



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد البشير الابراهيمي



كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية- برج بوعريريج-

قسم العلوم الاجتماعية

الرقم التسلسلي: ...../2024

رقم التسجيل: .....

دور الإعلام الرقمي في دعم جهود العمل الجماعي

(الفيسبوك نموذجاً)

دراسة ميدانية على بعض الجمعيات بمدينة برج بوعريريج

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علم اجتماع اتصال

اعداد الطالبة :

اشراف الأستاذ :

نوال خباية

د/ بوجمعة عمارة

السنة الجامعية : 2024 /2023

# مُكِّه نَقْدِي

قال الله تعالى في محكم تنزيله: {وَإِذْ تَأَذَّنَ رَبُّكُمْ لَئِن شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ وَلَئِن كَفَرْتُمْ إِنَّ عَذَابِي لَشَدِيدٌ}

أشكر الله العلي القدير الذي أنعم عليا وأكرمني، وأحمده على نعمة التوفيق في دراستني وتيسير هذا البحث لي ورفع مكانتي به، وأتقدم بالشكر الخالص للدكتور الفاضل: بوجمعة عمارة الذي تفضل بالإشراف على بحثي ومتابعة مساره ولم يبخل عليّ بنصائحه القيمة وتوجيهاته السديدة دون أن أنسى الأستاذة الذين قدموا لي يد العون: الدكتور أحمد مسعودان، والدكتورة غنية حاج كولة، كما أنه من الواجب الاعتراف بالفضل والشكر لكل عمال وإداريي كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية وخاصة عميد كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية: بوجمعة عمارة، ورئيس قسم العلوم الاجتماعية: الأستاذ سلاحي العبد، نظير ما قدموه لي من توجيهات، ولا يفوتني أن أتوجه بالشكر إلى كل هؤلاء شكرا جزيلًا وجزاكم الله خير الجزاء

# الإهداء

أولاد أحمد الله تعالى الذي أكرمني ووفقني في  
مشوارتي الدراسي الذي جنيت ثماره بمذكرة تخرجي  
وأصلي وأسلم على أفضل خلق الله محمد صلى الله  
عليه وسلم

أهدي ثمرة جهدي إلى من جعل الله رضاها من  
رضاه والدي الكريمين

أمي التي جعل الله الجنة تحت قدميها والتي يرافقني  
دعاؤها أين ما ذهبت وارتجلت  
أبي تاج رأسي رمز المثابرة والكفاح الذي أرادني أن  
أكون أحسن الناس

أطال الله في عمرهما وأمدها الصحة والعافية  
إلى إخوتي وأخواتي وزجاتهم وأزواجهم وأولادهم  
وبناتهم

إلى أخي وصديقي سيف الإسلام الذي ساندني  
في مشواري الدراسي

إلى زوجي العزيز ورفيق روجي، سندي الذي كان  
لي العون والصديق

شكرا على ثقتك بنجاحي ودفعك لي نحو الأفضل

إلى صديقاتي حياة، سميرة ووهيبة وإلى

زميلاتي وزملائي وكل أساتذة وأستاذات

قسم علم اجتماع اتصال وإلى كل من ساهم

في هذا العمل من قريب أو بعيد



\*\*أعوذ بالله من الشيطان الرجيم\*\*

\*\*بسم الله الرحمن الرحيم\*\*

{ومن تطوع خيرا فإن الله شاكر عليم}

سورة البقرة- الآية 158

## ملخص الدراسة

تتدرج هذه الدراسة ضمن بحوث علم اجتماع اتصال، والتي جاءت تحت عنوان: دور الإعلام الرقمي في دعم جهود العمل الجماعي-الفيسبوك نموذجاً-، حيث كان الهدف منها إبراز مدى مساهمة الإعلام الرقمي في دعم جهود العمل الجماعي لبعض الجمعيات التطوعية. وقد انطلقت دراستنا من إشكالية عامة مفادها: ما هو الدور الذي يقوم به الإعلام الرقمي-الفيسبوك نموذجاً- في دعم جهود العمل الجماعي للجمعيات الخيرية ببلدية برج بوعرييج؟ ولتحقيق أهداف هذه الدراسة اعتمدنا على المنهج الوصفي، مستخدمين أداة الاستبيان لجمع البيانات، معتمدين على العينة القصدية التي تمثلت في 10 جمعيات تطوعية ممثلة في رؤسائها.

وقد خلصت هذه الدراسة إلى نتائج أهمها أن اعتماد أغلب الجمعيات في البحث على الفيسبوك بشكل مكثف للترويج لنشاطاتها الخيرية وفعاليتها كوسيط إعلامي، يشير إلى فعالية هذه المنصة في الاتصال والتواصل مع الجمهور وتحقيق أهداف الجمعيات، وبالنسبة لأهميته في الحملات الإعلامية للجمعية فهذا يؤكد على أن هذه المنصة تعد أداة فعالة للترويج للجمعية ونشر رسالتها وأهدافها.

## الكلمات المفتاحية

الإعلام الرقمي، العمل الجماعي، الفيسبوك، الجمعيات، الدور

**Study Summary:**

This study falls within the realm of communication sociology research, titled: "**The Role of Digital Media in Supporting Community Work Efforts - Facebook as a Model.**" Its aim was to highlight the extent to which digital media contributes to supporting the efforts of community work for some voluntary associations. Our study addressed a general problem: What role does digital media, specifically Facebook, play in supporting the community work efforts of charitable associations in the municipality of Birj Bouaririj?

To achieve the objectives of this study, we adopted a descriptive methodology, using a questionnaire tool to collect data, relying on purposive sampling represented by 10 voluntary associations represented by their presidents.

The study concluded several important results, including that the majority of associations in the research heavily rely on Facebook to promote their charitable activities and its effectiveness as a media intermediary indicates the effectiveness of this platform in communicating and engaging with the public, achieving the associations' goals. Regarding its importance in the associations' media campaigns, this confirms that this platform is an effective tool for promoting the association and disseminating its message and objectives.

**Keywords:**

**Digital media, community work, Facebook, associations, role**

الصفحة	فهرس المحتويات
	- شكر وتقدير
	- ملخص الدراسة باللغة العربية
	- ملخص الدراسة باللغة الأجنبية
	- فهرس المحتويات
	- فهرس الجداول
	- فهرس الأشكال
	- فهرس الملاحق
أ-ب	- مقدمة
	<b>الفصل الأول : الإطار المنهجي للبحث</b>
4	تمهيد
5	الإشكالية
7	الفرضيات
7	أسباب اختيار الموضوع
8	أهداف الدراسة
9	أهمية الدراسة
10	المفاهيم الأساسية للدراسة
20	المقاربة النظرية للبحث
23	الدراسات السابقة
34	صعوبات البحث
35	ملخص الفصل

	<b>الفصل الثاني : الإجراءات المنهجية للبحث</b>
37	تمهيد
38	مجالات الدراسة
38	المجال الجغرافي
38	المجال البشري
39	المجال الزمني
39	منهجية الدراسة
41	مجتمع البحث وعينة الدراسة
41	أدوات جمع البيانات
43	خلاصة الفصل
	<b>الفصل الثالث: عرض ومناقشة وتفسير النتائج</b>
45	تمهيد
46	1- عرض وتحليل المعطيات الميدانية المرتبطة بخصائص مفردات العينة
49	2- عرض وتحليل المعطيات الميدانية و الاستنتاجات الخاصة بالفرضية الأولى
58	3- عرض وتحليل المعطيات الميدانية و الاستنتاجات الخاصة بالفرضية الثانية
69	4- مناقشة و تفسير النتائج في ضوء الفرضيات و المقاربة النظرية
71	- الاستنتاجات العامة
74	- مقترحات الدراسة
81	- خاتمة
83	- قائمة المراجع
91	- الملاحق

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
46	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	1
46	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	2
46	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	3
47	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة العائلية	4
47	يوضح توزيع العضوية في الجمعية	5
48	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة في الجمعية	6
48	يوضح كيفية التعرف على الجمعية	7
49	يوضح امتلاك الجمعية لحساب فيسبوك	8
49	يوضح طبيعة مسير صفحة الجمعية	9
50	يوضح استخدام الجمعية للفيسبوك في نشاطها الخيري	10
50	يوضح النشر الدوري على صفحة الفيسبوك بالنسبة للجمعية	11
51	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المضمون الذي ينشر على صفحة الفيسبوك	12
51	يوضح مساهمة مضمون الصفحة بالتعريف بأنشطة الجمعية	13
52	يوضح نشاطات الجمعية المنشورة على صفحة الفيسبوك	14
53	يوضح تفاعل الجمهور مع المنشورات	15
53	يوضح مساهمة الفيسبوك في تنوع نشاط الجمعية	16
54	يوضح مساهمة الفيسبوك في تغيير نظرة الجمهور	17
54	وضح: علاقة استخدام الجمعية الفيسبوك في النشاط الخيري بتفاعل الجمهور مع المنشورات	18
55	يوضح: علاقة استخدام الجمعية الفيسبوك في النشاط الخيري بتنوع نشاط الجمعية	19

57	يوضح: علاقة استخدام الجمعية الفيسبوك في النشاط الخيري بتغيير نظرة الجمهور	20
57	يوضح فعالية الفيسبوك كوسيط إعلامي للجمعية	21
59	فعالية الفيسبوك لترويج نشاطات الجمعية	22
59	مساهمة الفيسبوك في زيادة عدد المنخرطين في الجمعية	23
60	يوضح طبيعة مضامين المنشورة على صفحة الفيسبوك	24
60	يوضح مساهمة المنشور في استعطاف الجمهور	25
61	يوضح تلقي الجمعية للمساعدات من خلال منشوراتها على الفيسبوك	26
61	يوضح أهمية الفيسبوك في الحملات الإعلامية للجمعية	27
62	يوضح ترتيب أهمية الدور الإعلامي للفيسبوك للجمعية	28
63	يوضح مساهمة الفيسبوك في تحقيق أهداف الجمعية	29
63	يوضح انضمام متطوعون من خلال الفيسبوك	30
64	يوضح استفادة الجمعية من تجارب جمعيات أخرى على الفيسبوك	31
64	يوضح علاقة الفيسبوك كوسيط إعلامي بمساهمته في زيادة عدد المنخرطين	32
66	يوضح علاقة أهمية الفيسبوك في الحملات الإعلامية للجمعية بتلقي الجمعية للمساعدات من خلال منشوراتها	33
68	يوضح: علاقة انضمام المتطوعين من خلال الفيسبوك بمساعدة الفيسبوك في تحقيق أهداف الجمعية	34

# مقدمة

## مقدمة:

تقوم الحياة الاجتماعية للإنسان على مبدأ الاتصال، الذي يعد الوسيلة الأساسية لتفاعله مع الآخرين. فمن خلال الاتصال، يعبر الإنسان عن أفكاره ومشاعره، ويؤثر في الآخرين ويتأثر بهم، ويظهر شخصيته واتجاهاته وميوله وأدواره داخل المجتمع باعتباره فرداً من أفرادها. فهو يمثل البنية التحتية للعلاقات الاجتماعية، ويعزز التواصل بين أفراد المجتمع بمختلف أنماطه ومستوياته.

ومع توسع النسيج الاجتماعي وتعدد العلاقات الاجتماعية وتشابكها، ومع التطورات المتسارعة في الحياة العصرية، أصبح من الضروري التفكير في وسائل وآليات تسهل عملية التواصل بين الأفراد، فبرزت وسائل الإعلام والاتصال كأدوات حيوية تسهم في تعزيز هذا التواصل، وأصبحت العصب المحرك لعملية الاتصال. وزادت أهميتها بشكل ملحوظ في العصر الحديث الذي شهد تحولاً رقمياً يعكس التطور التكنولوجي وتغير احتياجات المجتمع وزيادة رغبة الناس في التواصل وبناء العلاقات الاجتماعية. وقد أدى هذا إلى ظهور وسائل إعلام واتصال رقمية تلعب دوراً فعالاً في تغيير عادات المجتمع ونمط تفكيره.

يعتبر العمل التطوعي من العادات المتجذرة في المجتمعات الإنسانية، وينبع من إرادة الإنسان في فعل الخير والمساهمة في خدمة المجتمع. وازدادت أهميته نتيجة التحولات الاجتماعية والاقتصادية التي تشهدها المجتمعات الحديثة. فهو يمثل ركناً أساسياً في البناء الاجتماعي، ومظهراً من مظاهر التكافل والتضامن بين أفراد المجتمع، ويسهم بشكل فعال في التخفيف من المشكلات الاجتماعية.

في هذا السياق، نجد أن الجمعيات والمنظمات التطوعية تتجه نحو توظيف وسائل الإعلام والاتصال الرقمية للتأثير في الجماهير وتوجيه اهتمامهم نحو العمل التطوعي. حيث تعتبر هذه الوسائل أدوات فعالة في تعزيز التضامن الاجتماعي وزيادة التواصل بين المنظمات

التطوعية وأفراد المجتمع. وتلعب دوراً كبيراً في تشكيل الرأي العام وغرس قيم العمل الخيري في المجتمع.

أشارت العديد من الدراسات إلى ضرورة الاستفادة من وسائل الإعلام والاتصال الرقمية لدعم جهود العمل التطوعي والخيري. فهذه الوسائل تمتاز بإمكانياتها الهائلة في سرعة التواصل ونقل المعلومات وتداولها، بالإضافة إلى سرعتها في الانتشار على نطاق واسع. حيث تساهم وسائل الإعلام الرقمية في تشكيل الرأي العام وغرس وترسيخ قيم العمل الخيري، مما يجعلها أدوات استراتيجية في تعزيز العمل التطوعي.

لمعرفة الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي في دعم جهود العمل الجماعي، جاءت هذه الدراسة لتتناول هذا الموضوع بشكل شامل. اشتملت خطة البحث على مقدمة لإثارة الموضوع، وثلاثة فصول رئيسية، وخاتمة.

في الفصل الأول، متعلق بالإطار النظري، تم عرض الإشكالية والفرضيات، وتحديد أهمية الدراسة وأهدافها، وأسباب اختيار الموضوع، والمفاهيم الأساسية للدراسة، والخلفية النظرية، والدراسات السابقة.

أما الفصل الثاني، الذي يتناول الإطار المنهجي، فقد ضم مجالات الدراسة، ومنهجية البحث، ومجتمع البحث وعينة الدراسة، وأدوات جمع البيانات.

في الفصل الثالث، الدراسة الميدانية تم فيه عرض وتحليل نتائج الدراسة ومناقشتها وتفسيرها في ضوء الفرضيات والمقاربة النظرية. انتهى الفصل بصياغة الاستنتاجات العامة وتقديم بعض الاقتراحات والتوصيات الخاصة بالدراسة.

وأخيراً، اختتمت الدراسة بخاتمة تلخص أهم النتائج التي تم التوصل إليها، مع تسليط الضوء على الدور الحيوي لوسائل الإعلام الرقمية في دعم وتعزيز العمل التطوعي والخيري في المجتمع.

# الفصل الاول

## الإطار النظري للبحث

الإشكالية

الفرضيات

أهمية الدراسة

أسباب اختيار الموضوع

أهداف الدراسة

المفاهيم الأساسية للدراسة

الدراسات السابقة

المقاربة النظرية للبحث

صعوبات البحث

## تمهيد :

يعد الفصل النظري أكثر الفصول أهمية، فهو يمثل المعلم الأساسي للبحث من حيث التفصيل فيه. ومن خلال هذا الفصل سنحاول ضبط الإشكالية التي يقوم عليها موضوعنا، كما سنحاول تحديد أهم التساؤلات ومحاولة الإجابة عليها مبدئياً في شكل فرضيات . بعدها سنقوم بتحديد أهم الأسباب التي دفعت بنا الى اختيار هذا الموضوع، مع ذكر الأهمية والأهداف التي نسعى الى تحقيقها. بالإضافة الى محاولة ضبط المفهوم الدقيق لأهم المصطلحات الأساسية بما يوحي بالفهم الصحيح لموضوعنا، بعد ذلك سنستعرض المقاربة النظرية التي استوحينا منها أهم الأفكار التي تدعم بحثنا و سنحاول اسقاطها فيه، و في الأخير سنشير الى أهم الدراسات السابقة التي تناولت هذا الموضوع مسبقا وكانت بمثابة معلم يوجه بحثنا.

## 1 - الإشكالية

الاتصال هو عملية تفاعل اجتماعي يتجسد من خلال نسيج العلاقات الاجتماعية والإنسانية، يكتسب الأفراد من خلاله القدرة على التأقلم مع التغيرات الاجتماعية المتعددة، التي صاحبت تطورات العصر وتسارع الاكتشافات العلمية والتقنية، التي أحدثت ثورة علمية تكنولوجية، تجلت في ظهور أنماط جديدة للاتصال والتفاعل الإنساني، على غرار الإعلام الرقمي، الذي حجز مكانة هامة عبر وسائطه المتعددة، وألغى الحدود الزمنية والمكانية التقليدية للمجتمعات الإنسانية، وحولها إلى مجتمعات افتراضية رقمية تنتقل فيها المعلومات والأفكار والآراء بشكل دقيق وسريع.

بالإضافة إلى خلق أنواع جديدة من التواصل، بفضل التطورات التي شهدتها وسائل الإعلام الرقمية الحديثة التي أحدثت بدورها تحولات جذرية في بنية العمليات الاتصالية، وأنتجت عمليات اتصالية افتراضية رقمية تتيح للمستخدمين مشاركة المعلومات وتبادلها فيما بينهم.

وتعتبر مواقع التواصل الاجتماعي على غرار فيسبوك وتويتر وواتساب، من بين الوسائل المستخدمة في عملية الاتصال الرقمي التي تسهل التواصل بين الأشخاص، وتعمل على الربط بين مختلف مكونات المجتمع وبناء علاقات اجتماعية معقدة ومتشابكة، وتغيير نمط العلاقات الاجتماعية ونقلها من عالم واقعي كان محدودا نوعا ما، إلى عالم افتراضي اختصر المسافات والحدود، وتعمل على تشكيل أنماط وأساليب حياة جديدة تعتمد على التواصل والتفاعل والمشاركة. كما تعمل على تشكيل مؤسسات وتنظيمات اجتماعية ذات الاهتمام والنشاط المشترك، والسماح للمستخدمين بتبادل المعلومات وتشاركتها.

ومن خلال التفاعل عبر هذه الوسائل الرقمية وفي مقدمتها الفيسبوك، وجدت مجموعات تطوعية تعمل لنشر مفهوم العمل الخيري، الذي أصبح يقوم على أساليب وآليات ذات طابع مؤسساتي، من خلال المنظمات والجمعيات الخيرية، التي تعمل على نشر الوعي بالقضايا الاجتماعية والإنسانية، والوصول إلى فئات واسعة من أفراد المجتمع، لاستقطابها للعمل الجماعي، والانخراط في نشاطها وذلك بالاعتماد على وسائط الإعلام الجديدة، ودورها

الاتصالي والإعلامي الفعال في مخاطبة مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي وجذبهم نحو دعم جهود العمل الجمعي، باستغلال هذه التقنية بكل مميزاتهما، والتي يمكن بفضلها الوصول إلى شريحة عريضة داخل المجتمع لما لها من تأثير واضح على طرق وأساليب الاتصال والتواصل، وكذا على سلوك وعادات المستخدمين لها، خاصة وأن استخدام وسائط الإعلام الرقمي يلعب دورا مهما في جميع مجالات الحياة. وهي بذلك تعمل على توظيف ما أتاحتها هذه التكنولوجيا لتوجيه الأفراد ودمجهم في العمليات التطوعية، وغرس روح التكافل والتعاون، وترسيخ القيم الإنسانية والأخلاقية في المجتمع، وتنمية روح الانتماء إلى الوطن عند المتطوعين.

والمجتمع الجزائري يتميز بالترابط والتضامن، واهتمامه بالعمل التطوعي، الذي يساهم في تعزيز الروابط الاجتماعية وتحقيق التوازن الاجتماعي، وهي مميزات متجذرة فيه ونابعة من عاداته، وتعاليم الدين الإسلامي، غير أنها أصبحت أكثر تنظيما في شكل جمعيات، تعمل على جذب أكبر عدد من المتطوعين والمساهمة في معالجة القضايا الإنسانية والاجتماعية وتقديم المساعدات، وزاد هذا الاهتمام في السنوات الأخيرة بفعل توظيف هذه الجمعيات لوسائل الإعلام الرقمي، وما تقدمه من أدوار في مجال العمل الخيري، من خلال الواقع الافتراضي الذي أصبح يحاكي الواقع الحقيقي وينقل معاناة ومتطلبات فئات اجتماعية كثيرة تحتاج إلى المساعدة، وتوسيع نطاق العمل التطوعي، ودعم العملية التطوعية المجتمعية.

وقد جاءت دراستنا هذه لإبراز الدور الذي يلعبه الإعلام الرقمي (الفيسبوك نموذجا) في دعم جهود العمل الجمعي لبعض الجمعيات الخيرية المتواجدة على مستوى بلدية برج بوعرييج، حيث تمحورت إشكالية بحثنا حول التساؤل الرئيسي التالي :

❖ ما هو الدور الذي يقوم به الإعلام الرقمي (الفيسبوك نموذجا) في دعم جهود العمل الجمعي

للجمعيات الخيرية ببلدية برج بوعرييج؟

وقد تفرعت عن هذا السؤال أسئلة تمثلت فيما يلي :

✓ كيف تستخدم الجمعيات الخيرية الفيسبوك لدعم عملها الجمعي؟

✓ هل للفيسبوك دور إعلامي في دعم جهود العمل الجماعي للجمعيات الخيرية؟

وللإجابة على هذه التساؤلات قمنا بصياغة الفرضية الرئيسية التالية:

- للإعلام الرقمي (الفيسبوك نموذجاً) دور في دعم جهود العمل الجماعي للجمعيات الخيرية.

وقد تفرعت عنها الفرضيات التالية:

- تستخدم الجمعيات الخيرية الفيسبوك بشكل مكثف في دعم جهود العمل الجماعي.
- يعمل الفيسبوك من خلال دوره الإعلامي على دعم جهود العمل الجماعي للجمعيات الخيرية.

## 2- أسباب اختيار الموضوع

يعد اختيار موضوع الدراسة أول خطوة منهجية لإجراء بحث علمي لكل باحث، وتدفعه في ذلك أسباب ودوافع تثير فضوله واهتمامه، ويرجع اختيارنا لهذا الموضوع إلى عدة أسباب منها أسباب ذاتية وأخرى موضوعية نذكرها فيما يلي :

### 1-2 أسباب ذاتية:

- اهتمامي الشخصي بالعمل الجماعي: أهتم بشكل كبير بالعمل الجماعي ودوره في المجتمع، وأرى فيه أداة مهمة للتغيير والإصلاح.
- إيماني بأهمية الإعلام الرقمي: أؤمن بأهمية الإعلام الرقمي في مختلف جوانب الحياة، وأرى فيه أداة قوية يمكن استخدامها لتعزيز العمل الجماعي.
- رغبتني في المساهمة في تطوير العمل الجماعي: أرغب من خلال هذه الدراسة في المساهمة في تطوير العمل الجماعي في الجزائر من خلال تقديم معلومات قيمة حول دور الإعلام الرقمي في دعم جهود الجمعيات.

