

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم علم الاجتماع و الديمغرافيا



عنوان الأطروحة:

دور مواقع التواصل الاجتماعي في إعادة إنتاج الفعل التطوعي لدى الشباب

دراسة ميدانية على بعض الجمعيات النشطة عبر الفيسبوك في الجزائر

(الجزائر العاصمة - وهران - بجاية - سطيف)

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث L.M.D في علم الاجتماع

إشراف الأستاذة الدكتورة

د. باية بوزغاية

إعداد الطالب

بوخلخال فاروق

نوقشت و أجزيت علنا بتاريخ :

2023/11/05 أمام لجنة المناقشة

الاسم و اللقب	الرتبة	الجامعة	الصفة
بن زاف جميلة	أستاذ تعليم عالي	جامعة ورقلة	رئيسا
باية بوزغاية	أستاذ تعليم عالي	جامعة الوادي	مشرفا و مقرا
رياب رابح	أستاذ تعليم عالي	جامعة ورقلة	مناقشا
نجاة بوساحة	أستاذ محاضر "أ"	جامعة ورقلة	مناقشا
العربي بن داود	أستاذ محاضر "أ"	جامعة ورقلة	مناقشا
بوراس فيصل	أستاذ محاضر "أ"	جامعة الوادي	مناقشا

السنة الجامعية : 2022/2021

الإهداء

نهدي هذا العمل المتواضع

إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة ونصح الأمة إلى نبي الرحمة

ونور العالمين سيدنا محمد صلي الله عليه وسلم

إلى روضة الحب والحنان وجنة الأمان **(أمي الحبيبة)**

إلى من علمني العطاء، إلى من أحمل اسمه بكل افتخار **(أبي العزيز)**

إلى الذين قاسموني حب الوالدين الكريمين **أخوتي** الأعراء

أسماء، فاطمة، ميلود، مختارية، ميسون، رانيا إلى كل من علمني حرفاً،
أو أسدى لي خدمة أو قدم لنا نصيحة

إلى كل من حملهم قلبي ولم يكتبهم قلمي إلى كل ساع في طلب العلم

إلى كل الجمعيات الخيرية وبالأخص من هم ضمن مجال بحثي

فاروق

بوخلخال

الشكر و التقدير

اللهم لك الحمد حمدا كثيرا طيبا مباركا فيه ملء السموات وملء الأرض أشكرك ربي على نعمتك التي لا تعد، أحمداك ربي وأشكرك على أن يسرت لي إتمام هذا البحث على الوجه الذي أرجو أن ترضى به عني.

ثم أتوجه بالشكر والامتنان إلى أستاذتي المشرفة الدكتورة **بوز غاية باية** التي لها الفضل -بعد الله تعالى- على هذا البحث منذ كان الموضوع عنوانا وفكرة إلى أن صار رسالة وبحثا. فلها مني الشكر كله والتقدير والعرفان على سعة صدرها وبذلها الجهد الكثير في سبيل إتمام العمل بصورته النهائية وعلى ما قدمته لي من معلومات قيمة وتوجيهات ونصائح بكل ما احتجت إليه طيلة فترة إنجاز هذا العمل.

كما أتوجه بالشكر الجزيل إلى جميع أستاذتي الفضلاء في كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية وقسم علم اجتماع و الديمغرافيا على المساعدات الجمة والتي قدمت لنا أخص بالذكر هنا كل من **قودة عبد العزيز، عريف عبد العزيز، حمداوي، عبان عبد القادر** كانوا نعم العون والموجه في إنجاز هذا العمل فجزاهم الله خير الجزاء، وأتقدم بشكري الجزيل إلى زميلتي **إسماعيلية إيمان** التي كانت لي نعم السند والمعين وأتقدم بشكري الجزيل إلى أستاذتي الموقرين في لجنة المناقشة رئاسة وأعضاء لتفضلهم علي بقبول مناقشة هذه الرسالة فهم أهل لسد خللها وتقويم معوجها وتهذيب نتواتها والإبانة عن مواطن القصور فيها وأسأل الله الكريم أن يثيبهم عني خيرا.

وأشكر كل ساعدني وأعانني على إنجاز هذا البحث فلهم في النفس منزلة وإن لم يسعف المقام لذكرهم فهم أهل للفضل والخير والشكر.

فهرس المحتويات	
الصفحة	المحتوى
-	
-	الإهداء
-	شكر وتقدير
-	فهرس المحتويات
-	فهرس الجداول
-	فهرس الأشكال
-	ملخص الدراسة
أ-ج	مقدمة
الفصل الأول : الإطار النظري للدراسة	
7	أولا: تحديد الإشكالية
11	ثانيا: فرضيات الدراسة
11	ثالثا: أسباب الدراسة
13	رابعا: أهمية الدراسة
13	خامسا: أهداف الدراسة
14	سادسا: تحديد مفاهيم أساسية للدراسة
29	سابعا: عرض الدراسات السابقة
31	1. عرض الدراسات الاجنبية.
33	2. عرض الدراسات العربية.
37	3. عرض الدراسات المحلية.
45	ثامنا: المقاربة النظرية للدراسة.
57	تاسعا: نموذج الدراسة.
الفصل الثاني:مدخل سوسيولوجي لمواقع التواصل الاجتماعي	
60	تمهيد
61	المبحث الأول:تعريف ونشأة مواقع التواصل الاجتماعي.
66	المبحث الثاني: خصائص ومميزات مواقع التواصل الاجتماعي.
69	المبحث الثالث: دوافع إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
70	المبحث الرابع: أشكال مواقع التواصل الاجتماعي.
71	المبحث الخامس: دور مواقع التواصل الاجتماعي.

73	المبحث السادس: آثار مواقع التواصل الاجتماعي.
75	المبحث السابع: تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي
76	المبحث الثامن: مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمع الجزائري والعربي
80	المبحث التاسع: إستراتيجية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في 2020
82	خلاصة
الفصل الثالث: نموذج لمواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك)	
85	تمهيد
85	المبحث الأول: تعريف الفايسبوك
86	المبحث الثاني: نشأته
88	المبحث الثالث: سمات وتطبيقات النشر على مواقع التواصل و موقع الفايسبوك
95	المبحث الرابع: أسباب ودوافع استخدام الفايسبوك
97	المبحث الخامس: الآثار الإيجابية والسلبية للفايسبوك
98	المبحث السادس: واقع الفايسبوك في الجزائر 2019 و 2020
100	المبحث السابع: مميزات موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك
101	المبحث الثامن: إنفوغرافيا استخدام موقع الفايسبوك سنة 2020/2019
102	خلاصة.
الفصل الرابع: سوسولوجيا العمل التطوعي	
105	تمهيد
105	المبحث الأول: تعريف ونشأة العمل التطوعي.
105	1- تعريف العمل التطوعي.
107	2- التطور التاريخي لنشأة العمل التطوعي
112	المبحث الثاني: أهمية العمل التطوعي.
113	1- أهمية التطوع بالنسبة للمجتمع.
114	2- أهمية التطوع بالنسبة للتنظيمات التطوعية.
115	3- أهمية التطوع بالنسبة للأفراد المتطوعين.
116	المبحث الثالث: أهداف العمل التطوعي.
116	1- أهداف خاصة بالمتطوع نفسه.
116	2- أهداف متعلقة بالجمعيات التطوعية.
117	3- أهداف متعلقة بالمجتمع.
118	المبحث الرابع: مجالات العمل التطوعي.
119	المبحث الخامس: دوافع العمل التطوعي وأثاره على الفرد والمجتمع

121	المبحث السادس: أشكال العمل التطوعي وخصائصه.
121	1- تصنيف العمل حسب معيار الزمن
121	2- تقسيم التطوع حسب المجال
122	3- تصنيف العمل التطوعي حسب شكله
122	4- تصنيف العمل التطوعي بحسب طبيعته وممارسته
124	المبحث السابع: عوائق العمل التطوعي
126	المبحث الثامن: خصائص العمل التطوعي
127	المبحث التاسع: مفهوم وأهمية العمل التطوعي الرقمي (الالكتروني) وخصائصه
127	1- تعريف العمل التطوعي الرقمي
128	2- أهمية التطوع الالكتروني
129	3- خصائص العمل التطوعي الرقمي
131	المبحث العاشر: فلسفة العمل التطوعي في الجمعيات الخيرية والنماذج الرائدة فيه
131	1- فلسفة العمل التطوعي في الجمعيات الخيرية
133	2- النماذج الرائدة
134	3- العمل التطوعي في الدول العربية
137	4- العمل التطوعي في الدول الأجنبية
138	5- العمل التطوعي في الجزائر
140	المبحث الحادي عشر: دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية بأهمية العمل التطوعي
142	الخلاصة.
الفصل الخامس: المجتمع المدني والجمعيات الخيرية.	
145	تمهيد:
145	المبحث الأول: ماهية المجتمع المدني
145	1- تعريف المجتمع المدني.
146	2- نشأة المجتمع المدني.
151	3- مؤسسات المجتمع المدني.
152	4- خصائص المجتمع المدني.
154	5- عوامل تأثير في أنشطة منظمات المجتمع المدني
155	المبحث الثاني : ماهية الجمعيات الخيرية.
156	1- تعريف الجمعيات الخيرية
158	2- نشأة وتطور الجمعيات الخيرية في الوطن العربي
162	3- أنواع المؤسسات الخيرية وخصائصها

165	4- مجالات الجمعيات الخيرية وموارد تمويلها
167	5- معايير الجمعيات الخيرية وموارد تمويلها.
169	6- واقع العمل الجموعي في الجزائر
178	7- المعوقات التي تتعرض فعالية الجمعيات الخيرية
179	8- دور الجمعيات الخيرية في نشر ثقافة العمل التطوعي
181	خلاصة
الفصل السادس: مواقع التواصل الاجتماعي وإعادة إنتاج الفعل التطوعي (الجموعي)	
184	تمهيد:
185	المبحث الأول: مجالات تكنولوجيا الاتصال والمعلومات بالجمعيات.
189	المبحث الثاني: الخطوات المتبعة لنجاح مشروع الجمعيات الخيرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
192	المبحث الثالث: الهوية الرقمية للجمعيات الخيرية في المجتمع الشبكي.
195	المبحث الرابع: مواقع التواصل الاجتماعي في إعادة إنتاج الفعل التطوعي.
210	خلاصة.
الفصل السابع: الإجراءات المهنية للدراسة	
214	تمهيد:
215	الإجراءات المهنية
215	أولا: مجالات الدراسة
215	1. المجال المكاني
221	2. المجال الزمني
222	3. المجال البشري
223	ثانيا: منهج الدراسة.
224	ثالثا: مجتمع الدراسة
225	رابعا: عينة الدراسة وخصائصها
228	خامسا: أداة الدراسة
232	سادسا: الدراسة الاستطلاعية
237	سابعا: دراسة الخصائص السيكومترية لأداة الدراسة
248	ثامنا: الأساليب الإحصائية
249	خلاصة
الفصل الثامن: عرض وتحليل وتفسير نتائج الدراسة	
252	تمهيد
253	أولا: عرض وتفسير البيانات المتعلقة بالاستبيان

293	ثانيا: عرض وتفسير البيانات المتعلقة بالمقابلة مع مديري الجمعيات الخيرية الأربعة
304	ثالثا: عرض وتفسير البيانات المتعلقة بوصف الصفحة وتحليل محتوى منشورات الجمعيات الأربعة
355	رابعا: إختبار فرضيات الدراسة
364	خامسا: مناقشة النتائج المتعلقة بالفرضيات
364	1) تفسير ومناقشة نتيجة الفرضية الأولى
365	2) تفسير ومناقشة نتيجة الفرضية الثانية
366	3) تفسير ومناقشة نتيجة الفرضية الثالثة
368	4) تفسير ومناقشة نتيجة الفرضية الرابعة
369	خلاصة
370	صعوبات الدراسة
371	خاتمة
372	اقتراحات البحث
372	آفاق البحث
374	قائمة المراجع والمصادر
-	الملاحق

فهرس الجداول		
الصفحة	مضمونة	الرقم
101	إنفوغرافيا استخدام شبكة الفيسبوك خاصة بدول عالم سنة 2020/2019	01
102	إنفوغرافيا استخدام شبكة الفيسبوك خاصة بدول العربية 2020/2019	02
217	يوضح الجمعيات الخيرية مجال الدراسة	03
222	يبين تعداد الأعضاء المنخرطين في الجمعيات الخيرية	04
225	يوضح عدد الجمعيات المنخرطة في مشروع شارك حسب المنطقة	05
227	يوضح عينة الدراسة	06
234	يبين توزيع افراد العينة الاستطلاعية حسب الجنس	07
235	يبين مقياس درجات البدائل	08
235	يبين مستويات ودرجات المقياس	09
236	يبين مقياس درجات البدائل	10
236	يبين مستويات ودرجات المقياس	11
236	يبين مقياس درجات البدائل	12
236	يبين مستويات ودرجات المقياس	13
237	يبين مقياس درجات البدائل	14
237	يبين مستويات ودرجات المقياس	15
238	يوضح ابعاد الاستبيان	16
239	يبين نتيجة صدق الاتساق الداخلي للمحور الأول	17
241	يبين نتيجة صدق الاتساق الداخلي للمحور الثاني	18
242	يبين نتيجة صدق الاتساق الداخلي للمحور الثالث	19
243	يبين نتيجة صدق الاتساق الداخلي للمحور الرابع	20
245	يبين نتيجة معامل الصدق التمييزي للمقياس	21
246	يبين نتيجة ألفا كرونباخ للمحور الأول	22
246	يبين نتيجة ألفا كرونباخ للمحور الثاني	23
246	يبين نتيجة ألفا كرونباخ للمحور الثالث	24
247	يبين نتيجة ألفا كرونباخ للمحور الرابع	25
247	يبين قيمة معامل الارتباط بين نصفي المقياس	26
248	طريقة التصحيح الاستبيان بإعتماد على مقياس ليكرت الخماسي	27
253	يبين توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير النوع الاجتماعي	28
254	يبين توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير العمر	29

