

مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تدعيم منظمات العمل التطوعي الخيري

- دراسة ميدانية على منظمة "أصدقاء القالة" الخيرية -ولاية الطارف

Social media and their role in supporting charitable volunteer organizations-A field study on "the Friends of El-Kala" Charitable Organization - El Tarf province

درابلية فدوى¹، بوشارب بولوداني خالد²

DRABLIA Fadoua^{*1}, BOUCHAREB BOULOUDANI khaled²

¹جامعة 08 ماي 1945 قالمة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية (الجزائر)،

drablia.fadoua@univ-guelma.dz

مخبر الفلسفة والدراسات الانسانية والاجتماعية ومشكلات الاعلام والتواصل

²جامعة 08 ماي 1945 قالمة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية (الجزائر)

bouchareb.khaled@univ-guelma.dz.

مخبر الفلسفة والدراسات الانسانية والاجتماعية ومشكلات الاعلام والتواصل

تاريخ النشر: 2022/12/31

تاريخ القبول: 2022/12/20

تاريخ الإرسال: 2022/03/14

Abstract :

This article aimed to evaluate the role of social media in supporting charitable volunteer organizations, to achieve this goal, the descriptive approach was relied on and a questionnaire was distributed to an intentional sample of 30 members from the "Friends of el-Kala" charitable organization, This study concluded that social media save time, effort and cost for the "Friends of el-Kala" charitable organization, And that this organization presents its charitable activities on social media to address all segments of society to provide aid and participate in charitable volunteer work.

Keywords: social media; charitable organizations; volunteer work; charity work.

ملخص:

يهدف المقال لتقويم دور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم منظمات العمل التطوعي الخيري، ومن أجل تحقيق هذا الهدف تم الاعتماد على المنهج الوصفي وعلى استمارة موزعة على عينة قصدية قوامها 30 عضو من منظمة "أصدقاء القالة" الخيرية، وخلصت الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي توفر على منظمة "أصدقاء القالة" الخيرية الوقت والجهد والتكلفة، وأن هذه المنظمة تعرض نشاطاتها الخيرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي لمخاطبة كل فئات المجتمع لتقديم المساعدات ومشاركتها العمل التطوعي الخيري.

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي، منظمات العمل الخيري، العمل التطوعي، العمل الخيري.

* المؤلف المرسل.

1. مقدمة

أصبح العالم في السنوات القليلة الماضية يعيش تغيرات شملت كل مناحي الحياة، ومن أبرز هذه التغيرات ما نشهده اليوم من تطور في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال والذي أحدث ثورة كبيرة مست كل العالم وفتحت أمام الأفراد منافذ جديدة للتواصل والتفاعل فيما بينهم.

وتعد مواقع التواصل الاجتماعي من أبرز أشكال التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال التي ولدت من رحم شبكة الأنترنت، ومن أمثلة هذه المواقع الفاسبوك، أنستا غرام، تويتر، يوتيوب، والتي أصبحت تلقى رواجاً كبيراً ومتابعة من قبل عدد كبير من فئات المجتمع.

ولقد فتحت مواقع التواصل الاجتماعي العالم على مصرعيه وجعلت منه أشبه بقرية صغيرة، إذ مكنت الأفراد من إنشاء علاقات والتواصل دون اعتبارات زمانية ومكانية وتبادل المعلومات والمعارف والتعبير عن الذات والميولات والاهتمامات بدون قيود، كما ساهمت في بلورة الوعي السياسي والفكري وجعلت الفرد ملماً بكل مستجدات العالم.

ومن هذا المنطلق أخذت العديد من منظمات العمل التطوعي الخيري تهتم باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تنشيط مهامها وأنشطتها الخيرية والتطوعية، إذ أنه لا تكاد تكون هناك منظمة تطوعية خيرية لا تمتلك صفحة على إحدى مواقع التواصل الاجتماعي، نظراً للدور الذي تلعبه هذه الأخيرة في مساعدتها على نشر مفهوم العمل التطوعي الخيري وعرض الفعاليات التطوعية والمشاريع الخيرية من أجل ترجمتها فعلياً على أرض الواقع.

