



استخدام الجمعيات الخيرية لمواقع التواصل الاجتماعي و انتقالها من الواقع إلى الفضاء الافتراضي

(دراسة ميدانية لصفحة جمعية الشباب المثقف)

The use of charities of social networking sites and the inevitability of moving from reality to virtual

(A field study for the page of the Intellectual Youth Association)

فاروق بوخلخال^{1*} ، باية بوزغاية²

¹ جامعة قاصدي مرياح ورقلة (الجزائر)، faroukboukhelkhal197@gmail.com

² جامعة قاصدي مرياح ورقلة (الجزائر)، Baya.bouz07@gmail.com

تاريخ النشر: 2022/09/30

تاريخ القبول: 2022/08/18

تاريخ الاستلام: 2021/07/01

Doi: 10.53284/2120-009-003-025

الملخص

يتناول هذا المقال العلمي بالدراسة والتحليل موضوع استعمال مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الجمعيات الخيرية في الجزائر وعلى رأسها جمعية الشباب المثقف في ولاية وهران التي تعد مؤسسة من مؤسسات المجتمع تعمل على نشر وترويج للعمل التطوعي وتقديمها للجمهور في شكل صور وفيديوهات، وللاضطلاع بأدوارها التعليمية والتنشيطية والترفيهية، وجد رؤساء الجمعيات أنفسهم ملزمين للولوج إلى العالم الرقمي الذي أصبح حتمية تكنولوجية لا بد منها حتى يبرز دور الجمعيات في المجتمع، وفي دراستنا هذه حاولنا الكشف عن أهم الاستخدامات الثقافية والتربوية لموقع الفيسبوك نموذجا من قبل الجمعيات بإتباع منهجية كيفية محاولين تحليل مضامين ما عرض على صفحات الفيسبوك للجمعيات الخيرية الموجودة في الجزائر (جمعية الشباب المثقف) وأهم نتيجة توصلنا إليها هناك تطابق كامل بين الهوية الحقيقية للجمعية الشباب المثقف والهوية الافتراضية وهذا التطابق كان في مجمل الأنشطة التي قامت بها الجمعية كانت موجهة للشباب زيادة على ذلك المواضيع التي تقوم بنشرها هي في مجملها أنشطة تربوية تثقيفية، هذا الاستخدام أعطي مجال جديد لترويج لأنشطة الجمعية من خلال المعلومة المصورة.

كلمات مفتاحية: الجمعيات الخيرية، المواقع التواصل الاجتماعي، الفيسبوك، الواقع الافتراضي .

Abstract: (not more than 10 Lines)

The This scientific article deals with the study and analysis of the issue of the use of social networking sites by charitable associations in Algeria, led by the Association des Jeunes Educuits d'Oran, which is a community institution that works to publish, promote and present volunteering. to the public in the form of images and videos, and to carry out its educational, cultural and entertainment missions, the heads of associations were forced to enter the digital world, which has become a technological imperative to highlight the role of associations in society, and in our study we tried to reveal the most important cultural and educational uses of Facebook as a model by associations by following the methodology of how they try to analyze the content of this which has been presented on the Facebook pages of the associations La



استخدام الجمعيات الخيرية لمواقع التواصل الاجتماعي و انتقالها من الواقع إلى الفضاء الافتراضي (دراسة ميدانية لصفحة جمعية الشباب المثقف)

charité dans l'Algérie (the Association of educated young people) and the most important result we have achieved is a complete correspondence between the real identity of the Association of educated young people and virtual identity and this correspondence was in all the activities carried out by the association aimed at youth, in addition to this, the subjects that you publish are in their entirety educational and pedagogical activities This use has given a new field to the promotion of the activities of the association through the information source ret..

Keywords: charities; social networking sites; Facebook ; virtual reality.

1. مقدمة:

لقد تطورت المجتمعات بوتيرة متسارعة وفي جميع المجالات وخاصة في الآونة الأخيرة، ومن انعكاسات استخدام تكنولوجيا المعلوماتية هي المعلومة المصورة لما لها من أثر في مجال الممارسات والأنشطة التي تقوم بها الجمعيات الخيرية في الغرس الثقافي للعمل التطوعي، وعلى رأسها جمعية الشباب المثقف، كان لزاما عليها الدخول للعالم الافتراضي حتى تستطيع منافسة باقي الجمعيات الخيرية الأخرى لجذب جمهور لها وخاصة الشباب الذي يشاهد ويحلل كثيرا.

وحتى غير النظرة التقليدية عن الجمعيات الخيرية لجأت هذه الأخيرة إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، لتفعيل دورها والسماح لجمهورها بالتفاعل مع كل ما تقدمه من مادة بصرية تحاكي الواقع، حيث قدمت هذه الوسائط فرصة للتعبير عن آراء الجمهور من خلال التعليقات على الصور والفيديوهات التي تبث يوميا على شبكات التواصل الاجتماعي وفي صفحة الجمعية، هذا التسويق والترويج لصورة الجمعية نقلها من الفضاء الواقعي إلى الفضاء السبراني الافتراضي وأعطاه انتشارا وشمولية وقدم لها هوية افتراضية تميزها عن باقي الجمعيات الأخرى ودراستنا هذه جاءت لتعرض تجربة الجمعيات الخيرية الجزائرية، واستخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك نموذجًا).

2. الإشكالية:

إن من مظاهر المجتمع المدني الفعال والمتحضر هو بروز العمل التطوعي وتعدد نشاطاته في ميادين متعددة منها الاقتصادية، الاجتماعية والرياضية والتعليمية والثقافية والمهنية الطبية.... وغيرها، وتعد الجمعية تنظيما أو نسقا اجتماعيا يتكون من مجموعة من الأفراد لديهم رغبة للقيام بنشاط معين يدخل في إطار العمل التطوعي والتضامني، ويعود بالنفع على الفرد والجماعة والمجتمع على حد سواء.

فالعمل التطوعي يعتبر مهنة إنسانية نبيلة وراقية تزاوّل وتكون على شكل تقديم إعانات ومساعدات للفئات الهشة والفئات التي ليس لها عائد مادي، ولقد تجاوز الفعل التطوعي المجال المخصص له المقتصر على أعمال الخيرية الفردية التي تكون على شكل إعانات وأعمال خيرية فردية إلى أعمال خيرية مؤسساتية تقوم بها في أوقات الأزمات والكوارث الطبيعية، أصبحت إدارة الأزمات في الوقت الحاضر من أهم الموضوعات التي تهتم بها المجتمعات الخيرية وبالأخص الجمعيات الخيرية .

وهي بحاجة إلى اهتمام كبير من اجل تضاعف عدد الجمعيات الخيرية النشطة، وزرع بذرة العمل التطوعي في ارض الجزائر وتفعيلها في المجتمع ودعوة الأفراد للانخراط فيها، وبالأخص هذا الأخير له أهمية كبيرة في تنمية المجتمع، وبحق تملك بين أفراد المجتمع.



وللجمعيات تقنيات وأساليب حتى تشهر وتروج لأهم أنشطتها التطوعية معتمدة الفرص السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تحدث في الساحة الوطنية على غرار ما حدث في الجزائر وظهور جائحة فيروس كورونا الذي صاحبه عمل تطوعي في شتي المجالات واستغلت الجمعيات صفحاتها عبر فيسبوك لنشر الأعمال التطوعية الفردية والمؤسسية وهدفها الأساسي هو حماية الجزائر من كل شر فانصهرت الجمعيات مع بعضها البعض من خلال إعادة إنتاج فعل تطوعي راقى يقدم صورة جديدة للفعل التطوعي في الجزائر من رحم المعانات والمشاكل حتى تخرج الجزائر من محتتها. بترويج للأفكار وسلوكيات اجتماعية الإيجابية المتعلقة بالعمل التطوعي الخيري، والقيام بحملات توعوية بالإضافة إلى نشر مختلف الأعمال التطوعية لهذه الجمعيات فنقلتها من نشاطها الواقعي إلى مجال افتراضي وأعطتها هوية افتراضية.