256	يبين توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير المهنة	30
257	يبين توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير اللغة المفضلة في المنشور	31
258	تحليل كل فقرة من فقرات المحور الأول	32
269	تحليل كل فقرة من فقرات المحور الثاني	33
279	تحليل كل فقرة من فقرات المحور الثالث	34
285	تحليل كل فقرة من فقرات المحور الرابع	35
305	وصف صفحة جمعية الشباب المثقف	36
309	وصف صفحة جمعية سيدرا على موقع الفايسبوك	37
312	وصف صفحة جمعية إنصاف	38
316	وصف صفحة جمعية التوعية والتكامل والتنمية بجاية	39
319	الهوية العددية للجمعيات	40
321	الهوية النشطة للجمعيات	41
323	الهوية التصريحية للجمعيات	42
328	يوضح حضور العناصر التعريفية في صورة غلاف الصفحة الرسمية للجمعيات الخيرية الأربعة	43
329	يوضح العناصر التعريفية في صورة المصغرة للصفحة الرسمية للجمعيات الخيرية الأربعة	44
330	يمثل لغة منشور	45
331	يمثل شكل شعار الجمعية	46
332	يمثل الوسائط المستخدمة في المنشور	47
333	فئة التطابق بين المحتوى والمنشور	48
334	فئة الإبداع في صورة الواجهة	49
335	فئة عدد الاعجابات على المنشور	50
336	فئة موضوع المنشور	51
338	فئة هدف من المنشور	52
340	فئة الجمهور المستهدف	53
341	فئة قيم المنشور	54
342	فئة أساليب الإقناع في المنشور	55
343	يمثل مجال الإستقطاب الإلكتروني للشباب	56
345	يمثل مجال التعبئة والإحتواء أثناء جائحة كورونا والحرائق	57
346	يمثل مجال المواطنة الرقمية	58
347	يمثل القطاعات ومشاهير التي تشارك الجمعيات المجال التشاركي	59
348	مجال المونتاج والفوتوشوب	60

349	يمثل مجال تقديم فرص ابتكارية للشباب	61
350	يمثل عدد أسماء المشاريع ومبادرات إنسانية بإسم الجمعية	62
352	يمثل أشكال الإعراف بدور الشباب الجمعية	63
353	يمثل أهم ممولين للنشاط الجمعية حسب المنشور	64
354	يمثل عدد مشاركات المرأة في نشاط حسب الصورة أو الفيديو المنشور	65
355	يبين كيفية إختبار الفرضية الأولى	66
357	يبين كيفية إختبار الفرضية الثانية	67
359	يبين كيفية إختبار الفرضية الثالثة	68
362	يبين كيفية إختبار الفرضية الرابعة	69

فهرس الأشكال		
الصفحة	مضمونة	الرقم
29	شكل يوضح الدراسات السابقة	01
55	شكل يوضح المقاربة النظرية كيف تشكل الجمعيات الخيرية للرأس المال الاجتماعي الافتراضي	02
57	شكل يوضح نموذج الدراسة	03
79	شكل يوضح نسبة استخدام فيسبوك في إفريقيا(الجزائر) 2021	04
79	شكل يوضح مستخدمين شبكات التواصل الاجتماعي من إجمال عدد السكان في الجزائر	05
79	شكل يوضح عدد مستخدمين الانترنت في الجزائر	5.1
79	شكل يوضح معدل التعليم لدي الأشخاص أكثر من 15 سنة	5.2
79	شكل يوضح مستخدمين موقع الفيسبوك عبر الهواتف النقالة واللوحات الرقمية	5.3
80	شكل يوضح استخدام إعلانات في لينكد ماسنجر وسناب شات	5.4
81	شكل يوضح استخدام هواتف ذكية للولوج الانترنت ذات الدفع المسبق	5.5
82	شكل يوضح استخدام التجارة الالكترونية	5.6
94	شكل يوضح مكونات الفيسبوك	6
123	شكل يوضح أنواع العمل التطوعي	7
187	شكل يوضح إستراتيجية الجمعيات الخيرية في استغلال مواقع التواصل الاجتماعي	08
192	شكل يوضح نسب تواجد المنظمات في مواقع التواصل الاجتماعي	09
206	شكل يوضح كيف يتشكل رأس المال الاجتماعي للجمعيات الخيرية	10
207	شكل يوضح إعادة إنتاج الفعل التطوعي للجمعيات الخيرية	11
208	شكل يوضح عناصر تفاعل ونشاط الجمعية	12
208	شكل يوضح العناصر الأساسية للجمعية	13
209	معايير SEO التي يكتب بها المحتوى الخيري على الفيسبوك	14
235	يبين توزيع افراد العينة الاستطلاعية	15
253	يبين توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير النوع الاجتماعي	16
255	يبين توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير العمر	17
256	يبين توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير المهنة	18
257	يبين توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير اللغة المفضلة في المنشور	19

ملخص الدراسة بالعربية

تهدف الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي وعلى رأسها الفايسبوك، في إعادة إنتاج الفعل التطوعي، كما سعت إلى معرفة درجة مساهمة هذه المواقع في نشاط الجمعيات الخيرية بمختلف أنواعها ونشاطها.

واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وتكونت عينة الدراسة من 343 منخرط في الجمعيات الأربعة الذين تم اختيارهم بطريقة قصدية في أماكن مختلفة من القطر الجزائري جمعية الشباب المثقف (وهران)، جمعية إنصاف (سطيف)، جمعية التوعية والتكامل والتكافل (بجاية)، وجمعية سيدرا (الجزائر العاصمة)، وتم تصميم استبيانين من طرف الباحث الأول استمارة استبيان والثاني استمارة تحليل محتوى لصفحة كل جمعية وتم التأكد من صدقه وثباته، كما تم إدخال البيانات ومعالجتها باستخدام SPSS وتم اعتماد على إختبار T .

وقد توصلت نتائج الدراسة إلى أن:

- ❖ يساعد الفايسبوك بدرجة كبيرة الجمعيات الخيرية في إعادة إنتاج هوية افتراضية جديدة في الجزائر .
- ❖ كما يساعد الفايسبوك بدرجة كبيرة الجمعيات الخيرية في إعادة إنتاج مجالات جديدة أعطت انتشار وشمولية للعمل التطوعي في الجزائر .
- ❖ يساعد الفايسبوك بدرجة كبيرة الجمعيات الخيرية في إعادة إنتاج ثقة جديدة بين الأفراد والجمعيات في الجزائر .
- ❖ للفايسبوك دور كبير في تحفيز الشباب على العمل التطوعي الجماعي في الجزائر .

الكلمات المفتاحية: الدور، مواقع التواصل الاجتماعي، الجمعيات الخيرية، الفعل التطوعي، إعادة إنتاج

ملخص الدراسة بالإنجليزية

Summary of the study:

The study aimed to identify the role played by social networking sites, especially Face book, in reproducing voluntary action.

The study was based on the descriptive approach, and the study sample was composed of 343 people involved in the four associations deliberately chosen in different places of the Algerian country, the Association of Intellectual Youth (Oran), the Ensaf Association (Sétif), the Association for Awareness, Integration and Solidarity (Bejaïa), and the Sidra Association (Algiers), and two questionnaires were designed by the first researcher, a questionnaire form, and the second was a content analysis form for each association's page, and its validity and reliability were confirmed.

The results of the study concluded that:

- ❖ Face book greatly helps charities to reproduce a new virtual identity in Algeria.
- ❖ Face book also greatly helps charities to reproduce new territories that have given the dissemination and comprehensiveness of volunteer work in Algeria.
- ❖ Face book greatly helps charities to reproduce a new trust between individuals and associations in Algeria.
- ❖ Facebook has a big role in motivating young people to do voluntary work in Algeria.

Keywords: role, social networking sites, charities, volunteering, reproduction.

مقدمة

مقدمة:

إن مصطلح الإعلام الجديد يلمس كل ما يخص العالم الافتراضي بداية بشبكة الأنترنت وكل ما تحمله من تطبيقات واستخدامات تلي حاجات الأفراد من حيث إشباع رغباتهم، وصولاً إلى كل الأدوات الرقمية والتطبيقات التكنولوجية الحديثة وكل ما يتم تجديده وإستحداثه في المجال الإلكتروني والذي يشهد التطور السريع والدائم في شتي المجالات خصوصاً المجال الإعلامي أو الإعلام التكنولوجي إذا ما أسقطناه على مسميات الإعلام الجديد المتعددة، كما تجدر الإشارة إلى أهم مميزات هذا الإعلام وهي التفاعلية، هذه الميزة جعلته ينتقل إلى درجات مطورة من التواصل والاتصال بين كل مستخدمي هذا الإعلام .

وتعد مواقع التواصل الاجتماعي أو الشبكات الاجتماعية مظهراً من مظاهر الإعلام الجديد التي انطلقت من رحم الأنترنت والوسائط المتعددة، هذه الأخيرة أصبحت مصدراً رئيسياً لجمع وتحليل وإنتقاء المعلومات وإعادة نشرها بين المستخدمين، حيث أصبحت العديد من الوسائل الإعلامية التقليدية تعتمد على مستجدات هذه الوسائط وتتزود منها بمعلومات دقيقة وذات مصداقية مباشرة من قلب الأحداث وعن طريق المواطن الذي أصبح المراسل للعديد من الوسائل الإعلامية، وهذا بالرجوع لأكبر مثال جائحة كورونا التي مست العالم وأحدثت التقلبات السياسية والاقتصادية والاجتماعية وحتى النفسية، حين كان للمواطن الدور الفعال في بث الأحداث من قلب الحدث ومباشرة عن طريق الفيديوهات والصور الحديثة التي تبث عبر وسائط الإعلام الجديد أو الإعلام الاجتماعي بمختلف أنواعها مثل: الفايسبوك، تويتر، اليوتيوب، السكايب، وغيرها من المواقع الاجتماعية.

هذا ما يبرهن التحرر وكسر الحواجز من قبل موقع الفايسبوك الاجتماعي الذي لم يعد يقتصر على بث وتبادل المعلومات فقط أو تكوين الصداقات أو الإهتمام بالمواضيع المشتركة بين المستخدمين، بل أعادي إنتاج مجالات جديدة لتشمل قضايا ذات أبعاد مختلفة مثل الأعمال التطوعية، وظهور العمل التطوعي الرقمي وخاصة من قبل الجمعيات الخيرية في الجزائر، وخاصة أثناء جاحة كورونا.

كما تأتي هذه الدراسة إذن في إطار الدراسات الاجتماعية التي تتكلم عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في إعادة إنتاج الفعل التطوعي لدى الشباب دراسة على بعض الجمعيات الخيرية النشطة عبر الفايسبوك من خلال توزيع استمارات على المنخرطين

ضمن الجمعيات المختارة للدراسة كما قمنابتحليل محتوى لما تقوم به هذه الجمعيات في فترة محددة وعليه فإن دراستنا مقسمة وبصورة منهجية إلى مقدمة وثمانية فصول.

الفصل الأول والموسوم بـ "الإطار النظري للدراسة" حددنا فيه إشكالية الدراسة وتساؤلاتها وفرضياتها، ثم عرجنا على أهمية الدراسة وأهدافها وأسباب اختيارنا لهذا الموضوع من خلال تسليط الضوء على مواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك عامة والفايسبوك والأهمية التي لعبها في التسويق الاجتماعي للجمعيات الخيرية، كما حاولنا إبراز أهمية وأهداف هذه الدراسة، ثم تطرقنا إلى إبراز المفاهيم المرتكزة عليها كمفهوم مواقع التواصل الاجتماعي والعمل التطوعي ومفهوم المجتمع المدني الذي تدخل الجمعيات الخيرية ضمنه، وبعدها تناولنا بعض الدراسات المشابهة لموضوع دراستنا.

أما الفصل الثاني فقد عنوانه بـ "مدخل سوسيولوجي لمواقع التواصل الاجتماعي" وتمحور موضوعه حول التطور التاريخي لمواقع التواصل الاجتماعي، دوافع استخدامها وخصائصها وأشكالها وأثارها وأهم تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي، وتطور مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمع الجزائري والعربي، وأهم استراتيجيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في 2020.

وتناولنا في الفصل الثالث الموسوم بـ "النموذج مواقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" تكلمنا فيه عن أهم شبكة اتصال وهي الفايسبوك ضبطنا فيها مفهوم الفايسبوك ونشأته، والسمات التي يتمتع بها عن باقي المواقع الاجتماعية الأخرى، وأسباب ودوافع استخدامها، وكيف يستخدم الشعب الجزائري الفايسبوك بين 2019 إلى 2020، وختامها أنفوغرافيا استخدام الفايسبوك في الجزائر سنة 2020/2019.

فيما يخص الفصل الرابع الذي تم عنوانته بـ "سوسيولوجيا العمل التطوعي" أهم العناصر المتعلقة بالعمل التطوعي، من تعريف العمل التطوعي ونشأته ثم أهميته، والأهداف التي يحققها العمل التطوعي مبرزين المجالات التي يكون فيها العمل التطوعي، ودوافع استخدامها من قبل الأفراد والجمعيات، وكيف تكون أشكاله والعواقب التي يواجهها العمل التطوعي ثم سلطنا الضوء عن العمل التطوعي الرقمي وحددنا مفهومه، أهميته، وخصائصه، ثم عرجنا على فلسفة العمل التطوعي في الجمعيات وأهم النماذج الرائدة في هذا المجال.

فيما يخص الفصل الخامس الذي تم عنونته بـ "المجتمع المدني والجمعيات الخيرية" فقد عالجنا فيه ماهية المجتمع المدني ونشأته وخصائصه ومؤسساته والعوامل التي تؤثر في المجتمع المدني ثم خصصنا مؤسسة من مؤسسات المجتمع المدني وهي الجمعيات الخيرية تعريفها ثم نشأتها وأنواعها ومجالات نشاطها مع أهدافها ثم معايير الجمعيات الخيرية وموارد تمويلها ثم واقع العمل الجماعي في الجزائر والمعوقات التي تتعرض لها الجمعيات الخيرية ودور الجمعيات في نشر ثقافة العمل التطوعي.