### 2-2 أسباب موضوعية:

- ازدياد دور الإعلام الرقمي في مختلف جوانب الحياة: شهد العالم خلال السنوات الأخيرة ثورة رقمية أدت إلى انتشار الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي بشكل هائل، مما أثر على كافة جوانب الحياة بما في ذلك العمل الجماعي.
- تأثير الإعلام الرقمي على العمل الجماعي: أصبح الإعلام الرقمي أداة مهمة للجمعيات في التواصل مع أعضائها والجمهور المستهدف، وجمع التبرعات، والترويج لأنشطتها، وتعزيز التعاون بينها.
- قلة الدراسات حول دور الإعلام الرقمي في العمل الجماعي: على الرغم من أهمية هذا الموضوع، إلا أن هناك قلة في الدراسات التي تناولت دور الإعلام الرقمي في دعم جهود العمل الجماعي، خاصة في الجزائر.
- أهمية الفيسبوك كأداة للتواصل الاجتماعي: يعد الفيسبوك من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي انتشارًا في العالم، مما يجعله أداة مناسبة للجمعيات للتواصل مع أعضائها والجمهور المستهدف.
- أهمية مدينة برج بوعريريج في مجال العمل الجماعي: تتمتع مدينة برج بوعريريج بوجود العديد من الجمعيات النشطة التي تعمل في مختلف المجالات، مما يجعلها نموذجًا مناسبًا لدراسة دور الإعلام الرقمي في دعم جهود العمل الجماعي.

### 3- أهداف الدراسة

الهدف العام الذي تنطلق منه دراستنا هو إظهار مدى مساهمة الإعلام الرقمي في دعم جهود العمل الجماعي وبناء عليه تهدف هذه الدراسة إلى مايلي:

#### 1-3 أهداف الدراسة العامة:

- تحديد دور الإعلام الرقمي في دعم جهود العمل الجماعي.
- تحليل تأثير الفيسبوك على عمل الجمعيات في ولاية برج بوعريريج.

#### 2-3 أهداف الدراسة المحددة:

- التعرف على العمل الجماعي وإظهار قيمته وفائدته على مستوى الفرد والمجتمع.

- الكشف عن البعد الإنساني للإعلام الرقمي ومواقع التواصل الاجتماعي.
- إبراز أدوار وسائل الإعلام الرقمي في دعم جهود العمل الجماعي.
- التعرف على دور الإعلام الرقمي في تحسين وتطوير خدمات الجمعيات الخيرية.
- تشخيص أثر الإعلام الرقمي على نشاطات الجمعية وبرامجها ومخططاتها.
- تحديد استخدامات الجمعيات في مدينة برج بوعرييج للإعلام الرقمي.
- تقييم تأثير استخدامات الإعلام الرقمي على أداء الجمعيات.
- تحديد التحديات التي تواجه الجمعيات في استخدام الإعلام الرقمي.
- تقديم توصيات لتعزيز استخدام الإعلام الرقمي في العمل الجماعي.

#### 4- أهمية البحث

ترجع أهمية أي بحث سوسيولوجي إلى أهمية الظاهرة التي يدرسها الباحث، حيث تتوقف أهمية دراستنا على أهمية الإعلام الرقمي والدور الذي يلعبه في دعم جهود الجمعيات الخيرية في مجال العمل التطوعي الذي تقوم به، وتكمن أهمية هذه الدراسة في :

#### 4- 1 الأهمية النظرية:

- يساهم البحث في تعزيز الفهم النظري لدور الإعلام الرقمي في دعم جهود العمل الجماعي.
- يقدم البحث معلومات قيمة حول تأثير الفيسبوك على عمل الجمعيات.
- يساهم البحث في سد الفجوة في الدراسات حول دور الإعلام الرقمي في العمل الجماعي، خاصة في الجزائر.

#### 4- 2 الأهمية التطبيقية:

- يساعد البحث الجمعيات على استخدام الإعلام الرقمي بشكل فعال لتعزيز عملها.
- يقدم البحث توصيات لصانعي السياسات حول كيفية دعم استخدام الإعلام الرقمي في العمل الجماعي.
- يساهم البحث في تطوير العمل الجماعي في الجزائر.

### 3-4 الأهمية المجتمعية:

- يساهم البحث في تعزيز التفاعل بين الجمعيات والمجتمع.
- يساعد البحث على نشر الوعي بأهمية العمل الجماعي.
- يساهم البحث في تحقيق أهداف التنمية المستدامة.

### 5- تحديد المفاهيم

#### 1-5 مفهوم الإعلام:

- لغة:

يعرفه الدكتور محمود سفر: الإعلام يعني التبليغ والإيصال، فيقال بلغت القوم بلاغا، أي وصلتهم الشئ المطلوب، والبلاغ ما بلغك أي ما وصلتك، وفي الحديث الشريف "بلغوا عني ولو آية"<sup>1</sup>

كما وورد في القاموس المحيط تعريف الاعلام بانه : علمه كسمعه، علما(بالكسرة): عرفه، وعلم هو في نفسه، ورجل عالم وعليم، جمع علماء، وعلّام، وعلّمه العلم تعليما، وأعلمه إياه فتعلمه<sup>2</sup>

- اصطلاحا:

يعرفه حمزة عبد اللطيف بأنه" تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة، التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات بحيث يعتبر هذا الرأي معبرا عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم"<sup>3</sup>  
ويعرفه أوتوجروت بأنه" التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير، ولروحها، وميولها واتجاهاتها"<sup>4</sup>

<sup>1</sup>ps://mawdoo3.com

<sup>1</sup>شرين أحمد: تعريف الإعلام، أبريل 2022

<sup>2</sup>الفيروزي آباد: القاموس المحيط:مؤسسة الرسالة:ط8،بيروت،لبنان،2005،ص1140

<sup>3</sup>عبد اللطيف حمزة: الإعلام والدعاية، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1984، ص60

<sup>4</sup>رحيمة الطيب عيساني: مدخل إلى علم الإعلام والاتصال، عالم الكتب، الأردن، 2008، ص18

ويعرفه الدكتور عمارة نجيب في كتابه (الإعلام في ضوء الإسلام) بأنه " كل نقل للمعلومات والمعارف، والثقافات الفكرية، والسلوكية، بطريقة معينة، من خلال أدوات وسائل الإعلام، الظاهرة والمعنوية، ذات الشخصية الحقيقية أو الاعتبارية بقصد التأثير، سواء عبر موضوعيا أو لم يعبر، وسواء أكان التعبير لعقلية الجماهير أو غرائزها"<sup>1</sup>

بينما يعرفه سمير حسن على أنه "كافة أوجه النشاط الاتصالية التي تستهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة، والمعلومات السليمة عن القضايا، والموضوعات، والمشكلات، ومجريات الأمور، بطريقة موضوعية، وبدون تحريف، مما يؤدي إلى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة، والوعي، والإدراك، والإحاطة الشاملة لدى الجمهور في الوقائع، والموضوعات، والمشكلات المطروحة"<sup>2</sup> ومن مكوناته الأساسية: المرسل، الرسالة، المادة الإعلامية، الوسائل الإعلامية التي تنقل هذه الرسائل إلى المستقبلين للمادة الإعلامية.

**التعريف الإجرائي:** الإعلام هو مجموعة من الوسائل المرئية والمقروءة والمسموعة التي تهدف إلى إيصال رسائل ومعلومات إلى الجمهور والتي يعتمد عليها المجتمع الجمعي لإيصال رسائله وأفكاره للمجتمع .

## 5-2 مفهوم الإعلام الرقمي

يعرف ألفريمان وبيتش وبوغس **Alvermann, Beach & Boggs**، الإعلام الرقمي بأنه "مصطلح يطلق على أدوات الاتصال التي تتضمن تحويل البيانات إلى تنسيقات قابلة للقراءة آليا داخل الشبكات التي يستطيع الأشخاص الوصول إليها، ويعرفه تاسكران **Taşkıran** بأنه الوسيلة التي يتم من خلالها التواصل مع البيانات المحمولة إلى أرقام من خلال الأجهزة مثل الهواتف المحمولة ومنصات التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية ورسائل البريد الإلكتروني"<sup>3</sup>

<sup>1</sup> شرين أحمد: مرجع سابق

<sup>2</sup> د.بوزيد رملي، رياض زروقي: ابستمولوجية الظاهرة الإعلامية الرقمية: رؤية أكاديمية ممارساتية مقارنة لحركية مفهوم الإعلام التقليدي والجديد، في مطبوعات الملتقى الدولي: الظاهرة الإعلامية والاتصالية في ظل البيئة الرقمية، جامعة محمد خيضر، بسكرة،

الجزائر، نوفمبر 2018 <http://www.researchgate.net>

<sup>3</sup> د.شعاع الجاسر: رقمنة الإعلام، دراسة تحليلية لمفهوم الإعلام الرقمي والمدخل النظرية لدراسته وأهم سماته، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد 03، العدد 01، جوان 2020، ص 323، 324

أما الدكتور ماهر عودة الشمالية فيعرفه بأنه "مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من إنتاج ونشر المحتوى الإعلامي وتلقيه بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونية (الوسائط) المتصلة أو غير المتصلة بالانترنت في عملية تفاعلية بين المرسل والمستقبل<sup>1</sup>

وهو "الشكل الجديد للإعلام المعتمد على وسيط واحد هو الانترنت والوسائط الرقمية والتكنولوجيا الحديثة في نقل المادة الإعلامية والتواصل مع الجمهور بدلا من الاعتماد على الورق والأقمار الصناعية المعتمدة في الإعلام التقليدي"<sup>2</sup>

وهو "أي شكل من أشكال الوسائط الذي يستخدم الأجهزة الإلكترونية للتسويق والتوزيع، ويمكن إنشاء هذا النوع من الإعلام وعرضه وتعديله وتوزيعه عبر الأجهزة الإلكترونية ويكون استخدام الإعلام الرقمي في البرامج وألعاب الفيديو ومقاطع الويب والوسائط الاجتماعية والإعلان عبر الانترنت"<sup>3</sup> Digital Media

ومصطلح الإعلام الرقمي، ارتبط ارتباطا وثيقا مع مفهوم الاتصال الرقمي Digital communication الذي عرّف بأنه " العملية الاجتماعية التي يتم فيها الاتصال عن بعد بين أطراف يتبادلون الأدوار في بث الرسائل الاتصالية المتنوعة، واستقبالها من قبل النظم الرقمية ووسائلها لتحقيق أهداف معينة"<sup>4</sup>

وتعني كلمة رقمي من الناحية التقنية، أن ما تتضمنه الرسائل الاتصالية، من حروف وصور، وأصوات، تحول إلى بيانات رقمية يمكن تخزينها، ومعالجتها بواسطة أجهزة الحاسوب"<sup>5</sup>، وتعرف كريستي أهو **Kristi Aho** (الاتصال الرقمي) بأنه المهارة الأساسية لمعظم الأعمال التي يجب أن يكتسبها الأفراد في إطار المفاهيم، والإنتاج، والتوصيل، والاستقبال لوسائل

<sup>1</sup> د. ماهر عودة الشمالية وآخرون: الإعلام الرقمي الجديد، دار الإحصاء العلمي للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2015، ص20

<https://www.annajah.net>

<sup>2</sup> الإعلام الرقمي: مفهومه وأهميته وأنواعه

<https://www.almsal.com>

<sup>3</sup> دنيا محمود: تعريف الإعلام الرقمي وأهميته، 2022

<sup>4</sup> عبد الكريم علي الدبيسي، إبراهيم فؤاد الخصاونة: الإعلام الرقمي إشكالية المفهوم وتحديد الوسائل في الدراسات الإعلامية، دار العلوم

الإنسانية والاجتماعية، المجلد47، العدد01، ماي2020، كلية الإعلام، جامعة البترا، الأردن، ص946

<sup>5</sup> نفس المرجع

الاتصال في وظائفهم وحياتهم، حيث أن الاتصال الرقمي هو القدرة على خلق الاتصال الفعال من مختلف الوسائل الرقمية<sup>1</sup>

ويعرفه مركز الإعلام الرقمي الكندي "Media Digital of Centre": "أي محتوى يمكن نقله عبر وسائط رقمية كمزيج من التكنولوجيا والمحتوى، بما في ذلك المهارات الفنية والمهارات التحليلية والمهارات التقنية، كل هذه المهارات مطلوبة عند فريق بشري متوازن، أي "تركيز جميع أعضاء الفريق على خلق أفضل تجربة للمستخدم"<sup>2</sup>

وتعتمد معظم الوسائط الرقمية على "ترجمة أو تحويل البيانات التماثلية إلى بيانات ديجيتالية"<sup>3</sup> وتتمثل هذه الوسائط الرقمية في الأجهزة الإلكترونية (الألواح- الهواتف الذكية ..) والتطبيقات الذكية ومواقع التواصل الاجتماعي كفيسبوك وجوجل، ومنصات الإعلام الاجتماعي كالمدونات وتويتر، وما يميزها أنها جذابة وسهلة الاستخدام.

**التعريف الإجرائي:** الإعلام الرقمي هو مجموعة الوسائط الرقمية التي تستخدم الأجهزة الإلكترونية والمهارات الفنية والتقنية من أجل نقل المادة الإعلامية والتواصل مع الجمهور ويتميز بسرعة الانتشار وقلة التكلفة وشدة التأثير .

### 3-5 مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

- المواقع:

**لغة:** جمع موقع ، مكان الوقوع، الموضوع، مواقع الغيث: مساقطه، والموقع جمع مواقع<sup>4</sup>

**التعريف الإجرائي:** الموقع، هو موضع الشيء ومكان سقوطه.

- التواصل:

<sup>1</sup>نفس الرجوع

<sup>2</sup> <https://thecdm.ca/program/digital-media-le-04/08/2017-h16-4>

<sup>3</sup> akp5084@psu.edu Definition of Digital Media avr. 12, 2011

<sup>4</sup> أبو الحسين أحمد بن فارس بن زكرياء: معجم مقاييس اللغة، دار إحياء التراث العربي، بيروت، 2001، ص 1062.

لغة"من تواصل: اجتمع مع آخر، اتفق مع آخر، ترابط، اتصل. التواصل: استمرار، تتابع، ترابط، اتصال"<sup>1</sup>

**التعريف الإجرائي:** التواصل يعني عملية تبادل وتشارك المعلومات و الأفكار بين الأشخاص، بهدف خلق نوع من التفاهم المشترك فيما بينهم وبناء علاقات إيجابية مع الآخرين.

- **الاجتماعي:**

لغة: "من هو بفرطه ميال إلى الحياة في المجتمع"<sup>2</sup>

**التعريف الإجرائي:** يعني مصطلح **الاجتماعي** كل ما يتعلق بالعلاقات الاجتماعية بين الأفراد والمجتمعات من تفاعلات وعادات وقيم وما ينتج عنها من تأثير وتأثر.

**أما مواقع التواصل الاجتماعي:** " فهي مجموعة من المواقع على شبكة الأنترنت ظهرت مع ما يعرف بالجيل الثاني للويب (Web.2.0)، حيث تتيح التواصل بين مستخدميها في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، مدرسة، شركة...)

كل ذلك يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر كإرسال الرسائل أو المشاركة في الملفات الشخصية للآخرين والتعرف على معلوماتهم وأخبارهم التي يتيحونها للعرض"<sup>3</sup>

وهي "مواقع الانترنت التي تمكن للمستخدمين المشاركة والمساهمة في إنشاء أو إضافة صفحات الشبكات الاجتماعية بسهولة"<sup>4</sup>

وهي " تطبيقات تعتمد على تقنيات الويب تسمح لمستخدمي الانترنت بإنشاء صفحة شخصية من أجل مشاركة وتبادل المعلومات والأفكار أو الصور أو مقاطع الفيديو مع مجتمع أصدقائهم وشبكة معارفهم"<sup>5</sup>

<sup>1</sup> المنجد الأبجدي: دار المشرق للنشر والتوزيع، ط5، بيروت، 1985، ص451.

<sup>2</sup> نفس المرجع، ص16

<sup>3</sup> نصيرة خالفي: مواقع التواصل الاجتماعي والمخطوطات العربية، إشكالية العلاقات وأفاق الاستثمارية، مجلة الصورة والاتصال،

العدد 13، جامعة تيزي وزو، 1سبتمبر 2015

<sup>4</sup> د.خالد غسان يوسف المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية، ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها، ط1، دار النفائس للنشر

والتوزيع، الأردن، 2013، ص24

<sup>5</sup> Réseau social : Définition simple et facile du dictionnaire, l'internaute . Fr>définition<réseau-social

وهي " منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك بإنشاء حساب خاص، ومن ثمة ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات، أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية"<sup>1</sup> فهي بذلك تعزز التفاعل الاجتماعي وتساهم في تكوين الجمعيات، والمنظمات الاجتماعية في نطاق المجتمع الافتراضي بواسطة تطبيقاتها المتعددة. وتشكل فضاء لتبادل الأفكار والآراء وردود الأفعال ونشر الأعمال والاهتمامات في مجال العمل التطوعي وكسب الدعم المادي والمعنوي.

**والشبكات الاجتماعية :** هي المواقع الالكترونية التي توفر فيها تطبيقات الانترنت خدمات لمستخدميها تتيح لهم إنشاء صفحة شخصية معروضة للعامة ضمن موقع أونظام معين، وتوفر وسيلة اتصال مع معارف منشئ الصفحة أومع غيره من مستخدمي النظام، وتوفر خدمات لتبادل المعلومات بين مستخدمي ذلك الموقع أو النظام عبر الانترنت<sup>2</sup>

**التعريف الإجرائي:** مواقع التواصل الاجتماعي هي عبارة عن مواقع وتطبيقات الكترونية، تسهل التواصل بين مستخدميها والتفاعل فيما بينهم ومشاركة المحتوى مع بعضهم البعض عن طريق التواصل المباشر، وهي بذلك تعمل على بناء التواصل الاجتماعي وتعزيزه وتبادل الاتصال بين الأشخاص ذوو الاهتمامات والأنشطة المشتركة.

#### 4-5 مفهوم الدور:

**لغة:** الدال والواو والراء من أصل واحد وفي اتصال بعضهما ببعض تصبح دور . والذي يدل على إحداق الشيء بالشيء من حواليه<sup>3</sup> كما يشير الدور كذلك إلى الاضطلاع بمهمة ما<sup>4</sup>

<sup>1</sup> عبد الكريم تفرقنيت: مواقع التواصل الاجتماعي الإيجابيات والسلبيات، دراسة وصفية لأهم الملامح في الدول العربية، قسم العلوم

الإنسانية، جامعة البليدة2، جوان 2016

<sup>2</sup> خالدغسان يوسف المقدادي:مرجع سابق

<sup>3</sup> أبو الحسين أحمد بن فارس بن زكرياء: مرجع سابق، ص 350

<sup>4</sup> المنجد الأبجدي، ، ط5، دار المشرق للنشر والتوزيع، بيروت، 1985، ص451.

**اصطلاحاً:** يعرف " رالف لينتون " الدور بأنه المجموع الكلي للأنماط الثقافية المرتبطة بمركز معين أو هو الجانب الديناميكي للمركز. ويرى بارسونز أن أداء الدور في إطار الموقف الاجتماعي ما هو إلا استجابة الفرد أو تنظيم الشخص أو التنظيم ضمن النظام الاجتماعي وأن تقسيم العمل في النظام الاجتماعي أدى إلى تعدد الأدوار وتكون كل مجموعة من هذه الأدوار المترابطة نظاماً معيناً في البناء الاجتماعي، وكون هذه الأدوار مرتبطة وظيفياً وذات أهداف معينة<sup>1</sup>

في حين يذهب **محمد عاطف غيث** إلى تعريف الدور في قاموس علم الاجتماع بأنه: نموذج يركز حول بعض الحقوق والواجبات، ويرتبط بوضع محدد للمكانة داخل جماعة أو موقف اجتماعي معين، ويتحدد دور الشخص في أي موقف عن طريق مجموعة توقعات يعتنقها الآخرون كما يعتنقها الفرد نفسه<sup>2</sup>

**التعريف الإجرائي:** نقصد بالدور في هذه الدراسة، الوظيفة التي تؤديها وسائل الإعلام الرقمي الحديثة في دعم العمل التطوعي الجماعي ونشر مبادئ وسلوكيات العمل الخيري بين أفراد المجتمع.

## 5-5 مفهوم العمل التطوعي:

- مفهوم العمل:

**لغة:** "هو نشاط الرجل وجهده للوصول إلى نتيجة نافعة"<sup>3</sup>

**اصطلاحاً:** لقد قدس الإسلام العمل وكرم العاملين والمنتجين واعتبره شرفاً وجهاداً وصورة معبرة عن ذات الإنسان واستعداداته، فبالعمل يؤدي الإنسان رسالته الإيمانية في هذه الأرض،

<sup>1</sup> حليلة عسلي: دور الجمعيات في إدماج الشباب في القطاع المهني، جمعية صحة سيدي الهواري نموذجاً، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير ، تخصص علم اجتماع تنظيم وعمل، إشراف: د.زين الدين زردومي، كلية العلوم الاجتماعية، قسم علم الاجتماع، جامعة وهران، الجزائر، 2013، ص10

<sup>2</sup> نوي عمار: دور القيادة في إدارة العمل التطوعي الجماعي، دراسة حالة لجمعيات برج بوعرييج، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في تنمية الموارد البشرية، إشراف: د.أحمد زردومي، جامعة منتوري قسنطينة، 2010، ص 25

<sup>3</sup> أحمد مختار عمر: معجم اللغة العربية المعاصرة، ط1، عالم الكتب، 2008، ص1554

وبالعمل يتطابق مع دعوة القرآن إلى الإعمار والإصلاح في هذه الأرض، كما قال الله تعالى: **{هُوَ الَّذِي أَنْشَأَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَاسْتَعْمَرَكُمْ فِيهَا}** سورة هود: الآية، 61، وعليه يعرف قاموس علم الاجتماع العمل على أنه مصطلح يشير بمعناه العام إلى أي نشاط ذو جهد موجه نحو إنجاز هدف معين<sup>1</sup> وهو "نشاط الإنسان الإرادي المقترن بالجهد (أي التعب أو المشقة) لغرض نافع غير التسلية واللهو"<sup>2</sup>، وقد يكون وظيفة واحدة أو مجموعة من الوظائف المتجانسة في الواجبات والحقوق<sup>3</sup>

### - مفهوم التطوع :

**لغة:** جاء في لسان العرب لابن منظور "التطوع ما تبرع به الفرد من ذات نفسه، مما لا يلزمه فرضه، وهو العمل باندفاع ذاتي بعيدا عن الإكراه والإلزام الخارجي، فهو خروج عن الحدود المرسومة في أداء الواجب وعدم الاقتناع بالحد الأدنى المفروض، والبحث عن الميادين الواسعة في البذل والعطاء كالقول بأنه جاء طائعا غير مكره<sup>4</sup>

**اصطلاحا:** هو "بذل جهد إرادي قائم على مهارة أو خبرة معينة، عن رغبة واختيار بغرض أداء واجب اجتماعي تطوعي خدمي له عائد في تنمية المهارات لدى الأفراد، ويتم ذلك دون انتظار مقابل. والشخص الذي يفعل الخير يسمى متطوعا"<sup>5</sup>

### 5-7 مفهوم العمل التطوعي:

**اصطلاحا:** يعرفه وجيه ثابت العاني بأنه " نشاط اجتماعي يقوم به الأفراد بشكل فردي أو جماعي من خلال إحدى الجمعيات أو كما يعرف العمل التطوعي بأنه جهود إرادية تعكس

<sup>1</sup> زينب مقدم: العمل التطوعي ودوره في تعزيز قيم رأس المال الاجتماعي لدى فئة المتطوعين، دراسة ميدانية لبعض الجمعيات بولاية أدرار، إشراف: د. بوفارس عبد الرحمان، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاجتماعية، جامعة أدرار، الجزائر، 2020، ص 16

<sup>2</sup> صادق مهدي السعيد: العمل وأحكامه العامة في الإسلام، مؤسسة الثقافة العمالية، بغداد، 1989، ص 9

<sup>3</sup> غربي صباح: تحليل و توظيف العمل، دار المجدد للطباعة والنشر والتوزيع، سطيف، الجزائر، 2020، ص 9

<sup>4</sup> وجيه ثابت العاني: العمل التطوعي والتنمية البشرية المستدامة، آليات تفعيل وقياس القيمة المضافة، المكتبة الوطنية، عمان، الأردن، 2016، ص 7.

