من المستخدمين، " فشبكات التواصل الاجتماعي أدوات للحوار، ولذا يرى الرئيس التنفيذي لفيسبوك "مارك زوكربيرج"، أن "نشر رسالتك وتوجيهها إلى الناس ليست كافية بعد، يجب أن تدخل في محادثات وتقيم ارتباطاً معهم".<sup>31</sup>

حيث تقدم مواقع التواصل الاجتماعي مجموعة من الخدمات للمستخدمين مثل المحادثة الفورية والرسائل الخاصة والبريد الإلكتروني والفيديو والتدوين ومشاركة الملفات وغيرها من الخدمات، التي أحدثت تغيراً كبيراً في كيفية الاتصال والمشاركة بين الأشخاص والمجتمعات وتبادل المعلومات، وخاصة في مجال الأعمال الجموعية التطوعية، وتتمثل أبرز هذه الخدمات فيما يأتي:<sup>32</sup>

- الصداقات والمجموعات، حيث تتيح كثير من مواقع الشبكات الاجتماعية خاصة إنشاء مجموعة اهتمام، حيث يمكنك إنشاء مجموعة بمسمى معين وأهداف محددة، ويوفر موقع الشبكة الاجتماعية لمالك المجموعة والمنضمين إليها مساحة أشبه ما تكون بمنتهى حوار مصغر وألبوم صور مصغر كما تتيح خاصية تنسيق الاجتماعات عن طريق ما يعرف بـ Events أو الأحداث ودعوة أعضاء تلك المجموعة له ومعرفة عدد الحاضرين من عدد غير الحاضرين. وبناء على ذلك فإن مواقع الشبكات الاجتماعية تساعد متصفحها على إنشاء صداقات جديدة وتكوين علاقات في مجالات عديدة بتبادل الأخبار والمعلومات وتطور الأحداث. وتتوقف إيجابية أو سلبية استخدام هذه الخدمة على حيوية وفاعلية مستخدميها والهدف من استخدامها.

- الصفحات، حيث ابتدع هذه الفكرة موقع الفيس بوك، واستخدمها تجارياً بطريقة فعالة حيث تعمل حالياً على إنشاء حملات إعلانية موجهة تتيح لأصحاب المنتجات التجارية أو الفعاليات توجيه صفحاتهم وإظهارها لفئة يحدونها من المستخدمين، وتقوم الفيس بوك باستقطاع مبلغ عن كل نقرة يتم الوصول لها من قبل أي مستخدم قام بالنقر على الإعلان، تقوم فكرة الصفحات على إنشاء صفحة يتم فيها وضع معلومات عن المنتج أو الشخصية أو الحدث ويقوم المستخدمون بعد ذلك بتصفح تلك الصفحات عن طريق تسميات محددة ثم إن وجدوا اهتماماً بتلك الصفحة يقومون بإضافتها إلى ملفهم الشخصي.



الشخصي، إذ يشارك أكثر من 3 مليارات فيديو على يوتيوب يوميا، ووصل عدد القراءات إلى 700 مليار في 2010، وكذلك تحميل وعرض فيديوهات وسائل الإعلام، ويأتي موقع يوتيوب في المركز الثالث ضمن قائمة المواقع الأكثر قبولا على شبكة الانترنت. ورغم أنه لا توجد رقابة على ما يث أو يرفق على اليوتيوب من مقاطع قد لا تتفق والثقافات والقيم الخاصة بكل الشعوب، إلا أن الموقع لا يسمح بنشر الأفلام الإباحية، والأفلام التي تقوم بنشر مواد سياسية محظورة، أو تسيء لشخصيات معينة، والأفلام التي تحتوي على العنف، لها لها من تأثيرات سلبية على سلوكيات المستخدمين.<sup>37</sup>

كما استطاع موقع اليوتيوب أن يوجد شعبية له منذ انطلاقة بين مستخدمي الانترنت، حيث بات لديه أكثر من مليار مستخدم نشط كل شهر عام 2015.<sup>38</sup> ويتيح موقع يوتيوب مجموعة من الخدمات التي تسهل العمل الجموعي التطوعي وفق ما يأتي:<sup>39</sup>

- تصنيف مقاطع الفيديو إلى أبواب مختلفة من

الكوميديا والفن والرسوم المتحركة، والعلوم والتكنولوجيا.