أما الفصل السادس والذي تم عنونته بـ "مواقع التواصل الاجتماعي وإعادة إنتاج الفعل التطوعي الجماعي" فقد عالجنا فيه مجالات تكنولوجيا الاتصال في الجمعيات الخيرية، وكيف تؤسس الجمعيات مشروع ناجح بخطوات محددة، بكسبها هوية رقمية في المجتمع الشبكي، كما حاولنا شرح الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في إعادة إنتاج الفعل التطوعي، ولخصناه في الأخير بمخطط يشرح معايير SEO التي يكتب بها المحتوى الخيري على الفيسبوك.

تضمن الفصل السابع الموسوم بـ "الإجراءات المنهجية للدراسة" فقد تم التطرق فيه إلى الأساليب المنهجية المستخدمة في الجانب الميداني، ممثلة في مجالات الدراسة المكانية والزمانية ثم منهج وأدوات المستخدمة في جمع البيانات، ثم عينة الدراسة وأخيرا عنصر المعالجة الإحصائية المتضمن أهم الأساليب الإحصائية التي استخدمها.

وأخيرا جاء الفصل الثامن المعنون بـ "عرض وتحليل وتفسير نتائج الدراسة" قمنا بعرض وتحليل ومناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات والدراسات السابقة وفي ضوء التراث النظري، وخلصنا في الأخير إلى جملة من النتائج العامة، ثم ختمنا بحثنا بخاتمة لخصت الجانب النظري والميداني وانتهت بأفاق مستقبلية.

الإطار النظري للدراسة

الفصل الأول : الاطار النظري للدراسة

أولاً: إشكالية الدراسة.

ثانياً:فرضيات الدراسة.

ثالثاً:أسباب الدراسة .

رابعاً:أهمية الدراسة.

خامساً:أهداف الدراسة.

سادساً:تحديد مفاهيم أساسية للدراسة.

سابعاً:الدراسات السابقة.

ثامناً:المقاربة النظرية للدراسة.

تاسعاً:نموذج الدراسة

أولاً: تحديد الإشكالية

لقد كان الإسلام ولا يزال سباقاً في إرشاد الناس إلى فضائل الأعمال متمثلاً ذلك بشخص الرسول(ص) ويتضح ذلك من خلال الآيات القرآنية والسنة المطهرة التي تدعو المسلمين للسعي والعمل والتي وصفتهم بأنهم السباقون في فعل الخيرات ، فالدين الإسلامي يتصف بالعموم والشمول والتوازن حيث لم يترك صغيرة وكبيرة إلا بينها وتناولها بكل رعاية واهتمام ومنها العمل التطوعي. (زينو و رندة،2007،ص: 02)

مع التطور الذي شهدته المجتمعات الحديثة في العقود الأخيرة من القرن العشرين تطورات كثيرة، أصبح فيها الفعل التطوعي مقبولاً اجتماعياً ورمزاً من رموز تطور وتحضر المجتمع المدني الفعال الذي ينشط في ميادين عديدة منها الاجتماعية والاقتصادية والرياضية والتعليمية والثقافية والمهنية والسياسية، ويرجع السبب في ذلك إلى عجز الحكومات على حل مشكلاتها وأزماتها، وعدم قدرتها على مجاراة الأوضاع والظروف التي أملتتها تعقيدات الحياة الاجتماعية، مما استدعى تدخل قطاع آخر عرف بالمجتمع المدني وذلك بمختلف مؤسساته من نقابات وجمعيات ونوادٍ وغيرها لحل هذه المشكلات هذا النمو في رأس المال الثقافي أعطى الشرعية وكامل الصلاحيات لمؤسسات المجتمع المدني.

الذي يعد هذا الأخير نسقاً وبناء اجتماعياً يتكون من مجموعة من المؤسسات تربطهم علاقات في مختلف المجالات لديهم الثقة ورغبة بالتعاون للقيام بنشاط معين يدخل في إطار العمل التطوعي والتضامن، باعتباره الضلع الثالث للتنمية بجانب الجهاز الحكومي والقطاع الخاص فإنه يعمل على تعبئة الرأس المال المادي من موارد والطاقات الاقتصادية والبشرية المعطلة، وإشراك مختلف الفئات والشرائح في خدمة الصالح العام، وقد تزايدت في المدة الأخيرة نشاطات منظمات المجتمع المدني وكان لها دور فعال في تطور المجتمعات، وخاصة التي تنشط في المجال الخيري الإنساني التطوعي والتزامها به، حيث خصصت من جهدها ووقتها ومالها للفئات الهشة والفقراء والمحتاجين ورعاية وحماية الطفولة والأيتام وذوي الاحتياجات الخاصة كما خصصت مجالاً للشباب وقضاياهم وحاولت أن تساعد المرأة الماكثة في البيت وحتى العاملة، والدفاع عن حقوق الإنسان، وتقديم الوعي الصحي، ونشر الثقافة البيئية، وتنمية الوعي الثقافي.... وغيرها وهذا من أجل تثقيف المجتمع وتطويره والرقى به نحو أعلى المراتب في شبكة من العلاقات أحدثت الاندماج الاجتماعي. (شاوش، 2015، ص: 11)

جعل من العمل التطوعي يدمج في الدول المتقدمة ويزول كمهنة تتطلب من منتسبيها درجة عالية من الإنسانية وتجسد أفعالها في الواقع من خلال التعاون و تقديم مساعدات للفئات الخاصة في المجتمع ويعتبر الفعل التطوعي خاصية من خصائص المجتمع المدني الفاعل وسمة من السمات الأساسية للحركة الجموعية، لما لها من دور في مساعدات الأجهزة الحكومية ذات العلاقة المباشرة بالخدمات المقدمة لأفراد المجتمع كما كونت الجمعيات الخيرية شبكة من العلاقات الاجتماعية التطوعية ونشرت روح التعاون والعمل الجماعي بين المتطوعين، بما يفيد في تنمية الشعور بالمسؤولية الاجتماعية لدى الأفراد وتوعية المواطنين بالإدماج والمشاركة في تفعيل عمل مؤسسات المجتمع المدني بكثرة في الآونة الأخيرة بالعمل التطوعي (بلعري، زوقاي، 2020، ص: 02).

كما خصصت منظمة الأمم المتحدة في قرار رقم 212/40 الصادر في ديسمبر 1985 يوم الخامس من ديسمبر يوما علميا للتطوع وإضافة مصطلح جديد للرأس المال الثقافي، تكريما لأهميته ودعما لدوره في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، ومن هنا جاءت هذه الفكرة اليوم العالمي للتطوع لتحفيز سياسات الأعمال التطوعية وتوسيع شبكتها للوصول إلى الأهداف. (الأمم المتحدة، 1985، ص: 01)

مع تطور العالم الحاضر وتعايشه منذ بداية الثلث الأخير من القرن الماضي حتى وقتنا الحالي في حالة توصف أنها مذهلة من التطور الكبير في مجال تقنيات الاتصال التكنولوجي هذا النمو في رأس المال الثقافي قد أحدث تطورا كبيرا كانت له انعكاسات كبيرة على مناحي الحياة الثقافية والتعليمية والسياسية والاقتصادية وكافة المجالات الحياتية الأخرى ففي خضم هذا التطور التكنولوجي أصبح العالم قرية صغيرة كما قال ماركسهاون وتساقطت عوائق الزمان والمكان في الاتصال وانبثق المجتمع الافتراضي الذي يعد تطورا تقنيا للثورة الاتصالية والمعلوماتية ، وهذا القبول الاجتماعي ما دفع إلى تأسيس نمط جديد من التواصل التعامل التفاعل والتآلف والمؤانسة الاجتماعية ضمن سياق افتراضي ممارس على مستوى منصات مواقع شبكات التواصل الاجتماعي والحصول على المعرفة بسهولة وبساطة وأصبحت الشعوب والدول قريبة من بعضها البعض بفعل السبق العلمي التكنولوجي الذي أعطى شرعية لهذه المواقع فقد جعل من الكيانات المختلفة على المستوى العالمي ونقلها من حيز المحدود إلى آفاق غير محدودة وفي ظل هذا التفاني السريع والمتلاحق توسطت تكنولوجيا الأنا الحياة اليومية وكان لها من الأهمية بمكان فتغلغت في عمق الحياة الثقافية والاجتماعية للأفراد والجماعات فعدت من أكثر الممارسات اليومية شيوعا واستخداما وكان لها من الأهمية والانتشار والاستمرارية على غرار (طبيعي، 2015، ص: 593).

من بين مواقع تواصل اجتماعي التي ذاع صيتها الفايسبوك الذي اتسع نطاقه بشكل أكبر ليصبح أكثر انتشارا وشيوعا واستخداما وهذا لما يتمتع به من خصائص تميزه عن الخدمات الأخرى التي تقدمها الشبكة ، والملفت للانتباه اهتمام الأفراد ولا سيما الشباب بهذه المواقع وخاصة الجمعيات الخيرية التطوعية والتي تتيح لهم فرصة التواصل والتفاعل المباشر مع الأفراد وخاصة في نشر ثقافة التطوع والقيم المدنية بتقديم مقاطع الفيديو والصور وإجراء محادثات فورية ودورات تعليمية وغيرها من الخدمات ومن هذا المنطلق نجح الفضاء السبيري الرمزي الذي شكله الفايسبوك في جمع شتات الأفراد وتشكيل شبكة من العلاقات ينتمون إلى هويات مختلفة تجمع بينهم اهتمامات وقواسم مشتركة وميولات موحدة في مجتمع رأس مال افتراضي ويمثل بذلك منصة قوية للعمل الخيري التطوعي وجذب الشباب لفعل الخير واعتبر مجالا رقميا تستعرض فيه الجمعيات أي الفاعلين الاجتماعيين ذويهم ليتعرف عليهم المستخدمين الآخريين لغرض التعاون والتواصل والتفاعل والتآلف الرقمي وجمع مساعدات في الأيام العادية أو المناسبات الدينية من رمضان والأعياد... الخ .

هذا التطور السريع نتجت عنه ثقة بين الجمعيات ومواقع التواصل الاجتماعي جعل لكل جمعية معلومات محدثة على هذه المنصات وهي عبارة عن بيانات رقمية التي تحرص الجمعية على إنشائها عند الاتصال مع أفراد أو جمعيات مثل البريد الإلكتروني، رقم الهاتف، عنوان IP ، واستعراض صور رمزية تمثل الجمعية مثل شعار الجمعية واسمها.

والجزائر كغيرها من الدول العربية التي شهدت تحولات وتغيرات سياسية أخرجتها من سياسة نظام الحزب الواحد الذي قيدها لسنوات إلى سياسة التعددية الحزبية والتي انعكست عليها في جميع النواحي الاجتماعية والاقتصادية وقد أخذ مسار التحول نحو الديمقراطية حيث مهدت هذه الأحداث لبروز طاقات بشرية طموحة في جميع المجالات، هدفها هي ترقية العلاقة بين الجمعيات والشباب وغرس مبدأ المشاركة وتبادل الأفكار مع المواطنين في تنظيمات وجمعيات مختلفة بما فيها الجمعيات الخيرية، وقد ظهرت جمعيات عدة في الجزائر وتنوعت منها جمعيات دينية، جمعيات رياضية، ثقافية، صحية، جمعية أحياء... الخ وحسب الإحصاء الذي قدمته وزارة الداخلية والجماعات المحلية على موقع أخبار اليوم أنه يوجد 1600 جمعية وطنية ويوجد على المستوى الولائي أكثر من 33 ألف جمعية وعلى المستوى البلدي أكثر من 59 ألف جمعية ولكن معظم هذه الجمعيات غير فعالة (أخبار اليوم، 2020، ص: 01) ويبدو جليا بأن المجتمع الجزائري من بين المجتمعات العربية والعالمية التي تأصلت التكنولوجيا فيها عن طريق ممارسات أفرادها اليومية واهتمامهم المتزايد بمثل هذه الوسائل التواصل الاجتماعي المختلفة وخاصة الفايسبوك، مما تتطلب على الجمعيات الخيرية الجزائرية أن تسير هذا التطور وتعيد إنتاج فعل تطوعي جديد يكون مناسب لمثل هذه الأوقات ونوع

الأفراد، فكان الشغل الشاغل للجمعيات أن يكون لها مجال افتراضي تتقاسم فيه مع الجمهور أهم أنشطتها ومشاريعها لتكسره حاجز الزمان والمكان حتى تحاكي واقعها الحقيقي في الفضاء السيبراني الافتراضي وحتى تجدد وتعيد إنتاج ثقة بينها وبين الجمهور وحتى مع الدولة عن طريق المعلومة المصورة يكون أبطالها الشباب والشابات أطفال وشيوخ وبدو وحضر داخل وخارج الوطن.

من أبرز مظاهر التكافل والتضامن للجمعيات عبري مواقع الافتراضية هي مشروع شارك الذي قدمته جمعية سيدرة في 2017 ويضم أكثر من 50 جمعية موزعين على كامل التراب الوطني ومن أحسن الجمعيات الخيرية الشبانية حتى تتمكن من لعب دور فعال في التنمية على المستوى المحلي والوطني، وهو برنامج يعزز التعاون والحوار بين جمعيات الشباب فيما بينها ومع السلطات المحلية في الجزائر، ويهدف كذلك هذا البرنامج إلى تعزيز تدخل منظمات الشباب بشكل فعال ومستدام في تطوير ومراقبة السياسات والبرامج المحلية والوطنية المتعلقة بالشباب والممارسة الفعالة في الحياة العامة في الجزائر، وإجراء اجتماعات تنسيقية عبر مواقع التواصل الاجتماعي فأصبح هناك اجتماع افتراضي يقام من خلال الزوم. (<https://algerie-sharek>)

كل هذه الأنشطة التي قدمتها الجمعيات استخدمت مواقع التواصل الاجتماعي في تسويق للعمل التطوعي وعلى رأسها الفيسبوك وهذا ما سهل عمل المتطوعين والتواصل مع الفئات المستفيدة والفئات المانحة بالإضافة إلى تسهيل فرص الالتقاء وتبادل الآراء والاندماج الاجتماعي وتحديد الأهداف وإعداد والتخطيط للبرامج الخيرية التطوعية.