<sup>5</sup> تصور الرفاعي محمد عبيد: العمل الاجتماعي تطوع وعطاء، ط 1، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، مصر، 2007، ص 17

مبادرة شخصية تنطلق من مسؤولية أخلاقية ومسؤولية اجتماعية لمساعدة ودعم الآخرين سواء ببذل الجهد أو الوقت دون تحقيق أهداف ربحية أو تجارية<sup>1</sup>

في حين يعرفه **مدحت أبو النصر** على " أنه الوقت والجهد والمال الذي يبذله أي إنسان بمحض إرادته واختياره دون إجبار ووفقا لخبراته وظروفه وأحوال مجتمعه وبلده بلا مقابل أو بمقابل لا يوازي ولا يكافئ الجهد والوقت المبذولين، وذلك بهدف خدمة وطنه أو عشيرته أو مجتمعه المحلي أو المهني، والمشاركة في حل المشكلات التي تواجه المجتمعات الإنسانية بوجه عام أو خاص"<sup>2</sup>

**التعريف الإجرائي:** العمل التطوعي هو عمل دون مقابل مادي يكون اختياريا نابعا عن رغبة شخصية يهدف إلى الانخراط في نشاطات خيرية، يقوم به الفرد بشكل فردي أو مؤسسي، بهدف مساعدة الآخرين وتحقيق التضامن والتكافل الاجتماعي والمساهمة في بناء وتماسك المجتمع.

### 5-8 مفهوم الجمعية الخيرية

**الجمعية لغة:** من جمع، يجمع، جمعا المتفرق: ضم بعضه إلى بعض. والجماعة: العدد الكثير من الناس. والجمعية طائفة من الناس لهم هدف مشترك<sup>3</sup>

وجاء في قاموس الجدير للطلاب أن الجمعية تعتبر: "طائفة من الناس لهم هدف مشترك تكون هيئة تشرف عليهم، تنفذ المقررات المتعلقة بسير نشاطها، جمع (جمعيات)<sup>4</sup>

**التعريف الإجرائي:** الجمعية هي تجمع يضم مجموعة من الأفراد لغرض معين مشترك.

<sup>1</sup> عبد الله بن سعد عبيد : أليات تنظيم العمل التطوعي على المستوى الوطني، دراسة ميدانية علي مديري جمعيات ومنظمات العمل الخيري بمنطقة الرياض، المؤتمر العلمي الدولي العشرون للخدمة الاجتماعية، كلية التربية، جامعة حلوان، مصر، 2007، ص 33.

<sup>2</sup> بشير أمل محمد عبد الرحمان: دور العمل التطوعي في تعزيز قيم رأس المال الاجتماعي ، دراسة حالة، متطوعي جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني في قطاع غزة، أطروحة لنيل شهادة الماجستير في اقتصاديات التنمية، إشراف: الرفاتي علاء الدين محمد، كلية التجارة ، الجامعة الإسلامية، غزة، 2016، ص 96

<sup>3</sup> لقاموس اللغوي المنار، دار العلوم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008، ص 154

<sup>4</sup> علي بن هادية، وآخرون : قاموس الجدير للطلاب، ط7، الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب، 1991، ص 258

والخير لغة: من(خار)، خيرا، وخياره: صار ذا خير، ولو في الأمر، جعل له فيه الخير، و(الخيار): اسم بمعنى طلب خير الأمرين. و(الخَيْر): اسم تفضيل (على غير قياس). وفي القرآن الكريم جاء قوله تعالى: ( إن ترك خيرا الوصية للوالدين والأقربين) البقرة : الآية 180<sup>1</sup> التعريف الإجرائي: هو كل ما يحقق المنفعة للناس، كما جاء في قول الرسول صلى الله عليه وسلم: (خير الناس أنفعهم للناس).

أما الجمعية الخيرية فيعرفها عايش سعد بأنها"عملية البناء الاجتماعي الذي له شكل تنظيمي محدد، وهيكل وظيفي يضم عددا من الأفراد والأدوار المحددة، والأساليب والأدوات التي يتم استخدامها في بلوغ الأهداف المرجوة"<sup>2</sup>وهي"شخصية اعتبارية تطوعية، هدفها تحقيق أعمال البر والرعاية والنفع العام والتنمية الاجتماعية المختلفة"<sup>3</sup>

وهي " جماعة من الأفراد انبثقت عنهم رغبة للقيام بنشاط معين كان موجودا من قبل أو غير موجود لفائدتهم أو لفائدة مجتمعهم في إطار من التعاون والتطوع وممارسة الأنشطة والعلاقات التي تقوم بها الجمعية تربويا وثقافيا وفنيا واجتماعيا ورياضيا وهذا يؤدي إلى خلق ديناميكية ونشاط بين مجموعة من الأفراد تربطهم علاقات ويقومون بأنشطة تحقق أهداف الجمعية"<sup>4</sup> وهي " شخصية معنوية تنشأ بموجب اتفاق بين عدد لا يقل عن سبعة أشخاص لتحقيق أهداف مشروعة تهم الصالح العام دون استهداف جني الربح المالي بهدف اقتسامه بين الأعضاء أو لتحقيق منفعة شخصية"<sup>5</sup>

<sup>1</sup> إبراهيم مصطفى، وآخرون : المعجم الوسيط، المكتبة الإسلامية، تركيا، ص 264

<sup>2</sup> عايش سعدأبو نخاع الشهراني: الخدمة الاجتماعية و العمل التطوعي، دراسة تحليلية لعلاقات التبادل والتكامل، مجلة جامعة الملك عبد العزيز، المجلد16، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، 2008، ص9

<sup>3</sup> محي الدين خير الله العوير: الجمعيات الخيرية، تعريفها وتأصيلها وصلتها بالمؤسسة الوقفية، مجلة الإحياء، العددان 17-18، 2014-2015، جامعة دمشق، دمشق، سوريا، ص300

<sup>4</sup> عبد العالي صغيري: مفهوم العمل الجمعي و المؤسسة الجمعية، قراءات مفاهيمية، ص5

<https://www.academia.edu>

<sup>5</sup> د.كلثوم حمدي: وسائل الإعلام الاجتماعي كآلية لزيادة مداخيل الجمعيات الخيرية، مجلة الاجتهادللدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد07، العدد04، الرقم التسلسلي16، المركز الجامعي تامنغست، 2018، ص419

وهي: "جماعة ذات صفة اختيارية مكونة من عدة أشخاص لغرض الحصول على غرض معين غير الحصول على الربح المادي ويخضعون لنظام أساسي يحدد الأهداف وشروط العضوية والإدارة والتمثيل"<sup>1</sup>

**التعريف الإجرائي:** الجمعية الخيرية هي منظمة خيرية تطوعية غير ربحية، ذات طابع محلي أو وطني أو دولي تتكون من مجموعة من الأفراد تهدف إلى غرس قيم التعاون والتكافل وتقديم المساعدة والدعم للفئات المحتاجة في المجتمع بهدف تحقيق المنفعة العامة، وتمارس أعمالها ضمن أطر قانونية .

## 6- المقاربة النظرية

"هي أنموذجيات نظرية، مفاهيم مفتاحية، نتائج بحوث قيمة، تشكل في مجموعها عالماً مألوفاً للتفكير لدى الباحثين في فترة محددة من تطور تخصص علمي معين"<sup>2</sup> وهي الخلفية النظرية التي يستند عليها الباحث في الوصول إلى الهدف المرجو من بحثه، كما أنها تساعده في فهم الظاهرة التي يريد دراستها، "وهي وضع تصور نظري للموضوع يمنح الباحث الترسانة المفاهيمية المنظمة التي تعمل على التنبؤ بالظاهرة وتحدد العلاقات بين متغيراتها. ويمكن من خلالها رسم مسار البحث وتفسير نتائجه في ضوء مسلمات النظرية"<sup>3</sup> وطبيعة الموضوع محل الدراسة والمفاهيم المرتبطة به هي التي تحدد المقاربة النظرية التي يتم اختيارها.

وتستند دراستنا على مقاربة نظرية تتضمن مبادئ نظرية بنبي عليها بحثنا والتي تتمثل فيما يلي:

### - النظرية البنائية الوظيفية:

<sup>1</sup> أحمد زكي بدوي: معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان، بيروت، 1982، ص 28

<sup>2</sup> جاك هارمان : خطابات علم الاجتماع في النظرية الاجتماعية، ترجمة : أ.د. العياشي عنصر، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، عمان، الأردن، 2010، ص 1

<sup>3</sup> فاكية عزاق، عفاف بعون: إشكالية توظيف المقاربة النظرية في البحوث السوسولوجية، جامعة ورقلة، 10/11/2020،

تعتبر هذه النظرية إحدى الاتجاهات الرئيسية في علم الاجتماع، حيث ينظر العلماء في هذه النظرية وعلى رأسهم إميل دوركايم، وتلكوت بارسونز، وروبيرت ميرتون إلى المجتمع على أنه نظام معقد تعمل شتى أجزائه سوياً لتحقيق الاستقرار والتضامن بين مكوناته، فالمجتمع حسب رأيهم مكون من مجموعة من العناصر والبنى والأنظمة، ويؤدي كل عنصر من هذه العناصر وظيفة ما داخل هذا الجهاز المجتمعي، وبهذا يترابط كل عنصر في النسق بوظيفة ما<sup>1</sup> من أجل تحقيق الاستقرار والتوازن والتكامل والترابط في المجتمع. وتقوم العملية البنائية الوظيفية للمجتمع حسب روبرت ميرتون (1957) على الفرضيات التالية<sup>2</sup>:

- ✓ إن أفضل طريقة للنظر إلى المجتمع هي اعتباره نظاماً لأجزاء مترابطة، وأنه تنظم للأنشطة المرتبطة والمتكررة والتي يكمل كل منها الآخر.
- ✓ يميل هذا المجتمع بشكل طبيعي نحو حالة من التوازن الديناميكي، وإذا حدث أي نوع من التناثر داخله فإن قوى معينة سوف تنشط من أجل استعادة هذا التوازن.
- ✓ تساهم جميع الأنشطة المتكررة في المجتمع في استقراره، وبمعنى آخر فإن كل النماذج القائمة في المجتمع تلعب دوراً في الحفاظ على استقرار النظام.
- ✓ إن بعض الأنشطة المتكررة في المجتمع لا غنى عنها في استمرار وجوده، أي أن هناك متطلبات أساسية وظيفية تلبى الحاجة الملحة للنظام، وبدونها لا يمكن لهذا النظام أن يعيش.

وترتبط النظرية البنائية بوسائل الإعلام والاتصال، باعتبار أن هذه الوسائل تقوم بأنشطة متكررة ومتماثلة مع باقي نظم المجتمع وتساهم في تحقيق التوازن الوظيفي في المجتمع؛ فمصطلح بناء يشير إلى الطريقة التي تنظم بها الأنشطة المتكررة في المجتمع، أما مصطلح

<sup>1</sup> جميل حمداري: نظريات علم الاجتماع: شبكة ألوكة، ط1، 2015، ص50.

<sup>2</sup> حسن عماد مكاي، د.إيلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، عربية للطباعة والنشر، ط1، القاهرة، مصر، 1998، ص125

الوظيفة فيشير إلى مساهمة شكل معين من الأنشطة المتكررة في الحفاظ على استقرار وتوازن المجتمع<sup>1</sup>

وهكذا يمكن القول أن وسائل الإعلام تعد من المكونات الأساسية التي لا غنى عنها في البناء الاجتماعي ولايستطيع المجتمع المعاصر بالشكل الذي نعرفه أن يستمر بدون هذه الوسائل<sup>2</sup>.

فإذا طبقنا افتراضات روبرت ميرتون فإننا نجد أن الفيسبوك كوسيلة من وسائل الإعلام الرقمي وباعتبار دوره الإعلامي في تدعيم الروابط الاجتماعية من خلال الأنشطة المتكررة التي تقوم بها الجمعيات التطوعية الخيرية عبر هذه الوسيلة، والتي تهدف إلى تعريف أفراد المجتمع بأهمية العمل التطوعي، ومدى حاجة المجتمع إليه، وتسليط الضوء على الأعمال الخيرية، والتسويق لها، وتقديمها بصورة مؤثرة، وبناء مجتمع متماسك ومتناسق من خلال بناء فريق تطوعي هدفه فعل الخير، وإعداد فرد محب للعمل التطوعي، فإنه يترتب عليه تحقيق التوازن الاجتماعي لهذا المجتمع، وغرس روح التضامن بين أفراد.

وبالتالي فإن الفيسبوك يعتبر من الأنساق الاجتماعية التي تدعم نسق العمل الجماعي ويؤدي إلى بناء اجتماعي متوازن ومتربط.

وعليه يمكن القول إن الفيسبوك هو من بين وسائل الإعلام الرقمي الذي أصبح يشكل نسقا اجتماعيا أساسيا في البناء الاجتماعي.

#### 7-الدراسات السابقة

الدراسات السابقة هي خطوة من الخطوات التي ينطلق منها الباحث في دراسته العلمية، فهي تساعده في التعمق في دراسة الظاهرة وفهمها وتوسيع معارفه البحثية، وتعمل على تزويده بمختلف المعلومات المرتبطة بموضوع دراسته، وتوجهه إلى معرفة منهجية البحث التي يستخدمها ومعرفة محاور بحثه والأدوات المستخدمة وذلك بالاستفادة من هذه الدراسات.

<sup>1</sup> منال أبو الحسن: علم الاجتماع الإعلامي، النظريات والوظائف والتأثيرات، دار النشر للجامعات، مصر، 2006، ص56  
<sup>2</sup> د. حسن عماد مكاوي، دليلي حسين السيد: مرجع سابق، ص 126

وهي تلك الدراسات التي تحترم القواعد المنهجية في البحث العلمي وقد تكون هذه الدراسات مطابقة وبالتالي يجب تغيير ميدان الدراسة أو مشابهة وفيه يتناول الباحث الجانب الذي يتناوله بالدراسة<sup>1</sup>، ومن بين هذه الدراسات:

### 7-1 دراسات عربية

✚ دراسة أحمد سامي عبد الوهاب العايدي ومحمد صبحي الموسومة ب: دور الإعلام الجديد في تعزيز العمل التطوعي بالمؤسسات الخيرية المصرية<sup>2</sup> دراسة ميدانية كلية الإعلام، جامعة الأزهر، المجلة العلمية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، العدد 13، 2023.

وكان الهدف من الدراسة، التعرف على دور الإعلام الجديد في تعزيز العمل بالمؤسسات الخيرية المصرية الخاصة والحكومية لدى الجمهور المصري، إضافة إلى الوقوف على المضامين التي ينشرها الإعلام لهذه المواقع مع رصد وتحليل مدى تعرض الجمهور للرسائل الإعلامية في الإعلام الجديد عن المؤسسات الخيرية بمختلف مضامين وأشكال وسمات هذه الرسائل.

وقد استخدم الباحثان في دراستهما منهج المسح عن طريق العينة وهو الأسلوب الذي يسمح بالتعرف على درجة وقوة العلاقات بين متغيرات الدراسة ومستويات التأثير بينها، والذي يتمثل في مسح الجمهور المصري عينة الدراسة.

وتمحورت إشكالية بحثهما حول التساؤل الرئيسي التالي:

- ما هو الدور الذي يقوم به الإعلام الجديد لتعزيز العمل التطوعي؟

وتفرع هذا السؤال إلى الأسئلة الفرعية التالية:

<sup>1</sup> أ.د.رشيد زرواتي : تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية و الإنسانية،4، زعايش للطباعة و النشر، بوزريعة،

الجزائر، 2012، ص129

<sup>2</sup> د.أحمد سامي عبد الوهاب العايدي ، د. محمد صبحي: دور الإعلام الجديد في تعزيز العمل التطوعي بالمؤسسات الخيرية

المصرية، المجلة العلمية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، العدد 13، جامعة الأزهر، مصر، 2023،

- ما معدل استخدام الجمهور المصري لوسائل الإعلام الجديد، وماهي أهم الوسائل التفاعلية الأكثر تفضيلا لديهم؟
- ما مستوى تأثير الإعلام الجديد في تعزيز العمل بالمؤسسات الخيرية لدى المستفيدين؟
- ما أسباب متابعة المستفيدين من الجمعيات الخيرية المصرية في الإعلام الجديد؟
- ما أهم المعوقات التي تواجه الإعلام الجديد في نشر ثقافة التكافل الاجتماعي في المجتمع؟

وقام الباحثان بصياغة الفرضيات التالية :

- توجد علاقة ارتباطية بين معدل متابعة المبحوثين لعمل المؤسسات الخيرية المصرية واتجاه نحو الجمعيات الخيرية
  - توجد علاقة ارتباطية بين ثقة المبحوثين لدور الإعلام الجديد في تعزيز العمل بالمؤسسات الخيرية والاتجاه نحو الجمعيات الخيرية
  - توجد علاقة ارتباطية بين تعرض المبحوثين لقيم التكافل الاجتماعي التي ينشرها الإعلام الجديد وممارستهم لبعض أنشطة التكافل الاجتماعي الالكتروني والواقعي
  - توجد علاقة ارتباطية بين مدى متابعة المبحوثين للحملات الالكترونية للجمعيات الأهلية وتقييمهم للخدمات المقدمة من قبل المؤسسات الخيرية عبر الإعلام الجديد
- واعتمد الباحثان على استمارة الاستبيان من أجل تحقيق أهداف الدراسة، واختارا العينة العمدية باعتبارها الأكثر ملاءمة لطبيعة الدراسة وفقا لسمات محددة، و التي يبلغ عددها 400 مفردة.
- نتائج الدراسة:** خلصت الدراسة إلى النتائج التالية:

- ✓ أنشطة التكافل الاجتماعي الالكتروني والواقعي للحملات الكترونية للجمعيات الخيرية لدى المستفيدين حيث أنها ترضى كفالة ورعاية الأيتام والأسر الفقيرة وقد احتلت صفحتي فيسبوك المرتبة الأولى من حيث محتوى الجمعية بنسبة 77,16 %
- ✓ قيم التكافل المنشورة في الإعلام الجديد لتعزيز العمل الخيري متعددة ومتفاوتة وجاءت قيمة الانتماء للوطن في المرتبة الأولى بنسبة 85,91 %

✓ الدخول إلى الموقع الإلكتروني للجمعية الخيرية عبر شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة فيسبوك ذو تأثير عالي الفعالية بنسبة 73,3 %

### التعقيب على الدراسة

تمحورت هذه الدراسة حول دور الإعلام الجديد في تعزيز العمل التطوعي بالمؤسسات الخيرية المصرية حيث تتشابه مع دراستنا في المتغير الأول كون الإعلام الجديد هو من مسميات الإعلام الرقمي، كما اعتمد الباحثان على المقابلة كأداة رئيسة لجمع المعلومات والبيانات واختارا العينة القصدية وهذا وجه التشابه بين الدراستين، وبالنسبة للمنهج فقد اعتمدا على منهج المسح الاجتماعي عن طريق العينة، بينما استخدمنا في دراستنا المنهج الوصفي، وهذا وجه الاختلاف بين الدراستين، وقد استفدنا من هذه الدراسة في إثراء المعلومات في الجانب النظري وفي تحديد بعض المفاهيم والمصطلحات المستخدمة في البحث، إضافة إلى نتائج بحثهما التي يمكن أن تفيدنا في دراستنا الحالية.

✚ مقال رانيا أحمد حامد أحمد العمراني بعنوان: دور الإعلام الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي في تنمية المجتمع<sup>1</sup>، جامعة السودان المفتوحة، مركز جيل للبحث العلمي، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 91، جانفي 2023.

وهدفت هذه الدراسة إلى:

- إبراز دور الإعلام في تنمية المجتمعات
- إبراز دور وسائل التواصل الاجتماعي في تطوير الأفراد عبر برامج التواصل الاجتماعي المتعددة
- أن للتكنولوجيا دوراً كبيراً في تعليم القيم ونشر ثقافة السلام عبر وسائل التواصل الاجتماعي

<sup>1</sup> د. رانيا أحمد حامد أحمد العمراني: دور الإعلام الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي في تنمية المجتمع، مقال منشور في مجلة جيل العلوم الإنسانية والاجتماعية، مركز جيل للبحث العلمي، جامعة السودان المفتوحة، العدد 91، جانفي 2023.

استخدمت الباحثة في دراستها المنهج الوصفي الذي يسعى إلى وصف الظاهرة وتحليلها وتفسيرها بغرض الوصول إلى استنتاجات مفيدة، وتمحورت إشكالية بحثها حول :

▪ ما دور الإعلام في نشر ثقافة السلام والتنمية؟

▪ ما دور وسائل التواصل الاجتماعي في تطوير المجتمعات؟

**نتائج الدراسة:** خلصت الدراسة إلى النتائج التالية:

✓ نجاح الإعلام الرقمي في تطوير المجتمعات

✓ أن للإعلام الرقمي دور كبير في التعليم وتنمية المجتمعات عبر تنمية حياة الفرد من خلال التعليم

✓ أن للتكنولوجيا دور كبير في تعليم القيم ونشر ثقافة السلام عبر وسائل التواصل الاجتماعي

**التعليق على الدراسة:**

تناولت هذه الدراسة دور الإعلام الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي في تنمية المجتمعات وتطوير الأفراد عبر الوسائط الاجتماعية المختلفة، وهي بذلك تتشابه مع دراستنا فيما يتعلق بدور الإعلام الرقمي، كما تتشابه من حيث المنهج المعتمد حيث استخدمت الباحثة المنهج الوصفي وهو المنهج الذي استخدمناه في دراستنا. وقد استفدنا من دراستها في إثراء المتغير المشترك بيننا ومن خلال توظيف ما توصلت إليه في الإطار النظري والميداني لدراستنا.

✚ دراسة فاطمة محمد رفيدة الموسومة بالعمل التطوعي ودوره في تنمية المجتمع، رؤية واقعية لدى الجمعيات الأهلية في مدينة مصراتة<sup>1</sup>، كلية الآداب، جامعة مصراتة، مجلة كلية الآداب، العدد، 06، 2016.