كما أن مواقع التواصل الاجتماعي فتحت المجال أمام الجمهور المتابع لمنظمات العمل التطوعي الخيري من أجل التواصل والتفاعل معهم بالتعليق والإعجاب والنشر

والاطلاع على كل المستجدات من خلال المنشورات التي تضعها هذه الأخيرة على صفحاتها الرسمية، وكذلك تبادل الآراء واستقبال الاقتراحات والإجابة على الاستفسارات من أجل تطوير العمل التطوعي والخيري، وبالتالي تحقيق الهدف السامي الذي ترجاه منظمات العمل التطوعي الخيري المتمثل في مساعدة المعوزين والفقراء وتوفير الأدوية للمرضى وإسعاد الأيتام وتفريج كرب المحتاجين.

وتأسيسا على ما سبق ذكره يمكن القول أن مشكلة الدراسة تبلورت في سؤال

الناطلاق التالي:

ما هو الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم منظمات العمل التطوعي الخيري؟

1.1 فرضيات الدراسة:

- تقوم مواقع التواصل الاجتماعي بتوفير الوقت والجهد والتكلفة في تدعيم منظمة "أصدقاء القالة" الخيرية.
- تقوم منظمة "أصدقاء القالة" الخيرية بمخاطبة مختلف فئات المجتمع عبر مواقع التواصل الاجتماعي من أجل تقديم المساعدات.

2.1 أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تقديم تشخيص موضوعي حول مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تدعيم منظمات العمل التطوعي الخيري، وذلك قصد التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في توفير الوقت والجهد والتكلفة في تدعيم منظمة "أصدقاء القالة" الخيرية، ومحاولة توضيح دور هذه المنظمة في مخاطبة مختلف الفئات في المجتمع عبر مواقع التواصل الاجتماعي من أجل تقديم المساعدات، بهدف الخروج بجملة من التوصيات لضبط الظاهرة.

3.1 منهجية الدراسة:

من أجل تحقيق أهداف الدراسة الراهنة تم الاعتماد على المنهج الوصفي على اعتبار أن هذا العمل البحثي يسعى إلى وصف "مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تدعيم منظمات العمل التطوعي الخيري"، معتمدين في ذلك على الاستمارة التي وزعت على عينة قصدية قوامها 30 مفردة من منظمة "أصدقاء القالة" الخيرية ، وقد قسمت الاستمارة إلى ثلاثة محاور أساسية تحتوي على 15 سؤال، تعلق المحور الأول بالبيانات الشخصية وتضمن 05 أسئلة، أما المحور الثاني الخاص بالفرضية الأولى احتوى 06 أسئلة، في حين شمل المحور الثالث الخاص بالفرضية الثانية 04 أسئلة، وقد تم استخدام "مقياس ليكرت" ذو التدرج الخماسي، الذي تعبر درجاته عن مستويات متفاوتة من 1 إلى 5 درجات انطلاقاً من أرفض بشدة وصولاً إلى أوافق بشدة، وذلك بالاعتماد على برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية spss إصدار "26.0"، حيث تم حساب التكرارات والنسب المئوية في المحور الأول في حين تم حساب المحور الثاني والثالث باستخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

4.1 الدراسات السابقة:

تعد الدراسات السابقة أهم خطوة من خطوات البحث العلمي، باعتبارها إرث مرجعي يساعد الباحث في بلورة إشكاليته البحثية وبناء وتوجيه بحثه معرفياً وإجراءً، وعليه فقد ارتأينا الاستشهاد بالدراسات التالية:

دراسة السيد علي عثمان أحمد بعنوان "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تسويق خدمات الجمعيات الأهلية دراسة من وجهة نظر الخدمة الاجتماعية"، التي أجريت في مصر سنة 2017 بمدينة الفيوم، حيث اعتمد الباحث على منهج المسح الاجتماعي وعلى استمارة موزعة على 104 عضو من الأفراد العاملين بالجمعيات الخيرية التي تمتلك

حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي، وهدفت هذه الدراسة إلى محاولة تحديد الآليات التي تساهم في تفعيل دور شبكات التواصل الاجتماعي في تسويق الخدمات للجمعيات الأهلية، وتوصلت إلى أن لمواقع التواصل الاجتماعي دور في تسويق الخدمات للجمعيات الأهلية من خلال الاهتمام بالمحتوى الإعلامي المنشور على مواقع التواصل الاجتماعي وتحديثه باستمرار، وإيجاد كوادر قادرة على إدارة حملات التسويق الاجتماعي لأنشطة ومشاريع العمل الأهلي، ومواصلة نشر إنجازات الجمعية على شبكات التواصل الاجتماعي.¹