وانطلاقا مما سبق وبناء على الأهمية الكبيرة التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي للعمل التطوعي الجماعي وعلى رأسها الفيسبوك في التنمية المحلية والوطنية الشاملة، فإن الإشكالية التي تسعى دراستنا إلى بحث فيها تتمثل في توضيح مدى إسهام ودور مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة الممثلة في الفيسبوك كنموذج له في إعادة إنتاج وتفعيل وتطوير العمل التطوعي في الجزائر وعليه جاء التساؤل الرئيسي كالآتي:

ما هو دور مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) في إعادة إنتاج الفعل التطوعي لدى الشباب في الجزائر؟

وتندرج عنه هذه التساؤلات الفرعية الآتية؟

1- ماهي إسهامات الفيسبوك في إعادة إنتاج هوية افتراضية جديدة للجمعيات الخيرية في الجزائر؟

2- ماهي إسهامات الفيسبوك في إعادة إنتاج ثقة جديدة بين الأفراد والجمعيات الخيرية في الجزائر؟

3- ماهي إسهامات الفايسبوك في إعادة إنتاج مجالات جديدة أعطت الانتشار والشمولية للعمل التطوعي الجماعي في

الجزائر؟

4- ماهي إسهامات الفايسبوك في تحفيز الشباب على العمل التطوعي في الجزائر؟

ثانيا: فرضيات الدراسة

بعد طرح سؤال البحث، كمرحلة أولى من مراحل تحديد المشكلة، يبقى الانتقال إلى عملياته هذه الإشكالية العلمية، عن طريق تحويل سؤال البحث إلى فرضية، حيث إن سيرورتها تسمح بالانتقال من سؤال البحث الذي يتميز بالعمومية والتجريد إلى السلوكيات والممارسات في حد ذاتها والتي تسعى إلى ملاحظتها في الواقع، وهكذا تنتقل من الجانب المجرد إلى الجانب الملموس للبحث.

(موريس ، 2004، ص:50)

وهذا من خلال الرابط بين متغير مواقع التواصل الاجتماعي، ومتغير إعادة إنتاج الفعل التطوعي لدى الشباب، ودراسة تأثير المتغير الأول في المتغير الثاني ومحاولة استخراج وتحديد كيف تم إعادة إنتاج الفعل التطوعي.

في ضوء الإشكالية المقترحة جاءت الفرضيات التالية:

1. يساهم الفايسبوك بدرجة كبيرة في إعادة هوية افتراضية جديدة للجمعيات الخيرية في الجزائر.
2. يساهم الفايسبوك بدرجة كبيرة في إعادة إنتاج ثقة بين الأفراد والجمعيات الخيرية.
3. يساهم الفايسبوك بدرجة كبيرة في إعادة إنتاج مجالات جديدة أعطت انتشارا وشمولية للعمل التطوعي الجماعي في الجزائر.
4. يساهم الفايسبوك بدرجة كبيرة في تحفيز الشباب على العمل التطوعي في الجزائر.

ثالثا: أسباب الدراسة

إن أي دراسة علمية لا تنطلق من فراغ بل لها من الخلفيات ما يشكل جملة من الأسباب سواء كانت موضوعية أو ذاتية من شأنها إن تدفع الباحث وتحفزه في بحثه وتكشف الحقائق العالقة في ذهنه، ويهدف أي باحث من خلال المرحلة العلمية التي يمر بها البحث العلمي إلى تكوين تراث علمي وثقافي يستفاد منه وتكمن أهم خطوة تمر بها الدراسة هي اختيار مشكلة الموضوع التي

تكون محصلة لجملة من الأسباب التي لها علاقة مباشرة بموضوع الدراسة الذي يتناول الفعل التطوعي في ظل التطور التكنولوجي وظهور وسائل التواصل الاجتماعي وعلى رأسها الفايبروك، وقد أثبتت الدراسات والبحوث الاجتماعية الحديثة أن خدمة الفرد والجماعة جزء من تاريخ العمل الاجتماعي، ذلك أن تحقيق عوامل الرفاهية والاستقرار للأفراد والمجتمع تُبنى من خلال المشاركة المجتمعية للأعضاء المجتمع في مختلف الأنشطة الإنسانية وكذا مساهمتها في العمل التطوعي بطرقها وأساليبها المتعددة من الأشكال التقليدية والبسيطة حتى شكلها الحديث ومع التطور الذي صاحب البشرية عرف الفعل التطوعي إعادة في إنتاج والتجديد يساير به هذا التطور كما كان له الانعكاس المباشر على الأفراد والجماعات، مما يشد الاهتمام بالموضوع أيضا وعليه دعتنا حاجة ملحة لاختيار موضوع من مواضيع الساعة وهو الفعل التطوعي في ظل التطور التكنولوجي وظهور وسائل التواصل الاجتماعي وعموما يخضع موضوع الدراسة إلى جملة من الأسباب والاعتبارات الذاتية والموضوعية تجعل الباحث يختار الموضوع الذي بإمكانه دراسته علميا.

أ- المستوى الذاتي:

- التطوع هو عبارة عن حاجة إنسانية قبل أن يكون ظاهرة اجتماعية قابلة للدراسة السوسولوجية كونه يرتبط بتقديم المساعدة للآخر وعنصر من العناصر المشكلة للانتماء الاجتماعي.
- الرغبة في دراسة الموضوع بشكل عميق.
- اهتمامنا بالتكنولوجيات الحديثة واستخدامها خاصة لمواقع التواصل الاجتماعي.
- أصبح للفعل التطوعي أهمية كبيرة خاصة مع التغيرات الاجتماعية والثقافية والمختلفة داخل المجتمع وهذا باعتباره شكلا من أشكال تقديم الخدمة الاجتماعية، وجزءا من الهوية الفردية والجماعية.
- معرفة كثرة اهتمام الشباب بمواقع التواصل الاجتماعي نحو العمل التطوعي.

ب- المستوى الموضوعي:

- أهمية الموضوع من الناحية العلمية والعملية والاجتماعية
- النقص الكبير في الدراسات السوسولوجية الخاصة بهذا الموضوع ويعتبر بحثنا هذا مجالا لفتح دراسات وبحوث أخرى مستقبلا.

- التعرف على كيفية تعامل الشباب مع مواقع التواصل الاجتماعي من المواضيع المهمة من حيث تطبيقها في بلادنا.
- جدية وحداثة الموضوع إذ يرتبط موضوع الدراسة بالتكنولوجيات الحديثة وتأثيرها في العمل التطوعي.

رابعاً: أهمية الدراسة

تتوقف أهمية أي بحث على أهمية الظاهرة الاجتماعية المدروسة وقيمتها العلمية والعملية، ومدى إسهامها في إثراء المعرفة النظرية من جهة والميدانية من جهة أخرى، وما يمكن تحقيقه من نتائج يمكن الاستفادة منها وتكمن أهمية الموضوع في حداثة وسائل الشبكات التواصل الاجتماعية وكثرة مستعمليها، ومع انتشار استعمال هذه المواقع الحديثة في الجمعيات الخيرية التطوعية بامتلاكها صفحة على الشبكة السببيرة الفايبيوك التي أصبح استخدامها إجباري كوسيلة اتصال مع الجمهور والوصول مع الجمهور المنشود بأسرع طريقة والتفاعل معه.

وتكمن أهميتها أيضا في رصد التطورات الجديدة في مجال الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي إضافة إلى إسهام الدراسة في تطوير معارف جديدة، وتسهيل عملية الاتصال وفتح أبواب الانخراط وزيادة الثقة وتعزيز صورة العمل التطوعي.

وتكمن أهميتها أيضا في اعتمادها على دراسة ميدانية واقعية وبذلك يمكن أن تكون أساسا للدراسات الأخرى مستقبلا، ومساهمة في تفعيل الممارسة التطوعية اليوم ويمثل مطلبا اجتماعيا واقتصاديا وثقافيا، واتساع نطاق ممارسة الفعل التطوعي باختلاف أنماط العمل به بحسب طبيعة المجتمع وثقافته وتقديم قيمة علمية عن دور العمل التطوعي في خدمة المجتمع.

خامساً: أهداف الدراسة

نهدف من خلال هذه الدراسة إلى الإجابة عن التساؤل الرئيسي المطروح في الإشكالية والتعرف على دور مساهمات مواقع التواصل الاجتماعي الفايبيوك بالتحديد في إعادة إنتاج الفعل التطوعي للجمعيات الخيرية في الجزائر، وبناء على هذا هدفت الدراسة إلى:

- التعرف على واقع دور وسائل التواصل الاجتماعي وخاصة الفايبيوك في إعادة إنتاج فعل تطوعي جديد في الجزائر.
- التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في إعادة إنتاج ثقة بين الأفراد والجمعيات الخيرية.
- التعرف على الهوية الافتراضية للجمعيات النشطة عبر الفايبيوك.
- التعرف على الأنشطة والمجالات الجديدة التي أعادى الفايبيوك إنتاجها.

- التعرف كيف استطاعت مواقع التواصل الاجتماعي والفايسبوك بتحديد في تعزيز اهتمام الشباب بالعمل التطوعي.
- ومعرفة إن كان للفايسبوك دور في الانتشار والشمولية للجمعيات الخيرية.
- إثراء البحث العلمي في مجال الدراسات الاجتماعية المتعلقة بالعمل التطوعي، وخاصة في ظل قلة الدراسات المتطرفة لمواقع التواصل الاجتماعي والعمل التطوعي في الجزائر.
- محاولة التعرف على الجمعيات الخيرية الفاعلة بالمنطقة مجال الدراسة، والتعرف على مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما لدى الجمعيات الخيرية، وتتبع تطورها تاريخيا .

سادسا: تحديد المفاهيم الأساسية للدراسة

1. الدور

أ- لغة: الدال والواو والراء أصل واحد يدل على إحداق الشيء بالشيء من حوالبه. يقال دار يدور دورانا. والدواري: الدهر، لأنه يدور بالناس أحوالا. (أبي الحسين، 1979، ص: 310)

ب- اصطلاحا:

مفهوم الدور عند رالف لينتون: اعتبره جملة المهام والواجبات والحقوق وكذا السلوك وكذا السلوك المرتقب من الفرد أو المنظمة في موقع اجتماعي معين. (بوصنوية، 2011، ص: 24)

يعرف جميل صليبا الدور (2011) فيقول: الدور في المنطق علاقة بين حدين يمكن تعريف كل منهما الآخر، أو العلاقة بين شرطين يتوقف ثبوت أحدهما على ثبوت الآخر. (بغداد، 2011، ص: 19)

ج- الإجرائي:

- هو الدور الاجتماعي الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفاييسبوك لمختلف مؤسسات المجتمع المدني وبالأخص الجمعيات الخيرية في مختلف المجالات الثقافية والتربوية الاجتماعية والسياسية والنفسية ضمن ما يتاح لها من فرص لامتلاك الوسائل والموارد والاستقلالية للقيام بأداء أنشطة وتقديم خدمات لصالح فئة الشباب.

مواقع التواصل الاجتماعي:

لغة: يعرفها قاموس التكنولوجيا الرفيعة **Higt-Tech Dicionary** اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة"

اصطلاحاً: هو موقع إلكتروني للتواصل الاجتماعي، وقد عرف موقع ويب أو بيديا هو الموقع الإلكتروني يخول مستخدميه إنشاء ملفات شخصية ونشرها بشكل علني عبر ذلك الموقع وتكوين علاقات مع مشتركين آخرين على نفس الموقع يكون بإمكانهم الدخول إلى ملفاتهم الشخصية. (ليلي ، 2012، ص:51)

هي مواقع إلكترونية تقدم لمستخدميها مجموعة من الخدمات متعددة الخيارات مثل المحادثة الفورية والالكترونية ومشاركتها مع الآخرين. (الفصل، 2014، ص:65)

كما تعرف شبكات الاجتماعية (Social Media Web) على أنها "هي مواقع الانترنت التي يمكن للمستخدمين المشاركة والمساهمة في إنشاء أو إضافة صفحاتها بسهولة" (يوسف المقدادي، 2013، ص:24)

إجرائياً: هي أكبر تجمع من الوسائط والمواقع عبر العالم الافتراضي ضمن شبكة (الانترنت) الويب تتيح للأشخاص الذين يتشاركون الاهتمامات نفسها و الاجتماع معا، وتظهر على شكل تبادل المعلومات وصور والفيديوهات أو الاتصال مع الأصدقاء والعائلة والزلاء الحقيقيين أو الافتراضيين كما تتيح فتح حسابات شخصية افتراضية سواء كانت وهمية أو حقيقية .

3. الفايسبوك:

ويعرف قاموس الإعلام والاتصال **dictionary of media and communication** موقع خاص بالتواصل الاجتماعي أسس عام 2004 ويتيح نشر الصفحات الخاصة **profil** وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين لكنه اتسع ليشمل كل الأشخاص. (Marcel , 2009p 117)

هو موقع إلكتروني للتواصل بين المستخدمين حول العالم ومناسب لأي شخص قادر على إنشاء موقع له في حساب الفيسبوك بسهولة وبدون مقابل مادي ويهدف الموقع إلى ربط بين الأصدقاء و التعرف على أصدقاء جدد أو البحث عن أصدقاء الدراسة،

هذه الشبكة تتيح للمستخدمين الاتصال بالأعضاء الذين هم في الشبكة نفسها ويمكن لهم أن يضيفوا أصدقاء إلى صفحاتهم الشخصية. (الأنصاري، 2012، ص: 10)

ومن خلال ماسبق يمكن أن نعرف face book: هو موقع من مواقع التواصل الاجتماعي يخول للجمعيات الخيرية إنشاء صفحة رئيسية وتشكيل هوية افتراضية، تحمل معلومات مفصلة عن الجمعية يعطيها هوية تصريحية، كما يعتمد على ربط الجمعيات مع بعضهم البعض بشبكة افتراضية تضم مجموعة من الأصدقاء تكون ضمن اهتمامات ومصالح مشتركة، كل منهما يقدم مجال مشاهدة افتراضي، يعرض فيه كل ما يريده وبالطريقة التي يجدها، ويستخدمه من اجل الدردشة وتكوين صداقات ورسائل الشخصية. واهم التطبيقات الموجودة عبر الفايس بوك هي الصور، مجموعات دردشة، وصفحات، والعباب، وروابط وغيرها.