وقد استفادت الجمعيات الخيرية من التكنولوجيات الحديثة في تقديم أنشطتها التطوعية والترويج للأفكار الجديدة ومن اجل التأثير على الجمهور المستهدف، ولا سيما تكنولوجيات الإعلام والاتصال المتجسدة في مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفاييسبوك، والتوتير، و اليوتيوب وغيرها من تكنولوجيات حيث ابتكرت الجمعيات الخيرية أنشطة وأفكار تطوعية من اجل التأثير في أفراد المجتمع من خلال الحملات التوعوية الخيرية التي تنشرها عبر صفحاتها ومواقعها الاجتماعية، والرفع من عدد المنخرطين فيها ونقلها من عالم واقعي إلى افتراضي، نتج عنه شكل علائقي جديد، وجعل الجمعية على محك الافتراضي والجمعيات الخيرية الجزائرية مع الحراك الذي عرفته في بنيتها القانونية والفكرية وجدت نفسها أمام حتمية الولوج لهذا الفضاء وتوظيفه في جميع الأنشطة التي تقوم بها، ومن مزايا الفاييسبوك الذي اختارته جمعية الشباب المثقف لتسهيل في نشر أعمالها وتحفيز جمهورها الانخراط في العمل التطوعي والحوار والنقاش وحتى الاستفسار، و التعليق على مجمل تظاهرات الجمعية، مكنها من استقطاب جمهور جوارى افتراضي وفقا لهذا المنطلق جاءت هذه الدراسة الوصفية التحليلية لإبراز كيفية انتقال الجمعيات في تفاعلها الواقعي إلى تفاعلها الافتراضي وكيف تروج للعمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي وهل هويتها الحقيقية تتشابه مع هويتها الافتراضية في الجزائر، من خلال التطرق إلى صفحة جمعية الشباب المثقف بوهرا، وعليه تمحورت إشكالية دراستنا في التساؤل الرئيسي التالي: إلى أي مدي ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل دور جمعية الشباب المثقف وتمكين الجمهور من التفاعل مع الجمعية افتراضيا؟ وماهي الوسائل المستخدمة لترويج صورة الجمعية؟

1.2 فرضيات الدراسة:

- يساهم استخدام جمعية الشباب المثقف للفاييسبوك في تفعيل دورها وتمكين الجمهور من التفاعل مع أنشطتها افتراضيا.
- يستخدم فاعلي الجمعيات الصور والفيديوهات والتعليقات كوسائط لتسويق للفعل التطوعي الجمعي.
- هناك تكامل وتشابه بين هوية الجمعية الحقيقية والهوية الافتراضية



استخدام الجمعيات الخيرية لمواقع التواصل الاجتماعي و انتقالها من الواقع إلى الفضاء الافتراضي (دراسة ميدانية لصفحة جمعية الشباب المثقف)

2.2 أهمية الدراسة

أصبحت في الآونة الأخيرة بمواقع التواصل الاجتماعي هي مصدر الأساسي للمعلومة، من خلال سرعة الانتشار المذهلة التي قدمتها للجمعيات الخيرية عبر وسائط تكنولوجية حديثة، فحتمية مسايرة هذا التطور للجمعية أصبح ضرورة لا مفر منها، ومن هنا تأتي أهمية الموضوع من الناحية السوسولوجية لدراسة علاقة الجمعيات الخيرية بمواقع التواصل الاجتماعي.

2.3 الهدف من الدراسة:

ومن أهداف الدراسة نذكر:

- معرفة كيف تنقل الجمعيات الخيرية من حيزها الواقعي إلى حيزها الافتراضي. السيراني.
- التعرف على كيفية استخدام الجمعيات الخيرية لمواقع التواصل الاجتماعي.
- تحليل مضمون صفحة الجمعية بدقة.
- التعرف على أهم الوسائط التي تستخدمها الجمعيات الخيرية لترويج أنشطتها.

2.4 تحديد المفاهيم المتعلقة بالدراسة:

تعتبر المفاهيم حلقة وصل بين الجانب النظري والجانب المدني للبحث العلمي ولا سيما الإجرائية منها، وعملية تحديدها تكتسي أهمية بالغة في أي بحث اجتماعي وتتطلب تركيزا كبيرا من طرف الباحث لبناء المفاهيم المحورية في الدراسة، وإزالة الغموض الذي يحيط بالموضوع بالنسبة للباحث عمدي إلى تحديد المفاهيم الرئيسية والمتمثلة في العمل التطوعي، الجمعيات الخيرية، المجتمع المدني، شبكات التواصل الاجتماعي، المتطوع، وقد جاءت هذه التعريفات على النحو الآتي:

- مفهوم الجمعيات الخيرية:

تعريف أماني مسعود "الجمعيات الأهلية هي منظمات لا تهدف إلى ربح، بل تهتم بتقديم خدمات اجتماعية لأعضائها أو لسكان المجتمع أو لفئة معينة منه، وأن هذه الجمعيات تؤسس عن طريق مساهمات تطوعية، وأن الحكومة أحيانا تقدم لها بعض الإعانات والمساعدات." (مدحت محمد أبو النصر، 2016: 76)

لقد تعددت تسميات واحتلت بين دول العالم في تعريف المنظمات والقطاع الذي تنتمي إليه الجمعيات، يعود في الحقيقة هو تعدد التسميات المقدمة في المفاهيم المطروحة وكل شخص يعطيها اسم فتقابلك أسماء مثل الخيرية أو غير الحكومية أو التطوعية أو عدم السعي للربح أو غيرها، ويرجع هذا اختلاف في الأساس إلى التنوع الأنساق الاجتماعية والثقافية والسياسية وحتى الاقتصادية وقد أحصي محمد حافظ دياب حوالي 20 تسمية تطلق على الجمعيات.

تعرف الجمعيات الخيرية على أنها تجمع لجهود مجتمعية، تجمع متطوعين مؤمنين بمجتمعهم وبالقضايا الإنسانية وبمسؤولياتهم المجتمعية عكفوا على دراسة احتياجات المجتمع ووجهوا جهودهم وأمواهم للعمل الخيري.

(وجدي محمد بركات، 2005، ص14)

يعريفه منصف وناس " هي نمط من المشاركة الاجتماعية الاجتماعية والسياسية والثقافية، وإنها هيكل من هياكل الإدماج

السياسي والاجتماعي، كما أنها تدريب فردي وجماعي على الاستفادة من المعارف ووضعها موضع التطبيق تحقيقا للنفع العام"

(باعلي سعيدة، 2017، ص12)



وعليه يمكن تعريف الجمعيات الخيرية أجرائيا: "هي نسق ذو طابع اجتماعي منظم يدخل ضمن مؤسسات المجتمع المدني يهدف إلى تحقيق الخير للإنسانية من خلال مجموعة من الأنشطة المنظمة من قبل الإدارة المعنية، وتختلف الجمعيات الخيرية في الجزائر عن بعضها البعض من حيث الرؤية والأهداف التي تضعها والمنهجية التي تتبعها في سبيل تنفيذ العمل الخيري عبري كامل التراب الوطني شرقه وغربه شماله وجنوبه في الريف والمدينة وفي جميع المجالات التي كانت موجودة من قبل والتي تم إعادة إنتاجها حتى تسير التطور التكنولوجي وما ينجم عنه من تغيرات في الأنساق"

- مفهوم الفاييسوك:

هو موقع الكتروني للتواصل الاجتماعي، وقد عرفه موقع ويب اوبيديا الموقع الالكتروني الاجتماعي على انه التعبير المستخدم لوصف أي موقع الكتروني يخول مستخدميه إنشاء ملفات شخصية ونشرها بشكل علني عبر ذلك الموقع وتكوين علاقات مع مشتركين آخرين على نفس الموقع يكون بإمكانهم الدخول إلى ملفاتهم الشخصية.

ويعرف كذلك هو موقع يساعد على تكوين علاقات بين المستخدمين، يمكنهم من تبادل المعلومات والملفات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو والتعليقات، كل هذا يتم في العالم افتراضي، يقطع حاجز الزمن والمكان.

(سلطان مسفر مبارك الصاعدي، 1432، ص11)

ويعرف كذلك هو الموقع الذي استأثر بقبول وتحابوب الكثير من الناس خصوصا الشباب وفي جميع أنحاء العالم، فهناك من استفاد منه للتواصل بالصورة والملفات والمحادثة (الدردشة) مع أصدقائه وهناك من استغله في الجانب السيئ.

(عمر إبراهيم بوسعدة، 2020، ص132)

وعليه يمكن تعريف الفاييسوك إجرائيا: هو موقع تواصل الاجتماعي مجاني، يخول لمستخدميه التواصل مع أصدقاء أو تشكيل أصدقاء جدد عن طريق إضافتهم ويكون التواصل بطريقة سهلة إما إرسال رسالة أو نشر صور وكتابة تعليقات، ونقل أفلام أو موسيقى من أي موقع على شبكة التواصل، كما يوفر خدمات صوتية أو فيديوهات فضلا عن الكثير من الخدمات المميزة يجعله أحسن شبكة تواصل على الإطلاق.

الواقع الافتراضي: يمكن تعريفه على أنه "بيئة تفاعلية ثلاثية الأبعاد مصممة بواسطة برامج كومبيوترية، يحيط الواقع الافتراضي بالمستخدم ويدخله في عالم وهمي بحيث يبدو هذا العالم وكأنه واقعي، (الواقع الافتراضي قد يكون خاليا أو يكون تجسيدا للواقع الحقيقي) ويتم التفاعل مع هذا الواقع نتيجة التفاعلات التي تحدث بين البيئة الافتراضية وحواس المستخدم واستجاباته."