دراسة **الصادق البدوي بلة** بعنوان "دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم العمل الخيري"، التي تم إجرائها في السودان سنة 2019 بكلية التربية جامعة البطانة، اعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي التحليلي وعلى استبانة موزعة على عينة عشوائية قوامها 315 مفردة من الأساتذة والموظفين والطلاب بكلية التربية جامعة البطانة، وهدفت هذه الدراسة إلى استقصاء آراء الأساتذة والموظفين والطلاب نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم العمل الخيري، حيث حاول الباحث الإجابة على التساؤل التالي: ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم العمل الخيري؟، وتوصل إلى أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المفحوصين في دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم العمل الخيري تعزى لمتغيرات الدراسة (النوع، الصفة، عدد الجمعيات الخيرية التي ينتمي لها المفحوص).²

من الملاحظ أنه من خلال المقارنة بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية أنها تكاد تكون متشابهة من حيث الأهداف والنتائج، وهو ما مهد الطريق أمام دراسة الموضوع الذي سيتناول الانتشار الكبير لمواقع التواصل الاجتماعي وكيف تقوم منظمات العمل التطوعي الخيري باستثمار هذا الانتشار في إيصال مشاريعها ورسائلها لجماهيرها من

رواد مواقع التواصل الاجتماعي الذين يسعون بدورهم من أجل تقديم المساعدة المادية والمعنوية.

ومن خلال ما سبق ذكره اتضح جليا أن مواقع التواصل الاجتماعي تشكل وسيلة اتصالية هامة وضرورية في المجتمع خاصة في الآونة الأخيرة لما لها من دور فعال في تسليط الضوء على منظمات العمل التطوعي الخيري كهيئة متأثرة ومستفيدة من هذه الوسيلة.

2. الإطار النظري للدراسة

1.2 تعريف مواقع التواصل الاجتماعي: تعددت وتباينت وجهات نظر الباحثين والأكاديميين في تقديمهم لتعريف شامل ودقيق لمواقع التواصل الاجتماعي، الأمر الذي دفعنا إلى استعراض جملة من التعريفات كما يلي:

يعرفها محمد مصطفى رفعت على أنها: "من المواقع التي تتيح للأفراد التواصل في مجتمع افتراضي وتكوين علاقات ورأس مال اجتماعي يتبادلون فيه الاهتمامات المشتركة والآراء المختلفة، ويقومون من خلال هذه المقاطع بنشر عدد من الموضوعات والصور والفيديوهات وغيرها من الأنشطة"³.

وفي نفس السياق جاء تعريف حسنين شفيق كالتالي: "مواقع على الانترنت يتواصل من خلالها ملايين البشر الذين تجمعهم اهتمامات أو تخصصات معينة، يتاح لأعضاء هذه الشبكات مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو وإنشاء المدونات وإرسال الرسائل وإجراء المحادثات الفورية، وسبب وصف هذه الشبكات بالاجتماعية كونها تتيح التواصل مع الأصدقاء وزملاء الدراسة وتقوي الروابط بين أعضاء هذه الشبكات في فضاء الانترنت"⁴.

التعريف الإجرائي لمواقع التواصل الاجتماعي:

هي مواقع على الشبكة العنكبوتية حديثة الإصدار ظهرت مع الجيل الثاني للويب (web0.2) وجعلت من العالم قرية صغيرة، حيث مكنت الأفراد باختلاف مستوياتهم العمرية والثقافية والايديولوجية من التواصل والتفاعل مع غيرهم بمشاركة الصور والفيديوهات والمنشورات وإجراء المحادثات الكتابية والصوتية والمرئية الفورية عن بعد وتبادل الاهتمامات والمعارف والخبرات دون اعتبارات زمانية أو مكانية.

2.2 تعريف منظمات العمل الخيري: تختلف منظمات العمل التطوعي الخيري من حيث مسمياتها على غرار الجمعيات الخيرية، مؤسسات المجتمع المدني، المنظمات الأهلية، المؤسسات الغير حكومية، المنظمات التطوعية...إلخ، وبالرغم من هذا الاختلاف إلا أنها تتفق في كونها تؤدي في مجملها إلى نفس المعنى، وعليه فقد ارتأينا تقديم التعريفات التالية:

هي "مؤسسة أهلية تهدف إلى تقديم الخدمات الاجتماعية للفئات المحتاجة دون أن تستهدف الربح المادي".⁵

هي "المنظمات التي تتوفر فيها خمسة مقومات أساسية، رسمية (ذات صفة قانونية)، خاصة (غير حكومية)، ولا توزع أرباحا (فهي ليست تجارية)، وتحكم نفسها (أي تدير نفسها دون سلطة أخرى)، وتطوعية".⁶

التعريف الإجرائي لمنظمات العمل الخيري:

هي تجمع أو اتفاق بين أفراد أو مؤسسات لفترة زمنية محددة أو غير محددة لتقديم خدمات وفعاليات وأنشطة تطوعية خيرية ومد يد العون والمساعدة للأفراد المحتاجين لتحقيق ازدهار المجتمع وتمميته وتقديمه ولا تسعى وراء أي هدف أو ربح مادي.