وهو فضاء لممارسة نشاط الجمعيات الخيرية وإبراز هوياتهم الافتراضية، أصبح مجالاً اجتماعياً افتراضياً يتشكل من خلال الفضاء العمومي الافتراضي بكل تداعياته

إجرائياً: هو موقع افتراضي متاح ومتوفر لدي كل فئات وشرائح المجتمع، نستطيع من خلاله تحقيق حاجات مختلفة ومتنوعة، وله استخدامات متعددة، كالتواصل وتبادل الفيديوهات، وتطراً عليه تحديثات مستمرة تواكب تطور الأحداث المتصاعدة وهو من أكثر وسائل التواصل استعمالاً من قبل الجمعيات الخيرية لسهولة توفره واستخدامه من جميع الفئات المجتمع ويقدم مشاهدة وهوية افتراضية للجمعية .

4. العمل التطوعي

-العمل:

أ- لغة: مفرداً عمل والعمل هو المهنة والفعل، عمل عملاً، وأعلمه غيره واستعمله. (ابن منظور، 1956، ص: 475)

ب- اصطلاحاً: هو توفير الجهد الجسماني، والعقلي، والعاطفي اللازم لإنتاج السلع والخدمات، سواء للاستهلاك الشخصي، أو لكي يستهلكها الآخرون، وينقسم العمل المنتج إلى ثلاث فئات رئيسية هي نشاط النشاط الاقتصادي أو العمالة، والأنشطة المنزلية غير مدفوعة الأجر وكذلك أنشطة قضاء وقت الفراغ، والخدمات التطوعية التي يقدمها الفرد لمجتمعه المحلي.

(مارشال، 2000، ص: 1034)

ج- إجرائي: هو كل فعل أو نشاط يقوم به شخص أو مؤسسة يعود بالنفع على الفرد والمجتمع ويكون بدون مقابل وقد تجده في مجال التربوي أو الثقافي أو الصحي أو السياسي وحتى الاجتماعي.

5. مفهوم المتطوع:

في اللغات الأجنبية هناك تداخل لمصطلح الفاعل بالعمل التطوعي ففي اللغة الفرنسية يقال Bénévole و Volontariat يوجد تباين بين هذين المصطلحين Bénévole متطوع هي كلمة لاتينية تشير قيام شخص بشيء بطيبة خاطر، يريد ويسعي إليه جاهدا وهذه الأفعال التي يقوم بها يغلب عليها الطابع الاجتماعي لا يتلقي مقبلا ماديا أو أجرا والمتطوع يقوم بفعله أما فرديا أو جماعيا.

المتطوع بمعنى Volontaire المشتق من الأصل اللاتيني Voluntarius الذي يشير إلى إرادة وهو يدل على شخص يتصرف من تلقاء نفسه، وبطريقة يريدتها، ولكن من الممكن إن يتحصل المتطوع على تعويض مادي.

(بوخريص، 2016، ص: 133)

6. التطوع:

لغة: كلمة مأخوذة من الفعل طوع، وهو ما تبرع ب هبه من ذات نفسه مالا يلزمه فرضه وبالشئ التبرع به. (ابن منظور ، 1956، ص: 343)

اصطلاحا: طاعة غير واجبة، ويسمى تطوعا، لان فاعله يفعل تبرعا من غير أن يؤمر به حتما. (الغامدي، 2009، ص: 10)

إجرائي التطوع: هو الجهد الذي تبذله مؤسسات مجتمع المدني وخاصة الجمعيات الخيرية في تقديم الرعاية الاجتماعية وكذلك خدمة إنسانية وطنية تهدف إلى حماية الوطن وأهله من أي خطر وتوسعي الجمعيات الخيرية بأعمالها لخلق روح إنسانية تعاونية بين أفراد المجتمع الواحد والمجتمعات المختلفة.

يعرف القاموس الفرنسي نجد مصطلحين يشتركان في بعض الخصائص أو مصطلح هو le bénévolé الذي هو "عبارة عن الشخص الذي يفعل الشيء بلا إكراه وبصفة مجانية".

أما المصطلح الثاني le volontaire "وهو الشخص الذي يقدم خدمات بشكل إرادي" ركز مصطلح volontaire ركز على الفعل الإرادي الذي لا يوجد فيه إكراه بينما مصطلح bénévolé فيعبر بصفة أكثر عن فعل وعمل مجاني دون قصد ربح مادي. (زوقاي و معتوق، 2021، ص:03)

العمل التطوعي: هو تقديم العون والنفع إلى الشخص أو مجموعة أشخاص، يحتاجون إلى مساعدة دون مقابل مادي أو معنوي، سواء كان التبرع مالياً أو برأي، أو بعمل، أو بالتمويل وهو عمل خيري في كل جوانبه.

(حمزة، 2015، ص:25).

اصطلاحاً: تعريف احمد شفيق السكري: التطوع هو توظيف والاستفادة من الأفراد والجماعات غير مدفوع الأجر في تقديم خدمات إنسانية خارج إطار المؤسسات الحكومية. (أبو النصر، 2016، ص: 19)

إجرائياً: هي المهام التطوعية التي تقوم بها الجمعيات الخيرية وبصورة كلية أو في جزء منها خلال شبكة المعلومات الدولية الانترنت خاصة الفايسبوك، سواء من البيت أو من العمل ويعرف أيضا باسم التطوع الالكتروني والتطوع أون لاين.

7. الفعل: حيث يقول علماء الاجتماع بأن الفعل يصبح اجتماعياً عندما يتصرف الفاعل بطريقة معينة تؤثر على تصرف الآخرين والتصرف الاجتماعي هو أساس التفاعل الاجتماعي.

8. مفهوم الفعل التطوعي: هو ظاهرة اجتماعية صحية تحقق الترابط والألفة والتآخي بين أفراد المجتمع.

الفعل التطوعي عند ماكس فيبر: أول من استعمل مصطلح الفعل الاجتماعي في علم اجتماع عندما أراد أن يكون هذا الاصطلاح القاعدة الأساسية للنظرية الاجتماعية فقد قسم فيبر الفعل أو السلوك الاجتماعي إلى ثلاثة أنواع من السلوك هو السلوك الاجتماعي التقليدي والسلوك الاجتماعي الانفعالي والسلوك الاجتماعي العقلي.

ومن وجهة نظري يدخل الفعل التطوعي ضمن ثلاث سلوكيات التي تكلم عليها ماكس فيبر فان الفعل التطوعي يدخل ضمن تراث المجتمع الجزائري وعاداته وتقاليده مثل ماهو موجود في المجتمع القبائلي أو ما يسمى بالتوزيع أو الأعراس الجماعية التي تقام في ولاية غرداية للفقراء والمحتاجين... الخ ويدخل ضمن الفعل العقلي فان العمل التطوعي يساعد الدول على التقدم ويقلل من نسبة

الفقر وهو مؤشر على تطور الدول وهو يجمع الفعل العاطفي الذي يتكلم عن الأنفة الشعب الجزائري العربي المسلم الذي يغير على وطنه من خلال مساعدة المسلم لأخيه المسلم

التعريف الإجرائي للفعل الاجتماعي التطوعي: هو كل عمل مبدول من قبل أفراد منتسبين لجمعية خيرية خاصة أيام جائحة كورونا وحرائق الغابات، وقد يكون هذا الفعل إما مالي أو بدني أو عيني، أو فكري بلا مقابل ويعود بالفائدة للمجتمع، للتقليل لأضرار ورفع معاناة المجتمع المنكوب .

التعارف المدرجة سابقا يمكن استقراء الأشياء التي يركز عليها الفعل التطوعي والمتمثلة كالتالي:

الفعل التطوعي ينبعث من إرادة الفرد ويبرز الاختيار الحر للعمل وقناعة في مشاركة الآخرين طواعية من منطلق الشعور بالمسؤولية.

- هو جهد إنساني يبذل من قبل أفراد المجتمع.
- هو فعل لا يقابله عائد مادي.
- هو فعل يبني على خبرات ومهارات متراكمة لدي القائم بفعل التطوع.
- هو رمز للإدارة الديمقراطية للاختلاف والتنوع في المجتمع.

للفعل التطوعي شكلين وهما:

الفعل التطوعي الفردي: الذي هو سلوك اجتماعي يمارسه الفرد برغبة منه، ولا ينتظر منه عائد مادي حيث يقوم على اعتبارات أخلاقية ودينية واجتماعية أو إنسانية.

الفعل التطوعي المؤسسي: وهو أكثر تقدما من الفعل التطوعي الفردي وأكثر تنظيما وأوسع تأثيرا في المجتمع يتم من خلال تنظيمات مرنة هي جمعيات المجتمع المدني التي تعمل على توجيه مشاركة الأفراد في مختلف الأنشطة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية و البيئة وتنظيمهم في جماعات أكثر قوة لأحداث التغيير المرغوب وعليه فالنشاط التطوعي مرتبط بالنشاط

الجموعي. (خروي، 2016، ص: 189.188)

9. مفهوم التطوع الإلكتروني: تعرف الأمم المتحدة التطوع الإلكتروني بأنه التطوع كلياً أو في أي مرحلة من مراحل العمل التطوعي من خلال الانترنت في المنزل أو العمل أو الجامعة أو مقهي الانترنت أو أي مكان آخر. (بدرى ومحمد، 2021، ص: 121)

التعريف الإجرائي للتطوع الإلكتروني: هو كل فعل تطوعي يمارس من قبل الجمعيات الخيرية إما كلياً أو جزئياً عن طريق شبكة الانترنت وغير محدد المكان قد يكون في المنزل أو الجامعة أو عن طريق كمبيوتر أو جهاز آخر مثل هاتف الذكي وله العديد من الأسماء التطوع الرقمي أو التطوع عن بعد أو التطوع عبر الانترنت.

10. مفهوم الإنتاج:

قد تعددت مفاهيم وتعريفات الإنتاج ولكن ينظر إليه بالإجمال من الناحية الاقتصادية ليشير إلى خلق المنافع ومن هذا الخصوص يمكن تعريفه بأنه:

النشاط الذي يختص باستخدام الموارد الاقتصادية بطريقة رشيدة لخلق المنافع المختلفة، كالمنفعة الشكلية والمكانية والزمانية وغيرها، ويقصد بالمنفعة الشكلية والمكانية والزمنية إدخال تغيير على الموارد لتحويلها من شكل إلى آخر، أو بنقلها من مكان إلى آخر، أو من وقت إلى آخر بحيث يترتب على هذا التغيير زيادة في قيمتها أو منفعتها.

أما من الناحية الاجتماعية يعرف الإنتاج بأنه النشاط الذي يحدث تغيراً في قطاعات المجتمع ويؤدي إلى تغييراً في قطاعات المجتمع ويؤدي إلى تغيير في مستوى المعيشة ويقصد بقطاعات: قطاعاً لصناعة، قطاعاً للزراعة، قطاعاً للتجارة، قطاعاً للخدمات.

(الحشاب، 1998، ص: 71)

مفهوم الإجرائي للإنتاج:

هو محصلة من نتاج المادي الناجم عن الممارسات تؤدي لغايات وإشباع حاجات مادية أو معنوية.

11. مفهوم إعادة إنتاج:

إن مفهوم إعادة الإنتاج في معناه السوسولوجي يرجع وجوده لكارل ماركس والعمليات الاقتصادية الموصوفة من قبل ماركس بأنها عمليات إعادة الإنتاج بسيطة تتميز بدوام الإنتاج واستقرار علاقات الإنتاج، يتم استبدال الأفراد زمنيا ولكن النظام يعيد إنتاج بنفسه بشكل مماثل.

يسمي ماركس عملية معينة بأنها عملية إعادة إنتاج موسعة عندما يكون الإنتاج متناميا ولكن التنظيم الاقتصادي أو علاقات الإنتاج على حدد قول ماركس تبقى مستقرة: التناج يتزايد، ولكن العلاقات بين الطبقات مثل علاقات الأفراد داخل الطبقات تبقى ثابتة.

ومعني آخر فان إعادة الإنتاج عند بيار بورديو "هي قدرة النسق على التكيف والتلاؤم مع الشروط الخارجية فيكون وقعها أن تستبدل سيروراته الداخلية ويترجم ذلك في ما يسمى في النظرية النسقية بالتغاير النسقي أو الإنشاء الذاتي" (بورديو، باسرون، 2007، ص35)

ويعرف كذلك بيار بورديو إعادة إنتاج ويركز على العنف الرمزي، حيث تمارس السلطة البيداغوجية ذلك العنف، من منطلق أن الفعل التربوي كأساس لإعادة الإنتاج الثقافي، الذي يتضمن إعادة الإنتاج الاجتماعي، من خلال المدرسة التي تعتبر كأداة خفية لإعادة الإنتاج، ويعد الهايتوس الميكانيزم المفتاحي لإعادة الإنتاج الاجتماعي. (خلفاوي، 2022، ص87)

بالنسبة لبيار بورديو:

تمثل إعادة الإنتاج جماعة أو مؤسسة في تأييدها بواسطة نقل أو توريث رأس مال ومزايا مختلفة

حيث يسمح مفهوم إعادة الإنتاج المستوحى من البيولوجي بديمومة الجماعات أو المؤسسات رغم الزوال الفيزيقي للأفراد الذين يشكلونها. (بوخريسة، 2017، ص: 140)

وعليه فإن مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دورا مهما بما تقدمه من معلومة مصورة وتمارس نوع من العنف الرمزي، حيث يقود نسق (الجمعيات الخيرية) إقرار ثقافة الترويج الاجتماعي لمجمل أنشطة الجمعية بقوة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، وبالتالي إعادة إنتاج نظام جديد في المجال التطوعي الجمعي .