(علي أحمد إبراهيم خليفة، 2012، ص189)

تعريف إجرائي للواقع الافتراضي: "هي تكنولوجية معلوماتية متطورة جدا يكون استخدامها من خلال جهاز الكومبيوتر لها رؤية شاملة وتعتمد على ثلاث حواس للإنسان العين والأذن والأيدي مستخدمة وسائط متعدد وهي الصوت والصورة والرسوم التوضيحية والأشكال والرسوم المتحركة، تنتج من خلاله علاقة شراكة بين المستخدم (الجمعيات الخيرية) وجهاز الكومبيوتر لإنتاج برمجيات تحاكي الأحداث الواقعية كنشاط للجمعية خارج الوطن أي البعد الجغرافي، أو أحداث تاريخية من الماضي مثل إحياء مناسبات الثورة التحريرية.. الخ"



استخدام الجمعيات الخيرية لمواقع التواصل الاجتماعي و انتقالها من الواقع إلى الفضاء الافتراضي (دراسة ميدانية لصفحة جمعية الشباب المثقف)

يمكن الاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بأهمية العمل التطوعي من خلال تبصير مستخدمي تلك الشبكات بأهمية نشر ثقافة العمل التطوعي الجماعي ومنح الشهرة والانتشار مجاني وبطريقة سهلة، وتكوين هوية افتراضية للجمعيات، وفي الوقت نفسه تعزيز اطر التعاون بين المواطنين والجمعيات وكسب ثقته من خلال الإبلاغ والنشر لأي نشاط تقوم به الجمعية في صفحتها الرئيسية وهذا لتحفيزه من اجل الانخراط، وحتى تكون المشاركة فعالة تم الاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي في تتبع أي نشاط إنساني في الكرة الأرضية، مما يخلق انتشار وتوسع لهذه الثقافة والاطلاع على تجارب الخيرية التطوعية في دول أخرى وهذا ما جعل بعض الجمعيات تفتح فروع في مناطق مختلفة أما ريفية أو حضرية وحتى خارج الدولة ومتابعة أنشطتها أول بأول.

استخدمت الجمعيات الخيرية تطبيقات الصور والفيديوهات المتاحة في شبكات التواصل الاجتماعي خاصة الفايسبوك للتبليغ بمجمل أنشطة الجمعية، هذه المعلومات تزيد من رصيد المتابعين للجمعية عبر صفحتها، ويشكل بيئة خصبة لنشر ثقافة العمل التطوعي ويبرز دور هذه الوسائل في نشر ثقافة العمل التطوعي:

- متابعة ما تقوم بنشره الجمعيات عبر شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة فيسبوك والتدخل بسرعة عند نشر أي نشاط خيري بالإعجاب أو من خلال مشاركة مع الأصدقاء.
- معرفة وقت تواجد متابعيك.
- التصميم المشوق والمبسط لرسالتك.
- حل شكاوي والرد على استفساراتهم.
- إعداد مسابقات وتقديم هدايا.
- متابعي معجبين صفحتك.
- يتعرف الشباب على مكانته في المجتمع من معرفته بالحقوق والواجبات.
- تنمي له شبكات التواصل شعور بالمسؤولية المشاركة الفعالة في المجتمع.
- تمثل رعاية الشباب في توفير النشاط أو الخدمات أو إقامة مؤسسات اجتماعية وتطوعية خيرية لشغل وقت الفراغ.
- اكتساب خبرات أو مهارات إيجابية من خلال التفاعل والأنشطة. (بن ورقة، ب.س: 09)
- توعية مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي بفوائد العمل التطوعي وأثره على بناء المجتمع من خلال أفلام قصيرة ورسائل توعية ومجموعات شبابية.
- الجمعيات تستقطب العلماء وأعضاء هيئة التدريس لتبصير مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي بكيفية وطرق نشر مثل هذه الثقافة وأهميتها على الأمن واستقرار الوطن.



- استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في نشر حقائق بين مستخدميها عن تجارب أشخاص قاموا بأعمال تطوعية فردية أو جماعية مثل تجربة بادلي أبادلك أيام الحراك الشعبي وتجربة المنبر الحر الذي قامت به جمعية الشباب المثقف.
- سرعة الرد على أية تفاعل أو إعجاب أو مشاركة تداول لنشاط خيري عبر شبكات التواصل الاجتماعي
- تسهيل الإجراءات القانونية للجمعيات الخيرية والمبادرات الفردية خاصة إن كان العمل التطوعي لمؤسسات حساسة كالسجون أو الطفولة المسعفة وهذا ما يسمى برأس المال الثقافي... الخ
- استغلال ما تتيحه شبكات التواصل الاجتماعي من مساحة لا متناهية في القيام بمشروعات خيرية والترويج لها مثل مخيم التطوع الذي تقوم به الجمعية كل سنة.
- الاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي في نشر العلوم النافعة والأخبار والأفكار الجديدة التي تشجع على العمل الإنساني من خلال التعاون الفعال بين المواطنين والجمعيات الخيرية والعمل الجاد لبناء الدولة، بما يساعد على تحقيق تنمية مستدامة ويساعد على تحقيق تطلعات الأفراد والمجتمعات إلى حياة ومستوى معيشة أفضل.
- الاستفادة من مرونة الاتصال التفاعلي الذي تتسم به شبكات التواصل الاجتماعي في تمرير رسائل لمستخدميها بمختلف الشرائح العمرية والاجتماعية عن منافع أفعال الخير وتحذيرهم من الأفعال الغير مرغوب فيها عن طريق منشورات وصور وملصقات وفيديوهات تحسيسية توعوية .
- تشجيع مؤسسات المجتمع المدني لترويج لأنشطتها الخيرية عبر شبكات التواصل ووضع استراتيجيات وأساليب حوارية تركز على الإقناع بالحجج والبراهين ونبد التنافر مثل ما حدث في 22 ابريل 2019 الحراك الشعبي وإجهاض خطط التفكك والتجزئة ومواجهة التحديات عن طريق حملات تحسيسية تطوعية فردية وما قامت به الجمعيات الخيرية، من حملات تحسيسية لمحاربة فيروس كورونا وإقناع الناس لمحاربهه بالبقاء في البيت.
- الاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين رأس مال افتراضي واعي وفعال في المجتمع والاهم من ذلك يحاكي الواقع الذي يعيشه وهو ما نجده في صفحة الجمعية عدد المعجبين والمشاركين في صفحة الجمعية.
- العمل على حل مشكلات التي لا تقدر الدولة التكفل بها في جميع أنحاء الوطن أو خارجه بإتباع أسلوب الشورى والمشاركة ووضع الحلول والمقترحات عبري وسائل التواصل الاجتماعي كمساعدة شخص محتاج إجراء عملية جراحية أو مساعدة شخص بناء منزل أو مساعدة العائلات المتضررة من الحجر الصحي أثناء جائحة كورونا وحتى الأطباء من خلال التواصل عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي... الخ
- توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية.
- استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تبادل معلومات وملفات الخاصة والصور والمقاطع الفيديو كما أنها مجال رحب للتعرف والصدقة وخلق جو مجتمع يتميز بوحدة الأفكار والرغبات غالبا



استخدام الجمعيات الخيرية لمواقع التواصل الاجتماعي و انتقالها من الواقع إلى الفضاء الافتراضي (دراسة ميدانية لصفحة جمعية الشباب المثقف)

- في الاستخدامات التعليمية تلعب الشبكات الاجتماعية في تطوير التعليم الالكتروني وتعمل على إضافة الجانب الاجتماعي له والمشاركة من كل الأطراف في منظومة التعليم.
- فاستخدام الشبكات الاجتماعية مما يزيد فرص التواصل والاتصال والمناقشة وإبداء الرأي.
- اتجهت الكثير من الدوائر الحكومية للتواصل مع الجمهور من خلال مواقع التواصل الاجتماعي بهدف قياس وتطوير الخدمات الحكومية لديها ومسايرة التقنية الحديثة.
- يمكن الاستفادة من الشبكات في حجز مواعيد وتأكيدها ونشر تعليمات والإجراءات والتواصل مع الرئيس مباشرة وتقديم اقتراحات وملاحظات
- استخدامات إخبارية
- استخدامات الدعوية.
- استخدامها في النكبات والاضطرابات أكثر من حالة السلم وتوزيع الأدوار إيصال الصوت والصورة للجميع وإبراز الحقيقة
- تسلط الضوء على الأضرار والحسائر المادية والبشرية .
- تحدد أماكن النكبات.
- تحدد طرق الدعم والمساعدة. (سلطان مسفر مبارك الصاعدي الحربي، 1435، ص 14 15 16)

4. نماذج استخدام بعض الجمعيات مواقع التواصل الاجتماعي:

1. قطر: قامت جمعية قطر يوم 2019/10/03 بحملة الشمول الرقمي في قطر مول بالتعاون مع قطر الخيرية وهيئة تنظيم الاتصالات حيث تقوم بجمع التبرعات العينة من الأجهزة الالكترونية الذكية بهدف إعادة صيانتها وتوزيعها على الفئات المستحقة سواء طلبة العلم الأيتام العمل وبمشاركة الإعلامية نادين بيطار والإعلامي عبد الله الهلابي. (الشرق، 2019:ص2)
2. المملكة العربية السعودية: انطلقت في السعودية مبادرات العطاء الرقمي لنشر الوعي الرقمي وهي تجربة مثالية في عالم الإعلام الرقمي الجديد وهي جديدة للاحتذاء بها إنها مبادرات عطاء التطوع الرقمي التي بدأت في السعودية برعاية وزارة الاتصالات وتقنية المعلومات تهدف هذه المبادرة لتعزيز فكرة التطوع لدى جميع المواطنين السعوديين لنشر الوعي والمعرفة التقنية تم وضع خطة لتعليم وتدريب مليون شخص في كافة أرجاء المملكة وقسمت المبادرة في أربع مجالات وهي:
 - ✓ التدريب المباشر/ عبر الحقائق التدريبية التقنية المتخصصة بمستويات معرفية مختلفة.
 - ✓ التدريب عن بعد بإيصال المعرفة والمعلومات عبر منصة إلكترونية للتدريب عن بعد بأقل التكاليف.