<sup>1</sup> د.فاطمة محمد رفيدة: العمل التطوعي ودوره في تنمية المجتمع، رؤية واقعية لدور الجمعيات الأهلية بمدينة مصراتة، مجلة كلية الآداب:كلية الآداب، جامعة مصراتة، العدد 06، 2016.

وكان الهدف من الدراسة : بحث دور النشاط التطوعي في تنمية المجتمع والتعرف على نوعية الخدمات والمجالات التطوعية التي تقدمها الجمعيات الأهلية في مدينة مصراتة. وقد استخدمت الباحثة في دراستها منهج المسح الاجتماعي عن طريق العينة لتحقيق فهم متعمق لمجتمع الدراسة، والمتمثل في الجمعيات الأهلية.

وتمحورت إشكالية بحثها حول تساؤل رئيسي تمثل فيما يلي:

- ما دور النشاط التطوعي في تنمية المجتمع؟

وتفرع سؤال إشكاليته إلى تساؤلات فرعية أهمها:

➤ ما هي نوعية الخدمات والمجالات التطوعية التي تقدمها الجمعيات الأهلية في مدينة

مصراتة؟

واعتمدت الباحثة على المقابلة كأداة رئيسية لجمع المعلومات والبيانات واختارت العينة القصدية المكونة من 40 مبحوثا.

نتائج الدراسة: توصلت الباحثة إلى النتائج التالية :

✓ تمويل منظمات المجتمع المدني يبدأ بالصدقات والتبرعات والإعلانات، ثم عوائد

المشروعات الصغيرة، ثم اشتراكات أعضاء جمعيات أو منظمات المجتمع المدني

✓ أغلب الجمعيات تقوم بتحقيق العديد من الأهداف الخدمائية والاجتماعية والاقتصادية

للمستفيدين (إعانات مالية)

### التعليق على الدراسة

تمحورت هذه الدراسة حول دور العمل التطوعي في تنمية المجتمع ونوعية الخدمات والمجالات التطوعية التي تقدمها الجمعيات الأهلية في مدينة مصراتة، حيث تتشابه مع دراستنا في متغير العمل التطوعي واختارت العينة القصدية، وهذا وجه التشابه بين الدراستين. بينما ركزت بالدراسة والتحليل على دور العمل التطوعي في تنمية المجتمع، وتناولنا في دراستنا دور الإعلام الرقمي ووسائله في دعم جهود العمل الجماعي كما اعتمدت الباحثة على المقابلة

كأداة رئيسة لجمع المعلومات والبيانات، بينما اعتمدنا على أداة الاسبيان وبالنسبة للمنهج فقد اعتمدت على منهج المسح الاجتماعي عن طريق العينة، بينما استخدمنا في دراستنا المنهج الوصفي. وقد استفدنا من هذه الدراسة في إثراء المعلومات في الجانب النظري وفي تحديد بعض المفاهيم والمصطلحات المستخدمة في البحث.

## 7-2 دراسات جزائرية :

✚ أطروحة دكتوراه للطالبة فاطمة لفكاير بعنوان: العمل التطوعي ووسائل الإعلام إشكالية الدور والمفهوم<sup>1</sup> ، جامعة علي لونيبي، البليدة، الجزائ، مجلة البحوث والدراسات الإنسانية، المجلد 16، العدد 01، جوان 2022

وكان الهدف من الدراسة التعرف على واقع الحركة الجمعوية في الجزائر والدور الذي تقوم به حاليا والذي يمكنها أن تقوم به بتقديم مختلف أوجه الرعاية الاجتماعية لمختلف الشرائح لإجتماعية، ومدى التزامها بالمعايير العلمية لذلك، خاصة في ظل التحولات التي يعرفها المجتمع الجزائري عامة وكذا إيضاح العلاقة العضوية بين وسائل الإعلام والمجتمع المدني في الحالة الجزائرية، والتعرف على مدى فاعلية وسائل الإعلام الجزائرية في تعزيز ثقافة العمل التطوعي لدى أفراد المجتمع الجزائري، ذلك لاتخاذ الإجراءات اللازمة لتطويرها بما يتوافق وحاجات المجتمع الجزائري

وقد استخدمت الباحثة في دراستها المنهج الوصفي التحليلي باعتباره الأكثر كفاءة في الكشف عن حقيقة الظاهرة وإبراز حقائقها، كونه يعبر عن الظاهرة موضوع الدراسة تعبيرا كميا وكيفيا

و تمحورت إشكالية بحثها حول:

➤ ما مدى استفادة الجمعيات الخيرية من الإعلام في توجيه سلوك الأفراد نحو الأهداف

التي سطرتها؟ وما هي العلاقة بينهما؟

<sup>1</sup> فاطمة لفكاير : العمل التطوعي ووسائل الإعلام، إشكالية الدور والمفهوم، مجلة البحوث والدراسات الإنسانية، جامعة علي لونيبي،

البليدة، الجزائر المجلد 16، العدد 01، جوان 2022

➤ هل تساهم وسائل الإعلام في التحسيس وتكوين الوعي التطوعي في المجتمع الجزائري

؟

واستخدمت الباحثة استمارة الاستبيان والمقابلة.

**نتائج الدراسة:** خلصت في هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

✓ تستفيد الجمعيات الخيرية من الإعلام من خلال دعوة وسائله المختلفة لحضور

النشاطات والحملات التي تقوم من أجل التغطية الإعلامية لبرامجها وبالتالي زيادة

فعالية الأهداف، وتحقيقها وضمان الجماهير حولها

✓ الإعلام التوعوي مناسباتي، وهذا أدى إلى ضعف التوعية وعدم إيصال الرسالة للمتلقي

بالمستوى المطلوب

✓ ضرورة التخطيط الإعلامي الموسمي وفق برنامج محدد للوصول إلى الأهداف التي

تريدها الجمعيات الخيرية والتعريف بأنشطتها وبرامجها الخيرية.

**التعقيب على الدراسة:**

تمحورت هذه الدراسة حول مدى استفادة الجمعيات الخيرية من الإعلام في توجيه سلوك

الأفراد نحو الأهداف التي سطرته، وإيضاح العلاقة العضوية بين وسائل الإعلام والمجتمع

المدني في الحالة الجزائرية، والتعرف على مدى فاعلية وسائل الإعلام الجزائرية في تعزيز

ثقافة العمل التطوعي لدى أفراد المجتمع حيث تتشابه مع طرح دراستنا التي تناولت الدور

الذي يلعبه الإعلام الرقمي في دعم جهود العمل الجمعي، و من حيث المنهج المعتمد حيث

استخدمت المنهج الوصفي التحليلي واستخدمنا في دراستنا المنهج الوصفي. وتختلف مع

دراستنا من حيث الأداة التي استعملتها في بحثها وهي المقابلة بينما اعتمدنا على اداة الاسبان

في دراستنا، ومن حيث المنهج المعتمد حيث استخدمت المنهج الوصفي التحليلي واستخدمنا

في دراستنا المنهج الوصفي. وقد استفدنا من دراستها في إثراء دراستنا فيما يخص متغيرات

الدراسة ومن خلال توظيف ما توصلت إليه في الإطار النظري والميداني لدراستنا.

✚ أطروحة دكتوراه لسلمى كوندة بعنوان : المجتمع المدني والعمل التطوعي في الجزائر<sup>1</sup>، دراسة ميدانية على عينة من الجمعيات الخيرية بولاية سطيف ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتورا للطور الثالث (ل م د) في علم الاجتماع ، تخصص علم اجتماع اتصال والخدمة الاجتماعية ، بجامعة محمد لمين دباغين-سطيف<sup>2</sup> للسنة الجامعية 2019/2020 .

وكان الهدف من الدراسة التعرف على الوسائل والآليات اللازمة للقيام بالأعمال التطوعية من طرف الجمعيات الخيرية، ومحاولة تقصي انعكاسات العمل التطوعي على المجتمعات ودور الجمعيات الخيرية كفاعل اجتماعي في هذه العملية. وقد استخدمت في دراستها المنهج الوصفي الذي يهدف إلى معرفة واقع الدراسة كما وكيفا، وتمحورت إشكالية بحثها حول التساؤل الرئيسي التالي :

➤ كيف يسهم المجتمع المدني في تفعيل العمل الجماعي في المجتمع الجزائري؟

و قد اندرجت عنه تساؤلات فرعية هي :

➤ كيف تسهم البرامج الصحية المسطرة من طرف الجمعيات الخيرية في تفعيل العمل

الجماعي داخل المجتمع الجزائري؟

➤ كيف تسهم البرامج الإعلامية المسطرة من طرف الجمعيات الخيرية في تفعيل العمل

الجماعي؟

و طرحت الباحثة مجموعة من الفرضيات تمثلت فيما يلي :

▪ تسهم البرامج الصحية المسطرة من طرف الجمعيات الخيرية في تفعيل العمل التطوعي داخل المجتمع الجزائري.

▪ تسهم البرامج الإعلامية المسطرة من طرف الجمعيات الخيرية في تفعيل العمل التوعوي داخل المجتمع الجزائري.

<sup>1</sup> سلمى كوندة: المجتمع المدني والعمل التطوعي في الجزائر ، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه، إشراف :أ.د.كمال بلخيري، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف<sup>2</sup> الجزائر، 2020

واستخدمت الباحثة استمارة الاستبيان، المقابلة والملاحظة والوثائق والسجلات الإدارية، أما عينة البحث فقد اختارت العينة القصدية التي شملت 20 جمعية خيرية .

**نتائج الدراسة:** توصلت الباحثة في هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج تمثلت فيما يلي :

- ✓ أن الجمعيات الخيرية عملت على تفعيل العمل التطوعي من خلال تنفيذ مشاريع خيرية تضامنية في مجالات عدة: صحية، اجتماعية، اقتصادية، ثقافية، ترويجية، إعلامية.
- ✓ أن الجمعيات الخيرية تعتمد على وسائل الإعلام للتسويق للعمل التطوعي واستقطاب الناشطين للانخراط فيها وخاصة عبر مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك.

#### التعليق على الدراسة:

ركزت الدراسة على إبراز دور المجتمع المدني في تفعيل العمل التطوعي بعدد من الجمعيات بولاية سطيف وقد شملت 20 جمعية وهي تتشابه مع دراستنا في المتغير الثاني وهو العمل التطوعي، كما أن من نتائج بحثها أن الجمعيات الخيرية تعتمد على وسائل الاعلام للتسويق للعمل التطوعي واستقطاب الناشطين للانخراط فيها وخاصة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وهذا هو الجانب الذي يخصنا بالدراسة، كما أن من بين الأدوات التي استعملتها في بحثها الاستبيان وهي بذلك تتشابه مع بحثنا من حيث الأداة. كما تتشابه معنا من حيث المنهج المعتمد حيث استخدمت في دراستها المنهج الوصفي وهو المنهج المتبع في دراستنا، إضافة إلى العينة التي استخدمتها وهي العينة القصدية. وقد استفدنا منها من خلال توظيف ما توصلت إليه في الإطار النظري والميداني لدراستنا.

📌 **دراسة سعيدة باعلي بعنوان: دور الجمعيات الخيرية في تفعيل العمل التطوعي<sup>1</sup>**، دراسة ميدانية بجمعية كافل اليتيم الخيرية، فرع أدرار، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في

<sup>1</sup> سعيدة باعلي: دور الجمعيات الخيرية في تفعيل التطوعي، دراسة ميدانية بجمعية كافل اليتيم الخيرية، فرع أدرار، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في علم الاجتماع، تخصص: تنظيم و عمل، إشراف: د.لعلي بوكميش، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة أدرار، الجزائر، 2017.

علم الاجتماع، تخصص علم اجتماع تنظيم وعمل، جامعة أدرار، أدرار، السنة الجامعية 2016/2017.

و كان الهدف من الدراسة :

- التعرف على ما يمثله العمل في أذهان المتطوعين في الجمعيات الخيرية .
- الوقوف على الدور الخدماتي والتثقيفي التوعوي للعمل التطوعي بالجمعيات الخيرية وأهم النشاطات والبرامج التي تنتهجها هذه الجمعيات في تفعيله.
- معرفة الكيفية التي يصل بها الأفراد المتطوعون بالجمعيات الخيرية إلى الأيتام المستفيدين من خدماتهم التطوعية.

واعتمدت الباحثة في بحثها على المنهج الوصفي التحليلي الذي يهدف إلى وصف الظاهرة وتشخيصها وتحليلها بطريقة كمية وكيفية بهدف التعرف على خصائصها للوصول إلى نتائج علمية وتفسيرها بطريقة موضوعية.

وتمحورت إشكالية بحثها حول السؤال الرئيسي التالي :

- ما دور الجمعيات الخيرية في تفعيل العمل التطوعي؟

والذي تفرعت منه التساؤلات التالية :

➤ هل للجمعيات الخيرية دور خدماتي في تفعيل العمل التطوعي ؟

➤ هل للجمعيات الخيرية دور تثقيفي توعوي في تفعيل العمل التطوعي ؟

وقامت الباحثة بصياغة فرضية عامة تمثلت فيما يلي :

❖ للجمعيات الخيرية دور في تفعيل العمل التطوعي.

وتفرعت من هذه الفرضية فرضيات تمثلت كالآتي :

- للجمعيات الخيرية دور في تفعيل العمل التطوعي.
- تعمل الجمعيات الخيرية من خلال دورها الخدماتي في تفعيل العمل التطوعي.
- تعمل الجمعيات الخيرية من خلال دورها التثقيفي التوعوي في تفعيل العمل التطوعي.

واعتمدت الباحثة على استمارة الاستبيان كأداة رئيسية في جمع البيانات والمعلومات واختارت العينة القصدية المكونة من 110 مفردة.

**نتائج الدراسة:** توصلت الباحثة إلى النتائج التالية:

✓ تشكل الجمعيات الخيرية الأرضية الخصبة لممارسة العمل التطوعي وذلك من

خلال ما تتيحه أمام المتطوعين على اختلاف أجناسهم وأعمارهم من برامج تطوعية

ونشاطات خيرية يقومون بها

✓ تعتمد جمعية كافل اليتيم الخيرية في تقديم خدماتها التطوعية الخيرية بشكل كبير

على جهود المتطوعين لديها وذلك من خلال مشاركتهم في تسيير برامجها التطوعية

والسهر على تجسيدها

✓ تعمل الجمعية على ترسيخ ثقافة العمل التطوعي في حياة الفرد والمجتمع خاصة لدى

فئة الشباب

**التعليق على الدراسة:**

تناولت هذه الدراسة الدور الخدماتي والتثقيفي التوعوي للعمل التطوعي بالجمعيات الخيرية

وأهم النشاطات والبرامج التي تنتهجها هذه الجمعيات في تفعيله، وهي تتشابه مع دراستنا في

متغير العمل التطوعي داخل الجمعيات الخيرية إضافة إلى استخدام العينة القصدية وهذا

وجه التشابه بين الدراستين، إضافة إلى أداة جمع البيانات والمعلومات حيث استخدمت الباحثة

استمارة الاستبيان، وهي نفس الأداة التي استخدمناها في جمع البيانات والمعلومات. بينما

ركزت بالدراسة والتحليل على دور الجمعيات الخيرية في تفعيل العمل التطوعي خلافا لدراستنا

التي تناولت دور الإعلام الرقمي في دعم جهود العمل الجمعي وقد اختلفت هذه الدراسة مع

دراستنا في نوع المنهج المتبع الذي يتمثل في المنهج الوصفي التحليلي، واعتمدنا في دراستنا

على المنهج الوصفي. وقد أفادتنا هذه الدراسة في إثراء الجانب النظري للموضوع محل الدراسة

وتحديد أهم المصطلحات المستخدمة في البحث إضافة إلى الاستعانة بها في تصميم المقابلة.

**8- صعوبات البحث**

في أي بحث علمي أو دراسة علمية يتعرض الباحث لصعوبات تواجهه في بداية بحثه وأثناء قيامه به، حيث تعرضنا في بحثنا إلى صعوبة إيجاد الأستاذ المشرف ثم واجهتنا صعوبة إيجاد جمعية خيرية لإجراء الدراسة الميدانية، حيث قولنا بالرفض من طرف بعض الجمعيات الخيرية والمماثلة في الرد من طرف جمعيات أخرى، هذا أدى إلى صعوبة تحديد عينة البحث ومنهج الدراسة.

#### خلاصة :

حاولنا في هذا الفصل تحرير المقدمة وضبط الإشكالية و الفرضيات، وتوضيح أهمية وأهداف الدراسة، كما تطرقنا الى التعرف على المفاهيم الأساسية الخاصة بالدراسة، ثم قمنا بتحديد المقاربة النظرية التي تخدم البحث مع ذكر أهم الأفكار الرئيسية فيها ، وفي الأخير عرضنا أهم الدراسات السابقة التي كانت المعين على فهم الموضوع، كما حاولنا توضيح أوجه الاختلاف و التشابه فيها مع موضوعنا الحالي.



# الفصل الثاني:

## الإطار المنهجي للبحث

تمهيد

مجالات الدراسة

المجال الجغرافي

المجال البشري

المجال الزمني

منهجية الدراسة

مجتمع البحث وعينة الدراسة

أدوات جمع البيانات

خلاصة الفصل

**تمهيد:**

بعد تحديد الإطار النظري لهذه الدراسة في الفصل الأول، سنحاول خلال تناول فصل الإطار المنهجي، وذلك بتحديد أهم الجوانب التي يقوم عليها هذا الفصل، بداية من تحديد مجالات الدراسة وما احتوت عليه من أفكار مبدئية، ثم المنهج المتبع، يليه مجتمع وعينة الدراسة، حيث أن النتائج النهائية للدراسة تتطلب معرفة الإجراءات المتبعة في ذلك، فوضوح المنهج وتجانس العينة واختيار أدوات الدراسة كل هذه الإجراءات تساعد في الوصول إلى نتائج ذات قيمة علمية.

## 1 - مجالات وحدود الدراسة

## 1-1 مجالات الدراسة:

يعد تحديد مجالات الدراسة في البحوث الاجتماعية خطوة مهمة من خطوات البحث العلمي، لأنها تساعد الباحث على ضبط حدود دراسته، وتحديد الأهداف التي يريد تحقيقها بكل دقة ومصداقية، وتتمثل مجالات دراستنا فيما يلي:

## ▪ المجال الجغرافي:

وهو مكان إجراء الدراسة الميدانية وجمع البيانات الميدانية حول الإشكالية المطروحة، ونبين من خلاله التعريف بالحيز الجغرافي أو المنطقة التي يتواجد بها ميدان الدراسة. حيث قمنا بإجراء دراستنا على مجموعة من الجمعيات التطوعية الخيرية بمدينة برج بوعريريج ولاية برج بوعريريج، والتي بلغ عددها 10 جمعيات هي: جمعية مفاتيح الجنة، جمعية البركة للعمل الخيري و الإنساني، جمعية كافل اليتيم الخيرية، جمعية الأنامل، جمعية النور لأمن وسلامة المرور، جمعية بيت المصطفى للتكافل الاجتماعي والشبابي، جمعية القلوب الطيبة، جمعية آفاق لسياحة المسن والمعاق، جمعية الرقي بالمرأة والطفل، جمعية شعبان للرعاية اليومية لذوي الاحتياجات الخاصة.

## ▪ المجال البشري:

وهي الإطار البشري الذي يتكون منه ميدان الدراسة حيث تم إجراء دراستنا هذه مع رؤساء الجمعيات التطوعية الخيرية على مستوى مدينة برج بوعريريج.

## ▪ المجال الزمني :

يتمثل المجال الزمني في الوقت الذي استغرقتة دراستنا حيث امتدت إلى غاية 4 أشهر وكان ذلك على مرحلتين كما يلي:

## المرحلة الأولى: مرحلة الدراسة الاستطلاعية:

تعتبر الدراسة الاستطلاعية من الخطوات المهمة والأساسية في البحوث الاجتماعية، يلجأ إليها الباحث من أجل استكشاف المعلومات والحقائق الجديدة؛ ومن هذا المنطلق قمنا بالاطلاع على المراجع الخاصة بالمحاور النظرية في البحث موضوع الدراسة، والدراسات والبحوث التي قام بها الباحثون، وكان ذلك في الفترة الممتدة من شهر **فيفري** إلى غاية شهر **أفريل 2024**، والتي من خلالها قمنا بجمع المادة العلمية التي سهلت علينا عرض الإطار النظري للموضوع، وساعدتنا في طرح إشكالية بحثنا، وتحديد معالمه، وصياغة فروضه، وتحديد المنهج المتبع ومجتمع البحث والعينة المقصودة.

### المرحلة الثانية: مرحلة الدراسة الميدانية:

بعد انتهائنا من الإطار النظري، قمنا بزيارات للجمعيات ميدان الدراسة، والمقدر عددها بـ 10 جمعيات، في بداية شهر **ماي 2024**، وقمنا بتوزيع الاستبيان على مجتمع الدراسة، بعد أخذ موافقة الأستاذ المشرف على أسئلة هذا الاستبيان من أجل الحصول على المعلومات والبيانات اللازمة، ثم قمنا بعد ذلك بتفريغ الجداول وإخراجها في جداول إحصائية، ثم التعليق عليها وتحليلها، ثم جاءت المرحلة النهائية وهي مرحلة استخلاص النتائج وتفسيرها في ضوء الفرضيات والمقاربة النظرية وكان ذلك في الفترة الممتدة من **2024/04/01** إلى

**2024/05/15**

2- منهجية البحث

2-1 منهج الدراسة

تأخذ دراستنا طابع البحوث الوصفية التي تمكن الباحث من دراسة الظاهرة الاجتماعية، ووصفها وصفا دقيقا، وتفسيرها تفسيراً شاملاً، واستخلاص النتائج من أجل الوصول إلى الأهداف المرجوة من الدراسة؛ فالدراسات الوصفية تستخدم في التعرف على وسائل الإعلام

وعلى ما تبثه من مضامين مختلفة على جماهيرها المتنوعة [بتصرف]<sup>1</sup>، وهو يتوافق مع دراستنا التي تقوم على التعرف على دور الإعلام الرقمي ووسائطه في دعم جهود العمل الجمعي.

ولكل دراسة منهج يتبعه الباحث في بحثه، فالمنهج هو "طريقة تحديد الهدف، والطريق المحدد لتنظيم الجهد والنشاط"<sup>2</sup>. وهو "مجموعة منظمة من العمليات تسعى لبلوغ هدف"<sup>3</sup> وهو "أسلوب للتفكير والعمل يعتمد على الباحث لتنظيم أفكاره وتحليلها وعرضها وبالتالي الوصول إلى نتائج وحقائق معقولة حول الظاهرة موضوع الدراسة"<sup>4</sup>، وبالتالي فالمنهج ضروري لأي بحث، إذ هو الذي يبين الطريق، ويساعد الباحث في ضبط أبعاد، مساعي، أسئلة وفرضيات البحث<sup>5</sup>.