نتيجة لخروج الجزائر من العهد الاشتراكي ودخولها للعهد الرأسمالي حدث نوع من العنف الرمزي حتى تساير هذا النظام و التطور والتغير التكنولوجي وتطبيقه على جميع مؤسساتها وأنساقها وتغير من الهابيتوس السائد في المجتمع وتعيد إنتاج استعدادات وسلوكيات جديدة وتعد الجمعيات الخيرية كمؤسسة من مؤسسات الدولة وحتى تتأقلم مع الأنماط السائدة في المجتمع (الرأس المال الثقافي الجديد) وتوسع من مجال تفاعلها استخدمت مواقع التواصل الاجتماعي للترويج لمجمل أنشطتها والتباعدت هذه الأخيرة مؤسسة من مؤسسات التنشئة الاجتماعية بما تغرسه من أفكار وسلوكيات والاستعدادات العقلية من خلال عنف رمزي حتى تسايره وتخلق لنفسها استعدادات جديدة وهذا ما يسمى بإعادة إنتاج هابيتوس جديدة يهيئ أرضية في المجتمع من أجل تقبل إدخال مواقع التواصل الاجتماعي في العمل الخيري التطوعي هذا العنف الرمزي الذي مارسته مواقع التواصل الاجتماعي جعل من الجمعيات الخيرية تعيد إنتاج نفسها ذاتيا وتبني نسق مفتوح على المحيط ترتق معه إلى العلاقات المعقدة فدخلت الجمعيات الخيرية إلى العالم الافتراضي وإعادة إنتاج نمط جديد من التطوع هو التطوع الإلكتروني والذي يقوم بالفعل يسمى متطوع رقمي ويصبح مجال التفاعل ليس له حدود جغرافية أو زمنية وهذا ما يسمى في النظرية النسقية بالتغاير النسقي فأصبح لها مجال اجتماعيا افتراضي تروج من خلاله عن طريق المعلومة المصورة وأصبح هناك رأس مال بشري افتراضي وقضت على الهيمنة الذكورية من خلال مشاركة المرأة في العمل التطوعي. ولشرح أكثر فان النشطين في المجال الخيري والحقل التطوعي الإنساني وحتى تكون هناك مساهمة لتطور التكنولوجي الحديث أعطوا للعمل التطوعي آلية اشتغال جديدة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك وأصبحت لكل جمعية خيرية هوية افتراضية تتكلم عنها كما هي موجودة في الواقع من خلال التسويق الاجتماعي لأنشطتها.

وهذا ما نراه في حياتنا اليومية مع التطور الهائل في التكنولوجيا الحديثة وظهور وسائل التواصل الاجتماعي ومن بينهم الفيسبوك الذي يعد من بين المواقع أكثر استخداما من قبل الأفراد والجماعات وحتي المنظمات والمؤسسات الربحية وغير ربحية على رأسها الجمعيات الخيرية فقد أعطت روح جديدة للعمل التطوعي ووسعت من مجاله وانتشاره واستقطبت أعداد كبيرة من منخرطين وجعلت من أنشطتها نافذة لكل العالم حتى يرو أهم أنشطتها واستقطبت أعداد هائلة من الذكور والإناث ولم يقتصر العمل التطوعي على كبار السن فقط بل تجاوزه إلى الشباب وأبدعوا في الأنشطة الخيرية في مجال الطبي الثقافي السياسي فأعيد إنتاج فعل تطوعي يتناسب مع التطور الهائل الذي يشهده المجتمع والذي أعطى رونقا ونشاطا هو دخول المرأة للعمل التطوعي واجتهادها في مجتمع محافظ وهذا بحد ذاته إنجاز وإعادة للفعل التطوعي.

التعريف الإجرائي لإعادة الإنتاج:

إن إعادة الإنتاج هي إستراتيجية يمكن من خلالها لنسق ما(الجمعيات الخيرية) أن يحافظ على علاقات القوة التي بداخله، والجمعيات الخيرية تعيد إنتاج نفسها من جديد من خلال بناء استراتيجيات جديدة حتى تحافظ على رأس مالها الاجتماعي وتوسع منه وتساير التطور التكنولوجي من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلى رأسها فيسبوك من اجل الترويج والتسويق الاجتماعي لجمل أنشطتها عن طريق المعلومة المصورة والتي تحقيق بدورها الانتشار والشمولية للجمعية وتجاريا بالصعوبات من خلال إعادة إنتاج ثقة بين الجمعيات والمجتمع الجزائري وبالتحديد و الأسرة الجزائرية ومؤسسات الدولة كمشاركة المرأة في العمل التطوعي وتقبل المجتمع مشاركتها ونشر صورها عبر هذه المواقع أو من خلال أنشطة تشاركية مع مؤسسات الدولة المختلفة على غرار الشباب والرياضة وقطاع الصحة وحتى دخول الشباب في العمل التطوعي هذا الولوج للعالم الافتراضي خلق للجمعيات الخيرية هوية إفتراضية عديدة تميزها عن الباقي الجمعيات الاخرى وتكون من خلال عدد متابعين صفحة الجمعية وعدد المعجبين بما تسوق به الجمعية كما أعطاهها كذلك هوية تصريحية فريدة عن باقي الجمعيات بما تصرح به الجمعية أثناء دخولها للعالم الافتراضي والذي يظهر من خلال اسم الجمعية امايل الجمعية كلمة السر والأنشطة المصريح بها من قبل الجمعية وحتى الفئة المستهدفة والمنطقة التي تنشط فيها، كما تظهر بالتساوي الهوية النشطة للجمعية من خلال عدد مرات تغيير واجهة الصفحة وشعار الجمعية ومعدل التسويق اليومي للجمعية هذه الهوية الافتراضية التي ميزت كل جمعية عن أخرى إعادة إنتاج مجالات جديدة كان لزاما على الجمعيات الخيرية أن تسايرها وهو الترويج الاجتماعي عن طريق المعلومة المصورة(صورة وفيديوهات وملصقات)، التي تحتاج بدورها إلى متخصصين في السمعي البصري(مونتاج، وتصميم ملصقات، وتصوير فوتوغرافي)، كما تطلب الأمر كذلك اهتمام الجمعية بمختصين في مجال الأمن السيبراني حتى تحافظ على هويتها من السرقة، وحتى تضمن السير الجيد والحسن أصبحت الجمعية تقوم بتسيير عن طريق الإدارة الالكترونية بكل ما تحتاجه (جهاز كمبيوتر، هاتف ذكي، ناسخ ضوئي، طابعة، انترنت) وحتى تزيد من رأس مالها الاجتماعي الافتراضي أصبحت الجمعيات الخيرية تقوم بالاستقطاب الالكتروني (من خلال التوعية الدينية والتربوية والتعليمية من أجل تحفيز الشباب واستقطابه.

12. الجمعية:

إن التطرق لمصطلح الجمعيات بغض النظر عن طبيعة نشاطها يضع أمامنا كما هائلا من المصطلحات التي ترجع إلى الترجمات الغربية والتي نذكر منها على سبيل المثال: الروابط التطوعية، الروابط الأهلية، الجمعيات الأهلية، المنظمات التطوعية، المنظمات غير الربحية، المنظمات الأهلية، الجمعيات، المنظمات المدنية، المنظمات الشعبية، المنظمات غير الحكومية... الخ

لغة: الجمعية "ج" جمعيات تطلق على جماعة منتظمة أو غير منتظمة يجتمعون لأجل مقصد معين، جماعة من الأشخاص يؤلفون هيئة نظامية، نقول جمعية تشريعية، جماعة من الأشخاص يتحدون لغاية خاصة، من اجل منفعة مشتركة.

(المنجد الأبجدي، 1987، ص: 370)

قد أطلق على الجمعيات مسميات عديدة عبر مناطق مختلفة من العالم، ويرجع هذا الاختلاف إلى التسميات المتعددة التي وضعتها الأمم المتحدة والولايات المتحدة الأمريكية، والدول الأوروبية وبعض المحاولات العربية ومن هذه التسميات:

- المنظمات غير الحكومية وهو أشهر المسميات عالميا.
- المنظمات التي لا تهدف إلى الربح، وهو مفهوم سائد بأمريكا خصوصا.
- منظمات الهدف العام أو الصالح العام، وهو تعبير سائد في بعض دول أوروبا الغربية.
- المنظمات الاجتماعية، وهو تعبير سائد في بعض دول أوروبا الغربية وفي ممارسات الحديثة لبعض دول أوروبا الشرقية.

(نوي، 2010، ص: 19)

اصطلاحا:

تعريف برلانت **Brillant** "الجمعية الأهلية بأنها تنظيم تطوعي غير حكومي غير هادف إلى الربح، بغرض تحقيق منفعة خاصة بأعضائها أو منفعة عامة للمجتمع".

تعريف أماني مسعود "الجمعيات الأهلية هي منظمات لا تهدف إلى ربح، بل تهتم بتقديم خدمات اجتماعية لأعضائها أو لسكان المجتمع أو لفئة معينة منه، وأن هذه الجمعيات تؤسس عن طريق مساهمات تطوعية، وان الحكومة أحيانا تقدم لها بعض الإعانات

والمساعدات." (أبو النصر، 2016، ص: 76)

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

وعليه سنتبنى في دراستنا هذه مفهوم الجمعية الخيرية الذي ورد في القانون الجزائري وسنحاول توضيحه وتحديدته في تعريف.

تعريف أماني قنديل للجمعية " هي مؤسسات أو منظمات تطوعية خاصة تتبنى أهداف متنوعة، وقد تنشط في مجال واحد رعاية المعوقين مثلاً أو عدة مجالات الطفولة، مساعدات الخيرية والمعاقين."

ويطلق على الجمعيات الخيرية في بعض المجتمعات المنظمات الأهلية **Voluntary Association** وهي منظمات تمول بواسطة المساهمات الأهلية، وتهدف إلى توفير الخدمات الصحية والاجتماعية والاقتصادية للمحتاجين.

(حامد، 2012، ص: 529)

وتمثل الجمعية عبارة عن اتفاق يجمعه القانون المعمول به ويجتمع في إطارها أشخاص طبيعون أو معنويون على أساس تعاقدية ولغرض غير مريح، كما يشتركون في تسخير معارفهم ووسائلهم لمدة محددة من اجل ترقية الأنشطة ذات الطابع المهني والاجتماعي والعلمي والديني والتربوي والثقافي والرياضي على الخصوص، ويجب أن يحدد هدف الجمعية بدقة وأن تكون تسميتها مطابقة له.

(القانون رقم 90/31، 1990، ص: 01)

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

13. تعريف المجتمع المدني:

إن الجدل الذي أثير حول مصطلح المجتمع المدني وترجمته الصحيحة، وحول إعطائه مفهوما دقيقا يفسر معناه جعل هناك تراكما معرفيا مفاهيميا كبيرا، حيث تعددت واختلقت الآراء حول مفهومه، ولاقى نقاشا علميا صاخبا، إذ لا يمكن تقديم تعريفا له إلا من خلال تتبع سياقه التاريخي والذي نتكلم عليه في الفصل، وبالتالي يمكن إعطاء بعض التعريفات التي جاءت في هذا الصدد وهي على النحو الآتي:

اصطلاحا:

ويعرفه عزمي بشارة بأنه مصطلح غربي، يلفظ باللغة الفرنسية **Civil SOCIETE** لذا لا نجد له تعريفا لغويا دقيقا في المعاجم السياسية والفلسفية والاجتماعية العربية وذلك كونه مصطلحا مركبا دالا على بيئة معينة نشأ وتتطور بنشأتها وتطورها و **Société** كلمة لاتينية تعني مجتمع أما **Civil** فهي كلمة ذات الأصل اللاتيني مشتقة من **Civis** وتعني المواطن، وليست من كلمة **Civilisation** وهي تظهر كمكون لعدة مصطلحات أخرى في معجم تاريخ الأفكار يظهر ومصطلح **Civil disobediencies** أو العصيان المدني أو عصيان القانون **Civil Law** أو عصيان المواطن الناجم عن انعدام الحقوق المدنية **CivilRights**. (بشارة، 2012، ص: 51)

تعريف حسنين توفيق إبراهيم المجتمع المدني "إنه مجموعة من الأبنية السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والقانونية تنظم في إطارها شبكة معقدة من العلاقات والممارسات بين القوى والتكوينات الاجتماعية في المجتمع ويحدث ذلك بصورة ديناميكية ومستقرة من خلال مجموعة من المؤسسات التطوعية التي تنشأ وتعمل في استقلال الدولة".

ويعرف أيضا "أنه مجال للتفاعل الاجتماعي بين العائلة والدولة تتجلى مظهره في شكل معايير تعاونية مجتمعية وتراكيب طوعية ويكون قائما على التطوع وتكون معايير قائمة على الثقة والتبادل والتحمل والتعاون في حل المشكلات المجتمعية وكقطاع ثالث ضروري تكمن قوته في التأثير الإيجابي على الدولة والسوق من خلال العمل على تدعيم الحكم الجيد مثل الشفافية والمحاسبية والمسؤولية. (إبراهيم، 2015، ص: 194)

وحسب آخرين يعرف المجتمع المدني بأنه: مجموعة التنظيمات التطوعية الحرة التي تملأ المجال العام بين الأسرة والدولة، أي بين مؤسسات القربى ومؤسسات الدولة التي لا مجال للاختيار في عضويتها، ويرجى من هذه التنظيمات تحقيق مصالح الأفراد، عن

طريق تقديم خدمات للمواطنين، والقيام بأنشطة إنسانية مختلفة، وهي تحرص أن تلتزم بالقيم والمعايير في نشاطها مثل: المشاركة والإدارة السليمة للتنوع والاختلاف. (الوكيل، 2015، ص: 47)

ويتضح من خلال هذه التعريفات النظرية ووجهات النظر المختلفة حول المجتمع المدني بأن هذا الأخير يتلخص في ثلاث نقاط رئيسية هي:

- يعتبر الفعل التطوعي هو أهم ركائز المجتمع المدني.
- المجتمع المدني يتجلى من خلال الفعل المنظم المؤسساتي.
- مجال نشاط المجتمع المدني خارج أدوار السلطة والدولة.