✓ إثراء المحتوى العربي حيث يمثل 1% من إجمالي المحتوى في شبكة الانترنت لذلك مهمتنا رفع هذه النسبة ودعمه بجودة علمية عالية باللغة العربية.

التطوع في القطاع الثالث "المؤسسات غير الربحية" تعزيز التطوع في هذه المؤسسات.

(شنيو، 2018: 02)

3. الجزائر: مشروع شارك أكبر مشروع جمعي الكتروني: "شارك" أطلقت جمعية "سيدرا" منصتها الالكترونية التي يمكن الاعتماد عليها الاجابة على كل التساؤلات التي يمكن ان يطرحها الشباب المهتم بالحركة الجمعوية انطلاقا من التأسيس الى طرق التسيير وهي نتائج برنامج "شارك" الشبابي الذي عملت عليه منذ عام 2017 ويضم أكثر من 70 جمعية على مستوى 6 ولايات بالعتين الفرنسية والانجليزية لتعميم الاستفادة منه على ان تتم ترجمة المصطلحات قريبا الى العربية حيث اشار رئيس الجمعية نسيم فيلاي لذي أطلق المنصة بمقر الجمعية في بلوزداد مؤخرا إلى أن مشروع "شارك" الشباب يتحرك مشروع تنموي أنشأته الجمعية بهدف تعزيز المشاركة الفعالة والمستدامة لمنظمات الشباب، من اجل تطوير ورصد السياسات والبرامج المحلية الوطنية للمساهمة في زيادة فعالية مشاركة الشباب في الحياة العامة في الجزائر. و أوضح لمين زلاق المكلف بالاعلام على مستوى الجمعية في تصريح لجريدة المساء انه فيما يخص النتائج المحددة من البرنامج فهي تعزيز القدرات التنظيمية والبرامج للمنظمات الشبانية مع تنمية قدرات المنظمات الشبانية على تأيد قضايا الشباب ورصد البرامج والسياسات العمومية فيما يخص فئة المستهدفة من البرنامج قال انها منظمات المجتمع المدني للنشاط في مجال الشباب التي تعمل في ولاية ادرار الجزائر باتنة بجاية وهران وسطيف وتولي اهتماما خاصة للشباب والشابات من ذوي الاحتياجات الخاصة.

أضاف المتحدث انه من بين أهداف "شارك" تحسين تغطية المنظمات الشبانية في وسائل الإعلام الرئيسية وشبكات التواصل الاجتماعية وخلق ديناميكية بين المنظمات الشبانية للحوار والتعاون مع السلطات المحلية والأطراف الاخرى المهتمة بقضايا الشباب موضحا في السياق أن هذه الجمعيات تحصلت على تكوين وتدريب فيما يخص تنمية القدرات على مستوى التواصل عبر مواقع الاجتماعية أو الإعلام لإعطاء اللغة التواصلية دقتها على اكمال وجه. و قال السيد زلاق ان 50 شابا من الفاعلين في الجمعيات استفادوا من لقاءات على مستوى كل ولاية ضمن 50 شابا للحديث عن تنمية الوطن في كل المجالات الرياضية. و أوضح انه بالحديث عن التجربة، فإن الجمعية فازت بإنتاج موارد وثائقية يمكن أن يستفيد منها الشباب الجزائري والمتطوع ورواد الجمعيات وهي عبارة عن دليل للجمعيات الجزائرية بكل النصائح والإرشادات انطلاقا من كيفية إنشاء الجمعية وتأطيرها ماديا وإداريا وصولا إلى طرق الحصول على الموارد المالية والتحكم في الفريق مضيفا ان الدليل موجود على شكل ورقي "وي.دي.اف" على مستوى المنصة الرقمية إذ يمكن تحميله بكل أريحية. كما توجد أيضا بالمنصة الالكترونية عشر أوراق عملية فيها نصائح للشبيبة على مستوى الجمعيات مع كيفية استعمال الأدوات عبر مواقع التواصل الاجتماعي وكيفية قيادة الحوار، بالإضافة إلى دليل



استخدام الجمعيات الخيرية لمواقع التواصل الاجتماعي و انتقالها من الواقع إلى الفضاء الافتراضي (دراسة ميدانية لصفحة جمعية الشباب المثقف)

للقيام بحملات المناصرة في مواضيع مختلفة بهدف ترقية العمل الجمعي والتشجيع على قيام بحملات المناصرة ولفائدة الأطفال أو الشباب أو النساء في مختلف المجالات.

(أحلام، 2019: 02)

- الإجراءات المنهجية:

يقدم لنا الواقع الميداني مجموعة الحقائق التي نكون بصدد البحث عنها في الواقع الاجتماعي، وعليه يري "إحسان محمد الحسن": إن البحوث الميدانية والتطبيقية هي البحوث التي تعتمد على دراسة الواقع الاجتماعي والظروف الموضوعية المحيطة به، بدراسة متجردة مشتقة من طبيعة الظروف والملابسات والمشكلات قيد الدراسة والبحث، وغير متأثرة بالأهواء والنزاعات والمواقف... والاتجاهات الباحث أو العالم الذي ينوي القيام بدراسة أن يراعي كل المراحل العلمية النظامية للدراسة الميدانية. (إحسان محمد الحسن، 1986: 5) وعليه من اجل وضع هذه الدراسة في المسار الصحيح، قمنا بتتبع المراحل المنهجية التالية:

5.1 المنهج:

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي لكونه المنهج المناسب لأهداف هذه الدراسة وطبيعة عينتها، ويرتبط مفهوم البحوث الوصفية بدراسة واقع الأحداث، والظواهر والمواقف، والآراء، وتحليلها، وتفسيرها بغرض الوصول إلى استنتاجات مفيدة إما لتصحيح هذا الواقع، أو تحديثه أو استكمالها، أو تطويره (محمود أحمد محمد الرجي، 2012، ص62) وتم إتباع أسلوب تحليل المضمون في هذه الدراسة، وهو منهجية بحث كمية نشأت في ميدان الإعلام والعلوم السياسية، أطلق عليها بعض المتخصصين بتسمية تحليل المحتوى لاهتمامها بتحليل مضامين وسائل الاتصال الجماهيري والمضامين السياسية. ويعتمد هذا المنهج على التحليل الكمي والكيفي لوحدة البحث.

في دراستنا اعتمدنا على تحليل المحتوى للوصف وتأويل مضامين المنشور والمحتويات جمعية الشباب المثقف في صفحتها عبر الفايسبوك.

5.2 التقنية المعتمدة في الدراسة:

منهج تحليل المضمون (المحتوي): يعتبر أداة من أدوات جمع البيانات تحليل المضمون أو تحليل المحتوى (analyse de contenu) ومن التقنيات التي ما فتئت تستخدم بكثافة في العلوم الإنسانية وهو أسلوب بحث لوضع ووصف كمي منظم ظاهر للمضمون أو المحتوى، استخدم بداية بغية تحليل المواد الإعلامية، مهما كانت طبيعتها: مكتوبة، سمعية، أو سمعية بصرية.