وقد اعتمدنا في دراستنا على **المنهج الوصفي** لأنه الأنسب لبحثنا نظراً لرغبتنا في تناول عينة من جمعيات مدينة برج بوعريريج التي تنشط في المجال الخيري التطوعي، والذي يهدف إلى معرفة واقع الدراسة كما وكيفا. ويستهدف هذا المنهج "وصف الظاهرة التي يريد الباحث دراستها وجمع أوصاف وبيانات دقيقة عنها، ويعتمد على دراسة الواقع أو الظاهرة كما توجد في الواقع، ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً، ويعبر عنها تعبيراً كمياً وكيفياً دون تحيز من الباحث"<sup>6</sup>. وهو "أحد أشكال التحليل والتفسير العلمي المنظم لوصف ظاهرة أو مشكلة محددة وتصويرها كمياً عن طريق جمع بيانات ومعلومات معينة عن ظاهرة أو مشكلة وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة"<sup>7</sup>

### 3- تقنيات وأدوات جمع البيانات

<sup>1</sup> أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط4، الجزائر، ص 51، 52

<sup>2</sup> مني طريف الخولي : مفهوم المنهج العلمي، مؤسسة هنداوي للنشر، 2020، ص 82

<sup>3</sup> وريس أنجروس : منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار القصة للنشر، ط2، الجزائر، 2004، 2006، ص 98

<sup>4</sup> محمد سرحان علي المحمودي: مناهج البحث العلمي، دار الكتب، ط3، صنعاء، اليمن، 2015، ص35

<sup>5</sup> د.رشيد زرواتي: مرجع سابق، ص 167

<sup>6</sup> د.سهيل رزق دياب: مناهج البحث العلمي، جامعة القدس المفتوحة، غزة، فلسطين، 2003، ص 69

<sup>7</sup> د.محمد عبد السلام: مناهج البحث في العلوم الاجتماعية والإنسانية، مكتبة النور، 2020، ص163

## 3-1 أدوات جمع المادة العلمية

أدوات جمع المادة العلمية هي الوسائل التي تستخدم لجمع المعلومات والبيانات اللازمة لإجراء دراسة أو بحث علمي، لذا يجب على الباحث أن يلم بالأدوات التي تخدم أهداف دراسته؛ وقد استخدمنا في دراستنا الاستبيان كأداة لجمع البيانات والذي يعرف بأنه "عبارة عن مجموعة من الأسئلة المعدة بشكل بسيط ومتسلسل بهدف الحصول على أجوبة لها، تسلم للمبحوثين باليد أو ترسل عن طريق البريد، أو عن طريق الإذاعة أو التلفزيون أو الجرائد أو المجلات، يقوم المبحوثون بالإجابة عليها بأنفسهم دون مساعدة الباحث وإرسالها إليه أو إلى الهيئة المشرفة على البحث"<sup>1</sup> (بتصرف).

وقد تم تقسيم الاستبيان إلى ثلاث محاور هي :

-المحور الاول : البيانات الشخصية

-المحور الثاني : استخدام الجمعيات الخيرية لبلدية برج بوعريريج لمواقع التواصل الاجتماعي.

-المحور الثالث : الدور الإعلامي للفيسبوك في دعم جهود العمل الجمعي للجمعيات الخيرية لبلدية برج بوعريريج.

## 4- مجتمع البحث و عينة الدراسة

عندما يقوم الباحث بدراسة ما، حول ظاهرة معينة، يختار مجتمع وعينة الدراسة في بحثه العلمي كي يستطيع إجراء بحثه بصورة دقيقة، خاصة إذا لم يتمكن من جمع معلومات حول ما يدرسه. وفيما يلي سنتطرق إلى تعريف كل من مجتمع البحث وعينة الدراسة .

## 4-1 مجتمع البحث :

يشمل جميع الوحدات المستهدفة من البحث مباشرة أو من خلال تعميم أو توسيع النتائج، أي كل الوحدات البشرية أوغير البشرية ،المستهدفة من جمع البيانات في البحث سواء كانت أفرادا

<sup>1</sup> أ.د. عبد الله محمد عبد الرحمان، د. محمد علي البدوي:مناهج وطرق البحث الاجتماعية، مطبعة البحيرة، 2007، ص 354

أوجاعات أو هيئات أو مؤسسات [...] وكلها قد تكون هي نفسها مجتمع البحث أو أحد عناصره، تبعا لطبيعة موضوع البحث وأهدافه [يتصرف]<sup>1</sup>، ويتمثل مجتمع البحث في دراستنا في الجمعيات الخيرية التي تقوم بالأعمال التطوعية الخيرية في الجزائر.

#### 4-2 العينة :

هي جزء من البحث الأصلي يختارها الباحث بأساليب مختلفة، بحيث عندما ندرس العينة نستطيع أن نعم نتائج دراستنا على المجتمع الذي اخترناها منه<sup>2</sup>. وهي "عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل معها الباحث منهجيا ويشترط فيها أن تكون ممثلة لمجتمع البحث في الخصائص والسمات"<sup>3</sup>. وقد قمنا في بحثنا باختيار العينة القصدية "نظرا لكونها الأكثر استعمالا في البحوث الكيفية"<sup>4</sup> وهي التي يختار فيها الباحث عن قصد أفرادا يعتقد أنهم ملائمون للبحث، ويتم اختيار المبحوثين وفقا لرأيه، حيث يكون المعيار المهم في الاختيار هو معرفة المبحوثين وخبرتهم، وتاليا يحدد مدى ملائمتهم للدراسة<sup>5</sup>، "ويكون الاختيار في هذا النوع من العينات من قبل الباحث من أجل تحقيق هدف أو أهداف الدراسة المطلوبة"<sup>6</sup> وقد قمنا باختيار عينة من الجمعيات الخيرية على مستوى بلدية برج بوعريج والتي بلغ عددها 10 جمعيات، وقد سلم الاستبيان للمبحوثين باليد بطريقة قصدية.

<sup>1</sup> د. فوضيل دليو: اختيار العينة في البحوث الكيفية، مجلة: بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، المجلد 3، العدد 3، 2022 / 09 / 30، جامعة قسنطينة 3، الجزائر، ص 09

<sup>2</sup> عادل جربوعة، د. فاطمة الزهراء تنبو: خطوات البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، مجلة الإعلام والمجتمع، العدد 02، أكتوبر 2017، جامعة قسنطينة 03، قسنطينة، الجزائر، ص 102

<sup>3</sup> حمد الطيب خمقاني: بحث حول مجتمع البحث وكيفية اختيار العينة، ص 3، عن: فوضيل دليو: أسس البحث و تقنياته في العلوم الاجتماعية، ديوان المطبوعات الجامعية، قسنطينة، الجزائر، 1997، ص 33

<sup>4</sup> د. فوضيل دليو: مرجع سابق، ص 10

<sup>5</sup> وتيريوس ساران تاكوس: البحث الاجتماعي، ترجمة: شحذة فارح، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، ط 1، بيروت، لبنان، 2017، ص 307

<sup>6</sup> محمد سرحان علي المحمودي: مناهج البحث العلمي، دار الكتب، ط 3، صنعاء، اليمن، 2015، ص 175

## خلاصة

في هذا الفصل، قدمنا تمهيداً يُعرِّف بموضوع الدراسة وأهميته، تناولنا فيه تحديد مجالات الدراسة المختلفة، بدءاً من المجال الجغرافي الذي حدد النطاق المكاني للدراسة، مروراً بالمجال البشري الذي حدد الفئات المستهدفة من المشاركين، وصولاً إلى المجال الزمني الذي حدد الفترة الزمنية التي تغطيها الدراسة.

تناولنا أيضاً منهجية الدراسة، موضحين الأساليب والإجراءات المتبعة في البحث. بعدها قمنا بتحديد مجتمع البحث وعينة الدراسة، متناولين الخصائص الديموغرافية للمشاركين وكيفية اختيارهم. استخدمنا أدوات جمع البيانات المناسبة التي ساعدتنا في الحصول على المعلومات اللازمة لتحقيق أهداف البحث.

في نهاية الفصل، قمنا بتقديم خلاصة تستعرض أهم النقاط التي تناولناها، مشيرين إلى كيفية تحقيق الأهداف المحددة والنتائج المتوقعة من الدراسة.

# الفصل الثالث:

## الدراسة الميدانية

### تمهيد:

1\_ عرض وتحليل و تفسير المعطيات المتعلقة بخصائص مفردات العينة .

1\_1 عرض وتحليل و تفسير المعطيات الميدانية المتعلقة بخصائص مفردات العينة .

2\_1 الاستنتاجات الخاصة بخصائص مفردات العينة .

2\_ عرض و تحليل المعطيات الميدانية و الاستنتاجات الخاصة بالفرضية الأولى

1\_2 عرض و تحليل المعطيات الميدانية الخاصة بالفرضية الأولى

2\_2 الاستنتاجات الخاصة بالفرضية الأولى

3\_ عرض و تحليل المعطيات الميدانية و الاستنتاجات الخاصة بالفرضية الثانية

1\_3 عرض و تحليل المعطيات الميدانية الخاصة بالفرضية الثانية

2\_3 الاستنتاجات الخاصة بالفرضية الثانية

4\_ النتائج العامة

5- مناقشة وتفسير النتائج في ضوء الفرضيات والمقاربة النظرية

6- المقترحات والتوصيات

**تمهيد:**

بعد قيامنا بعرض منهجية البحث وتحديد مجالات الدراسة في الفصل السابق، نتطرق في هذا الفصل والمتعلق بالدراسة الميدانية إلى عرض وتحليل البيانات الشخصية للمبحوثين وللجمعية، بيانات الفرضية الأولى، وبيانات الفرضية الثانية، ومن ثم القيام بعملية مناقشة هذه النتائج في ضوء الفرضيات، والمقاربة النظرية، حتى نتمكن من تحديد مدى تحقق الفرضيات من عدمها، لنقوم في الأخير بتلخيص نتائج العامة للدراسة، ثم تقديم مقترحات وتوصيات الدراسة.

أولاً: عرض وتحليل المعطيات الميدانية المتعلقة بخصائص أفراد العينة

أ. البيانات الشخصية:

الجدول رقم (01): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

النسبة المئوية	التكرار	السن
00%	00	من 0 إلى 25 سنة
00%	00	من 25 إلى 30 سنة
100%	10	أكثر من 30 سنة
100%	10	المجموع

من خلال معطيات الجدول أعلاه نلاحظ أن كل أفراد العينة سنهم أكثر من 30 سنة وذلك بنسبة 100%، نستنتج من خلال النتائج المتحصل عليها أن هذه كبر سن أفراد الجمعية يعزى إلى توجهم إلى النشاط الجمعي بعد اكتساب خبرة كبيرة في المجال من خلال الاحتكاك بزملاتهم والمحيط الاجتماعي.

الجدول رقم (02): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
70%	7	ذكر
30%	3	أنثى
100%	10	المجموع

من خلال معطيات الجدول أعلاه نلاحظ أن أغلب أفراد عينة من جنس ذكور بنسبة 70%، تليها نسبة 30% ممثلة للإناث

## الجدول رقم (03): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي

النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
00%	00	ابتدائي
10%	01	متوسط
20%	02	ثانوي
70%	07	جامعي
100%	10	المجموع

من خلال معطيات الجدول أعلاه نلاحظ أن أغلب أفراد عينة البحث مستواهم التعليمي جامعي بنسبة 70%، تليها نسبة 20% للمستوى التعليمي الثانوي وآخر نسبة ممثلة في 10% للمستوى التعليمي المتوسط نستنتج من خلال النتائج المتحصل عليها أن أغلب المبحوثين مستواهم التعليمي مرتفع، ونفسر هذا الارتفاع باستراتيجية الدولة الجزائرية في دعم التعليم بمختلف أطواره خاصة وأنه مجاني، بالإضافة إلى تعقد وتطور الحياة مما أصبح لزاما على الأفراد تحقيق مستويات علمية مرتفعة ومهارات متعددة.

## الجدول رقم (04): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة العائلية

النسبة المئوية	التكرار	الحالة العائلية
10%	01	أعزب
80%	08	متزوج
10%	01	مطلق
100%	10	المجموع

من خلال معطيات الجدول أعلاه نلاحظ أن أغلب أفراد عينة البحث حالتهم العائلية متزوجين بنسبة 80%، تليها نسبة 10% ممثلة لكل من الحالة العائلية أعزب ومطلق.

نستنتج من خلال النتائج المتحصل عليها أن أغلب المبحوثين حالتهم العائلية متزوجين، ونفسر هذا الارتفاع بالاستقرار الأسري والوقت، وهذا يسمح لهم بالتفرغ لأنشطة العمل التطوعي الخيري، كما أن المسؤولية تجاه الأسرة والمجتمع من قبل الأفراد المتزوجين يمكن تعزز إحساسهم بالحاجة إلى المساهمة في تحسين ظروف الحياة للآخرين، ويمكن أن يكون الدافع الشخصي للأفراد المتزوجين يعزز دافعهم للتطوع والعطاء بسبب تجربتهم الشخصية في الحياة الزوجية، إضافة إلى ذلك يمكن أن يكون الدعم العاطفي والمعنوي من قبل الشريك محفزاً قوياً للخوض في العمل الجماعي أو تأسيس الجمعيات التطوعية الخيرية.

#### ب. البيانات الخاصة بالجمعية

الجدول رقم (06): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة في الجمعية

النسبة المئوية	التكرار	الخبرة في الجمعية
20%	02	أقل من 05 سنوات
20%	02	من [05-10] سنوات
60%	06	أكثر من 10 سنوات
100%	10	المجموع

من خلال معطيات الجدول أعلاه نلاحظ أن 60% من المبحوثين خبرتهم أكثر من 10 سنوات، تليها 20% ممثلة لكل من فئة الخبرة أقل من 5 سنوات، وبين [5-10] سنوات.

نستنتج من خلال النتائج المتحصل عليها أن رؤساء الجمعيات لديهم خبرة طويلة في المجال التطوعي، ويفسر هذا باندماجهم في المجتمع إذ تحفز مؤسسات التعليم العالي على مثل هذه الأنشطة، كما أن مؤسسات التنشئة الاجتماعية ممثلة في المسجد بالدرجة الأولى تساهم أيضاً في غرس الفكر التطوعي، إضافة إلى ذلك فإن مؤسسي الجمعيات الخيرية يستفيدون من تجاربهم الطويلة ويطورون من الاستراتيجيات المتبعة من أجل تحقيق أهدافهم، وهذا ما يعزز

كفاءة وفعالية إدارة الجمعية بالاعتماد على خبراتهم في مواجهة التحديات التي تواجههم تسيير جمعياتهم.

الجدول رقم (07): يوضح كيفية التعرف على الجمعية

النسبة المئوية	التكرار	كيفية التعرف على الجمعية
70%	07	المتطوعون
30%	03	الفيسبوك
100%	10	المجموع

من خلال معطيات الجدول أعلاه نلاحظ أن 70% من المبحوثين تعرفوا على الجمعية من خلال المتطوعين، بينما 30% منهم تعرفوا عليها من خلال الفيسبوك

نفس النتائج المتحصل عليها أن الانضمام إلى الجمعية من خلال المتطوعين أن رؤساء الجمعيات كانوا بالأساس مهتمين بهذا المجال ومندمجين فيه وهذا ما تؤكد نسبة الخبرة لديهم أعلاه، كما أن محيط الاجتماعي وشبكات الاجتماعية لديهم لها اهتمامات في هذا الإطار ما ساهم في تعرفهم على المجال والخوض فيه، أما انخفاض نسبة الانضمام عن طريق الفيسبوك فتعزى إلى أن هذا الأخير لم يكن رائجا في الفترات الزمنية السابقة كما هو عليه الآن.

ثانيا: عرض وتحليل المعطيات الميدانية والاستنتاجات الخاصة بالفرضية الأولى

"تستخدم الجمعيات الخيرية الفيسبوك بشكل مكثف في دعم جهود العمل الجمعي"

الجدول رقم (09): يوضح طبيعة مسير صفحة الجمعية

النسبة المئوية	التكرار	طبيعة مسير الصفحة
50%	05	الرئيس
00%	00	أعضاء المكتب
50%	05	المكلفون بالإعلام
100%	10	المجموع

من خلال معطيات الجدول أعلاه نلاحظ أن عملية تسيير صفحة الجمعية على الفيسبوك يتم تسييرها من طرف كل من رئيس الجمعية والمكلف بالإعلام وذلك بنسبة 50% لكل منهما بالتساوي.

نستنتج من خلال النتائج المتحصل عليها أن أعضاء الجمعية يتقاسمون الأعمال ويتعاونون على أدائها وهذا ما يجعلهم يجسدون قيم العمل الجماعي على غرار التعاون، المساعدة، والعمل كفريق لضمان تحقيق أفضل النتائج في الإدارة الفعالة لصفحة الفيسبوك وتعزيز حضور الجمعية على الإنترنت.

الجدول رقم (10): يوضح استخدام الجمعية للفيسبوك في نشاطها الخيري

النسبة المئوية	التكرار	استخدام الجمعية للفيسبوك
40%	04	مكثف
60%	06	متوسط
00%	00	ضعيف
100%	10	المجموع

من خلال معطيات الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات المبحوثين كانت 60% مفادها أن الجمعية تستخدم الفيسبوك بشكل مكثف، بينما 40% من المبحوثين أجابوا أنها تستخدمه بشكل متوسط.

نستنتج من خلال النتائج المتحصل عليها أن أغلب الجمعيات تعتمد على الفيسبوك في الترويج لنشاطها الخيري بشكل مكثف وكبير على مستوى هذه المنصة، ويرجع هذا إلى انتشار استعمال هذا النوع من الوسائط بالذات لدى غالبية الفئات المجتمع، كما أنه وسيلة سهلة وفعالة للتواصل مع الآخرين.

الجدول رقم (11): يوضح النشر الدوري على صفحة الفيسبوك بالنسبة للجمعية

النسبة المئوية	التكرار	النشر الدوري على صفحة الفيسبوك
80%	08	نعم
10%	01	لا
10%	01	أحيانا
100%	10	المجموع

من خلال معطيات الجدول أعلاه نلاحظ أن 80% من مفردات العينة أجابوا أنهم يقومون بالنشر بصفة دورية على صفحة الفيسبوك، بينما كانت إجابة عدم النشر بصفة دورية والنشر أحيانا فقد بنسبة 10% لكل من المتغيرين لا وأحيانا.

نستنتج من خلال النتائج المتحصل عليها أن مسؤولي الجمعية يولون اهتماما كبيرا بالجانب الاتصالي والإعلامي للمؤسسة وذلك بالحرص على النشر دوريا وباستمرار، من أجل ضمان التعريف بالجمعية على نطاق واسع.

الجدول رقم (12): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المضمون الذي ينشر على صفحة الفيسبوك

النسبة المئوية	التكرار	توزيع أفراد العينة حسب متغير المضمون الذي ينشر عبر صفحة الفيسبوك
60%	06	إعلانات حول نشاطات الجمعية
20%	02	الإشهار بنشاطات الجمعية
10%	01	تقارير شهرية أو دورية أو أسبوعية
10%	01	دعوات للمشاركة في نشاطات الجمعية
100%	10	المجموع

من خلال معطيات الجدول أعلاه نلاحظ أن 60% من الجمعيات يتمحور مضمون منشوراتها حول إعلانات نشاطات الجمعية، تليها نسبة 20% ممثلة لمضمون الإشهار بنشاطات الجمعية، تليها نسبة 10% ممثلة لكل من مضمون تقارير شهرية أو دورية أو أسبوعية، ومضمون دعوات في المشاركة في نشاطات الجمعية. نستنتج من خلال النتائج المتحصل عليها أن الجمعيات تولي أهمية كبيرة للمضمون المتعلق ب نشر مختلف أنشطة وفعاليات المقامة على مستوى الجمعية، وهذا من أجل الترويج أكثر للجمعية واستقطاب المنخرطين والمتطوعين والمتبرعين.

الجدول رقم (13): يوضح مساهمة مضمون الصفحة بالتعريف بأنشطة الجمعية

النسبة المئوية	التكرار	مساهمة مضمون الصفحة بالتعريف بأنشطة الجمعية
90%	09	نعم
00%	00	لا
10%	01	إلى حد ما
100%	10	المجموع

من خلال معطيات الجدول أعلاه نلاحظ أن غالبية المبحوثين ممثلين بنسبة 90% يرون أن المضمون المنشور على صفحة الفيسبوك للجمعية يساهم بشكل كبير جدا في التعريف بالجمعية، بينما 10% منهم يرون أنه يساهم إلى حد ما فقط.

نستنتج من خلال النتائج المتحصل عليها أن طبيعة ونوعية المضمون الذي تنشره الجمعية يساهم بدرجة كبيرة جدا في التعريف بها، وهذا ما يدفع الجمعية إلى نشر محتوى متعلق بالتعريف بالجمعية وهو ما تثبته نسب الجدول 11 أعلاه.

الجدول رقم (14): يوضح نشاطات الجمعية المنشورة على صفحة الفيسبوك

النسبة المئوية	التكرار	نشاطات الجمعية عبر صفحة الفيسبوك
40%	04	تعليمية
10%	01	ترفيهية
10%	01	تثقيفية
40%	04	توعوية
100%	10	المجموع

من خلال معطيات الجدول أعلاه نلاحظ أن نشاطات الجمعية ذات الطابع التعليمي والتوعوي سجلت أكبر نسبة قدرت بـ 40% بالنسبة لكل منها، تليها النشاطات المنشورة على الصفحة ذات الطابع الترفيهي والتثقيفي بنسبة 10% بكل من الجانب التثقيفي والترفيهي.

نستنتج من خلال النتائج المتحصل عليها أنه يمكن تقسيم أهداف الجمعيات من خلال منشورتها على الفيسبوك إلى أهداف رئيسية ممثلة في الأهداف التعليمية والتوعوية بالدرجة الأولى، وفي المقابل الأهداف الثانوية للجمعية والمتمثلة في الجانب التثقيفي والترفيهي، ويمكن أن نسند هذا التقسيم إلى رؤية الجمعية في حد ذاتها فالجمعيات تحمل مبادئ المسؤولية الاجتماعية والعمل على المساهمة في تحقيق نهضة توعوية وتنمية مستدامة للمجتمع، وتحقيق التكافل الاجتماعي، وبناء مجتمع قادر على مواجهة التحديات المستقبلية بفعالية.

الجدول رقم (15): يوضح تفاعل الجمهور مع المنشورات

النسبة المئوية	التكرار	تفاعل الجمهور مع المنشورات
100%	10	نعم
00%	00	لا
100%	10	المجموع

من خلال معطيات الجدول أعلاه نلاحظ أن كل رؤساء الجمعيات أجمعوا في الإجابة بأن الجمهور يتفاعل مع المنشورات على صفحات الجمعيات وهذا بنسبة 100%.

نستنتج من خلال النتائج المتحصل عليها أن الفيسبوك يعد ركيزة أساسية تعتمد عليها الجمعيات في استراتيجيتها الإعلامية والترويجية للأنشطة التي تمارسها بشكل دوري ومستمر والفعاليات التي تنظمها في المناسبات والأيام المهمة، كما أنه وسيلة سهلة لتواصل الجمهور مع الجمعية والمشاركة في أنشطتها التطوعية الخيرية .