- يحتوي الموقع على المقاطع للأحداث الحاصلة على أعلى تقييم، والتي تحظى بأكثر قدر من النقاش والأكثر تفضيلا والأكثر اتصالا بمواقع أخرى.

- يتم دمج مقاطع الفيديو الخاصة بموقع اليوتيوب مع مواقع الشبكة التي تستخدم تقنيات حديثة وأيضاً جعل مقاطع الفيديو عامة أو خاصة.

- العثور على جماعات فيديو والالتحاق بها وتسهيل الاتصال مع من لديهم الاهتمامات نفسها، والاشتراك في خدمة تبادل مقاطع الفيديو المقصورة على الأعضاء، وحفظ المقاطع المفضلة ووضع قوائم تشغيل المقاطع.

### 3- موقع تويتر "Twitter"

ظهر موقع التواصل الاجتماعي تويتر "Twitter" في أوائل عام 2006 كمشروع بحثي أجرته شركة Obvious الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو بولاية كاليفورنيا، وبعد ذلك أطلقته الشركة رسمياً للمستخدمين بشكل عام في أكتوبر 2006، وبعد ذلك بدأ الموقع في الانتشار كخدمة جديدة على الساحة في عام 2007 من حيث تقديم التدوينات المصغرة، وفي أبريل 2008 قامت شركة Obvious بفصل الخدمة عن الشركة، وتكوين شركة جديدة باسم Twitter، ومع ازدياد أعداد من يستخدمه لتدوين أحداثهم اليومية، فقد قرر محرك

وفي السنوات الأخيرة شهدت مجموعات النقاش "Groups" في موقع فيس بوك ازديادا كبيرا لأعداد المستخدمين فيها لأنها أتاحت لهم مساحة مشتركة لكي يلتقوا بآخرين متشابهين معهم، كما يتمتع الموقع أيضا بوجود ما يسمى بتغذية الأخبار News Feed، وهي خاصية في الموقع تتيح للمستخدمين التعرف على أخبار أصدقائهم من المستخدمين عند حدوث أي تغيير في صفحاتهم الشخصية أو شبكة علاقاتهم الاجتماعية، والأحداث الجديدة في مجموعات النقاش المشتركين فيها.<sup>34</sup>

ومنه فموقع التواصل الاجتماعي " فيس بوك " يحظى بتطبيقات هامة في الأنشطة الجموعية التطوعية لارتكازه على فكرة التشبيك الاجتماعي سواء تشبيك الأشخاص أو المواقع، فخاصية Facebook Connect تسمح للمستخدم بكتابة أي تعليق على أي موقع دون الحاجة للتسجيل فيه، حيث تنتقل المعلومات الخاصة بالمستخدم تلقائيا إلى ذلك الموقع.<sup>35</sup>

### 2- موقع يوتيوب "You Tube"

يعتبر موقع "يوتيوب" من أهم مواقع التواصل الاجتماعي في مختلف المجالات، خاصة العمل الجموعي التطوعي، لدوره في نشر الفيديوهات وتبادلها مع المستخدمين الآخرين، واستقبال التعليقات عليها ونشرها بشكل واسع، وكذا إنشاء قنوات تحتوي على بياناتهم الشخصية ومقاطع الفيديو التي يضعونها، وقد تأسس هذا الموقع في فبراير 2005 في مدينة سان برونو بولاية كاليفورنيا في الولايات المتحدة الأمريكية، بواسطة ثلاثة موظفين هم الأمريكي "نشاد هيرلي" والتايواني "تشين" والبنغالي "جاود كريم" الذين يعملون في شركة pay pal المتخصصة في التجارة الإلكترونية.<sup>36</sup>