(جمال بن زروق، سعاد قراندي، 2018، ص187)

التحليل الفتوي وهو التحليل الذي يركز على احتساب ومقارنة تكرارات بعض الخصائص المصنفة مسبقا في فئات ذات دلالة. وهي تقوم على فرضية مفادها أن احدي الخصائص عندما يتردد ذكرها أكثر، بمعنى ذلك أنها مهمة بالنسبة للمتحدث. وركزنا في دراستنا على سمات الشكل والمضمون للمحتوي المعروض على صفحات الفايسبوك الخاصة بجمعية الشباب المثقف بوهان نذكر منها:

- السمات الشكلية للمحتوي: فئة نوع المنشور (نص، صورة، فيديو، نص+صورة، نص+فيديو) مستوى النشاط والتفاعل (عدد التعليقات) عدد متبعي الحساب أو المشتركين، اللغة (العربية، الفرنسية، العامية، ازدواجية اللغة)، نوع الخط (خط افتراضي، خط آخر)



- السمات الضمنية للموضوع: نوع المواضيع صفحة الجمعية (اجتماعي، صحي، سياسي، ثقافي، ديني، آخر)، فئة الجمهور المستهدف (الشباب، الأطفال، المؤسسات، العائلات، غير محددة)، أساليب الإقناع (استمالات عقلية، استمالات عقلية).
5.3 العينة: يعتبر أسلوب المعاينة هو الأسلوب المعتمد في أغلب الدراسات، وتعتبر العينة من أهم الخطوات المنهجية التي تنقل البحث من إطاره النظري إلى إطاره التطبيقي وتكون ضمنه نتائج البحث. وطريقة اختبارها تختلف من بحث لآخر. والعينة التي لا تمثل المجتمع تمثيلا صادقا وحقيقيا لا يمكن تعميم نتائجها على كل مفردات المجتمع.

إن اختيارنا لعينة البحث لهذه الدراسة تتمثل في -العينة العشوائية البسيطة- يستخدم هذا الصنف في كل أصناف المعاينة الاحتمالية. وهو أخذ عينة بواسطة السحب بالصدفة من بين مجموع عناصر مجتمع البحث، بمعنى أننا نستخرج عينة عن طريق الصدفة ولكن بشكل مقصود من مجتمع البحث. فالصدفة هنا لا تعني أخذ عينة كيفما كانت خصائصها. هي عينة تسحب عشوائيا، ولكن من داخل مجتمع البحث. فاحتمال اختيار عنصر من مجتمع البحث معروف حتى يتم سحبه من بين العناصر المنتقاة. أما مصطلح بسيط فيعني أن السحب سيتم بطريقة مباشرة على أساس قاعدة مجتمع البحث. (لمياء مرتاض نفوسي، 2015: 18) لان هذه الجمعية وظفت تقنية الفايبيوك، لما لها من مزايا ترويجية لصورة الجمعية وأنشطتها.

6. منوغرافيا الجمعية على صفحة الفايبيوك:

- تعريف جمعية الشباب المثقف:

جمعية الشباب المثقف هي جمعية خيرية والتي مقرها في وهران وبالتحديد فروخي مصطفى وهو فريق تطوعي شباني يهدف إلى تطوير العمل التطوعي بوهران وتطوير قدرات الشباب ليصبحوا مواطنين ايجابيين في المجتمع وكانت بداية انطلاقها في 2013/04/19

تعد صفحة جمعية الشباب المثقف بوهران من بين الصفحات الاجتماعية التي تروج للعمل التطوعي الخيري في الجزائر، حيث سعت ولا تزال تسعى إلى تعريف الأفراد المجتمع بدور جمعية الشباب المثقف بوهران ودورها في الحراك الشعبي الذي يحدث في الجزائر وبالإضافة التكفل بشريحة الشباب والأطفال واليتامى وعائلاتهم بالمنطقة وضواحيها وكذا نشر مختلف المجالات التي تندخل فيها.

وتدعو هذه الجمعية من خلال صفحتها على موقع الفيسبوك إلى مد يد المساعدة للشباب والأيتام، وجميع الفئات ودعم الجمعية بمختلف الإمكانيات المادية والمعنوية لرعايتهم وتحسين ظروف حياتهم المعيشية والعمل بقوله صلي الله عليه وسلم: (انا وكافل اليتيم في الجنة هكذا وأشار بالسبابة والوسطي وفرج بينهما شيئا)

وفيما يخص مجالات عمل هذه الجمعية فإنها طابع ثقافي تربوي يشمل الخدمات الصحية والتربوية والنفسية وحتى ترفيهية، إذ تقوم بنشر أعمالها التطوعية على صفحتها الاجتماعية لتقدم صورة ذهنية ايجابية لدى المتطوعون وأعضاء الجمعية وعامة الناس والصورة خاصة مع الحراك الشعبي اهتمت بالبرامج الجديدة وركزت على بناء الفكر الشبابي، يوم 19 جوان وبالتنسيق مع جمعية ناس الخير وأهل الخير وجمعية ابتساما قدمت مساعدات لسكان منطقة جانت المنكوبة من الفيضانات في جنوب الجزائر وامتداد للحراك الاجتماعي تحت شعار خاوة خاوة حتى يزيدوا من لحمة الجزائريين.

(<https://www.facebook.com/aaji31>)



استخدام الجمعيات الخيرية لمواقع التواصل الاجتماعي و انتقالها
من الواقع إلى الفضاء الافتراضي (دراسة ميدانية لصفحة جمعية الشباب المثقف)

جدول رقم (01) يوضح وصف صفحة جمعية الشباب المثقف على الفاييسوك: أنشئت 10 جويلية 2021 8:00

البيان	تحليل المضمون
العنوان الالكتروني	<p>https://www.facebook.com/aaji31</p> <p>اللغة: العربية</p> <p>الكلمة: متطوعون بلا حدود</p>
الخلفية	<p>الموضع: أعلى الصفحة.</p> <p>المحتوي: الصورة تتضمن شعار الجمعية الذي هو عبارة دائرة فيها خريطة الجزائر واسم الجمعية وهو في وسط وتوجد صور للشباب ذكور وإناث في الجهة اليمني واليسري يتضمن الصورة حساب الجمعية على الفاييسوك وتويتر والانستغرام في الجهة اليسري توجد شمس وكأنها مرسومة باليد في الجهة اليمني من أسفل الصورة يوجد شعار الجمعية باللون الأسود وفي أعلى الصورة على اليمين يوجد هاشتاغ وهران متضامنة.</p>
معلومات حول الصفحة	<p>الموضع: على اليمين</p> <p>يوجد فيها عنوان الأرضي (07 شارع فروخي مصطفى كافينيك سابقا 31000 وهران الجزائر مصحوبة بتحديد الموقع الافتراضي (حي بيراس)</p> <p>تحديد نوع العمل الجمعية وماذا يهدف فريق تطوعي شباني يهدف إلى تطوير العمل التطوعي بوهران.</p> <p>كلمة الجمعية: تصرف كأنك قد حققت هدفك فعليا.....تبنى الايجابية والتفاؤل والأمل.</p> <p>معلومات عامة عن الصفحة عدد المعجبين على الصفحة 30245، عدد المشتركين الصفحة الدائمين 30783 الهاتف: 0793.12.68.55 والبريد الالكتروني.</p> <p>عدد معجبين بالصفحة: 30245</p> <p>عدد المشتركين بالصفحة دائمين: 30783</p> <p>هاتف الجمعية:</p>
شعار الجمعية	<p>الموضع: على اليمين في الأعلى.</p> <p>اللغة: العربية.</p> <p>اللون: أسود مع أصفر على شكل دائرة ومكتوب فيه اسم الجمعية وفي وسط الدائرة يوجد مربع.</p>



الموضع: في الأعلى	صورة تعريف الجمعية
المحتوي: جمعية الشباب المثقف للعمل الإنساني الخيري (متطوعون بلا حدود) لون الخلفية: أزرق واخضر عدد المعجبين: 65 الموضع التاريخي: 11 أكتوبر 2019 تاريخ المشاهدة: 2021/06/10	
المحتوي: بترتيب الزمني آخر موضوعات الصفحة	وسط الصفحة

كما سبق وأشرنا سالفا فقد اخترنا كفريق بحث تناول منهج تحليل محتوى وماله من مميزات لتناول موضوع دراستنا والمتعلق بدراسة دور استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وبتحديد الفايسبوك بنقل الجمعيات الخيرية من الواقع إلى الافتراضي "جمعية الشباب المثقف" المدعومة للعمل التطوعي الخيري بهدف الترويج ونشر ثقافة العمل التطوعي الخيري، وقد ارتأينا تسليط الضوء أكثر على منشورات "صفحة جمعية الشباب المثقف عبر الفايسبوك" والتي تعد من أحد الصفحات المهمة التي تنشط بموقع الفايسبوك، ضف إليه تلك العلاقة المحترمة التي تربطني برئيس الجمعية وهذا لمدة تقارب ثلاث سنوات، وبسبب اهتمامي بالعمل الخيري والعلاقة الإنسانية الجيدة بين أعضاء الجمعية واضطلامنا على أبرز نشاطات الصفحة من خلال منشوراتها بأشكال المختلفة (نص وصورة و صوت)، وضعنا كل ذلك أمام ضرورة البحث والغوص أكثر حول تقصي دور الذي لعبه استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في نقل الجمعيات الخيرية إلى العالم الافتراضي وماهي مظاهر هذا التنقل وكيف استطاعة استقطاب الشباب للعمل التطوعي الخيري، وكيف تروج لمحمل أنشطتها باستخدام الفعال لهذه التكنولوجيا الجديدة. وللوصول إلى هدفنا الأكاديمي بتحليل مختلف المنشورات التي يتم تداولها من طرف مسير صفحة جمعية الشباب المثقف على الفايسبوك ساعدتنا في تحديد أطر قياس آراء وحجم التفاعلات الجمهور المعلن والمعلن عليها ب 30245 في حين يقدر عدد المتصفحين الدائمين ب 30783 وهذا عبر الفترة الممتدة من يعطي للجمعية هوية افتراضية عددية تميزها عن باقي الجمعيات الاخرى النشطة عبر الفايسبوك حتى ولو كان هناك تشابه في اسم الجمعية.