الجدول رقم (16): يوضح مساهمة الفيسبوك في تنوع نشاط الجمعية

النسبة المئوية	التكرار	مساهمة الفيسبوك في تنوع نشاطات الجمعية
70%	07	بشكل كبير
30%	03	بشكل متوسط
00%	00	لم يساهم
100%	10	المجموع

من خلال معطيات الجدول أعلاه نلاحظ أن المبحوثين أجابوا بنسبة 70% أن الفيسبوك يساهم في تنوع نشاط الجمعية بشكل كبير، بينما أجاب 30% أن الفيسبوك يساهم في تنوع نشاط الجمعية بشكل متوسط.

نستنتج من خلال النتائج المتحصل عليها أن قرار الجمعيات كان صائباً جداً عند اتخاذها الفيسبوك لعرض نشاطها وهذا بسبب مواكبتها التطورات التكنولوجية المتسارعة في مجال استراتيجيات الترويج للمؤسسات. فرؤساء الجمعيات يدركون جيداً أن أكثر منصات التواصل الاجتماعي استعمالاً من قبل الشعب الجزائري هي منصة فيسبوك ما جعلها تستغل الأمر لصالحها بشكل إيجابي.

الجدول رقم (17): يوضح مساهمة الفيسبوك في تغيير نظرة الجمهور

النسبة المئوية	التكرار	مساهمة الفيسبوك في تغيير نظرة الجمهور
70%	07	بدرجة كبيرة
30%	03	ليس كثيراً
00%	00	لم يغير
100%	10	المجموع

من خلال معطيات الجدول أعلاه نلاحظ أن المبحوثين أجابوا بنسبة 70% أن الفيسبوك يساهم في تغيير نظرة الجمهور لنشاط الجمعية بدرجة كبيرة، بينما أجاب 30% أن الفيسبوك لا يساهم بدرجة كبيرة في تغيير نظرة الجمهور لنشاط الجمعية بشكل متوسط.

نستنتج من خلال النتائج المتحصل عليها أن قرار الجمعيات كان صائباً جداً عند اتخاذها الفيسبوك لعرض نشاطها وهذا يتضح من خلال مضمون المنشورات التي تنشر على صفحة الفيسبوك للجمعيات كونه ساهم في تغيير نظرة الجمهور عن طريق نشر ثقافة العمل التطوعي والخيري بين أفراد المجتمع وهذا ما أكدته نتائج الجدول رقم 13.

الجدول رقم (18): وضح: علاقة استخدام الجمعية الفيسبوك في النشاط الخيري بتفاعل الجمهور مع المنشورات

المجموع		لا		نعم		تفاعل الجمهور مع المنشورات استخدام الفيسبوك للنشاط الخيري
%	ت	%	ت	%	ت	
%100	4	0 %	0	%100	4	مكثف
%100	6	0 %	0	%100	6	متوسط
%100	10	0 %	0	%100	10	المجموع

من خلال نتائج الجدول نلاحظ أن الاتجاه العام يتجه نحو نسبة الجمعيات التي يتنوع نشاطها بشكل كبير عبر الفيسبوك وذلك بنسبة 100% بينما نلاحظ أيضا نسبة 100 % نشاطها متوسط وعندما أدخلنا المتغير المستقل المتمثل في استخدام الجمعية الفيسبوك في النشاط الخيري سجلنا النتائج التالية:

نسبة 100% تتفاعل مع المنشورات ذات الطابع الخيري التي تنشرها الجمعيات الخيرية .  
كما سجلنا أيضا نسبة كاملة 100 % من تتفاعل مع المنشورات ذات الطابع الخيري التي تنشرها الجمعيات الخيرية

نستنتج من خلال القراءة الإحصائية على فعالية استخدام الفيسبوك في النشاط الخيري حيث أن النسبة الكاملة (100%) لتفاعل الجمهور مع المنشورات تشير إلى أن استخدام الفيسبوك كمنصة للتواصل والتفاعل يعد فعلاً بشكل كبير. هذا يعكس قدرة الفيسبوك على الوصول إلى جمهور واسع وتحفيزهم على التفاعل. و أيضا أن التفاعل العالي من قبل الجمهور يمكن أن يؤدي إلى زيادة الدعم المادي والمعنوي للنشاطات الخيرية. عندما يشعر الجمهور بأن مشاركته وتفاعله لهما تأثير، يكونون أكثر استعداداً للمشاركة بفعالية، سواء من خلال التبرعات أو التطوع. و تشير نسبة 100% من المبحوثين إلى تفاعل الجمهور مع منشورات الجمعية الخيرية على فيسبو. يُعد هذا مؤشراً إيجابياً على اهتمام الجمهور بقضايا الجمعية وأنشطتها. و أيضا الى ان ردود الجمهور و الجمعية على تعليقات الجمهور وتفاعلها معهم يُعزز شعورهم بالمشاركة ويُشجعهم على التفاعل بشكل أكبر وهذا ما أكدته نتائج الجدول رقم 18.

الجدول رقم (19) يوضح: علاقة استخدام الجمعية الفيسبوك في النشاط الخيري بتنوع نشاط الجمعية

المجموع		بشكل متوسط		بشكل كبير		الفيسبوك وتنوع نشاط الجمعية
%	ت	%	ت	%	ت	استخدام الفيسبوك للنشاط الخيري
%100	4	0 %	0	%100	4	مكثف
%100	6	%50	3	%50	3	متوسط
%100	10	%30	3	%70	7	المجموع

من خلال نتائج الجدول نلاحظ أن الاتجاه العام يتجه نحو نسبة الجمعيات التي يتتوع نشاطها بشكل كبير عبر الفيسبوك وذلك بنسبة 100% بينما نلاحظ نسبة 50% نشاطها متوسط وعندما أدخلنا المتغير المستقل المتمثل في استخدام الجمعية الفيسبوك في النشاط الخيري سجلنا النتائج التالية:

نسبة 100% يستخدمون الفيسبوك في النشاط الخيري بشكل مكثف وبشكل كبير.

كما سجلنا مناصفة نسبة 50% استخدام بشكل متوسط الفيسبوك في النشاط الخيري وبشكل كبير ونفس النسبة الفئة بشكل متوسط.

من خلال معطيات الجدول أعلاه نلاحظ أن المبحوثين أجابوا بنسبة 70% على ان فعالية استخدام الفيسبوك تزيد من تنوع النشاط الجمعي في المقابل أجابت نسبة 30% على ان فعالية استخدام الفيسبوك ليس لها أي أثر في تنوع نشاطات الجمعية

نستنتج من خلال القراءة الإحصائية على استخدام الجمعية الفيسبوك في النشاط الخيري بتنوع نشاط الجمعية

حيث ان نسبة 70% التي ترى تاثير استخدام الفيسبوك على تنوع نشاطات الجمعية يعود الى الأسباب

الوصول إلى جمهور واسع: يتيح فيسبوك للجمعية الوصول إلى جمهور واسع ومتنوع، مما يمكنها من التفاعل مع فئات مختلفة من المجتمع وزيادة الوعي بأنشطتها. بالإضافة إلى التفاعل الفوري: يسهل فيسبوك التفاعل الفوري مع الجمهور، مما يمكن الجمعية من تلقي ردود الفعل بشكل سريع وتكييف أنشطتها بناءً على ذلك. كما و أيضا يساهم فيسبوك في تنظيم وإعلان الفعاليات الخيرية بفعالية، مما يزيد من فرص المشاركة والتبرع.

في المقابل نسبة 30% التي ترى عدم تأثير استخدام الفايسبوك على تنوع نشاطات الجمعية يعزى الى :

عدم الاستخدام الفعال حيث قد لا تُوظف الجمعية إمكانيات فيسبوك بشكل كامل، مثل عدم نشر محتوى جذاب أو عدم التفاعل مع الجمهور بشكل فعال. قد تعتمد الجمعية بشكل مبالغ فيه على فيسبوك للتواصل مع الجمهور، بينما قد تكون قنوات أخرى أكثر فعالية في الوصول إلى شرائح معينة من الجمهور. أو يرجع الى القيود التقنية حيث قد تواجه الجمعية صعوبات تقنية في إدارة صفحاتها على فيسبوك أو في الوصول إلى جمهورها المستهدف.

و تشير نتائج الاستطلاع أعلاه إلى أن فيسبوك يلعب دوراً مهماً في تنوع أنشطة الجمعيات الخيرية، حيث يساهم بشكل كبير في الوصول إلى جمهور واسع وتعزيز التفاعل معهم. ومع ذلك، لتحقيق هذا التأثير بشكل كامل، يجب على الجمعيات الخيرية أن تعتمد على استراتيجيات محتوى فعالة، التفاعل المستمر مع المتابعين، واستخدام الوسائط المتعددة بشكل مبتكر. كما يجب أن تأخذ في الاعتبار التحديات المرتبطة بالموارد والوصول إلى الفئات المستهدفة لضمان تحقيق الأهداف المنشودة. وهذا ما أكدته نتائج الجدول رقم 19.

الجدول رقم (20) يوضح: علاقة استخدام الجمعية الفيسبوك في النشاط الخيري بتغيير نظرة الجمهور

المجموع		ليس كثيرا		بدرجة كبيرة		استخدام الجمعية للفيسبوك استخدام الجمعية للفيسبوك
%	ت	%	ت	%	ت	
%100	4	0 %	0	%100	4	مكثف
%100	6	%50	3	%50	3	متوسط
%100	10	%30	3	%70	7	المجموع

من خلال نتائج الجدول نلاحظ أن الاتجاه العام يتجه نحو نسبة الجمعيات التي يتتوع نشاطها بشكل كبير عبر الفيسبوك وذلك بنسبة 70% بينما نلاحظ نسبة 30 % نشاطها متوسط وعندما أدخلنا المتغير المستقل المتمثل في استخدام الجمعية الفيسبوك في النشاط الخيري سجلنا النتائج التالية:

نسبة 100% يستخدمون الفيسبوك في النشاط الخيري بشكل مكثف بدرجة كبيرة .

كما سجلنا مناصفة نسبة 50% استخدام بشكل متوسط الفيسبوك في النشاط الخيري وبشكل كبير ونفس النسبة الفئة ليس كثيرا .

حيث نستنتج من خلال القراءة الإحصائية على استخدام الجمعية الفيسبوك في النشاط الخيري بتغيير نظرة الجمهور

فان نسبة 70% من المبحوثين أن استخدام فيسبوك يُساهم في تغيير نظرة الجمهور للنشاط الجمعي بشكل إيجابي.

يُعزى ذلك إلى فوائد فيسبوك في:

تعزيز الشفافية حيث مشاركة الجمعية من خلال فيسبوك مشاركة معلومات حول أنشطتها ومشاريعها، مما يُعزز الثقة والاحترام لدى الجمهور. كما و يُتيح فيسبوك للجمعية التواصل المباشر مع الجمهور، مما يُساعد على بناء علاقات قوية وفهم احتياجاتهم بشكل أفضل. إظهار التأثير: يُمكن للجمعية من خلال فيسبوك مشاركة قصص نجاحها، مما يُظهر للجمهور

تأثيرها الإيجابي على المجتمع. يرى 30% من المبحوثين أن تأثير فيسبوك على نظرة الجمهور للنشاط الجمعي محدود أو غير موجود. و يُعزى ذلك إلى: عدم الاستخدام الفعال: قد لا تُوظف الجمعية إمكانيات فيسبوك بشكل كامل، مثل عدم نشر محتوى جذاب أو عدم التفاعل مع الجمهور بشكل فعال. الاعتماد على فيسبوك فقط قد تعتمد الجمعية بشكل مبالغ فيه على فيسبوك للتواصل مع الجمهور، بينما قد تكون قنوات أخرى أكثر فعالية في الوصول إلى شرائح معينة من الجمهور. جودة المحتوى يعتمد تأثير فيسبوك بشكل كبير على جودة المحتوى المنشور. المحتوى القوي والمُلهم يمكن أن يغير من نظرة الجمهور بشكل إيجابي.

### ثالثاً: عرض وتحليل المعطيات الميدانية والاستنتاجات الخاصة بالفرضية الثانية

"يعمل الفيسبوك من خلال دوره الإعلامي على دعم جهود العمل الجمعي للجمعيات الخيرية"

الجدول رقم (21): يوضح فعالية الفيسبوك كوسيط إعلامي للجمعية

النسبة المئوية	التكرار	فعالية الفيسبوك كوسيط إعلامي
100%	10	نعم
00%	00	لا
100%	10	المجموع

من خلال معطيات الجدول أعلاه نلاحظ أن كل أفراد العينة ممثلين في رؤساء الجمعيات أجابوا بأن الفيسبوك فعال كوسيط اعلامي للجمعية وذلك بنسبة 100%.

نستنتج من خلال النتائج المتحصل عليها أن الجمعية تعتمد على الفيسبوك في عملياتها الإعلامية بصفة كلية.

الجدول رقم (22): فعالية الفيسبوك لترويج نشاطات الجمعية

النسبة المئوية	التكرار	فعالية الفيسبوك لترويج نشاطات الجمعية
100%	10	نعم
00%	00	لا
100%	10	المجموع

من خلال معطيات الجدول أعلاه نلاحظ أن كل أفراد العينة ممثلين في رؤساء الجمعيات أجابوا بأن الفيسبوك فعال في عملية الترويج للجمعية وذلك بنسبة 100%.

نستنتج من خلال النتائج المتحصل عليها أن رؤساء الجمعيات من خلال المدخلات والتغذية العكسية التي تحققها من وراء اعتمادها على الفيسبوك في عملياتها الإعلامية راضون تماما عما حققته الجمعية من نجاحات.

الجدول رقم (23): مساهمة الفيسبوك في زيادة عدد المنخرطين في الجمعية

النسبة المئوية	التكرار	مساهمة الفيسبوك في زيادة عدد المنخرطين في الجمعية
100%	10	نعم
00%	00	لا
100%	10	المجموع

من خلال معطيات الجدول أعلاه نلاحظ أن كل أفراد العينة ممثلين في رؤساء الجمعيات أجابوا بأن الفيسبوك ساهم بطريقة فعالة في زيادة عدد المنخرطين للجمعية وذلك بنسبة 100%.

نستنتج من خلال النتائج المتحصل عليها أن عملية الانخراط في الجمعية قد اختلفت بين السابق والحاضر، حيث حسب الجدول رقم 7 في البداية كان الانخراط عن طريق معرفة المتطوعين في الجمعية بينما حاليا تغيرت آلية الانضمام وأصبحت تتم عن طريق الفيسبوك

وذلك بعد رؤية ما تقوم به الجمعية من أنشطة وهذا يبين لنا فعالية الفيسبوك في الحملات التسويقية والتواصل الاجتماعي وبالتالي زيادة عدد المنخرطين في الجمعيات.

الجدول رقم (24): يوضح طبيعة المضامين المنشورة على صفحة الفيسبوك

النسبة المئوية	التكرار	طبيعة المضامين المنشورة
20%	2	صور
70%	7	فيديوهات
10%	1	نصوص
100%	10	المجموع

من خلال معطيات الجدول أعلاه نلاحظ أن 70% من منشورات الجمعية عبر صفحتها تكون على شكل فيديوهات، تليها المنشورات على صيغة صور بنسبة 20%، وأخيرا المنشورات على شكل نصوص بنسبة 10%.

نستنتج من خلال النتائج المتحصل عليها أن الجمعية تتجه إلى نشر المضمون بالطريقة التي يحبها المتابعين أكثر، ممثلة في الفيديوهات بالدرجة الأولى والصور بصفة أقل منها وهذا يرجع إلى أن الطبيعة البشرية للأفراد تميل إلى الاقتناع بما يرونه أو يسمعون أكثر مما يقرؤونه. وبالتالي يمكن القول أن الجمعيات على دراية تامة بما تقوم به.

الجدول رقم (25): يوضح مساهمة المنشور في استعطاف الجمهور

النسبة المئوية	التكرار	مساهمة المنشور في استعطاف الجمهور
100%	10	نعم
00%	00	لا
100%	10	المجموع

من خلال معطيات الجدول أعلاه نلاحظ أن منشورات الجمعية على صفحات الفيسبوك الرسمية بها تساهم في استعطاف الجمهور بنسبة 100% وذلك بإجماع كل أفراد العينة.

نستنتج من خلال النتائج المتحصل عليها أن تأثير المنشور في استعطاف الجمهور يرجع إلى طبيعة المنشور في حد ذاته أي على شكل فيديوهات وفق ما يبينه الشكل الجدول السابق، إذ أن المتابع عند رؤيته للصور والفيديوهات يستشعر الموقف، ويثير لديه مشاعر التعاطف والتأزر مع المستفيدين من نشاط الجمعية. هذا ناهيك عن طبيعة الذهنية لدى الفرد الجزائري التي تتميز بالتضامن الآلي مع الشخص والتعاطف معه حتى وإن كان لا يعرفه.

الجدول رقم (26): يوضح تلقي الجمعية للمساعدات من خلال منشوراتها على الفيسبوك

النسبة المئوية	التكرار	تلقي الجمعية للمساعدات من خلال منشوراتها على الفيسبوك
20%	2	نعم
30%	3	لا
50%	5	أحيانا
100%	10	المجموع

من خلال معطيات الجدول أعلاه نلاحظ أن 50% من المبحوثين أجابوا أن الجمعية تتلقى مساعدات من خلال منشوراتها على الفيسبوك أحيانا فقط، تليها نسبة 30% من المبحوثين أجابوا أن الجمعية لا تتلقى مساعدات من خلال منشوراتها، بينما كانت نسبة 20% من المبحوثين أجابوا أن الجمعية تتلقى فعلا مساعدات من خلال منشوراتها على الفيسبوك.

نستنتج من خلال النتائج المتحصل عليها أن انخفاض نسبة تلقي الجمعية للمساعدات من خلال منشوراتها على صفحة الفيسبوك يعزى إلى طبيعة الفئة التي تشاهد المنشورات، فالفيسبوك كونه منصة تواصل اجتماعي يستخدمها كل فئات المجتمع الصغير والكبير الرجال والنساء الغني والفقير وهو ما يفسر لنا النسبة المنخفضة للمساعدات بالمقارنة مع عدد التفاعلات.

الجدول رقم (27): يوضح أهمية الفيسبوك في الحملات الإعلامية للجمعية

النسبة المئوية	التكرار	أهمية الفيسبوك في الحملات الإعلامية للجمعية
100%	10	نعم
00%	00	لا
100%	10	المجموع

من خلال معطيات الجدول أعلاه نلاحظ أن كل المبحوثين أجابوا بأن الفيسبوك مهم في الحملات الإعلامية للجمعية وذلك بنسبة 100%.

نستنتج من خلال النتائج المتحصل عليها أن رؤساء الجمعيات يجمعون على أن للفيسبوك أهمية كبيرة في الحملات الإعلامية للجمعية وذلك بسبب القاندة الشعبية التي يحظى بها. ما يساهم في نشر أهداف الجمعية بشكل سريع وفعال جدا.

الجدول رقم (28): يوضح ترتيب أهمية الدور الإعلامي للفيديو للجمعية

الأهمية	الرتبة	التكرار	النسبة المئوية
استقطاب فاعلي الخير	6	5	50%
تقديم الدعم (مادي، معنوي)	7	4	40%
التعريف بالجمعية عن طريق الإشهار	2	9	90%
عرض نشاطات الجمعية والترويج لها	1	10	100%
نشر ثقافة العمل التطوعي في المجتمع	4	7	70%
نشر الإعلانات التوعوية ونداءات الإغاثة	3	8	80%
تعزيز الوعي	5	6	60%
المجموع	/	56	490%

ملاحظة: تضم العينة يعود الى اختيارات الجمعيات لإجابات متعددة

من خلال معطيات الجدول أعلاه نلاحظ أن دور الفيديو في عرض نشاطات الجمعية والترويج لها جاء في المرتبة الأولى بنسبة 100%، يليها الدور المتمثل في التعريف بالجمعية عن طريق الإشهار 90%، ثم دور نشر الإعلانات التوعوية ونداءات الإغاثة في المرتبة الثالثة بنسبة 80%، يليه دور نشر ثقافة العمل التطوعي في المجتمع بنسبة 70%، فالدور المتعلق بتعزيز الوعي في المرتبة الخامسة بنسبة 60%، أما المرتبة السادسة كانت بنسبة 50% فيما يتعلق بدور استقطاب فاعلي الخير، تليها المرتبة السابعة بنسبة 40% والتي تتعلق الدور تقديم الدعم (مادي، معنوي).

نستنتج من خلال النتائج المتحصل عليها أن الهدف الرئيسي من الدور الإعلامي للفيديو هو عرض نشاطات الجمعية والترويج لها والذي احتل المرتبة الأولى، وبعد ذلك تتحقق الأدوار

والأهداف الأخرى بطريقة آلية بعد تحقيق الانتشار الواسع للجمعية وهو ما يؤكد الاستراتيجية الإعلامية المدروسة بدقة من طرف مسيري الجمعية.

الجدول رقم (29): يوضح مساهمة الفيسبوك في تحقيق أهداف الجمعية

النسبة المئوية	التكرار	مساهمة الفيسبوك في تحقيق أهداف الجمعية
80%	8	بشكل كبير
20%	2	بشكل متوسط
00%	00	بشكل مقبول
00%	00	بشكل ضعيف
100%	10	المجموع

من خلال معطيات الجدول أعلاه نلاحظ أن 80% من المبحوثين أجابوا بأن الفيسبوك يساهم في تحقيق أهداف الجمعية بشكل كبير، بينما 20% منهم صرحوا بأن الفيسبوك يساهم في تحقيق أهداف الجمعية بشكل متوسط.

نستنتج من خلال النتائج المتحصل عليها أن الفيسبوك كمنصة يعد داعم كبير لنشاط الجمعية التوسعي والترويجي لأعمالها، فهو منصة قوية لنشر معلومات عن قضايا الجمعية والمبادرات التي تنظمها، وتوضح أهدافها، وتقوم على توعية الجمهور بالقضايا التي تهمهم.

الجدول رقم (30): يوضح انضمام متطوعين من خلال الفيسبوك

النسبة المئوية	التكرار	يوضح انضمام متطوعين من خلال الفيسبوك
80%	8	نعم
20%	2	لا
100%	10	المجموع

من خلال معطيات الجدول أعلاه نلاحظ أن 80% من المبحوثين أجابوا بأن المتطوعين الجدد انضموا عن طريق الفيسبوك، بينما 20% منهم صرحوا بأن المتطوعين الجدد انضموا من خلال طرق أخرى.

نستنتج من خلال النتائج المتحصل عليها أن الفيسبوك يساهم في عملية التشبيك وبناء العلاقات الاجتماعية بين أعضاء الجمعية والآخرين سواء المتطوعين، أو المتبرعين، أو الداعمين...

الجدول رقم (31): يوضح استفادة الجمعية من تجارب جمعيات أخرى على الفيسبوك

النسبة المئوية	التكرار	استفادة الجمعية من تجارب جمعيات أخرى على الفيسبوك
70%	7	بشكل كبير
30%	3	بشكل متوسط
00%	00	بشكل مقبول
00%	00	بشكل ضعيف
100%	10	المجموع

من خلال معطيات الجدول أعلاه نلاحظ أن أغلبية المبحوثين أجابوا بأن الجمعية استفادت من تجارب الجمعيات الأخرى بشكل كبير وذلك بنسبة 70%، بينما أجاب 30% من المبحوثين أن استفادة الجمعية من تجارب الجمعيات الأخرى كان بشكل متوسط فقط.