3.2 تعريف العمل التطوعي الخيري: تعددت واختلقت جهات نظر الباحثين والأكاديميين

حول طبيعة العمل التطوعي الخيري، إلا أنها اتفقت من ناحية مضمونه والهدف المرجو منه، وتأسيسا على ذلك يمكن تعريف العمل التطوعي الخيري كما يلي:

يعرفه يوسف القرضاوي على أنه: "النفع المادي أو المعنوي الذي يقدمه الفرد لغيره، من دون أن يأخذ عليه مقابل مادي، ولكن ليحقق هدفا خاصا له أكبر من المقابل المادي".⁷

ويعرفه عبد الحكيم موسى أنه: "مظهر من مظاهر الخدمة الاجتماعية، يمارس على أنه خدمة اجتماعية تتم بصورة فردية وباحثواء جماعي لإشباع حاجات الأفراد ضمن نطاق المجتمع من خلال اتباع أساليب علمية وعملية تراعي القواعد التنظيمية الموجودة في الجهة المستفيدة من تلك الخدمة بدون أجر أو مقابل مادي".⁸

التعريف الإجرائي للعمل التطوعي: هو كل عمل اجتماعي انساني يقوم به فرد أو جماعة أو مؤسسة رغبة وتطوعا ودون أي ضغط أو تأثير من قبل أي جهة أو سلطة كانت، بغية تقديم العون ومساعدة الآخرين وتكون هذه المساعدة إما بالوقت أو بالجهد أو بالتكلفة المالية دون انتظار مقابل أو منفعة مادية.

3. الإطار الميداني للدراسة

1.3 عرض وتحليل ومناقشة نتائج البيانات الشخصية:

جدول رقم (01): توزيع المبحوثين حسب الجنس.

الجنس	التكرار	%
ذكر	23	76,66
أنثى	07	23,33
المجموع	30	100

المصدر: بتصريف بناء على نتائج برنامج SPSS

نلاحظ من خلال المعطيات الإحصائية الواردة في الجدول (01) أعلاه أن معظم أفراد العينة من الذكور وذلك بنسبة (76,66%) مقابل (23,33%) من الإناث، حيث تبدو نسبة الذكور مرتفعة مقارنة مع نسبة الإناث، ويرجع ذلك إلى طبيعة المهام التي تتولاها منظمة "أصدقاء القالة" الخيرية، وهو ما يتطلب أحيانا مجهود عضلي بالإضافة للتنقل للمناطق البعيدة أو النائية والتي تتناسب مع الذكور أكثر من الإناث اللاتي تفضلن التكفل بالمهام الإدارية الداخلية للمنظمة داخل المقر.

جدول رقم (02): توزيع المبحوثين حسب السن.

السن	التكرار	%
أقل من 25 سنة	15	50
من 26 إلى 35 سنة	05	16,66
من 36 إلى 45 سنة	03	10
أكثر من 50 سنة	07	23,33
المجموع	30	100

المصدر: بتصريف بناء على نتائج برنامج SPSS

يتضح من خلال المعطيات الواردة في الجدول رقم (02) أن أكبر نسبة لسن أعضاء منظمة "أصدقاء القالة" الخيرية هي من فئة أقل من 25 سنة والتي قدرت بـ(50%) تليها فئة (أكثر من 50 سنة) بنسبة (23,33%)، أما الفئة التي تتراوح أعمارهم (من 26 إلى 35 سنة) قدرت بنسبة (16,66%) وأقل فئة كانت (من 36 إلى 45 سنة) بنسبة (10%)، وهذا يدل على أن منظمة "أصدقاء القالة" الخيرية تعتمد بدرجة كبيرة على الفئة الشبابية، وهذا راجع إلى النشاط والحيوية التي تتمتع بها هذه الفئة مقارنة بباقي الفئات الأخرى إذ أنه بإمكان الشباب التنقل من مكان إلى آخر لإيصال أصوات المحتاجين وتقديم الدعم المادي والمعنوي لهم.