وعليه فالتعريف الإجرائي الذي اعتمده الباحث هو أن المجتمع المدني عبارة عن مؤسسات تتمتع بنوع من الاستقلالية عن سياسة الدولة وحتى القطاعات الخاصة، قد تكون هذه المؤسسات نقابات ونواد مهنية ورياضية والجمعيات الخيرية... وغيرها، هدفها الأساسي تقديم المساعدة للآخرين ودون ربح مادي.

14. الشباب:

ينظر علم الاجتماع إلى الشباب بوصفه مكانة مكتسبة على نحو لا دخل للفرد فيه، أو كصفة يحددها المجتمع، وليس مجرد الظرف البيولوجي المرتبط بصغر السن ويستخدم المصطلح بطرق ثلاث: طريقة عامة كل العمومية، تغطي مجموعة من المراحل دورة الحياة، والتي تمتد من الطفولة المبكرة إلى أوائل البلوغ. كما تستخدم كبديل مفضل لمصطلح المراهقة غير المرضي، للدلالة على النظرية والبحوث التي تجري على المراهقين وعلى فترة الانتقال إلى البلوغ وهناك أخيراً استخدام أقل شيوعاً اليوم للدلالة على مجموعة من المشكلات العاطفية والاجتماعية التي يعتقد أنها ترتبط بعملية التنشئة في المجتمع الحضري الصناعي. (مارشال، 2000، ص:

(719)

15. العمل الخيري:

هو كل مال أو جهد أو وقت يبذل من أجل نفع الناس وإسعادهم والتخفيف من معاناتهم، وتتسع دائرة مدلول الخير لتشمل: الإحساس بالآخرين، والتعاطف معهم، والدعاء لهم، وتشجيعهم، ورفع معنوياتهم، ومواساتهم، ومنحهم الرؤية والمنهج، وإرشادهم لما فيه خير دينهم ودنياهم. والعمل الخيري يشمل: تقديم المال، إلى جانب شموله للوقف والأنشطة والخدمات اللاربحية.

(بكار، 2012، ص: 13)

الفرق بين العمل التطوعي والعمل الخيري: إن مصطلح العمل التطوعي هو مصطلح واسع وأشمل عن العمل الخيري قد يكون العمل التطوعي عملاً خيرياً وقد يكون عملاً غير خيرياً فالتطوع يمكن أن يكون انخراطاً مع جماعة إرهابية وتنفيذ أعمالها، والعمل التطوعي جهد ذهني وبدني وجسمي دون أن ينتظر مقابلاً مادياً أو ربحاً مادياً، أما العمل الخيري يحتاج مقابله مردود معنوي مثلاً كسب رضوان الله سبحانه وتعالى ودخوله الجنة والنجاة من سخط الله تعالى هذا أمر متفق عليه، ومن أعظم المقاصد الشرعية كذلك طلب الإنسان السعادة في الدنيا، العمل التطوعي يميل إلى العمل المؤسساتي المنظم أما العمل الخيري قد لا يكون منظماً وفي أغلب الأوقات يكون عملاً فردياً من تلقاء النفس.

16. تعريف الهوية:

الهوية عند "ماكس فيبر" تأتي على مستويين الأول الصورة الكونية، أي جملة المعتقدات والمسلمات الافتراضية عن العالم والتي على ضوئها يمكن إجابة شافية حول مغزى الوحدة وحقيقة الكون والمستوى الثاني السياق التصوري وهو الذي تضع فيه الذات الجمعية نفسها ضمن تقسيمات العالم انطلاقاً من النواحي الثقافية والاجتماعية والأخلاقية وانطلاقاً من هذا الأخير ينظر للآخر المحدد الأساسي للهوية. (ساحي، كزيرة، 2017، ص: 04)

التعريف الإجرائي للهوية:

هي مجمل الرموز والمعاني التي ترسمها الجمعيات الخيرية عن ذاتها انطلاقاً من خبرات بيوجرافية لحظية التي تنطلق منها في إقامة علاقات تفاعلية مع الأفراد والمؤسسات تجسد فيها استراتيجية مختلفة عن باقي الجمعيات الأخرى.

17. تعريف المجتمع الافتراضي:

يعرف قاموس الإعلام والاتصال Dictionary of media and communication المجتمع الافتراضي على أنه "مجموعة من الأشخاص يتفاعلون في الأنترنت مثل: غرف الدردشة ويتبادلون الاهتمام" ويعرفه سيرج بروكس " بأنه أفراد يستخدمون منتديات المحادثة، حلقات النقاش، أو مجموعات الحوار....والذين تنشأ بينهم علاقة انتماء إلى جماعة واحدة ويتقاسمون نفس الأذواق، القيم، الاهتمامات، ولهم أهداف مشتركة" (serge broulx)

ويعتبر ما قدمه راينغولد نقطة ابتداء مهمة لدراسة المجتمعات الافتراضية من الناحية الاجتماعية، والتي عرفها بقوله "إن المجتمعات الافتراضية هي تجمعات اجتماعية تنشأ في شبكة net حين يستمر أناس بعدد كاف في مناقشتهم علنيا لوقت كاف من الزمن بمشاعر إنسانية كافية لتشكيل شبكات من العلاقات الشخصية في الفضاء السيبري" (رحومة، 2008، ص: 65)

التعريف الإجرائي للمجتمع الافتراضي:

هو عبارة عن شبكة اجتماعية لمجموعة من الأفراد الذين يتفاعلون فيما بينهم باستخدام وسيلة تواصل ما، متجاوزين كل الحواجز الجغرافية والسياسية سعياً وراء الاهتمامات والأهداف المشتركة أحد أكثر أنواع المجتمعات الافتراضية انتشاراً هو خدمة الشبكات الاجتماعية والتي تشمل مجتمعات الانترنت وتحديد تطبيق الفاييبوك الذي أصبح أكثر استخداماً من قبل الأشخاص والمؤسسات على غرار الجمعيات الخيرية التي أصبحت تنشط ضمن حيزها الجغرافي والافتراضي.

سابعاً: الدراسات السابقة:

انطلاقاً من مبدأ عدم صفرية المعرفة العلمية، وإن نهاية كل دراسة علمية هي بداية لدراسة أخرى قد استفادت منها، ذلك نظراً لأن العلم ذو طابع تراكمي لذلك فقد اعتمدنا في دراستنا هذه على مجموعة من الدراسات السابقة في تكوين الخلفية النظرية والمنهجية لدراستنا هذه وقد تناولت هذه الدراسات متغيرات دراستنا هذه المتمثلة في الجمعيات الخيرية والعمل التطوعي إلا أنها كانت بارتباطات مختلفة عنها وفي مايلي سنتعرض إلى الدراسات التي اعتمدنا عليها في دراستنا بدءاً بالدراسات التي تتعلق بالجمعيات الخيرية ثم تليها الدراسات التي تناولت العمل التطوعي وقد جاء ترتيبها وفقاً لتاريخ إنجازها من الأقدم إلى الأحدث

دور مواقع التواصل الاجتماعي في إعادة إنتاج الفعل التطوعي دراسة على عينة من الشباب المنخرط في الجمعيات الأربعة

الدراسات الأجنبية

A framework for analyzing digital volunteer contributions in emergent crisis response efforts(2017)

Face book satisfaction and its impact on fundraising a case study at a portuguese non-profit organizations (2018)

Digital volunteer networks and humanitarian crisis reporting (2018)

الدراسات العربية

ثقافة العمل التطوعي التي يتضمنها موقع اليوتيوب 2017

المنظمات التطوعية ومدى استفادتها من وسائل التواصل الاجتماعي 2017

العمل التطوعي الالكتروني الافتراضي كما يدركه طلبة جامعة القدس وسبل تطويره 2017

أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك على التمويل الجماعي في المؤسسات غير الربحية 2017

المنظمات التطوعية ومدى استفادتها من وسائل التواصل الاجتماعي 2017

الإعلام الجديد وتنمية العمل التطوعي 2018

دور الفيسبوك في نشر ثقافة العمل التطوعي 2019

الدراسات الجزائرية

أثر شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل الهوية الافتراضية 2015

مواقع التواصل الاجتماعي والعمل التطوعي الشبابي 2017

دور الجمعيات الخيرية في تفعيل العمل التطوعي 2018

التسويق الاجتماعي للعمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي قراءة في صفحات الفيسبوك لبعض الجمعيات الخيرية في الجزائر 2018

تحولات ثقافة التطوع في المجتمع الافتراضي دراسة انثروبولوجية حول تأثير الافتراضي على التطوع في الجزائر 2019

العمل التطوعي لدى الشباب عبر شبكات التواصل الاجتماعي صفحة فيسبوك ناس الخير نموذجا 2021

شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز العمل التطوعي 2021

التدخل المهني لطريقة تنظيم المجتمع لتنمية اتجاهات مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي نحو التطوع الالكتروني 2021

الشكل رقم (01) من اعداد الطالب يوضح الدراسات السابقة

أ - عرض الدراسات السابقة:

1- عرض الدراسات الأجنبية:

8-1 Park وjohnstonet1 دراستهما 2017 والموسوم ب: " بعنوان **a Framework for analyzing digital volunteer contributions in emergent crisis response efforts** مقال منشور في مجلة **19/1 new midia of society**

تسلط الضوء هذه الدراسة على تحليل عمل المتطوعين الرقميين خلال أوقات الأزمات والتحديات، وكيفية إدارة وتوجيه شبكات التطوع الرقمي وكيفية تعزيز التعاون مع المنظمات الإنسانية التطوعية وبين المتطوعين الرقميين، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت العينة من (103) عمل مرجعي، و(45) مقالة منشورة و(28) محضر لجلسات و(14) تقريرا علميا و(7) كتب في الموضوع نفسه وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- شبكات المتطوعين الرقمية ظهرت مع التقدم العلمي في وسائل التواصل الاجتماعي لمواكبتها للكوارث الطبيعية.
- وأن المتطوعين الرقميين يتحركون تحت تأثير دوافع إنسانية مثل القيم والإيثار والتضحية من أجل الآخرين.

تشابه هذه الدراسة مع دراستي في تسليطها الضوء على العمل التطوعي الرقمي وبالتحديد من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وهذا يشبه موضوعي وبالتحديد أثناء الكوارث الطبيعية والأزمات، كما هناك تشابه ثانٍ هو ظهور مصطلح المتطوع الرقمي زيادة على ذلك معالجة الدراسة لنقطة القيم التي تحرك العمل التطوعي وتعززه، كما هناك تشابه من حيث المنهج المستخدم في الدراسة وهو المنهج الوصفي.

8-2 دراسة Raul M.S laureano Adriano I Fernandes Sara Hassamo Braulio Alturas 2018 الموسوم ب: بعنوان " **face book satisfaction and its impactson fundraising a case study** " مقال منشور في مجلة **at a bortuguese non-brofit organisations** **journal of informtion** **systems engineering of managment** 2018

تسلط الضوء هذه الدراسة على موضوع استثمار الجمعيات الخيرية للفيسبوك في نشر مهامها و الرفع من مواردها المالية والبشرية، هذا الاعتراف يُقاس بانتشارها من خلال تناقل الحديث وجمع التبرعات، استخدم المنهج الوصفي، وزعت فيه 204 استمارة على مشارك واعين بنشاط المؤسسة، وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- الرضا عند نشر المعلومات المنظمة على صفحتها الفيسبوك يمكن أن يؤثر على تشكيل الكلمة الشفهية.
- لا تستطيع المنظمات غير الحكومية التنازل عن التصوير الفوتوغرافي وملفات الفيديو والصوت لتوضيح أفضل.
- ليست المعلومات المنشورة على face book هي التي تؤدي إلى الانتظام الشهري ولكن نوع العلاقة التي تربط هؤلاء المانحين بالمنظمة .
- يجب على المنظمات غير الحكومية استغلال الشبكات الاجتماعية بشكل أفضل لزيادة التبرعات عن طريق تشجيع المتبرعين الأصغر سنا .

أما هذه الدراسة تتشابه مع دراستي في نقاط مهمة، أولا دراستها للفيسبوك واستخدامه من قبل المنظمات غير الربحية وتكلمها عن الاعتراف وعلاقته برضا ما تنشره الجمعية على صفحتها عبر الفيسبوك كيف ينعكس من خلال التفاعل اللفظي(رأس المال البشري) وجمع التبرعات(رأس المال المادي).

3-8 دراسة dmitry، chernobrov 2018 الموسومة ب: " Digital volunteer networks and humanitarian crisis reporting"

مقال منشور في الموقع الرسمي لكلية الصحافة جامعة شيفاليد بريطانيا

تهدف هذه الدراسة إلى استطلاع آراء مجموعة من المنظمات الإنسانية التطوعية وصحفيين عن الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في نقل الأحداث بسرعة تتفوق على الإجراءات التقليدية، استخدم الباحث المنهج الوصفي، واتخذ الاستبيان والمقابلة أداة للدراسة، وتكونت عينة الدراسة من ثلاث من مديري منظمات تعمل في المجال الرقمي هي المنظمات الإنسانية والصحفيين التقليديين والمتطوعين العاملين عبر شبكات التواصل الاجتماعي وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- المتطوعين الرقميين يستطيعون الإبلاغ عن الأشياء التي يحتاجها المنكوبين خلال وقوع الأحداث أو الكوارث.
- وأن المتطوعين الرقميين مصدر معلومات جيد لكل من الجمهور ومنظمات الإغاثة كما أنهم يوفر نوعية من المعلومات قد لا تكون متاحة إلا لهم.