وتقوم فكرة الموقع على إمكانية إرفاق أية ملفات تتكون من مقاطع الفيديو على شبكة الانترنت دون أي تكلفة مالية، فبمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع يتمكن من إرفاق أي عدد من هذه الملفات ليراها ملايين الأشخاص حول العالم، كما يتمكن المشاهدون من إدارة حوار جماعي حول مقطع الفيديو من خلال إعطائه قيمة نسبية مكونة من خمس درجات للتعبير عن مدى أهمية ملف الفيديو من وجهة نظر مستخدم الموقع، حيث يعد موقع يوتيوب أول موقع متخصص فقط في تحميل ومشاركة الفيديو

الحالي ، وتوظيفها كإحدى الركائز الأساسية لتحقيق التقدم الاجتماعي والتنمية بمختلف جوانبها ، لاتسامها بـ:

- توفير آليات وسبل عديدة وسهلة ، تمكن المؤسسات العاملة في مجال العمل التطوعي من تنسيق أعمالها ونشاطاتها بآليات تشبيك وتنسيق سريعة وسهلة ، توفر الوقت والجهد والتكلفة التي يقتضيها مثل هذه النشاطات التطوعية.

- إعطاء فرصة كبيرة لكبار السن والنساء والمعوقين وذوي الاحتياجات الخاصة وغيرهم من شرائح المجتمع التي يصعب عليها الحركة أو التنقل من مكان إلى آخر ، التي لا تستطيع بذل الجهود الكبيرة في مجال العمل التطوعي الميداني ، للمساهمة في النشاطات التطوعية ، وتمكينهم من استغلال قدراتهم ومواهبهم وخبراتهم في سبيل خدمة قضايا المجتمع وشؤونه.

- التعريف بالجمعية وبأهمية العمل التطوعي الذي تمارسه على نطاق واسع ، يشمل كل المناطق بالعالم ، واستقطاب المتطوعين من مختلف مناطق العالم ، واستثمار طاقاتهم ، والاستفادة من كل ما لديهم من خبرات ومؤهلات.

- تمكين الأفراد من تنظيم المجموعات التطوعية وقيادتها بطرق سهلة وسريعة.

- يساعد التطوع الإلكتروني على سرعة عمليات التنسيق وتسهيلها والتعاون بين المؤسسات الحكومية وبين مؤسسات العمل التطوعي ومنظمات المجتمع المدني الأخرى.

- قدرة التطوع الإلكتروني على توفير قواعد بيانات دقيقة ومنظمة من أعداد المتطوعين وخبراتهم ، وأيضا قدرته على متابعة المتطوعين من حيث تبرعاتهم وعناوينهم ، ومتابعة كل المراسلات المتعلقة بهم.

- يساعد العمل التطوعي الإلكتروني على إنشاء وتكوين قاعدة بيانات عالمية بشأن الموارد البشرية المتاحة من المتطوعين على الانترنت ، وإن هذا العمل يلعب دورا محوريا في تشجيع تبادل المعلومات على الصعيد العالمي بشأن مساهمات المتطوعين في التنمية الاقتصادية والاجتماعية.<sup>42</sup>

ولأن التواصل مع أفراد المجتمع يعتبر من أهم مقومات نجاح العمل الجموعي أو التطوعي عموما ، فإن مواقع التواصل الاجتماعي بفضل خاصيتها التفاعلية والتواصلية ، تمكن المؤسسات الجموعية من متابعة آراء ومقترحات

جوجل للبحث أن يظهر ضمن نتائجه تدوينات التويتر كمصدر للبحث اعتبارا من 2009.<sup>40</sup>

ويعتبر البعض موقع تويتر حالة وسط بين برامج البريد الإلكتروني "الإيميل" والمدونات ، فهو أحد المواقع الإلكترونية التي تقدم خدمات مجانية للتواصل الاجتماعي والتدوين المصغر ، الذي يسمح للمستخدمين بإرسال أهم اللحظات في حياتهم في شكل تدوينات نصية لا تزيد على 140 حرفا. وقد أوجد موقع تويتر الاجتماعي بيئة افتراضية متميزة ، يشارك فيها الملايين ، ليتحدثوا ويتابعوا أخبار بعضهم البعض ، حيث تشير الإحصائيات التي نشرها موقع تويتر في ذكرى تأسيسه الخامسة إلى أن عدد المشتركين في الشبكة يزيد على 100 مليون مستخدم ، وقد حظي موقع التويتر حاليا بجماهيرية عالية والتي تميل الشخصيات المهمة إلى استخدامها حتى تكون أقرب إلى الجماهير ، وتتعرف على مدى اهتمام الجماهير بنشاطاتهم ، وذلك من خلال كسب أكبر عدد من المتابعين ، حيث أصبح لكثير من الشخصيات حساب خاص بها على موقع التويتر ، تستعمله كمنصة جديدة لأغراض الاتصال والدعاية ، ونشر القرارات والأحداث المهمة ، ومعلومات عن تقلباتهم ولقاءاتهم في الصحافة والإعلام ومهامهم الرسمية ، وأحيانا أخبار وطرائف متنوعة.<sup>41</sup>