نستنتج من خلال النتائج المتحصل عليها أن الجمعيات لديها اطلاع، وتتابع أنشطة الجمعيات الأخرى لكي تستفيد من كل ما هو إيجابي وتقوم بتوظيفه بما يتوافق مع أهداف الجمعية، وذلك لتعزيز فعالية استراتيجياتها التسويقية والتواصلية على المنصة، وتطبيق الأفضل منها لتحقيق نتائج أكثر فعالية واستجابة كبيرة من الجمهور.

الجدول رقم (32) يوضح: علاقة الفيسبوك كوسيط إعلامي بمساهمته في زيادة عدد المنخرطين

المجموع		3.00		لا		نعم		مساهمة الفيسبوك في المنخرطين مساهمة الفيسبوك في الحملات
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
100%	9	11.1%	1	11.1%	1	77.8%	7	مكثف
100%	1	0%	0	0%	0	100%	1	متوسط
100%	10	10%	1	10%	1	80%	8	المجموع

من خلال نتائج الجدول نلاحظ أن الاتجاه العام يتجه نحو مساهمة الحملات في زيادة المنخرطين بشكل كبير عبر الفيسبوك وذلك بنسبة 80% بينما انلاحظ نسبة 10% نشاطها متوسط وعندما أدخلنا المتغير المستقل المتمثل في استخدام الجمعية الفيسبوك في النشاط الخيري سجلنا النتائج التالية:

نسبة 100% في كون الحملات الإعلامية تزيد من نسبة المنخرطين في النشاط الخيري بشكل مكثف.

كما سجلنا مناصفة نسبة 0% استخدام بشكل متوسط الفيسبوك في انها تزيد من نسبة المنخرطين في النشاط الخيري ونفس النسبة الفئة بشكل متوسط.

حيث ان نسبة 80% من المبحوثين أن استخدام فيسبوك يُساهم في زيادة عدد المنخرطين في الجمعية الخيرية.

و يُعزى ذلك إلى فوائد فيسبوك في:

التواصل مع جمهور أوسع حيث يُمكن للجمعية من خلال فيسبوك الوصول إلى جمهور أوسع من المتبرعين والمتطوعين ذوي اهتمامات متنوعة. أيضا إن استخدام فيسبوك لعرض أنشطة الجمعية وتسلية الضوء على فرص المشاركة، مما يُشجع الجمهور على الانضمام إلى الجمعية. بالإضافة يُساعد فيسبوك على بناء علاقات مع المتطوعين والمؤيدين، مما يُعزز شعورهم بالانتماء ويُحفزهم على المشاركة بشكل أكبر.

أما بنسبة 20% من المبحوثين أن تأثير فيسبوك على عدد المنخرطين في الجمعية محدود أو غير موجود، يُعزى ذلك إلى:

عدم الاستخدام الفعال حيث ان الجمعية قد لا تُوظف إمكانيات فيسبوك بشكل كامل، مثل عدم نشر محتوى جذاب أو عدم التفاعل مع الجمهور بشكل فعال. بالإضافة الى عدم وجود حافز للمشاركة حيث قد لا تُقدم الجمعية حوافز كافية للمشاركة، مثل فرص التطوع المميزة أو التقدير للمتطوعين.

الجدول رقم (33) يوضح: علاقة أهمية الفيسبوك في الحملات الإعلامية للجمعية بتلقي الجمعية للمساعدات من خلال منشوراتها

المجموع		أحيانا		لا		نعم		الفيسبوك وتلقي المساعدات أهمية الحملة الإعلامية
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
%100	10	%50	5	%30	3	%20	2	مهم
%100	10	%50	1	%30	1	%20	8	المجموع

من خلال نتائج الجدول نلاحظ أن الاتجاه العام يتجه أهمية الفيسبوك بتلقي المساعدات وذلك بنسبة 20 % بينما نلاحظ نسبة 30% اجباتها ب لا وعندما أدخلنا المتغير المستقل أهمية الفيسبوك في الحملات الإعلامية للجمعية بتلقي الجمعية للمساعدات سجلنا النتائج التالية:

نسبة 20 % مؤكدين فعالية الفيسبوك في تلقي المساعدات كما سجلنا نسبة 30 % لعدم فعالية الفيسبوك في تلقي المساعدات لأهميته و سجلنا نسبة 50% للحال أحيانا مبرزين أهميته أحيانا في تلقي المساعدات حيث ان نسبة 20 % من المبحوثين ترى أن الحملات الإعلامية للجمعية تساعد بتلقي الجمعية للمساعدات من خلال منشوراتها يعزى الى :

زيادة الوعي حيث تُساعد حملات فيسبوك على زيادة الوعي بالجمعية الخيرية وأهدافها وأنشطتها، مما يُمكن أن يُشجع المزيد من الأشخاص على التبرع أو المشاركة.

و أيضا تُتيح حملات فيسبوك للجمعية التواصل المباشر مع الجمهور، مما يُمكن أن يُعزز الثقة ويُحفز على التبرع.

بالإضافة الى أن الترويج للقصص تُمكن حملات فيسبوك من مشاركة قصص النجاح وشهادات المتبرعين، مما يُلهم الآخرين للتبرع.

حيث ان نسبة 30 % من المبحوثين ترى أن الحملات الإعلامية للجمعية لا تساعد بتلقي الجمعية للمساعدات من خلال منشوراتها يعزى الى :

عدم استهداف الجمهور المناسب و التي قد لا تستهدف حملات فيسبوك الجمهور المناسب، مما يُقلل من تأثيرها.

أيضا عدم استخدام محتوى جذاب :قد يُقلل من اهتمام الجمهور. أيضا المنافسة حيث قد تواجه الجمعية منافسة قوية من جمعيات خيرية أخرى على فيسبوك.

أما نسبة 50 % من المبحوثين ترى أن الحملات الإعلامية للجمعية أحيانا تساعد بتلقي الجمعية للمساعدات من خلال منشوراتها يعزى الى:

جودة الحملات :قد تختلف فعالية الحملات اعتمادًا على جودة المحتوى والتصميم والاستهداف.

ظروف اقتصادية :قد تتأثر استعدادية الجمهور للتبرع بالعوامل الاقتصادية، مما يُؤثر على فعالية الحملات.

التعب من التبرعات :ق د يشعر بعض المتبرعين بالإرهاق من كثرة طلبات التبرعات، مما يُقلل من استجابتهم للحملات.

يُشير تحليل البيانات إلى أن حملات فيسبوك يمكن أن تُساهم بشكل فعّال في زيادة تلقي الجمعية الخيرية للمساعدات، لكن تأثيرها يعتمد على عدة عوامل، مثل جودة الحملات، واستهداف الجمهور، وظروف السوق، ونوع المساعدات المطلوبة.

الجدول رقم (34) يوضح: علاقة انضمام المتطوعين من خلال الفيسبوك بمساعدة الفيسبوك في تحقيق أهداف الجمعية

المجموع		شكل مقبول		بشكل متوسط		بشكل كبير		مساهمة الفيسبوك في تحقيق أهداف مساهمة الفيسبوك في انضمام
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
%100	8	%25	2	%37.5	3	%37.5	3	نعم
%100	2	%0	0	%0.05	1	%0.05	1	لا
%100	10	%20	2	%40	4	%40	4	المجموع

من خلال نتائج الجدول نلاحظ أن الاتجاه العام حول أهمية الانضمام في تحقيق الأهداف الخاصة بالجمعية، وذلك بنسبة 40 % بينما نلاحظ نسبة 40 % إيجاباتها كانت بشكل متوسط وعندما أدخلنا المتغير المستقل علاقة انضمام المتطوعين من خلال الفيسبوك سجلنا النتائج التالية:

نسبة 37.5 % علاقة انضمام المتطوعين من خلال الفيسبوك بتحقيق اهداف الجمعية بشكل كبير

كما سجلنا نسبة 37.5 % بشكل متوسط لعلاقة انضمام المتطوعين من خلال الفيسبوك بتحقيق أهداف الجمعية

و سجلنا نسبة 25 % بشكل مقبول لعلاقة انضمام المتطوعين من خلال الفيسبوك بتحقيق أهداف الجمعية

قد يعود ذلك إلى فاعلية المنصة في:

نشر الوعي بحيث يُمكن للجمعية من خلال الفيسبوك نشر رسالتها وأهدافها على نطاق واسع، وجذب المزيد من المتعاطفين مع قضاياها. بالإضافة الى التواصل مع الجمهور : يُتيح الفيسبوك للجمعية التواصل بشكل مباشر مع الجمهور، والتفاعل معهم، والرد على

استفساراتهم. بالإضافة الى الحصول على الدعم حيث يُمكن للجمعية من خلال الفيسبوك جمع التبرعات، وحشد المتطوعين، وتعزيز مشاركة المجتمع في أنشطتها.

أما نسبة 40% من المشاركين أن للفيسبوك دورًا متوسطًا في تحقيق أهداف الجمعية. قد يكون ذلك ناتجًا عن:

**عدم فعالية الاستخدام:** قد لا تُحسن بعض الجمعيات استخدام الفيسبوك بشكل فعال، مما يُقلل من تأثيره على تحقيق الأهداف. أو المنافسة بحيث تواجه الجمعيات منافسة من جهات أخرى على انتباه الجمهور على الفيسبوك، مثل المنظمات غير الهادفة للربح والشركات. أو راجع الى قلة الموارد قد تفتقر بعض الجمعيات إلى الموارد اللازمة لإدارة صفحاتها على الفيسبوك بشكل فعال.

أما نسبة 20% من المشاركين أن للفيسبوك دورًا مقبولًا في تحقيق أهداف الجمعية. قد يكون ذلك ناتجًا عن:

**تركيز الجمعية على قنوات أخرى:** قد تُركز بعض الجمعيات على قنوات أخرى للتواصل والترويج، مثل موقعها الإلكتروني أو البريد الإلكتروني. جمهور غير نشط على الفيسبوك: قد لا يكون جمهور الجمعية المستهدف نشطًا على الفيسبوك، مما يُقلل من تأثير المنصة.

#### 4- مناقشة و تفسير النتائج في ضوء الفرضيات و المقاربة النظرية

##### رابعاً: النتائج العامة للدراسة

##### نتائج المتعلقة بمحور الفرضية الأولى:

1. تقاسم رئيس الجمعية والمكلف بالإعلام مسؤولية بنسبة 50% لكل منهما لإدارة صفحة الفيسبوك يُشير إلى ممارسة العمل الجماعي داخل الجمعية.
2. اعتماد أغلب الجمعيات في البحث على الفيسبوك بشكل مكثف للترويج لأنشطتها الخيرية بنسبة 100% يُشير إلى فعالية هذه المنصة في التواصل مع الجمهور وتحقيق أهداف الجمعيات.

3. حرص مسؤولي الجمعيات على النشر بشكل دوري على صفحة الفيسبوك بنسبة 80% يُشير إلى اهتمامهم بتعزيز التواصل مع الجمهور وبناء صورة إيجابية للجمعية.
4. تركيز الجمعيات على نشر إعلانات ونشاطات الجمعية على صفحات الفيسبوك يُشير إلى سعيها لتحقيق أهداف ترويجية وتواصلية.
5. محتوى صفحة الفيسبوك للجمعية يساهم بشكل كبير جداً في التعريف بأنشطة الجمعية بنسبة 90% يُشير إلى أهمية هذه المنصة في الترويج للجمعيات وتعزيز تواجدها في الفضاء الرقمي.
6. تُشير نتائج البحث إلى أنّ استخدام الجمعيات الخيرية لوسائل التواصل الاجتماعي، وخاصة الفيسبوك، يُعدّ أداة فعّالة لتحقيق أهدافها والمتمثلة في:
- الترويج لأنشطتها وبرامجها بشكل مكثف وجذاب.
  - بناء علاقات قوية مع الجمهور وتعزيز التواصل معه.
  - جذب المزيد من المتطوعين والمستفيدين والداعمين.
  - نشر المعرفة وتعزيز الوعي في المجتمع.
  - بناء صورة إيجابية للجمعية وتعزيز الثقة بها.
7. إجماع رؤساء الجمعيات على تفاعل الجمهور مع منشورات صفحاتها على الفيسبوك بنسبة 100% يُؤكّد على أنّ هذه المنصة تُعدّ قناة فعّالة للتواصل مع الجمهور وتحقيق أهداف الجمعيات.
8. اعتقاد 70% من المبحوثين بأنّ الفيسبوك يساهم في تنوع نشاط الجمعية بشكل كبير، يُؤكّد على أنّ هذه المنصة تُعدّ أداة فعّالة لتنوع أنشطة الجمعيات وتعزيز تواجدها في الفضاء الرقمي.
9. اعتقاد 70% من المبحوثين بأنّ الفيسبوك يساهم في تغيير نظرة الجمهور لنشاط الجمعية بشكل كبير، يُؤكّد على أنّ هذه المنصة تُعدّ أداة فعّالة لتغيير الصورة النمطية للجمعيات وتعزيز صورتها الإيجابية في المجتمع.

## نتائج المتعلقة بمحور الفرضية الثانية:

10. إجماع رؤساء الجمعيات على فعالية الفيسبوك كوسيط إعلامي للجمعية بنسبة 100% يُؤكّد على أنّ هذه المنصة تُعدّ قناة أساسية للاتصال والتواصل مع الجمهور وتحقيق أهداف الجمعيات.
11. إجماع رؤساء الجمعيات على فعالية الفيسبوك في عملية الترويج للجمعية بنسبة 100% يُؤكّد على أنّ هذه المنصة تُعدّ أداة فعّالة لتعزيز الوعي بالجمعية وجذب المزيد من المتطوعين والمستفيدين والداعمين.
12. إجماع رؤساء الجمعيات على أنّ الفيسبوك ساهم بطريقة فعّالة في زيادة عدد المنخرطين في الجمعية بنسبة 100% يُؤكّد على أنّ هذه المنصة تُعدّ أداة فعّالة لجذب المزيد من المتطوعين والمستفيدين.
13. اعتماد الجمعية على الفيديوهات بشكل أساسي (70%)، ثم الصور (20%)، وأخيراً النصوص (10%) في منشورات صفحتها على الفيسبوك يُؤكّد على أنّها تُدرك أهمية المحتوى المُقنع وجاذبيّة المحتوى البصري في التواصل مع الجمهور.
14. إجماع أفراد العينة على أنّ منشورات الجمعية على فيسبوك تُساهم في استعطاف الجمهور بنسبة 100% يُؤكّد على أنّ هذه المنشورات تُلامس مشاعر المتابعين وتُحفّزهم على التفاعل مع قضايا الجمعية.
15. انخفاض نسبة تلقي الجمعية للمساعدات من خلال منشوراتها على فيسبوك يعود إلى عدة عوامل، منها طبيعة المنصة وجمهورها، وفعالية محتوى المنشورات، وطرق التواصل مع المتابعين. فالفيسبوك منصة مجانية مفتوحة للجميع، ممّا يعني أنّ جمهورها واسع ومتنوع، ويشمل فئات قد لا تمتلك القدرة على تقديم المساعدة المادية للجمعية.
16. إجماع رؤساء الجمعيات على أنّ فيسبوك مهم في الحملات الإعلامية للجمعية بنسبة 100% يُؤكّد على أنّ هذه المنصة تُعدّ أداة فعّالة للترويج للجمعية ونشر رسالتها وأهدافها.
17. تركيز الجمعية على عرض أنشطتها والترويج لها على فيسبوك بنسبة 100% يُؤكّد على أنّها تُدرك أهمية بناء صورة ذهنية إيجابية للجمعية وجذب انتباه الجمهور لقضاياها.

18. إجابة 80% من المبحوثين أنّ فيسبوك يساهم في تحقيق أهداف الجمعية بشكل كبير، يُؤكّد على أنّ فيسبوك يُعدّ أداة فعّالة لدعم جهود الجمعية وتحقيق رسالتها.
19. إجابة 80% من المبحوثين أنّ المتطوعين الجدد انضموا للجمعية عن طريق فيسبوك، تُؤكّد على أنّ فيسبوك يُعدّ أداة فعّالة لجذب المتطوعين وبناء العلاقات مع مختلف أصحاب المصلحة.
20. إجابة 70% من المبحوثين أنّ الجمعية استفادت من تجارب الجمعيات الأخرى بشكل كبير، تُؤكّد على أنّ تبادل الخبرات بين الجمعيات يُعدّ مصدرًا هامًا للتطوير والتحسين.

### خامسا: مناقشة وتفسير النتائج في ضوء الفرضيات و المقاربة النظرية

#### 1. في ضوء الفرضيات:

**الفرضية الأولى:** " تستخدم الجمعيات الخيرية الفيسبوك بشكل مكثف في دعم جهود العمل الجمعي "

تُشير النتائج المتوصل لها في الدراسة بشكل صريح إلى تحقق الفرضية الأولى، والتي مفادها أنّ الجمعيات الخيرية تستخدم الفيسبوك بشكل مكثف في دعم جهود العمل الجمعي.

وما يدعم تحقق الفرضية النتائج التالية:

- ✓ انتشار استخدام الفيسبوك بين الجمعيات: يظهر ذلك من خلال امتلاك جميع الجمعيات في البحث لحساب فيسبوك.
- ✓ ممارسة العمل الجمعي داخل الجمعية: يتضح ذلك من خلال مشاركة رئيس الجمعية والمكلف بالإعلام في إدارة صفحة الفيسبوك.
- ✓ فعالية الفيسبوك في التواصل مع الجمهور: تُشير نتائج البحث إلى أنّ أغلب الجمعيات تعتمد على الفيسبوك بشكل مكثف للترويج لأنشطتها الخيرية، ممّا يدل على فعالية هذه المنصة في الوصول إلى الجمهور وتحقيق أهداف الجمعيات.

- ✓ اهتمام مسؤولي الجمعيات بالتواصل مع الجمهور: يتضح ذلك من خلال حرصهم على النشر بشكل دوري على صفحة الفيسبوك.
  - ✓ تركيز الجمعيات على تحقيق أهداف ترويجية وتواصلية: يُشير ذلك إلى أنّ محتوى صفحة الفيسبوك للجمعية يركز على نشر إعلانات ونشاطات الجمعية.
  - ✓ أهمية الفيسبوك في التعريف بالجمعيات: تُشير نتائج البحث إلى أنّ محتوى صفحة الفيسبوك يساهم بشكل كبير جداً في التعريف بالجمعية.
  - ✓ فعالية الفيسبوك في تحقيق أهداف الجمعيات: تُشير نتائج البحث إلى أنّ استخدام الجمعيات الخيرية لوسائل التواصل الاجتماعي، وخاصة الفيسبوك، يُعدّ أداة فعّالة لتحقيق أهدافها، مثل الترويج لأنشطتها، وبناء علاقات مع الجمهور، وجذب المتطوعين، ونشر المعرفة، وبناء صورة إيجابية.
  - ✓ تفاعل الجمهور مع منشورات صفحات الجمعيات على الفيسبوك: إجماع رؤساء الجمعيات على ذلك يُؤكّد على أنّ هذه المنصة تُعدّ قناة فعّالة للتواصل مع الجمهور وتحقيق أهداف الجمعيات.
  - ✓ مساهمة الفيسبوك في تنوع نشاط الجمعية: اعتقاد 70% من المبحوثين بذلك يُؤكّد على أنّ هذه المنصة تُعدّ أداة فعّالة لتنوع أنشطة الجمعيات وتعزيز تواجدها في الفضاء الرقمي.
  - ✓ مساهمة الفيسبوك في تغيير نظرة الجمهور لنشاط الجمعية: اعتقاد 70% من المبحوثين بذلك يُؤكّد على أنّ هذه المنصة تُعدّ أداة فعّالة لتغيير الصورة النمطية للجمعيات وتعزيز صورتها الإيجابية في المجتمع.
- الفرضية الثانية: "يعمل الفيسبوك من خلال دوره الإعلامي على دعم جهود العمل الجماعي للجمعيات الخيرية"

تُشير النتائج المتوصل لها في الدراسة بشكل صريح إلى تحقق الفرضية الثانية، والتي مفادها أنّ الفيسبوك يعمل من خلال دوره الإعلامي على دعم جهود العمل الجمعي للجمعيات الخيرية وما يدعم تحقق الفرضية النتائج التالية:

- ✓ **فعالية الفيسبوك كوسيط إعلامي:** أجمع رؤساء الجمعيات على فعالية الفيسبوك في التواصل مع الجمهور وتحقيق أهداف الجمعية.
- ✓ **الترويج للجمعية:** أكد رؤساء الجمعيات على دور الفيسبوك في تعزيز الوعي بالجمعية وجذب المتطوعين والمستفيدين والداعمين.
- ✓ **زيادة عدد المنخرطين:** أجمع رؤساء الجمعيات على أن الفيسبوك ساهم في زيادة عدد المنخرطين في الجمعية.
- ✓ **أهمية المحتوى:** تعتمد الجمعية بشكل أساسي على الفيديوهات والصور في منشوراتها،
- ✓ **استعطاف الجمهور:** أجمع أفراد العينة على أن منشورات الجمعية على فيسبوك تُساهم في استعطاف الجمهور.
- ✓ **التبرعات:** لم تحقق المنشورات على فيسبوك فعالية كبيرة في جلب التبرعات،
- ✓ **أهمية الحملات الإعلامية:** أجمع رؤساء الجمعيات على أهمية فيسبوك في الحملات الإعلامية.
- ✓ **بناء صورة ذهنية إيجابية:** تركز الجمعية على عرض أنشطتها على فيسبوك لبناء صورة ذهنية إيجابية.
- ✓ **تحقيق أهداف الجمعية:** أكد 80% من المبحوثين أن فيسبوك يساهم في تحقيق أهداف الجمعية.

✓ جذب المتطوعين: أكد 80% من المبحوثين أن المتطوعين الجدد انضموا للجمعية عن طريق فيسبوك.

✓ تبادل الخبرات: استفادت الجمعية من تجارب الجمعيات الأخرى في استخدام فيسبوك.

## 2. في ضوء المقاربة النظرية:

إن نتائج البحث المقدمة تسلط الضوء على دور الفيسبوك كأداة فعالة للجمعيات الخيرية في تحقيق أهدافها. من منظور النظرية البنائية الوظيفية، يُساهم الفيسبوك في "بناء" علاقات قوية مع الجمهور من خلال التواصل المستمر والتفاعل. كما يُعزز "التكامل" بين أعضاء الجمعية من خلال مشاركة الرئيس والمكلف بالإعلام، ويُحقق "التوازن" في النظام الاجتماعي من خلال تفاعل الجمهور مع المنشورات. بالإضافة إلى ذلك، يُؤدي الفيسبوك "وظائف" هامة كأداة للترويج والتسويق، ومن ثم تغيير "الصورة النمطية" للجمعيات الخيرية. بالتالي، يُمثل الفيسبوك عنصراً هاماً في "البناء الاجتماعي" للعمل الخيري، حيث يُساهم في تعزيز التكافل والتضامن داخل المجتمع.