يعتبر البريد الالكتروني للجمعية هو مكمل لهويتها الواقعية ومقدم لهويتها الافتراضية المكتوب باللغة الأجنبية وهذا ناجم من شروط التسجيل عبر الفايسبوك في يشترط عليك لغة أجنبية بسبب مخترع الموقع الذي لا يتكلم العربية ولكن الامايل يحاكي هوية الجمعية الواقعية وهو يحمل رقم 31 أي ولاية نشاط الجمعية وهي وهران وهنا نستنتج الجانب الافتراضي مكمل للواقع الحقيقي للجمعية.

أما رقم الهاتف قد يكون أرضي وهو يعبر عن مكان الجمعية الحقيقي أو يكون ممثل لعضو من أعضاء الجمعية عن طريق هاتفه الخليوي.

صورة الجمعية التي توجد في أعلى الصفحة والتي تحتوي على نقاط تبرز هوية الجمعية الحقيقية الواقعية وهي اسم الجمعية الحقيقي يتخلله شعارها الذي يوجد في وسطه خريطة الجزائر والتي تثبت هوية الجمعية الحقيقية وهي جزائرية، أما في الاعلى على اليمين



استخدام الجمعيات الخيرية لمواقع التواصل الاجتماعي و انتقالها من الواقع إلى الفضاء الافتراضي (دراسة ميدانية لصفحة جمعية الشباب المثقف)

المهاشغ "وهران متضامنة" يبين مكان تواجد الجمعية بتحديد في الجزائر وهي وهران، أما الصور للشباب تبين أن الجمعية شبابية بقوة.

أما بخصوص معلومات الصفحة فهي كلها تحاكي واقعها الحقيقي وهو عنوان تواجد الجمعية بالتحديد (07 شارع فروخي مصطفى كافينيك سابقا 31000 وهران الجزائر فما كتبه الجمعية في عالم الافتراضي هو مكمل لتواجدها الحقيقي في الواقع. أما توضيحها نوعية الفريق الذي هو تطوعي شباني فهي تكملة لمويتها الواقعية الحقيقية فهي جمعية شبابية تطوعية بوهران. حتى الكلام الذي اختارته الجمعية المدون على جهة اليمين هو كلام يحث على التفاؤل والحب والمساعدة وهو من أهداف الحقيقية للجمعية.

فستنتج أن حقيقة المعلومات المدونة على صفحة الجمعية هي معلومات صحيحة وتحاكي نشاطها الواقعي وتنقلها إلى العالم الافتراضي هذه المصدقية تعطي صورة أيجابية لمتصفح صفحة الجمعية من خلال ثراء أنشطة الجمعية، والاستخدام الأمثل لموقع الفيسبوك من قبل فاعلي الجمعية، ووسع من شهرة الجمعية، وتسويق صورة جيدة عنها، ما ساهم في انتقال الجمعية فعليا إلى الفضاء الافتراضي وسمح بتفاعل الجمهور مع كل ما ينشر في صفحة الموقع وإحصائيات الجدول أعلاه توضح مدى الاستغلال الأمثل لموقع التواصل الاجتماعي وتوسيع شبكة العلاقات وتكوين رأس مال بشري افتراضي واشتراك أصدقاء الجمعية الافتراضيين ومعايشتهم لنشاط الجمعية.

7. مناقشة نتائج الدراسة: من خلال تحليل محتوى موقع الفيسبوك الخاص بالجمعية الشباب المثقف توصلنا إلى النتائج التالية:

- أولا: الهدف من نشر الجمعية لأنشطتها:

الهدف	الإعلان والإعلام	التواصل	التوعية	الترفيه	جمع عدد كبير من المساعدات
التكرار	43	04	02	00	1
النسبة	%86	%8	%4	%0	%2

إن أغلب الجمعيات الخيرية توظف أنشطتها على موقع الفيسبوك، للإعلان والإعلام عن أنشطتها والتعريف بمجمل التظاهرات التي تقوم بها وقدرت أعلى نسبة وهي 86% في جمعية الشباب المثقف أما من أجل التواصل فقدرت النسبة بحوالي 8% أما التوعية فقدرت بنسبة 4% أما جمع مساعدات قدرت بنسبة 2% .

وما يمكن استنتاجه أن موقع الفيسبوك يعد وسيلة إعلامية مهمة للترويج وتسويق مجمل أنشطة الجمعية بالإضافة لتوظيفه للناحية الإعلامية والإعلانية الأخرى التي يمكن أن تستفيد منها الجمعية كالإعلان عن التظاهرات التطوعية الخيرية على غرار المخيم الوطني للتطوع الذي تقوم به الجمعية كل سنة.

يعتبر تطبيق الفيسبوك من أكثر التطبيقات سهولة للاستخدام ومجاني في نفس الوقت، جعل منه أكثر تداولاً وخاصة لدى المؤسسات في جميع المجالات على غرار الجمعيات الخيرية وسمح بإعادة إنتاج وظائف جديدة كالتررويج والتسويق للفعل التطوعي الجموعي الرقمي لتقليل من أعباء الدولة بمساعدة الفقراء والمساكين وإشباع رغباتهم، فجمعية الشباب المثقف تقوم بأنشطة ثقافية وتربوية وحتى صحية مع جائحة كورونا وخيرية إنسانية مثل قفة رمضان وحقائب المدرسية للفقراء، وقد خلقت لنفسها



نشاطات خرجت من المحلية إلى الوطنية نتيجة الإعلان والإعلام المنظم مثل مخيم التطوع الذي تقوم به كل سنة من شهر ديسمبر ومشروع المنبر الحر الذي تتكلم فيه مع الشباب الوهراني وتناقش معه مجمل المشاكل التي يعاني منها بشكل دوري كل هذه قد تعرفنا عليها عن طريق المعلومة المصورة.

- ثانيا: طبيعة المواضيع المطروحة على صفحة الجمعية:

موضوع النشر	اجتماعي	سياسي	ثقافي	ديني	صحي	أخري
التكرار	17	1	31	1	0	0
النسبة	%34	%2	%62	%2	%0	%0

تنوعت برامج التي تهتم الجمعية "الشباب المثقف" بعرضها وتقديمها لجمهورها افتراضيا وتمثلت أعلى نسبة هي المواضيع الثقافية ب 62% ثم تليها المواضيع الاجتماعية بنسبة 34% أما المواضيع السياسية والدينية فقد كانت لهما نفس النسبة وهي 02% .

إن الجمعيات الخيرية في الجزائر على غرار جمعية الشباب المثقف تحاول أن تعيد إنتاج مواضيع تحاكي نشاطها الواقعي في المجال الخيري الإنساني ولكن افتراضيا وفي جميع المجالات الاجتماعية، والثقافية والتربوية والصحية والدينية.. الخ فموقع الفايسبوك يعيد تسويق مواضيع من ثقافة المجتمع الجزائري ولكن افتراضيا مثل المواطنة الالكترونية عن طريق عرض مطويات وملصقات وومضات إشهارية تتكلم عن الثورة الجزائرية ومجازر 8 ماي 1945... الخ أما المضمون الثقافي حاولت الجمعية أن تعطيه طابع رقمي خاصة أيام جائحة كورونا في إقامة ندوات وأيام تحسيسية افتراضيا خاصة أيام امتحانات الرسمية التي كانت مع ازدياد العدوة وتخفيف الضغط على الطلبة، أما اجتماعيا التواصل مع عائلات المتضررة من الحجر وذات دخل ضعيف من خلال الفايسبوك أو غيره من وسائط الأخرى هو تقديم المساعدة لهم وحتى الأيام التي لم يكن فيها المرض أحييت الجمعية المناسبات الخيرية والدينية في تنشيط لقاءات وحلقات دينية التي كانت تقوم بها الجمعية وحدها أو بتنسيق مع بعض الجمعيات على غرار أضخم مائدة إفطار قامت بها الجمعية وقامت قناة الجزيرة بتغطيتها خلال شهر رمضان الكريم.