وهذا ما يسهل على القائمين على العلاقات العامة في المؤسسات الجموعية في كسب دعم الجمهور المستهدف بتكلفة أقل وجهد بسيط ، وتحسين صورة هذه المؤسسات وسمعتها ، من خلال تسويق أفكارها وأعمالها ومشاريعها.

#### سادسا-المؤسسات الجموعية وآليات تفعيل العمل

##### التطوعي الإلكتروني

استطاع العمل التطوعي الإلكتروني أن يحقق انتشارا واسعا في مختلف مجالات العمل الجموعي ، كوسيلة فعالة لتعزيزه ، وجعله أكثر انسجاما مع مختلف شرائح المجتمع ، خاصة مع تزايد الإقبال على استخدام شبكة الانترنت ، وارتفاع معدلات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير جدا ، ولاسيما في أوساط الشباب ، التي تعد من الأدوات الرئيسية لهذا النوع من التطوع.

حيث قامت العديد من المؤسسات الجموعية بالاستعانة بتقنيات الإعلام الاجتماعي التفاعلية مثل الفاييسبوك والتويتر واليوتيوب في العمل التطوعي في عصرنا

لتستجيب للتغيرات التي يمكن أن تطرأ على الجمهور والأهداف العامة للمؤسسة.

- العمل على تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الجموعية: ويتطلب ذلك:

- متابعة كل ما يكتب ضد الجموعية والرد فوراً وهو ما يتطلب معاينة الجموعية لصفحتها أو حسابها باستمرار مع إبراز الإنجازات التي تتحقق بصورة مستمرة ونشرها في وسائل الإعلام المختلفة ، خاصة وسائل الإعلام الاجتماعي.

- إقامة الندوات والمؤتمرات الصحفية وعرضها على مواقع التواصل الاجتماعي.

- نشر الوعي فيما يخص خدمات الجموعية أو المشاركة في التوعية العامة للمجتمع.

- رصد الانطباعات عن خدمة جديدة تنوى الجموعية إدراجها أو خدمة مستمرة لقياس الرأي حولها ، حتى لا تكون مواقع التواصل الاجتماعي أداة إرسال فقط وإنما أداة للتفاعل مع الجمهور.

وتجدر الإشارة إلى أن هذه الآليات والوسائل التي تسهل عملية التطوع الإلكتروني تعتمد لنجاحه على العديد من المعايير ، من أبرزها المصدقية وحدثة المعلومات والمعقولية والدعم المستمر.<sup>44</sup>

### خاتمة

لقد منحت الانترنت فرصا كبيرة للمؤسسات الجموعية والمنظمات التطوعية لتعزيز تواجدها وتدعيم مكانتها في البيئة الخارجية المحيطة بها للحصول على تأييد وثقة الرأي العام ، ذلك أن توظيف تقنيات الويب 2.0 "web.2" خاصة مواقع التواصل الاجتماعي ساعد هذه المؤسسات بشكل كبير في تكوين صورة ذهنية جيدة عن المؤسسة في المجتمع وزاد من ارتباطها بمختلف شرائحه وفئاته ، هذا ما جعل الاهتمام بهذه التقنيات الاتصالية يزداد ويتسع لتعرف بذلك تجسيدا حقيقيا في المؤسسات التطوعية على المستوى العالمي ، وظهر ما يسمى بالتطوع الإلكتروني الذي حقق نجاحات كبيرة في التعريف بالمؤسسة الجموعية ونشاطها وأهدافها ، وأتاح لها أساليب ووسائل جديدة وهامة للتفاعل والتواصل مع الأفراد والجماعات والهيئات المختلفة ، وهو ما جعل بعض المؤسسات التطوعية تهتم به على المستوى المحلي أيضا ، حيث أصبحت تملك صفحات على الفيسبوك ، وتعرض برامجها وأنشطتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة

المتواصلين معها ، مما يساعد على تطوير أداء المؤسسات الجموعية وتحسين برامجها الاتصالية ، خاصة إذا تمت دراستها ضمن استراتيجيات واضحة وهادفة. وذلك من خلال جملة من الآليات والوسائل التي يتيحها إنشاء صفحات أو حسابات شخصية وغيرها من التطبيقات على مواقع التواصل الاجتماعي لهذه المؤسسات ، أهمها:<sup>43</sup>

- المشاركة بغير أو بصورة للفعاليات أو النشاطات أو الخدمات التي تقدمها الجمعيات لجذب اهتمام المستخدمين ، وتعزيز نشاطات الجموعية.

- وضع الأخبار والإشارة إلى أي محتوى تتم كتابته تتعلق بنشاط الجموعية.

- الرد على جميع التعليقات والاستفسارات والتغريدات التي تحدث عن نشاطات الجموعية.

- وضع الصورة مع الخبر ، أو تضمين وسائط أخرى في المحتوى (فيديو ، انفوجرافيك) فالوسائط تزيد من تفاعل المتابعين سواء بالرد أو الإعجاب أو إعادة المشاركة.

- اختيار الوقت المناسب للنشر مع مراعاة خصائص مواقع التواصل الاجتماعي (الإيجاز والتشويق والمحتوى الجذاب).

- استمرارية التواصل مع الداعمين للنشاط الجموعي.

- القيام باستفتاءات واستطلاعات لمعرفة اتجاهات وآراء المستخدمين نحو أداء الجموعية ونشاطها ، وإجراء بحوث تقييمية لصورة الجموعية لدى الجمهور وتحديد مدى الرضا عن أداء الجموعية في مختلف قطاعاتها ، من أجل تحسين الخدمات المقدمة ومعرفة الأولويات في هذه الخدمات.

- الانضمام إلى المواضيع والمجموعات التي لها علاقة بالنشاط التطوعي للجموعية.

- إضافة رابط تغذية خلفي للمواقع الاجتماعية الأخرى التي تفيد بأحدث تغريدات الجموعية.

- الاهتمام بصورة واجهة حسابات تويتر وفيسبوك وجوجل بلس للترويج عن بعض الأحداث والفعاليات التي تنظمها أو تشارك بها الجموعية أو حتى لوضع رسالة شكر للمتابعين أو المعجبين.

- ضرورة وجود إستراتيجية متكاملة وخطة عامة لمحتوى الإعلام الاجتماعي للجموعية ، ووجوب مرونتها

بعد، لتكوينهم وتأهيلهم لممارسة العمل التطوعي بشكل فاعل.

- التنسيق مع مؤسسات التنشئة الاجتماعية المختلفة كالمؤسسات التعليمية والإعلامية ومؤسسات المجتمع المدني الأخرى، من أجل ترسيخ الثقافة المدنية وقيم العمل التطوعي، وجذب أكبر عدد ممكن من المتطوعين.

- الاستفادة من تجارب الجمعيات الرائدة في الدول المتقدمة، وتبني أساليب علمية حديثة من أجل دمج أكبر عدد ممكن من الشباب في برامجها وأنشطتها الطوعية، للاستفادة من طاقاتهم وإبداعاتهم.

- العمل على استقطاب وجذب الكفاءات الإعلاميين وأخصائي العلاقات العامة للاستفادة من خبراتهم في التخطيط لأنشطة الجمعيات عبر تقنيات الاتصال التفاعلية، من أجل الارتقاء بأداء المؤسسات الجموعية.