في ضوء نتائج البحث المعروضة، يمكن استنتاج أن الفيسبوك يلعب دوراً فعالاً في دعم جهود العمل الجمعي للجمعيات الخيرية من منظور النظرية البنائية الوظيفية. يُعد استخدام الفيسبوك نشاطاً متكرراً للجمعيات للتواصل مع الجمهور والترويج لأنشطتها، مما يساهم في بناء صورة ذهنية إيجابية وجذب انتباه الجمهور. كما يُؤدي الفيسبوك وظيفة جذب المزيد من المتطوعين والمستفيدين، وتوسيع قاعدة المشاركين في الجمعية. بالإضافة إلى ذلك، يُسهّم الفيسبوك في التأثير على مشاعر الجمهور وتحفيز التفاعل مع قضايا الجمعية، وكذلك دعم جهود الجمعية وتحقيق رسالتها. وبالتالي، فإن الفيسبوك يُعد أداة فعالة للترويج للجمعية ونشر رسالتها وأهدافها.

وعليه، يمكن القول أن الفيسبوك يُمثل عنصراً هاماً في "البناء الاجتماعي" للعمل الخيري، حيث يُساهم في تعزيز التكافل والتضامن داخل المجتمع

## سادسا: مقترحات الدراسة

- ✓ إجراء دورات تكوينية في مجال التكنولوجيا خاصة ما يتعلق بالإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي للقائمين على الإعلام في الجمعيات لزيادة فعالية العمل الجماعي الذي يساهم في بناء المجتمع، ويعود بالفائدة على الفرد، لما لهذا النوع من الإعلام من قوة وسهولة في الولوج في عمق المجتمع و التأثير فيه.
- ✓ توفير متطوعين متمكنين من التعامل مع الأجهزة الالكترونية لتحقيق التحول من الإدارة التقليدية إلى الإدارة الرقمية التي تضمن سرعة الإجراءات وشفافية ودقة المعلومات وجودتها.
- ✓ التنسيق بين الجمعيات المحلية والوطنية وحتى الدولية باستغلال هذه التقنية من أجل الاستفادة من تجارب بعضها وتبادل الخبرات، وإيجاد تقنيات جديدة للتعامل مع المستجدات.
- ✓ إجراء ملتقيات محلية ووطنية ودولية للتعريف بالعمل التطوعي وأهميته في المساهمة في البناء المجتمعي، وذلك من أجل تعزيز الوعي نحو هذا النوع من العمل.
- ✓ وضع قاعدة بيانات رقمية تتيح للقائمين على العمل الجماعي معرفة بيانات الفئات المستهدفة بصورة منظمة ودقيقة وفي وقت وجيز، وبذلك سرعة الوصول إلى نتائج إيجابية.
- ✓ إجراء دراسات حول الجمهور المستهدف عبر الفيسبوك والمواقع الالكترونية الأخرى لمعرفة توجهاته، وبذلك معرفة كيفية التأثير فيه.
- ✓ ضرورة إدراج العمل التطوعي في المناهج التعليمية، ودراسته دراسة علمية، والقيام بمشاريع تطوعية بإشراك تلاميذ المدارس بالجمعيات الخيرية، حتى يتعلموا قيمة العمل التطوعي.

✓ إنشاء نواذ تطوعية داخل الجامعات من أجل تطوير مهارات الطلاب القيادية، والتعاونية، وتعزيز الوعي بالمسؤولية المجتمعية، وكذلك تعزيز الوعي بقضايا المجتمع والمساهمة الإيجابية في بنائه.

# الخاتمة

## خاتمة:

وفي الأخير يمكن القول أن عصرنا الحالي أصبح عصر التكنولوجيا الرقمية بكل ما تحمله هذه التقنية بإيجابياتها وسلبياتها، فالعالم اليوم أصبح مترابطا لاتحكمه حدود زمنية ولا مكانية، ولكن تتحكم فيه التكنولوجيا الحديثة بما تملكه من وسائل اتصالية تعمل على ربط العالم في شبكة معقدة تسمى مواقع التواصل الاجتماعي، التي أصبحت جزء لا يتجزء من حياتنا اليومية، وذلك لدورها الفعال في الربط بين المجتمعات، وتسهيل عملية التواصل بين أفرادها، ولهذا السبب نجد أن الجمعيات الخيرية اسغلت هذه المواقع وعلى رأسها الفيسبوك في نشر عملها التطوعي من خلال إعلام مستخدميه بكل نشاطاتها، وحملاتها التحسيسية.

وقد حاولت دراستنا كشف الدور الذي يلعبه الإعلام الرقمي -الفيسبوك نموذجاً- في دعم جهود العمل الجماعي من أجل المساهمة في بناء المجتمع والرقمي به. وباعتبار أن الجمعيات مؤسسات فعالة في المجتمع، فيجب عليها استثمار هذه الوسيلة إضافة إلى وسائل الإعلام الرقمي الأخرى لجلب تعاطف أفراد المجتمع والتفاعل معها، وتعريفهم بأهدافها ومشاريعها، وتعزيز صورتها الإيجابية في ذهنياتهم من خلال التواصل معهم، وتوعيتهم بضرورة الانخراط في الأعمال التطوعية الخيرية، وبذلك نجاحها في جلب المتطوعين، وتلقي المساعدات والتبرعات بأقل جهد وتكلفة.

وختاماً يمكننا القول أن دراستنا هذه تعتبر نقطة انطلاق لدراسات أخرى مستقبلية ذات علاقة ب دور الإعلام الرقمي في دعم جهود العمل الجماعي -الفيسبوك نموذجاً- ونقترح من خلالها تسليط الضوء على المعوقات والتحديات التي تواجهها الجمعيات والتي تحول دون النهوض بالعمل التطوعي، كما نقترح التركيز على الأسرة والمدرسة والجامعة في غرس ثقافة العمل التطوعي من خلال تطوير مناهج تعليمية خاصة بهذا النوع من العمل.

قائمة المراجع

و المصادر

❖ المراجع العربية

➤ القرآن الكريم

▪ سورة هود

➤ الكتب

- 1) أبو الحسن منال: علم الاجتماع الإعلامي، النظريات والوظائف والتأثيرات، دار النشر للجامعات، مصر، 2006
- 2) الطيب عيساني رحيمة: مدخل إلى علم الإعلام والاتصال، عالم الكتب، الأردن، 2008
- 3) د.المحمودي محمد سرحان علي: مناهج البحث العلمي، دار الكتب، ط3، صنعاء، اليمن، 2015
- 4) د. المكايي حسن عماد، د.ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، عربية للطباعة والنشر، ط1، القاهرة، مصر، 1998
- 5) د. المقدادي خالد غسان يوسف: ثورة الشبكات الاجتماعية، ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2013
- 6) أنجروس موريس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار القصبه للنشر، ط2، الجزائر، 2004، 2006
- 7) بن مرسللي أحمد: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط4، الجزائر
- 8) د. دياب سهيل رزق: مناهج البحث العلمي، جامعة القدس المفتوحة، غزة، فلسطين، 2003
- 9) هارمان جاك: خطابات علم الاجتماع في النظرية الاجتماعية، ترجمة: أ.د.العايشي عنصر، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، عمان، الأردن، 2010
- 10) أ.د. زرواتي رشيد : تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية، ط4، زعايش للطباعة والنشر، بوزريعة، الجزائر، 2012
- 11) حمداوي جميل: نظريات علم الاجتماع: شبكة ألوكة، ط1، 2015

- (12) حمزة عبد اللطيف: الإعلام والدعاية، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1984
- (13) طريف الخولي منى: مفهوم المنهج العلمي، مؤسسة هنداوي للنشر، 2020
- (14) د. مهدي السعيد صادق: العمل وأحكامه العامة في الإسلام، مؤسسة الثقافة العمالية، بغداد، 1989
- (15) سارانتاكوس سوتيريوس: البحث الاجتماعي، ترجمة: فارح شحذة، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، ط1، بيروت، لبنان، 2017
- (16) د. عبد السلام محمد: مناهج البحث في العلوم الاجتماعية والإنسانية، مكتبة النور، 2020
- (17) أ.د. عبد الرحمان عبد الله محمد، د. البدوي محمد علي: مناهج وطرق البحث الاجتماعية، مطبعة البحيرة، 2007
- (18) عبيد منصور الرفاعي: العمل الاجتماعي تطوع وعطاء، ط1، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، مصر، 2007
- (19) د. عودة الشمالية ماهر وآخرون: الإعلام الرقمي الجديد، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2015
- (20) ثابت العاني وجيه: العمل التطوعي والتنمية البشرية المستدامة، آليات التنفيع وقياس القيمة المضافة، المكتبة الوطنية، عمان، الأردن، 2016
- (21) د. غربي صباح: تحليل و توظيف العمل، دار المجدد للطباعة والنشر والتوزيع، سطيف، الجزائر، 2020

➤ الرسائل الجامعية

- 1) باعلي سعيدة: دور الجمعيات الخيرية في تفعيل التطوعي، دراسة ميدانية بجمعية كافل اليتيم الخيرية، فرع أدرار، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في علم الاجتماع، تخصص: تنظيم وعمل، إشراف: د.لعلي بوكميش، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة أدرار، الجزائر، 2017.
- 2) كونده سلمى: المجتمع المدني والعمل التطوعي في الجزائر، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه، إشراف: أ.د.كمال بلخيري، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف2، الجزائر، 2020
- 3) محمد عبد الرحمان بشير أمل: دور العمل التطوعي في تعزيز قيم رأس المال الاجتماعي، دراسة حالة، متطوعي جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني في قطاع غزة، أطروحة لنيل شهادة الماجستير في اقتصاديات التنمية، إشراف: الرفاتي علاء الدين محمد، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية، غزة، 2016
- 4) مقدم زينب: العمل التطوعي ودوره في تعزيز قيم رأس المال الاجتماعي لدى فئة المتطوعين، دراسة ميدانية لبعض الجمعيات بولاية أدرار، إشراف: د.بوفارس عبد الرحمان، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاجتماعية، جامعة أدرار، الجزائر، 2020
- 5) نوي عمار: دور القيادة في إدارة العمل التطوعي الجمعي، دراسة حالة لجمعيات برج بوعرييج، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في تنمية الموارد البشرية، إشراف: د.أحمد زردومي، جامعة منتوري قسنطينة، 2010
- 6) عسلي حليلة: دور الجمعيات في إدماج الشباب في القطاع المهني، جمعية صحة سيدي الهواري نموذجاً، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير ، تخصص علم اجتماع تنظيم وعمل، إشراف: د.زين الدين زردومي، كلية العلوم الاجتماعية، قسم علم الاجتماع، جامعة وهران، الجزائر، 2013

➤ المجالات

- 1) د. الجاسر شعاع: رقمنة الإعلام، دراسة تحليلية لمفهوم الإعلام الرقمي والمداخل النظرية لدراسته وأهم سماته، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد 03، العدد 01، جوان 2020
- 2) الدبيسي عبد الكريم علي، الخصاونة إبراهيم فؤاد: الإعلام الرقمي إشكالية المفهوم وتحديد الوسائل في الدراسات الإعلامية، دار العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 47، العدد 01، ماي 2020، كلية الإعلام، جامعة البترا، الأردن
- 3) العايدي أحمد سامي عبد الوهاب، د. صبحي محمد: دور الإعلام الجديد في تعزيز العمل التطوعي بالمؤسسات الخيرية المصرية، المجلة العلمية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، العدد 13، جامعة الأزهر، مصر، 2023
- 4) العوير محي الدين خير الله: الجمعيات الخيرية، تعريفها وتأصيلها وصلتها بالمؤسسة الوقفية، مجلة الإحياء، العددان 17-18، 2014-2015، جامعة دمشق، دمشق، سوريا
- 5) د. العمراني رانيا أحمد حامد أحمد: دور الإعلام الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي في تنمية المجتمع، مقال منشور في مجلة جيل العلوم الإنسانية والاجتماعية، مركز جيل البحث العلمي، جامعة السودان المفتوحة، العدد 91، جانفي 2023
- 6) أ. الشهراني عائض سعد أبو نخاع: الخدمة الاجتماعية و العمل التطوعي، دراسة تحليلية لعلاقات التبادل والتكامل، مجلة جامعة الملك عبد العزيز، المجلد 16، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، 2008
- 7) د. جربوعة عادل، د. فتنو اطمة الزهراء: خطوات البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، مجلة الإعلام والمجتمع، العدد 02، أكتوبر 2017، جامعة قسنطينة 03، قسنطينة، الجزائر
- 8) د. دليو فوضيل: اختيار العينة في البحوث الكيفية، مجلة: بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، جامعة قسنطينة 3، الجزائر، المجلد 3، العدد 3، 30، 09، 2022

- (9) د. حمدي كلثوم: وسائل الإعلام الاجتماعي كآلية لزيادة مداخل الجمعيات الخيرية، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 07، العدد 04، الرقم التسلسلي 16، المركز الجامعي تامنغست، 2018
- (10) نفاير فاطمة: العمل التطوعي ووسائل الإعلام، إشكالية الدور والمفهوم، مجلة البحوث والدراسات الإنسانية، جامعة علي لونيبي، البليدة، الجزائر، المجلد 16، العدد 01، جوان 2022
- (11) د. محمد رفيده فاطمة: العمل التطوعي ودوره في تنمية المجتمع، رؤية واقعية لدور الجمعيات الأهلية بمدينة مصراتة، مجلة كلية الآداب: كلية الآداب، جامعة مصراتة، العدد 06، 2016.
- (12) خالفي نصيرة: مواقع التواصل الاجتماعي والمخطوطات العربية، إشكالية العلاقات وآفاق الاستثمارية، مجلة الصورة والاتصال، العدد 13، جامعة تيزي وزو، 1 سبتمبر 2015
- القواميس
- (1) أبو الحسين أحمد بن فارس بن زكرياء: معجم مقاييس اللغة، دار إحياء التراث العربي، بيروت، 2001
- (2) إبراهيم مصطفى، وآخرون: المعجم الوسيط، المكتبة الإسلامية، تركيا
- (3) د. أحمد زكي بدوي: معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان، بيروت، 1982
- (4) أحمد مختار عمر: معجم اللغة العربية المعاصرة، ط 1، عالم الكتب، 2008
- (5) الفيروزي آباد: القاموس المحيط: مؤسسة الرسالة: ط 8، بيروت، لبنان، 2005
- (6) القاموس اللغوي المنار، دار العلوم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008
- (7) علي بن هادية، وآخرون: قاموس الجدير للطلاب، ط 7، الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب، 1991

➤ المناجد

1) المنجد الأبجدي، ، ط5، دار المشرق للنشر والتوزيع، بيروت، 1985

➤ البحوث

1) تفرقنيت عبد الكريم: مواقع التواصل الاجتماعي الإيجابيات والسلبيات، دراسة وصفية لأهم الملامح في الدول العربية، قسم العلوم الإنسانية، جامعة البليدة2، جوان 2016

➤ الملتقيات

1) عبيد عبد الله بن سعد: آليات تنظيم العمل التطوعي على المستوى الوطني، دراسة ميدانية على مديري جمعيات ومنظمات العمل الخيري بمنطقة الرياض، المؤتمر العلمي

الدولي العشرون للخدمة الاجتماعية، كلية التربية، جامعة حلوان، مصر، 2007

2) د. رملي بوزيد ، زروقي رياض: ابستمولوجية الظاهرة الإعلامية الرقمية: رؤية أكاديمية

ممارساتية مقارنة لحركية مفهوم الإعلام التقليدي والجديد، في مطبوعات الملتقى الدولي:

الظاهرة الإعلامية والاتصالية في ظل البيئة الرقمية، جامعة محمد خيضر، بسكرة،

الجزائر، نوفمبر 2018

❖ المواقع الالكترونية العربية

1) شرين أحمد: تعريف الإعلام، أفريل 2022

ps://mawdoo3.com

2) الإعلام الرقمي: مفهومه وأهميته وأنواعه

https://www.annajah.net

3) دنيا محمود: تعريف الإعلام الرقمي وأهميته، 2022

<https://www.almrsal.com>

4) فاكية عزاق، عفاف بعون: إشكالية توظيف المقاربة النظرية في البحوث

السوسيولوجية، جامعة ورقلة، 10/11/2020

<https://www.politics->

Encyclopedia of Political and Stratigic Studie Algerian

5) عبد العالي صغيري: مفهوم العمل الجمعي و المؤسسة الجمعوية، قراءات مفاهيمية

https://www .academia.edu

❖ المواقع الالكترونية الأجنبية

1) <https://thecdm.ca/program/digital-media> le 04/08/2017 h16

2) [akp5084@psu.edu](mailto:akp5084@psu.edu) Definition of Digital Media avr. 12, 2011

3) Réseau social : Définition simple et facile du dictionnaire,  
l'internaute . Fr>définition<réseau-social

# الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة محمد البشير الإبراهيمي-برج بوعريريج

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم العلوم الاجتماعية

استبيان حول موضوع :

دور الإعلام الرقمي في دعم جهود العمل الجماعي (الفيسبوك نموذجاً)  
دراسة ميدانية ببعض جمعيات مدينة برج بوعريريج

في إطار إنجاز رسالة تخرج لنيل شهادة ماستر في علم اجتماع اتصال نضع بين أيديكم استبيان حول دور الإعلام الرقمي في دعم جهود العمل الجماعي (الفيسبوك نموذجاً)، راجين منكم الإجابة على أسئلة هذا الاستبيان بكل موضوعية، ونحيطكم علماً أن المعلومات التي تدلون بها تبقى سرية وفي إطار البحث العلمي فقط.

تحت إشراف :

د/ بوجمعة عمارة

إعداد الطالبة:

- نوال خبابة

السنة الجامعية: 2024/2023

## المحور الأول: البيانات العامة

### أ- البيانات الشخصية:

1. الجنس: ذكر  أنثى
2. السن: أقل من 25 سنة  [25-30 سنة]  أكثر من 30 سنة
3. المستوى التعليمي: ابتدائي أو تعليم قرآني  متوسط  ثانوي  جامعي
4. الحالة العائلية: أعزب  متزوج  مطلق

### ب-البيانات الخاصة بالجمعية:

1. عضويتك في الجمعية:رئيس  عضو مؤسس  عضو إداري تنظيمي  عضو مشارك
2. خبرتك في الجمعية: أقل من 5سنوات  [5-10سنوات]  أكثر من 10سنوات
3. كيف تعرفت على الجمعية: المتطوعون  الفيسبوك

## المحور الثاني: استخدام الجمعيات لموقع الفيسبوك

1. هل تملك الجمعية حساب خاص بها على موقع فيسبوك؟  
نعم  لا
2. من يقوم بتسيير صفحة الفيسبوك الخاصة بالجمعية؟  
الرئيس  أعضاء المكتب  المكلفون بالإعلام
3. هل تستخدم الجمعية حساب الفيسبوك في نشاطاتها الخيرية بشكل:  
مكثف  متوسط  ضعيف
4. هل تقوم الجمعية بنشر نشاطاتها عبر صفحة الفيسبوك بصفة دورية؟  
نعم  لا  أحيانا
5. ماهي المضامين التي تعمل الجمعية على نشرها عبر صفحتها؟  
\*إعلانات حول نشاطات الجمعية   
\*الإشهار بنشاطات محققة   
\*تقارير شهرية أو دورية أو أسبوعية   
\*دعوات في المشاركة في نشاطات الجمعية
6. هل تساعد مضامين الصفحة على التعريف بأنشطة الجمعية؟  
نعم  لا  إلى حد ما
7. ماهي النشاطات التي تقوم الجمعية بنشرها عبر صفحة الفيسبوك؟  
تعليمية  ترفيهية  تثقيفية  توعوية

8. هل يتفاعل الجمهور مع ما تنشرونه؟  
 نعم  لا
9. ما هي طبيعة التعليقات حول ما تنشرونه؟  
 إيجابية  سلبية
10. هل هذه التعليقات تحفيزية؟  
 نعم  لا
11. هل ساهم الفيسبوك في تنوع نشاطات الجمعية؟  
 بشكل كبير  بشكل متوسط  لم يساهم
12. هل ساهم استخدام الجمعية للفيسبوك في كسب ثقة الجمهور فيها؟  
 نعم  لا
13. ما مدى ثقة الجمهور بما تنشرونه عبر صفحة الفيسبوك؟  
 ممتازة  جيدة  متوسطة  مقبولة  ضعيفة
14. هل غير استخدام الجمعية للفيسبوك نظرة المتابعين لها؟  
 بدرجة كبيرة  ليس كثيرا  لم يغير
- المحور الثالث: الدور الإعلامي للفيسبوك في دعم جهود العمل الجمعي للجمعيات**
1. هل يمكن أن يكون الفيسبوك وسيط إعلامي فعال للتعريف بنشاطات الجمعية؟  
 نعم  لا
2. هل ترى أن للفيسبوك دور إيجابي في الترويج لنشاطات الجمعية؟  
 نعم  لا
3. هل ساهم الفيسبوك في زيادة عدد المنخرطين في الجمعية؟  
 نعم  لا
4. هل ساهم الفيسبوك في زيادة عدد فاعلي الخير؟  
 بشكل كبير  ليس كثيرا  لم يساهم
5. هل تقومون ببرمجة حملات إعلامية دعائية عبر صفحة الفيسبوك في المناسبات؟  
 نعم  لا
6. هل تقومون بإعلام المتابعين لما تقومون به من نشاطات مسبقا؟  
 نعم  لا  أحيانا
7. ما طبيعة المضامين التي تنشرونها عبر صفحة الفيسبوك؟  
 صور  فيديوهات  نصوص

8. هل يساهم ذلك في تفاعل المتابعين مع تقومون بنشره عبر صفحة الفيسبوك؟  
 نعم  لا
9. هل تحقق مضامين ما تنشرونه عبر صفحة الفيسبوك استعطاف الجمهور؟  
 نعم  لا
10. هل تتلقى الجمعية المساعدات من خلال منشوراتها عبر صفحة الفيسبوك؟ نعم  لا  أحيانا
11. هل تعتقد أن قيام الجمعية بالحملات الإعلامية عبر الفيسبوك:  
 مهم  غير مهم
12. رتب حسب الأهمية الدور الإعلامي للفيسبوك في دعم جهود العمل الجماعي:  
 -استقطاب فاعلي الخير   
 -تقديم الدعم (مادي، معنوي)   
 -التعريف بالجمعية عن طريق الإشهار لها   
 -عرض نشاطات الجمعية و الترويج لها   
 -نشر ثقافة العمل التطوعي بين أفراد المجتمع   
 - نشر الإعلانات التوعوية ونداءات الإغاثة   
 -تعزيز الوعي لدى أفراد المجتمع بضرورة المشاركة في الأعمال التطوعية
13. ما مدى قدرة الفيسبوك على تحقيق أهداف الجمعية؟  
 بشكل كبير  بشكل متوسط  شكل مقبول  بشكل ضعيف
14. هل انظم متطوعون جدد للجمعية نتيجة ما تنشرونه من نشاطات عبر صفحة الفيسبوك؟  
 نعم  لا
15. ما مدى استفادة الجمعية من تجارب جمعيات أخرى عن طريق المضامين الإعلامية لصفحة الفيسبوك الخاصة بهم؟  
 بشكل كبير  بشكل متوسط  بشكل مقبول  بشكل ضعيف
- ما هي التحديات التي تواجهها الجمعية عند استخدام الفيسبوك؟  
 .....

الحمد لله الذي تتم بنعمته الصالحات