جدول رقم (03): توزيع المبحوثين حسب الحالة الاجتماعية.

الحالة الاجتماعية	التكرار	%
أعزب	19	63,33
متزوج	10	33,33
مطلق	01	3,33
المجموع	30	100

المصدر: بتصريف بناء على نتائج برنامج SPSS

وفقا للدراسة الميدانية التي أجريت على منظمة "أصدقاء القالة" الخيرية فقد تبين في الجدول رقم (03) أن أعضاء المنظمة العزاب هم الأكثر من حيث النسبة والتي قدرت بـ (63,33%) تليها فئة المتزوجين بنسبة (33,33%) وقدرت نسبة المطلقين بـ (3,33%).

حيث نلاحظ أن نسبة العزاب مرتفعة وهذا راجع إلى قلة المسؤوليات والتزامات حياتية الملقاة على عاتقهم وهذا ما يجعلهم متفرغين للعمل التطوعي الخيري عكس باقي الفئات الأخرى.

جدول رقم (04): توزيع المبحوثين حسب المستوى التعليمي.

المستوى التعليمي	التكرار	%
إبتدائي	-	-
متوسط	05	16,66
ثانوي	09	30
جامعي	16	53,33
المجموع	30	100

المصدر: بتصريف بناء على نتائج برنامج SPSS

يتبين من خلال الجدول رقم (04) أن نسبة (53,33%) تتركز في فئة الأعضاء الذين لديهم مستوى جامعي أما المستوى الثانوي فقدر بنسبة (30%) يليها مستوى التعليم المتوسط بنسبة (16,66%) أما نسبة المستوى الابتدائي فقد جاءت نسبته منعدمة، ومنه نلاحظ أن المستوى الجامعي هو أكبر نسبة بالمقارنة مع المستويات التعليمية الأخرى، وهذا يدل على أن منظمة "أصدقاء القالة" الخيرية يقع تسييرها من قبل أعضاء من نخبة المجتمع، والذين يملكون قدر من المعرفة والثقافة والكفاءة العلمية والعملية التي تخول لهم القدرة على الإدارة والتسيير السليم للمنظمة والذي يدفع بهم إلى ترجمة حالة الفئات المحتاجة وإيصالها إلى المتبرعين والمتابعين بصورة واضحة وسليمة.

جدول رقم (05): توزيع المبحوثين حسب الوضعية المهنية.

الوضعية المهنية	التكرار	%
عاطل(ة)	01	3,33
طالب(ة)	09	30
موظف(ة)	16	53,33
متقاعد(ة)	04	13,33
المجموع	30	100

المصدر: بتصريف بناء على نتائج برنامج SPSS

يتضح من خلال البيانات الإحصائية للجدول رقم (05) أن نسبة الأعضاء الموظفين في منظمة "أصدقاء القالة" الخيرية قدرت بـ (53,33%)، تليها نسبة (30%) من الطلاب، ثم فئة المتقاعدين بنسبة (13,33%)، وفي الأخير فئة العاطلين عن العمل بنسبة (3,33%)، وعليه فإن نسبة الأعضاء الموظفين مرتفعة بالنسبة للفئات الأخرى وهي الفئة المقيدة بساعات عمل محددة لدى المؤسسات الحكومية، ومع ذلك فهي تستقطع من أوقات

راحتها وفراغها لخدمة الفئات والحالات الاجتماعية المحتاجة، بالإضافة أيضا للطلاب الذين ينضمون للعمل التطوعي الخيري في أوقات راحتهم وعطلهم، أما المتقاعدون والعاطلون عن العمل فهم يمثلون الفئة التي لديها أكثر وقت فراغ والذي يفضلون استغلاله في العمل التطوعي الخيري.

2.3 عرض وتحليل ومناقشة نتائج الفرضية الأولى القائلة: تقوم مواقع التواصل

الاجتماعي بتوفير الوقت والجهد والتكلفة في تدعيم منظمة "أصدقاء القالة" الخيرية.