- الاستفادة من المواقع الإلكترونية للمؤسسات الجموعية وغيرها من الخدمات التي تتيحها شبكة الانترنت، إضافة إلى مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بكل السبل والطرق والوسائل المتاحة في ظل الثورة الرقمية التي يشهدها العالم للقيام بالأعمال التطوعية، بشكل مرن يتناسب مع ظروف وإمكانيات كل فرد.

- التفاعل مع منظمات المجتمع المدني الأخرى المحلية والدولية، لتبادل الآراء والأفكار والمقترحات والخبرات واكتساب المهارات المختلفة لقيام المنظمات التطوعية بدورها بفعالية.

- ضرورة استغلال خاصية التفاعلية على شبكة الانترنت على قدر الإمكان من أجل تقوية الصلات بين المؤسسات الجموعية ومؤسسات الدولة والمجتمع بمختلف شرائحه وأماكن تواجده، مما يجعل المنظمات التطوعية أكثر انسجاما مع المواطنين ومؤسسات المجتمع الأخرى، وهو ما يتطلب متابعة مستمرة ورصد دائم لمشاركات وآراء ومقترحات المستخدمين عبر وسائل الإعلام الاجتماعي من طرف الناشطين بالجمعيات.

باستخدام الوسائط المتعددة (نص، صورة، فيديو)، لزيادة التأثير والإقناع بأفكارها.

ورغم وجود بعض المخاطر التي تهدد العمل التطوعي الإلكتروني، كإمكانية انتهاك الخصوصية وضعف الرقابة وضعف المصدقية أحيانا وانتشار الشائعات خلال هذه المساحات الافتراضية التي تتميز بحرية التعبير دون رقيب، وإمكانية استغلالها لجمع التبرعات المالية، التي تستخدم لأغراض لا تخدم المصلحة العامة للمجتمع، مما يؤثر سلبا على ثقة المستخدمين به، إلا أن ذلك لا يقلل بناتا من فاعلية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العمل التطوعي، كوسيلة مكتملة وداعمة للوسائل الأخرى التي تستخدمها المؤسسات الجموعية، من أجل إيصال رسائلها وتحقيق أهدافها وتحسين صورتها، ودمج أكبر عدد ممكن من الطاقات التي ترغب في ممارسة العمل التطوعي ضمن نشاطاتها، خاصة وأن هذه المواقع تشهد تزايدا كبيرا في عدد مستخدميها، لاسيما فئة الشباب.

وهو ما يتطلب بالنسبة للناشطين بالمؤسسات الجموعية المختلفة إدراك الاستخدام الأمثل والواعي لمواقع التواصل الاجتماعي، للاستفادة من إيجابياتها المتعددة، والتخطيط الجيد لاستثمارها من أجل خلق الثقة والتعاون لدى مستخدميها، لأن عدم الوعي الكافي بكيفية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عموما قد ينعكس سلبا على مستوى التفاعل بين الجمعية والمواطنين، وعلى مستوى الخدمات المراد تقديمها لهم.

ومن أجل تحقيق ذلك، تم اقتراح التوصيات الآتية:

- الاعتماد على الوسائط المتعددة كالصورة والفيديوهات من خلال تركيبة من لغة مكتوبة ومنطوقة، وعناصر مرئية ثابتة ومتحركة، وتأثيرات وخلفيات متنوعة سمعية وبصرية، من أجل التأثير في المستخدمين، وخلق الإحساس لديهم بمشكلاتهم وقضايا مجتمعهم، وتشجيعهم وترغيبهم في المشاركة التطوعية، من خلال إثارة استجاباتهم للمساهمة في حل هذه المشكلات.