- ثالثا: نوع الوسائط التي تقوم الجمعية بتوظيفها عبر صفحاتها:

نوع المنشور	نص	صورة	نص+صورة	نص+فيديو
التكرار	00	00	43	07
النسبة%	00	00	%86	%14

يتضح من خلال أن شكل (نص+صورة) أخذ أعلى ويرجع ذلك إلى أن الصورة باقتنائها باللغة تفضح عن تفاصيل أكثر دلالة ففي بعض الأحيان تطرح الصورة فكرة وتدعم جانب منها باللغة من خلال بعض الشعارات لان أحيانا ورغم قوة الصورة لكنها تعجز عن إيصال معلومات مفصلة ألا من خلال دعمها بنص لان النص يكمل الصورة والعكس صحيح فمثلا عند



استخدام الجمعيات الخيرية لمواقع التواصل الاجتماعي و انتقالها من الواقع إلى الفضاء الافتراضي (دراسة ميدانية لصفحة جمعية الشباب المثقف)

نشر صورة شخص مصاب بمرض يريد من ناس مساعدته ويحتاج لشراء دواء أو إجراء عملية فلا يعرف هذا الشخص إلا من له معرفة مسبقه به ولكن إذا قمنا بتدعيم هذه الصورة بنص يعرف باسم هذا الشخص ورقم هاتفه وماهو المرض الذي هو مصاب به فنجد أن جميع متصفحى الصفحة تعرفو عليه ، وعليه فاللغة ترجمة معني الصورة والصورة عبرت عن هذه اللغة، ولهذا وظفت الجمعية "الشباب المثقف" صور وفيديوهات كوسائل ترويجية وتسويقية لجمل أنشطتها والعروض التي قدمتها وسوف تقدمها، فقدرت المنشورات التي فيها نص+صورة بنسبة 86% أما المنشورات التي فيها نص+فيديو قدرت بحوالي 14% .

إن الجمعيات توظف وسائل حتى تروج لعروضها وأنشطتها، من خلال نص كتابي يوضح نوع النشاط ويشرحه مع صورة النشاط حتى إذا كان هناك شخص لا يقرأ يستطيع أن يفهم ماذا يقصد أو عرض صور وطنية إحياء مناسبات دينية ووطنية وبطاقات دعوة تعكس مضمون العروض مثل مخيم التطوعي السنوي الذي تقوم به الجمعية وتعيد إنتاجها ضمن مواقع التواصل الاجتماعي، فحين استخدام الفيديو كان بشكل أقل مقارنة بتوظيف الصورة تضمنت الفيديوهات العروض والأنشطة التي تقوم بها الجمعية عرض ندوات وحفلات أو نقل مباشر ليوم تكويني، إن الوسائط الموظفة على صفحة الجمعية عبر الفاييسبوك تساهم في التسويق والترويج للعمل التطوعي وتعطيه الصيغة الرقمية الالكترونية وتنقل معارف ومعلومات من خلال مواقع التواصل الاجتماعي و إعادة إنتاج تقديم المعلومة من خلال الصورة أو فيديو هذا هو الواقع الافتراضي.

- رابعا: أسلوب الإقناع المستخدم عبر صفحة الجمعية:

أسلوب الإقناع	إستمالات عقلية	إستمالات عاطفية
التكرار	10	40
النسبة	20%	80%

نلاحظ من خلال الجدول رقم والذي يمثل الأساليب الإقناعية الذي اعتمدت صفحة جمعية الشباب المثقف بوهران حيث نجد الاستمالات العاطفية كانت في المرتبة الأولى بنسبة 80% وتليها الاستمالات العقلية بنسبة 20% ومن خلال هذه النسب يتضح لنا أن الصفحة اعتمدت على الاستمالات العاطفية في عرض منشوراتها وكان ذلك من خلال أسلوب التكرار للمواضيع والصور، لان التكرار يؤثر على مشاعر المتصفح بحيث تصبح تلك الصور عادة مبهجة بالإضافة إلى توظيف عبارات لمست عاطفة المتلقي مثال: قدم مساعدة، بالإضافة إلى الاعتماد على الألوان حيث أكدت الكثير من الدراسات أن لكل لون تأثيرات نفسية على السلوك فانعكاس العين يؤثر على جهاز العصبي ولكل لون تأثير يختلف على اللون الأخر و الاستمالات لعاطفية تستهدف التأثير على مشاعر وانفعالات المتلقي وإثارة حاجاته النفسية واستخدام الشعارات والرموز التي تعمل على جذب المتبرعين.

أما بالنسبة للاستمالات العقلية فهي تعتمد على مخاطبة عقل المتلقي من خلال تقديم الحجج والشواهد المنطقية وبرزت في الصفحة من خلال عرض دراسات وندوات علمية تهتم بتطوير فكر الشباب خاصة مع الأحداث التي تالت على الجزائر من جائحة كورونا والحراك الشعبي وكيف استطاعت الجمعية بإنشاء منبر الحر للشباب يحاكي العقل حتى نحافظ على الجزائر من خلال نقل أفكار الشباب تقدم حجج وبراهين أو أرقام وإحصائيات لعدد المبالغ المالية التي تحتاجها من أجل إجراء مثلا إفطار الصائم السنوي.



- خامسا: الجدول رقم: يمثل لغة المنشور

النسبة	التكرار	لغة المنشور
100%	50	العربية
00	00	اللهجة العامية
00	00	مزيج لغوي
00	50	المجموع

يمثل الجدول اللغة المستخدمة في منشورات صفحة جمعية الشباب المثقف بوهراڤ فڤاءت نسبة استخدام اللغة العربية ب نسبة 100% من خلال هاته النتائج يتضح أن التركيز الكامل الجمعية في استخدام اللغة العربية. وعليه استخدام اللغة العربية في جميع منشورات الجمعية هو مكمل لهويتها الحقيقية العربية وكذلك مكمل لهويتها الافتراضية المكتوبة على صفحة الجمعية "جمعية الشباب المثقف" ومكمل لهويتها الواقعية.

- سادسا: الجدول رقم: يمثل نوع الخط

النسبة	التكرار	العناصر التيبوغرافية
100%	50	نوع الخط
00	00	أنواع أخرى
100%	50	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن نوع الخط في أغلب المنشورات هو الخط الافتراضي بنسبة 100% وهو ما يوفره جهاز الكمبيوتر وهذا من أجل إبقاء المنشورات في طبيعة واحدة دون المزج والخلط في الخطوط ذلك لتسهيل عملية التطلع دون وجود صعوبة في قراءة الخط فالواقع الافتراضي يعطي توحيد للخط وكتابة المناشير.

- سابعا: الجدول رقم: عدد الاعجابات على المنشور

النسبة	التكرار	فئة عدد الاعجابات على المنشور
10%	05	من 1 إلى 9
16%	08	من 10 إلى 19
18%	09	من 20 إلى 29
56%	28	من 30 فما فوق
100%	50	المجموع



استخدام الجمعيات الخيرية لمواقع التواصل الاجتماعي و انتقالها
من الواقع إلى الفضاء الافتراضي (دراسة ميدانية لصفحة جمعية الشباب المثقف)

يمثل الجدول تفاعل متصفح صفحة جمعية الشباب المثقف جاءت نسبة إعجاب بالمنشور قوية من (30 فما فوق) وقدرت 56% أما النسبة الحسنة لإعجاب بالمنشور من 20 إلى 29 قدرت بـ 18% ثم تلتها نسبة متوسطة والتي هي (من 10 إلى 19) قدرت بـ 16% أما النسبة الضعيفة للمشاركة المنشور (من 01 إلى 06) قدرت بـ 10% .
في ضوء هذه النتائج يمكن القول أن نسبة إعجاب على المناشير في صفحة الجمعية قوية مقارنة بعدد المشاركات. أدخلت شبكات التواصل الاجتماعي الهوية العددية للجمعيات وأصبحت الجمعيات تتفاوت الواحدة عن الأخرى من خلال عدد الرأس البشري الافتراضي المعجب بنشاط الجمعية في صفحة الجمعية الخاص.

- ثامنا: الجدول رقم: عدد المشاركة على المنشور

النسبة	التكرار	فئة عدد المشاركة على المنشور
56%	28	من 1 إلى 9
28%	14	من 10 إلى 19
10%	05	من 20 إلى 29
06%	03	من 30 فما فوق
100%	50	المجموع

يمثل الجدول تفاعل متصفح صفحة جمعية الشباب المثقف جاءت نسبة مشاركة المنشور ضعيفة من (1 إلى 9) وقدرت 56% أما النسبة المتوسطة لمشاركة المنشور من 10 إلى 19 قدرت بـ 28% ثم تلتها الحسنة والتي هي (من 20 إلى 29) قدرت بـ 10% أما النسبة الجيدة للمشاركة المنشور (من 30 فما فوق) قدرت بـ 06% .
في ضوء هذه النتائج يمكن القول أن نسبة مشاركة المناشير في صفحة الجمعية ضعيفة مقارنة بعدد الاعجابات.