جدول رقم (06): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدور مواقع التواصل

الاجتماعي في خدمة منظمة "أصدقاء القالة" الخيرية.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرار	الاستبانة
		0	مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمها المنظمة هي:
1,60	3,33	30	فايسبوك
1,80	2,63	30	انستغرام
1,17	1,83	30	تويتر
		0	تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في خدمة المنظمة من خلال:
1,56	3,20	30	الاعلان عن الأنشطة والمشاريع الخيرية
1,91	2,73	30	تحديد الموقع الجغرافي للمنظمة لتسهيل وصول المحتاجين والمتبرعين إليها
1,44	2,83	30	إمكانية التبرع الإلكتروني
1,74	2,80	30	الوصول للمحتاجين الذين يصعب الوصول إليهم
1,54	2,86	30	إطلاق نداءات الدعم وحملات التبرع

			تقوم إدارة المنظمة بتحقيق أفضل استخدام لمواقع التواصل 0
			الاجتماعي من خلال:
1,21	3,96	30	التواصل مع الجماهير
1,25	2,13	30	مشاركة قصص نجاح المشاريع الخيرية
1,21	1,96	30	تبني استفسارات واقتراحات الجماهير

المصدر: بتصريف بناء على نتائج برنامج SPSS

يتضح من خلال الجدول رقم (06) من خلال المتوسط الحسابي أن أعضاء المنظمة الخيرية "أصدقاء القالة" يستخدمون موقع الفايسبوك (3,33)، أما في ما يخص مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في خدمة المنظمة فقد جاءت بالترتيب كما يلي: من أجل الاعلان عن الأنشطة والمشاريع الخيرية (3,20)، إطلاق النداءات وحملات التبرع (2,86)، إمكانية التبرع الإلكتروني (2,83)، الوصول للمحتاجين الذين يصعب الوصول إليهم (2,80)، تحديد الموقع الجغرافي للمنظمة حتى يسهل الوصول إليها من قبل المحتاجين (2,72)، أما بالنسبة لتحقيق إدارة المنظمة الخيرية لأفضل استخدام لمواقع التواصل الاجتماعي أجاب أغلبية المبحوثين أنه من خلال التواصل مع المتابعين (3,96).

وعليه يمكن القول أن الفايسبوك أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما من قبل كل الفئات والشرائح الاجتماعية، وهو ما يساهم في تفعيل ودعم أنشطة العمل التطوعي الخيري، بفضل تفاعل المستخدمين مع المنشورات التي يعرضها أعضاء منظمة "أصدقاء القالة" الخيرية على صفحاتهم الشخصية سواء بالدعم المادي أو المعنوي، كما يقومون بالتفاعل مع الأفراد المتابعين لهم واستقبال اقتراحاتهم والقيام بطرحها على العلن والتحاور حولها والجابة على الاستفسارات والتساؤلات التي تأتيهم من قبل الراغبين في التطوع والتبرع.

جدول رقم (07): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في توفير الوقت والجهد والتكلفة في تدعيم منظمة "أصدقاء القالة" الخيرية.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرار	الاستبانة
			تقوم مواقع التواصل الاجتماعي بتوفير الوقت 0 في تدعيم منظمة "أصدقاء القالة" الخيرية؟
0,77	4,23	30	نعم
0,83	1,70	30	لا
			تقوم مواقع التواصل الاجتماعي بتوفير الجهد 0 في تدعيم منظمة "أصدقاء القالة" الخيرية؟
0,63	4,26	30	نعم
0,85	1,43	30	لا
			تقوم مواقع التواصل الاجتماعي بتوفير التكلفة 0 في تدعيم منظمة "أصدقاء القالة" الخيرية؟
1,00	4,23	30	نعم
0,93	1,50	30	لا

المصدر: بتصريف بناء على نتائج برنامج SPSS

يتضح من خلال الجدول رقم (07) من خلال المتوسط الحسابي أن مواقع التواصل الاجتماعي تقوم بتوفير الوقت في تدعيم منظمة "أصدقاء القالة" الخيرية (4,23)، كما تساهم أيضا في توفير الجهد (4,26)، والتكلفة (4,23).

وعليه فإن لمواقع التواصل الاجتماعي تأثير كبير على منظمة "أصدقاء القالة" الخيرية وذلك من خلال تفاعل الأفراد المتابعين لها مع منشوراتها، والذي يتيح إيصال معاناة الفقراء والمحتاجين بوتيرة متسارعة ومنه تتلقى الدعم الفوري من قبل أهل البر والخير والاحسان، وهو ما يساهم في سيرورة مهام المنظمة ويساعدها في ترجمة المشاريع والفعاليات الخيرية وإيصال صوت الحالات الاجتماعية وتلقي الاقتراحات والمبادرات، كما توفر على أعضاء المنظمة عناء التنقل لأماكن تواجد الفئات المحتاجة خاصة منها الذين يقطنون أماكن بعيدة ونائية يصعب الوصول إليها مشيا على الأقدام أو من خلال وسائل النقل المختلفة، كما توفر على المتبرعين تكلفة التنقل إلى مقر المنظمة من أجل التبرع وذلك من خلال خاصية التبرع الإلكتروني.