- التركيز على البرامج والدورات التدريبية للمتطوعين في مجال استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال، خاصة الانترنت وطرق توظيفها في العمل التطوعي، سواء على مستوى الجمعيات أو من خلال تقنيات الاتصال التفاعلي عن

## الهوامش

1. عماد نزال وجمال حبش ، التطوع الإلكتروني وسيلة معززة للعمل التطوعي ، مجلة الجامعة العربية الأمريكية للبحوث ، مجلد 1 ، العدد 1 ، (د.س.ن) ، ص: 92 ، في: [www.aauj.edu/pdf](http://www.aauj.edu/pdf) ، بتاريخ: 2017-9-12.
2. حسين محمود هتيمي ، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي ، دار أسامة ، عمان ، الأردن ، ط1 ، 2015 ، ص ص: 101-102.
3. المستقبل العربي ، الجزائر الرابعة عالميا في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.. تقرير عالمي يكشف ، 18 ديسمبر 2012 ، في: <http://www.djazairss.com/elmustakbal/6694> ، بتاريخ 6 جوان 2016.
4. قمة رواد التواصل الاجتماعي العرب ، تقرير وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي ، التقرير الأول 2015 ، في: [arabsmis.ae/reports/ASMISArabicReport.pdf](http://arabsmis.ae/reports/ASMISArabicReport.pdf) ، بتاريخ: 2016/6/5.
5. حسن نيازي الصيفي ، تبنى ممارسي العلاقات العامة للإعلام الاجتماعي في المنظمات الحكومية السعودية "دراسة ميدانية في إطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا" (UTAUT) ، في: <https://units.imamu.edu.sa/Conferences/smumc/Documents/pdf> ، بتاريخ: 11-2016-10.
6. المرجع نفسه.
7. محمد أحمد علي العدوي ، مؤسسات المجتمع المدني وسياسات التنمية الشاملة (دراسة حالة للمؤسسات والجمعيات الخيرية) ، مؤتمر العمل الخيري الخليجي الثالث ، دائرة الشؤون الإسلامية والعمل الخيري بدبي ، 22/20 جانفي 2008 ، ص: 8 ، في: [iefpedia.com/pdf](http://iefpedia.com/pdf) ، بتاريخ: 2017-10-14.
8. أحمد علي مصطفى حجازي وأمل محمد يوسف ، المرأة والعمل التطوعي بالمنظمات الأهلية (دراسة ميدانية على بعض المنظمات النسائية) ، مؤتمر العمل الخيري الخليجي الرابع (العمل الخيري للجميع) ، جمعية التربية الإسلامية بالبحرين ، المركز الدولي للأبحاث والدراسات (مداد) ، ص: 8 ، في: [www.medadcenter.com/conferences/409/pdf](http://www.medadcenter.com/conferences/409/pdf) ، بتاريخ: 2017-10-14.
9. المرجع نفسه ، ص: 6.
10. محمد جاد المولى حافظ عويس ، تأثير الإعلام البديل على تداول المعلومات في مصر (دراسة تحليلية ميدانية) ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، 2012 ، ص: 163.
11. سلطان بن نواف عبد الله العتيبي ، رؤية إستراتيجية إعلامية لتعزيز ثقافة العمل التطوعي في المجتمع السعودي ، رسالة ماجستير غير منشورة في العلوم الإستراتيجية ، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ، الرياض ، 2010 ، ص: 46.
12. معلوي بن عبد الله الشهراني ، العمل التطوعي وعلاقته بأمن المجتمع (دراسة مطبقة على العاملين في مجال العمل التطوعي في المؤسسات الخيرية بمدينة الرياض) ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ، الرياض ، 2006 ، ص ص: 34-35 ، في: [www.nauss.edu.sa/ar/digitallibrary/.../master\\_1427-1428\\_ss\\_m\\_ss\\_3\\_2007.pdf](http://www.nauss.edu.sa/ar/digitallibrary/.../master_1427-1428_ss_m_ss_3_2007.pdf) ، بتاريخ: 2017-11-8.
13. عماد نزال وجمال حبش: المرجع السابق ، ص: 99.
14. المرجع نفسه ، ص: 100.
15. محمد أحمد علوي العدوي: المرجع السابق ، ص: 8.
16. أحمد علي مصطفى حجازي وأمل محمد يوسف: المرجع السابق ، ص: 11.
17. عماد نزال وجمال حبش: المرجع السابق ، ص ص: 100 ، 103.
18. المرجع نفسه ، ص: 104.
19. عبد المالك ردمان الدنداني ، الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة ، ط1 ، 2003 ، ص: 130.
20. فالح فواز سليمان المطيري ، دور العلاقات العامة في الجمعيات الخيرية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، الجامعة الأهلية ، مملكة البحرين ، 2009 ، في: [catalog.library.kuniv.edu.kw/ipac20/ipac.jsp](http://catalog.library.kuniv.edu.kw/ipac20/ipac.jsp) ، بتاريخ: 2017-10-22.
21. المرجع نفسه.
22. عبد الراضي البلوشي وعبد الرحمن العجل وآخرون: الدليل العلمي للعلاقات العامة في المنظمات غير الربحية (البناء الاحترافي لإدارة العلاقات العامة) ، مكانة للتطوير الإعلامي ، ص: 98 ، في: [tslibrary.org/597/pdf](http://tslibrary.org/597/pdf) ، بتاريخ: 2017-11-8.
23. عصام عبيد ، على المؤسسات الخيرية الاستفادة من الإنترنت في الترويج لنشاطاتها ، المركز الدولي للأبحاث والدراسات (مداد) ، 2014 ، في: [www.academia.edu](http://www.academia.edu) ، بتاريخ: 2017-10-23.
24. عبد الراضي البلوشي وعبد الرحمن العجل وآخرون: المرجع السابق ، ص: 103.
25. عصام عبيد: المرجع السابق.
26. عبد البارئ إبراهيم الدرة ونبيل خليف المجالي ، العلاقات العامة ، دار وائل للنشر والتوزيع ، عمان ، ط1 ، 2010 ، ص: 322.
27. المرجع نفسه ، ص: 322.
28. سعادة راغب الخطيب ، مدخل للعلاقات العامة ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، عمان ، ط1 ، 2000 ، ص ص: 179-180.
29. عصام عبيد: المرجع السابق.