- تاسعا: الفئة المستهدفة في صفحة الفيسبوك للجمعية

النسبة	تكرار	الفئة المستهدفة
60%	30	الشباب
10%	05	أطفال
16%	08	المؤسسات
6%	03	العائلات
8%	04	غير محددة
100%	50	المجموع

الجمهور المستهدف أما عن الفئات المستهدفة من قبل موقع الفيسبوك الخاص بالجمعية فأظهرت النتائج أنها موجهة أغلبها للشباب بنسبة 60% ولتنخفض بنسبة 16% إلى فئة المؤسسات ثم يليها الأطفال بنسبة 10% وأخيرا إلى جميع الشرائح الفئة الغير محددة والتي قدرت بنسبة 8% .



إن الأنشطة التي تقوم بها الجمعية وتعلن عنها ضمن صفحتها على الفايسبوك في مجملها موجهة للشباب وهذا تناسب بين الهوية الحقيقية والهوية الافتراضية للجمعية يعطيها مكانة اجتماعية في المجتمع فهي "جمعية الشباب المثقف" فهي تقوم باستهداف فئة الشباب من الناحية التربوية والتثقيفية من خلال دورات وتكوينات وملتقيات في جميع التخصصات وحتى المنخرطين الذي يعملون فيها أغلبهم شباب جامعي مثقف وهذا ما يتناسب مع اسم الجمعية الحقيقي والدليل على ذلك كل مرة تقوم الجمعية بعرض صورة مصحوبة بنص كتابي تتكلم فيه عن شخصية عاملة في الجمعية فأغلبهم شباب جامعي وفي جميع التخصصات، وهذا من أجل تحفيز الشباب الانخراط في الجمعيات الخيرية وتطوير العمل التطوعي وخلق استعداد فردي وتربيتهم على حب العمل التطوعي الجماعي، فطلبة الجامعات في جميع التخصصات يحاولون ربط جسور التواصل بين الجمعيات والجمهور. وعليه فمحمل الممارسات التي تقوم بها جمعية الشباب المثقف على مدار السنة، فرضت عليها ألزمت فاعليها إيجاد آلية جديدة لتقريب الجمهور من الجمعية أكثر فأكثر. محاولين تغيير الصورة النمطية التي تحصر العمل التطوعي لكبار السن فقط وكذلك إعادة النظر في مجمل أنشطة الجمعية التي تتناسب مع طموحات الشباب وتوجهاتهم مستخدمين في ذلك الوسائط الاجتماعية للتفاعل مع الجمهور الافتراضي ولتحديد معالم التوجه نحو الافتراضي ومسايرة الحتمية التكنولوجية التي تظهر في موقع الفايسبوك الذي يقوم بتفعيل الأدوار الجمعية واستغلال كل المزايا التي يتمتع الفايسبوك بها كالسرعة وفرصة المعلومة ومجانية الاتصال وتحفيز الشباب للانخراط مع الجمعية وإعلامهم بجميع أنشطتها ومواعيد انطلاقها .

8. الخاتمة:

ما يمكن استخلاصه في هذه الدراسة أنه هناك حتمية تكنولوجية نتيجة تغير المجتمع تفرض نفسها في جميع التخصصات والمجالات وخاصة في مجال الخيري، فأصبحت ضرورة ملحة للجمعيات الخيرية الجزائرية أن تستغل الوسائط التكنولوجية الحديثة على غرار الفايسبوك للترويج لمجمل أنشطتها، ناهيك عن الجانب الأخر الذي تسموا إليه الجمعية وهو استقطاب وجذب منخرطين جدد شباب خاصة من أجل استفادة من قدراتهم ونشاطهم، والتعريف بالقدرات التي تستطيع أن تقوم بها الجمعيات الخيرية في تغطية نقائص الدولة مثل ما قامت بها الجمعية أثناء جائحة كورونا من تقديم مساعدات لجميع الأسر التي أرهقتها الحجر الصحي، زد على ذلك تناسب هوية الجمعية الحقيقية "الشباب المثقف" مع نشاطها التربوية والتثقيفية التي هي موجهة للشباب أما ندوات أو دورات تكوينية أو مواضيع تثقيفية للمجتمع الوهراني والجزائري نتيجة لعالمية شبكات التواصل الاجتماعي كما أصبحت للجمعية هوية عديدة وهو رأس مال افتراضي يحدده عدد المنخرطين بصفحة الجمعية وهو يختلف من جمعية إلى أخرى.



استخدام الجمعيات الخيرية لمواقع التواصل الاجتماعي و انتقالها
من الواقع إلى الفضاء الافتراضي (دراسة ميدانية لصفحة جمعية الشباب المثقف)

9. قائمة المراجع:

- إحسان محمد الحسن(1986)، الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي، الطبعة الثانية، دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت.
- عمر إبراهيم بوسعدة(2020)، أساليب استخدام تنظيم داعش لشبكات التواصل الاجتماعي، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، المجلد 6، العدد4، مستغانم، الجزائر.
- جمال بن زروق، سعاد قراندي(2018)، دور الفيسبوك في دعم التربية الإعلامية عبر الصفحات الدينية، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد 01، العدد 02، جامعة سكيكدة، الجزائر.
- محمود أحمد الرجيبي(2012)، إتجاهات الخطاب الاسلامي في المواقع الالكترونية الاخبارية(تحليل مضمون موقع البوصلة الإخباري)، مذكرة ماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط.
- وجدي محمد بركات(2005)، تفعيل الجمعيات الخيرية التطوعية في ضوء سياسات الاصلاح الاجتماعي بالمجتمع العربي المعاصر، المؤتمر العلمي الثامن عشر، حلوان.
- سلطان مسفر مبارك الصاعدي الحربي، دور شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة العمل الإنساني، ملتقى العمل الإنساني ، مملكة العربية السعودية.
- باعلي سعيدة(2017)، باعلي سعيدة(2017)، دور الجمعيات الخيرية في تفعيل العمل التطوعي، مذكرة ماجستير في علم اجتماع تخصص تنظيم وعمل، جامعة إدرار الجزائر.
- أحلام(2019)، شارك تعزيز للمشاركة الفعالة والمستدامة، موقع المساء، 02 أكتوبر 2019
- مدحت محمد أبو النصر، رؤية مستقبلية لتطوير العمل التطوعي في الوطن العربي، المكتب الجامعي الحديث، 2016، ص76
- سلطان مسفر مبارك الصاعدي الحربي، دور شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة العمل الإنساني، ملتقى العمل الإنساني ، مملكة العربية السعودية، ، ص14.15.16، 1435هـ
- نادية بن ورقلة(ب.س)، دور شبكات التواصل الاجتماعي وتنمية الوعي السياسي و الاجتماعي لديالشباب العربي، محاضرة مقدمة، الجزائر، جامعة الجلفة.
- كلثوم حمدي، أم الخير حمدي(2018)، وسائل الاعلام الاجتماعي كألية لزيادة مداخيل الجمعيات الخيرية، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصاد، المجلد 07، العدد 04، تمناست.
- ليلي احمد جرار(2012)، الشباب والفيسبوك، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
- لمياء مرتاض نفوسي(2015)، ديناميكية البحث في العلوم الإنسانية، دار هومه، الجزائر.
- سلطان مسفر مبارك الصاعدي(1432)، الشبكات الاجتماعية خطر أم فرصة، بحث مقدم لشبكة الالوكة المسابقة الثانية فرع الدراسات والبحث، المدينة المنورة، المملكة العربية السعودية. محمد الجوهري واخرون، المجلد الاول، الطبعة الثانية.



- علي أحمد إبراهيم خليفة(2012)، تكنولوجيا الواقع الافتراضي في التعليم(الاستخدام/المميزات/العوائق)، مقال منشور، مجلة دراسات تربوية، العدد 25.
- نادية بن ورقلة(ب.س)، دور شبكات التواصل الاجتماعي وتنمية الوعي السياسي و الاجتماعي لدى الشباب العربي، محاضرة مقدمة، الجزائر، جامعة الجلفة.
- شنينو أماني (2018)، مبادرة عطاء تجربة تطوع رقمية للاحتذاء بها، السعودية: مقال منشور في شبكة الصحفيين الدوليين، 11 جوان 2018 متوفر على الموقع الإلكتروني: <https://ijnet.org/ar/story>
- أحلام(2019)، شارك تعزيز للمشاركة الفعالة والمستدامة، الجزائر، مقال منشور في موقع المساء، 02 أكتوبر 2019 متوفر على الموقع الإلكتروني: <https://www.el-massa.com/dz/>
- الشرق، هيئة تنظيم الاتصالات تنفذ حملة خيرية لجمع الأجهزة الإلكترونية،(2019)، مقال منشور في شرق، متوفر على موقع: <https://al-sharq.com/article>