ومنه يمكن القول أن الفرضية الأولى قد تحققت، حيث أن استعانة منظمة "أصدقاء القالة" الخيرية بمواقع التواصل الاجتماعي مكنتها من الوصول للفقراء وذوي الحاجة في وقت وجيز وبدون جهد مبدول أو تكلفة، إذ أنه فور إعلام متابعيها بالوضع الراهن لحالة اجتماعية ما من خلال وضع منشور (نص، صورة، مقاطع فيديو) على صفحتها الرسمية فهي تبدأ فوراً بتلقي الدعم المادي والمعنوي.

3.3 عرض وتحليل ومناقشة نتائج الفرضية الثانية القائلة: تقوم منظمة "أصدقاء القالة" الخيرية بمخاطبة مختلف فئات المجتمع عبر مواقع التواصل الاجتماعي من أجل تقديم المساعدات.

جدول رقم (08): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمدى مساهمة منظمة "أصدقاء القالة" الخيرية في مخاطبة مختلف فئات المجتمع لتقديم المساعدات.

الاستبانة	التكرار	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الفئات الاجتماعية التي تستهدفها منظمة "أصدقاء القالة" الخيرية هي: 0			
رجال الأعمال	30	2,60	1,54
الشباب	30	2,83	1,66
كل الفئات	30	4,20	0,84
المضمون الأكثر استقطابا للأفراد من أجل تقديم المساعدات لمنظمة 0 "أصدقاء القالة" الخيرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي هو:			
النص	30	1,90	1,06
الصورة	30	2,46	1,59
الفيديو	30	4,20	0,88
الأفراد يقدمون على تقديم المساعدات لمنظمة "أصدقاء القالة" 0 الخيرية من خلال منشوراتها على مواقع التواصل الاجتماعي بسبب:			
المصادقية التي تتمتع بها المنظمة	30	4,20	0,99
الإحساس بالمسؤولية تجاه المحتاجين	30	3,26	1,81
الموضوعية في تقديم المساعدات	30	2,26	1,46
استقطاب منظمة "أصدقاء القالة" الخيرية لمختلف فئات المجتمع 0 يكون:			
ولائي	30	4,66	0,47
وطني	30	3,03	1,86
دولي	28	2,42	1,52

المصدر: بتصريف بناء على نتائج برنامج SPSS

توضح الاحصائيات الواردة في الجدول رقم (08) من خلال المتوسط الحسابي أن منظمة "أصدقاء القالة" الخيرية تستهدف كل الفئات في المجتمع لتقديم المساعدات (4,20)، وتعتمد في ذلك على خاصية الفيديوها (4,20)، وفي ما يخص الأسباب التي تجعل مختلف أفراد المجتمع يقدمون على المشاركة في تقديم يد العون والمساعدة من خلال منشوراتها على مواقع التواصل الاجتماعي فقد جاءت على الترتيب التالي: المصدقية (4,20)، الاحساس بالمسؤولية تجاه المحتاجين (3,26) والموضوعية في تقديم المساعدات (2,26)، أما بالنسبة للحدود الجغرافية فقد جاءت إجابة أغلبية المبحوثين بأن استقطاب مختلف فئات المجتمع يكون ولاءي (4.66).

وعليه يمكن القول أن منظمة "أصدقاء القالة" الخيرية ومن خلال استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي فهي تخاطب بذلك كل فئات المجتمع من أغنياء وفقراء لتقديم يد العون والمساعدة وفك البؤس والعوز عن المحتاجين والمرضى، كل حسب قدراته وامكانياته ورغبته في ذلك، كما أن اعتمادها على الفيديوها يعود بالدرجة الأولى لكون هذه التقنية تقوم بإيصال صوت الحالات الاجتماعية كما هو في الواقع دون غش أو تزييف أو ابتذال، كما أن استقطابها لكل فئات المجتمع لا يتجاوز حدود النطاق الجغرافي لولاية الطارف نتيجة لكون أنشطتها وفعاليتها التطوعية والخيرية تقتصر فقط على متساكني هذه الولاية، وتشكل القيم والمبادئ والمعايير السامية التي تسيّر بها هذه المنظمة الخيرية من أهم الأسباب التي تجعل كل الفئات الاجتماعية تقدم على مد يد المساعدة لها، نظرا لكونها تولى أهمية كبيرة لمتابعيها حيث يهتم أعضاءها بالتواصل والتفاعل الدائم والمستمر مع المتابعين والإصغاء لاستفساراتهم ومقترحاتهم التطوعية، ولا يقومون بتفضيل حالة اجتماعية على أخرى إذ أنهم يقدمون خدماتهم الخيرية حسب درجة احتياج الأفراد لذلك بكل صدق ونزاهة وبدون محسوبية أو تفرقة عنصرية.