30. إحصائيات استخدام الفايبروك في الجزائر 19 جانفي 2012 ، في: socialbacker.com ، بتاريخ: 2016-10-29.
31. حسن نيازي الصيفي: المرجع السابق.
32. دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الموارد البشرية (دراسة استكشافية للمكتبات العامة) ، ص ص: 3-8 ، في: [www.academia.edu](http://www.academia.edu) ، بتاريخ: 2016/10/12.
33. . Mike Thelwall, Social Networks, Gender, and friending, Ananalysis of Myspace of member profiles, Journal of the American Society for information science and technology, Vol.59, No.8, June 2008, p:1321.
34. Lourie Charnigo, Paula Barnett-Ellis, Checking out Facebook.com, the impact of a digital trend on academic libraries, Information Technology and Libraries, Vol.26, No.1, March 2007, p:24.
35. محمد جاد المولى حافظ عويس: المرجع السابق ، ص:166.
36. عبد الرزاق محمد الدليمي ، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية ، دار وائل للنشر ، الأردن ، ط 1 ، 2011 ، ص:194.
37. محمد جاد المولى حافظ عويس: المرجع السابق ، ص ص: 169-170.
38. . يوتيوب.. عشر سنوات وأكثر من مليار مستخدم شهريا ، 2015/2/14 ، في: <http://www.aljazeera.net/news/scienceandtechnology> ، بتاريخ: 2015/6/4.
39. عباس مصطفى صادق ، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات ، دار الشروق ، عمان ، 2008 ، ص:216.
40. خالد غسان ويوسف المقدادي ، ثورة الشبكات الاجتماعية (ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها) ، دار النفائس للنشر والتوزيع ، الأردن ، ط 1 ، 2014 ، ص:38.
41. محمد جاد المولى حافظ عويس: المرجع السابق ، ص ص: 167-168.
42. عماد نزال وجمال حبش: المرجع السابق ، ص: 104 ، 105.
43. إدارة خدمة المجتمع ، الجمعيات الخيرية واستثمار وسائل الإعلام الاجتماعي ، الغرفة التجارية الصناعية بالرياض ، 2014 ، ص ص: 10-19 ، في: [www.riyadhchamber.org.sa/mainpage/Documents/Charities.pdf](http://www.riyadhchamber.org.sa/mainpage/Documents/Charities.pdf) ، بتاريخ: 2016/10/12.
44. عماد نزال وجمال حبش: المرجع السابق ، ص: 105.