ومنه يمكن القول أن الفرضية الثانية قد تحققت، حيث أن منظمة "أصدقاء القالة" الخيرية تقوم بعرض أنشطتها وفعاليتها ومهامها الخيرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا ما يبيث الوعي وروح المشاركة والمساعدة في نفوس كل فئات المجتمع باختلاف مستوياتهم الاجتماعية ويحثهم على مشاركتها العمل التطوعي خيري.

4. خاتمة

في ظل التطور والانتشار الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي وإقبال الأفراد عليها من مختلف الفئات الاجتماعية، أصبحت منظمات العمل التطوعي الخيري تستثمر هذا الانتشار للتواصل مع الجماهير وإيصال رسائلها وأهدافها وبرامجها ومخططاتها التطوعية والخيرية لتلقي المساعدات والتبرعات والتوعية وحث ذوي البر والإحسان على العمل التطوعي الخيري، لذا فإن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت وسيلة عملية وجد خادمة وتعرف صدى مقبول من طرف المحسنين من رواد ومستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا ما أكدته نتائج الدراسة الميدانية بعد التحقق من فرضيات الدراسة التي توصلت إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تقوم بتوفير الوقت والجهد والتكلفة في تدعيم منظمة "أصدقاء القالة" الخيرية، ومن جهة أخرى كشفت أيضا أن هذه المنظمة تقوم بمخاطبة مختلف فئات المجتمع عبر مواقع التواصل الاجتماعي لتقديم يد العون والمساعدة.

وتعتبر هذه الدراسة بمثابة نقطة انطلاق لدراسات وبحوث مستقبلية تفتح آفاقا جديدة للبحث في مواضيع ذات علاقة بـ "مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تدعيم منظمات العمل التطوعي الخيري".

ولقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات يمكن أن تكون انطلاقة ممهدة

لدراسات أخرى قادمة وهي:

- ضرورة الاستغلال الإيجابي لمواقع التواصل الاجتماعي.
- لفت انتباه الدولة للرسالة السامية التي تروج لها منظمات العمل التطوعي الخيري من خلال مواقع التواصل الاجتماعي من أجل تمويل برامجها التطوعية والخيرية.
- توعية الأفراد بدور مواقع التواصل الاجتماعي في خدمة المحتاجين والمعوزين.
- ضرورة البحث عن بدائل أخرى إلى جانب مواقع التواصل الاجتماعي لتدعيم عمل منظمات العمل التطوعي الخيري.

5. الهوامش والمراجع

- ¹ السيد علي عثمان أحمد، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تسويق خدمات الجمعيات الأهلية " دراسة من وجهة نظر الخدمة الاجتماعية"، مجلة كلية الخدمة الاجتماعية للدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد10، 2017.
- ² الصديق عبد الصادق البدوي بلة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم العمل الخيري (دراسة ميدانية بكلية التربية جامعة البطانة)، مجلة الروائر، المجلد3، العدد02، 2019.
- ³ محمد مصطفى رفعت، الرأي العام في الواقع الافتراضي وقوة التعبئة الافتراضية، العربي للنشر والتوزيع، مصر، 2018، ص19.
- ⁴ حسين محمود الهتمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص84.
- ⁵ غالب حجاب محمد الحربي، القيادة الإدارية في الجمعيات الخيرية: دراسة ميدانية بمدينة الرياض رسالة ماجستير، جامعة الملك سعود، الرياض، السعودية، دس، ص06.
- ⁶ محمد التوحي وعبد الله بحماوي، العلاقة بين الوقف والعمل التطوعي، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، العدد04، 2018، ص339.
- ⁷ للا عائشة عدنان، آثار القواعد الأصولية في ترشيد العمل الخيري، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، المجلد04، العدد02، 2019، ص06.
- ⁸ زنقي عائشة وشهرزاد محمداتي، الدور الاقتصادي والاجتماعي للعمل الخيري التطوعي -حالة الوقف في ماليزيا، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد07، العدد07، 2018، ص334.