أما هذه الدراسة تتشابه مع دراستي في نقاط مهمة، أولاً دراسة مجموعة من المنظمات غير الربحية التطوعية وثاني تشابه هو استخدام هذه منظمات غير الربحية لمواقع التواصل الاجتماعي، وثالثاً استخدام الباحث للمنهج الوصفي، حتى التشابه كان في الأداة المستخدمة في الدراسة وهي الاستبانة وحتى المقابلة، ورابع تشابه هو في عينة الدراسة والتي كانت استطلاع رأي مدراء الجمعيات.

2- عرض الدراسات العربية:

5-8 دراسة هناء حفناوي يوسف 2017: الموسومة ب: "ثقافة العمل التطوعي التي يتضمنها موقع اليوتيوب" مقال منشور في المجلة العلمية للبحوث الاذاعة والتلفزيون العدد 13 كلية الاتصال والاعلام.

وقد هدفت هذه الدراسة التحليلية إلى التعرف ورصد وتحليل وتفسير ثقافة العمل التطوعي التي يتضمنها موقع اليوتيوب ودعم ونشر وتشجيع هذه ثقافات والمبادرات التطوعية، وكان مجتمع الدراسة يتكون من مقاطع اليوتيوب العربية التي تتحدث عن ثقافة العمل التطوعي وقد اختيرت منه عينة عشوائية تتكون من 150 مقطع فيديو من خلال فترة زمنية ممتدة ما بين 5 يناير 2017 إلى 28 مارس 2017 أما الأداة المستخدمة هي أداة تحليل المضمون كأداة جمع البيانات وقد تم إعداد استمارة تحليل مضمون هذه الدراسة كان لها مجموعة من النتائج لعل أهمها ما يلي:

- ارتفاع نسبة تواجد شخصيات المتطوعين ضمن الشخصيات المحورية ب (فيديوهات

موقع اليوتيوب) عينة الدراسة حيث بلغت 39.5% في حين جاءت نسبة الشخصيات الإعلامية 19% .

- ارتفاع نسبة مرحلة الشباب كأحد أهم المراحل العمرية التي تمارس العمل التطوعي

بفيديوهات موقع اليوتيوب حيث بلغت 49.3% في حين بلغت مرحلة المراهقة نسبة 36%

تتشابه هذه الدراسة مع دراستي في نقاط مهمة أولاً تناولها للعمل التطوعي وثانياً اختيارها لوسيلة من وسائل التواصل وهي اليوتيوب أما في دراستي اخترنا الفاييسوك وثالثاً هناك تشابه في أداة التحليل وهي تحليل المضمون وإعداد استمارة تحليل مضمون تتشابه مع دراستي.

6-8 دراسة داليا خلف الله يونس احمد 2017: الموسوم ب: " المنظمات التطوعية ومدى استفادتها من وسائل التواصل

الاجتماعي " مذكرة ماجستير بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، معهد التنمية الاسرة والمجتمع.

تسلط الضوء هذه الدراسة على استفادة المنظمات التطوعية من التلفزيون أو الراديو ومعرفة الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في مساندة العمل التطوعي وكيفية إيجاد علاقة تكاملية بين وسائل الإعلام والعمل التطوعي والربط بين مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة اتصال والعمل الطوعي كمستفيد من هذه الوسائل.

باعتقاد على منهج وصفي وأدوات من استبيان ومقابلة وملاحظة على عينة عشوائية مكونة من 75 استمارة وقد توصلت إلى

النتائج التالية:

- نشر العمل التطوعي عبر الإذاعة والتلفزيون والصحافة له تأثير إيجابي على المجتمع.
- إن وسائل الإعلام تعتبر طريقا للوصول للجمعيات الخيرية.
- ليست المنظمات الطوعية في غنى عن جهاز إعلامي يقدم الوظيفة الإعلامية والدعائية.
- تمنح مواقع التواصل الاجتماعي خاصية متابعة نشاطات الجمعية قبل وأثناء وبعد الانتهاء من الأنشطة مما يدعم ثقة المتابعين في أعضاء الجمعية .
- إن وسائل الإعلام تساهم في بناء علاقات بين المنظمة والمستفيدين وأيضا تساهم في نشر أهداف العمل الطوعي.
- تمثل مواقع التواصل الاجتماعي أداة نموذجية لتنظيم وتنسيق الحملات الخيرية والتوعية بمختلف أنواعها.

وتلتقي هذه الدراسة مع دراساتي في التكلم في استخدام المنظمات الخيرية لوسائل التواصل الاجتماعي وكيف تضمن متابعة نشاط الجمعيات قبل وأثناء وبعد الانتهاء من النشاط وكيف تساعد في دعم ثقة المتابعين وأعضاء الجمعية وبالتالي تزيد من ثقة المتابعين وخاصة بسماع الأولياء مشاركة بناتهم في الأعمال الخيرية التطوعية كما هناك تشابه من جهة منهج الدراسة وهو المنهج الوصفي وأدوات الدراسة وهي الاستبيان وحتى الملاحظة.

7-8 دراسة خديجة ياسين احمد مسودة 2017: الموسوم ب: "العمل التطوعي الالكتروني الافتراضي كما يدركه طلبة جامعة

القدس وسبل تطويره" 2017 مذكرة مكملة لهادة الماجستير في كلية الاتصال جامعة القدس.

تتعمق هذه الدراسة لمعرفة مدى إدراك طلبة جامعة القدس للعمل التطوعي الإلكتروني على مستوى الإدارة لجامعة القدس ومعرفة واقع العمل التطوعي الإلكتروني، وماهي معوقات العمل التطوعي، وكيفية تطويره داخل جامعة القدس.

واستخدم في الدراسة المنهج الوصفي وستعان الباحث باستمرار البحث لعينة متكونة من 374 طالب وطالبة وكانت النتائج كالتالي:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05a) في الواقع التطوعي الإلكتروني الافتراضي كما يدركه طلبة جامعة القدس وسبل تطويره يُعزى لمتغير المستوى الدراسي.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05a) في واقع العمل التطوعي الإلكتروني افتراضي كما يدركه طلبة جامعة القدس وسبل تطويره يُعزى لمتغير مدى التطوع في الجامعة.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05a) في واقع العمل التطوعي الإلكتروني كما تدركه جامعة القدس وسبل تطويره يعزى لمتغير عدد ساعات الدخول إلى الأنترنت أسبوعياً.

تتشابه وتلتقي هذه الدراسة مع دراستي في تكلمها عن العمل التطوعي الرقمي، واستخدامها للمنهج الوصفي.

8-8 دراسة أمين عثمان محمد العلجوني 2017 الموسوم ب: "اثر استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك على التمويل الجماعي في المؤسسات غير الربحية" مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الأعمال الإلكترونية قسم إدارة الأعمال جامعة الشرق الأوسط

تتعمق هذه الدراسة حول استفادة المؤسسات غير الربحية من استخدام فايسبوك وهو أحد مواقع التواصل الاجتماعي عبر الأنترنت لتحقيق التمويل الجماعي الخاص بها لمشاريعها الإنسانية والإغاثة وكذلك التنمية.

وخلص الباحث في الأخير إلى العديد من النتائج منها:

- وجود أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية لاستخدام موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك على التمويل الجماعي في المؤسسات غير الربحية في الأردن.

• وجود أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية لاستخدام النص المنشور وقت للمنشور وتصميم المنشور حيث تبين أن للتصميم المرتبة الأولى ثم يليه نص المنشور ومن ثم وقت النشر للمنشور على التمويل الجماعي في المؤسسات غير ربحية في الأردن تبعاً لتحليل الانحدار المتعدد.

• وجود أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية لاستخدام نظام العرض والذي يأخذ المرتبة الرابعة متتالية بعد نص المنشور وقت نشر المنشور وتصميم المنشور على تمويل الجماعي في المؤسسات غير الربحية في الأردن.

وتلتقي هذه الدراسة مع دراستي في استخدام الجمعيات الخيرية للفيسبوك في العمل الخيري الغير ربحي من أجل دعم مشاريعها الخيرية وتكلمها عن نوع المنشور وطريقة تصميمه وهنا يلتقي مع دراستي التي تتكلم على مجالات جديدة منها الترويج الاجتماعي للجمعيات من خلال المعلومة المصورة.

8-9 دراسة سمية بوحادة 2018 الموسوم ب: " الإعلام الجديد وتنمية العمل التطوعي" بحث مقدم إلى كلية الحقوق جامعة

طنطا، دراسة مكتملة لنيل شهادة دكتوراه في الحقوق في فترة من 22-29-أفريل 2018 انطلقت الدراسة من التساؤل التالي:إلي

أي مدى تساهم وسائل الإعلام الجديد في تنمية العمل التطوعي؟ وتندرج هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات:

➤ ماهو الإعلام الجديد وماهي وسائله؟

➤ ماهو العمل التطوعي؟

➤ فيما تتمثل أهمية العمل التطوعي؟

➤ وماهي آليات الإعلامية اللازمة لتنمية العمل التطوعي؟

اهتمت هذه الدراسة بأساليب الاستفادة من الاعلام الجديد في نشر ثقافة العمل التطوعي، وذلك من خلال الوقوف على أهمية

العمل التطوعي، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الاعلامي، وكانت نتائج هذه الدراسة كالتالي:

- للاعلام دور في تنمية العمل التطوعي، ويتم ذلك من خلال تقديم معلومات املة عن العمل التطوعي، ونشر ثقافة

العمل التطوعي، وتوعية المجتمع بأهدافه، وتقديم نماذج يقتدي بها في مجال العمل التطوعي.

تشابه هذه الدراسة مع دراستي في تكلمها عن العمل التطوعي والإعلام الجديد الذي تدخل شبكات التواصل الاجتماعي من

ضمنه، كما تتكلم هذه الدراسة عن نشر ثقافة العمل التطوعي من خلال وسائل الإعلام وهي تشبه دراستي .

8-10دراسة منتهى الكيلاني:الموسوم ب: "دور الفايسبوك في نشر ثقافة العمل التطوعي"2019.مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير جامعة شرق الأوسط في الاعلام.

وهدفه هذه الدراسة الميدانية إلى تعرف على الدور الذي يؤديه موقع الفيسبوك في نشر ثقافة العمل التطوعي لدى طلبة الجامعات الأردنية،واعتمد الباحث في دراسته المنهج الوصفي للتعرف على درجة هذا التأثير،حيث جمعت البيانات من مجتمع الدراسة يتكون من 50 ألف طالب وطالبة باستخدام استبانة ،ووزعت الاستبانة على 414 طالب وطالبة ،تم اختيارهم بطريقة عشوائية بسيطة،ولقد تمخض عن هذه الدراسة مجموعة من النتائج:

- الفيسبوك وسيلة فعالة للترويج لحمالات العمل التطوعي يساهم بشكل فعال في تعريف الطلبة بالمزيد من أوجه العمل التطوعي.
- إن منشورات الفيسبوك عن العمل التطوعي لها تأثير كبير في تعزيز الروح الأخوية بين أفراد المجتمع كما أنه في ذات الوقت تبين القيمة الإنسانية للعمل التطوعي.

تشابه هذه الدراسة مع دراستي في نقطتين مهمتين وهي أولاً تكلمها عن العمل التطوعي وثانياً وهو موقع الفايسبوك واستخدامه في نشر ثقافة العمل التطوعي.

3- عرض الدراسات المحلية:

8-11 دراسة تومي فضيلة2015:الموسوم ب: " أثر شبكات التواصل على تشكيل الهوية الافتراضية دراسة ميدانية لتمثلات

عينة من المستخدمين الجزائريين لمواقع FACEBOOK"أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال 2015

تم التطرق إلى أهم قضية طرحها استخدام هذه الشبكة الاجتماعية والمتمثلة في تشكيل وبناء هذه المكونات والتفاعلات المنتجة للهوية الافتراضية المسددة على الملفات الشخصية للمستخدمين،كما هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف أثر هذا الاستخدام من خلال دراسة ميدانية لتمثلات الذاتية الرقمية لعينة من المستخدمين الجزائريين لموقع الشبكة الاجتماعية Face Book معتمدة على الأدوات التالية الملاحظة المباشرة،المقابلة على الخط والاستبيان لجميع البيانات المبحوثين،وتم الاعتماد على اختبار المعامل الإحصائي كاف تربيع محاولة منها الاستكشاف هذا الأثر خاصة فيما تعلق بممارسة الجنسين للهوية الافتراضية عبر الفايسبوك.

وينبثق عنها التساؤلات الفرعية التالية:

- ماهي عادات وأنماط استخدام موقع شبكة التواصل الاجتماعي FACEBOOK لدى المستخدمين الجزائريين؟
- هل تعتبر الهوية الافتراضية لدى الجنسين من المستخدمين امتدادا تقنيا للهوية الحقيقية أم تعد مزيجا بينهما أو تعد هوية بديلة عنها في هذا السياق الرقمي؟
- وكانت نتائج لعينة قصدية من مجموعة من المستخدمين الجزائريين لمواقع التواصل الاجتماعي :
- إن موقع الفايسبوك أصبح مساحة للتجريب لدى الجنسين واستعراض وتقديم الذات على الشكل المأمول.
- اتضح أن أغلبية المبحوثين لديهم خبرة في التعامل والولوج إلى موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك مقدرين بنسبة 74.31%

- في أفراد العينة يفضلون استخدام الفايسبوك في الفترة المسائية.
- اعتمد الباحث على المنهج المسحي بشقيه الوصفي والتحليلي استمارة استبيان والملاحظة والمقابلة على عينة قصدية لمجموعة من المستخدمين الجزائريين لمواقع التواصل الاجتماعي لتوزيع استمارة استبيان.

حيث توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان أهمها :

- لقد أثر استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك في تشكيل نوع ومظهر الهوية الافتراضية للمستخدم الجزائري، حيث تمثل غالبا في ذات افتراضية بديلة عن تلك الذات الواقعية، وذلك دون إغفال الدور الكبير لمتغيري الجنس والسن في رسم كيفية التسويق للذات.
- ماهو أثر استخدام موقع التواصل الاجتماعي FACEBOOK على تشكيل الهوية الافتراضية للمستخدمين الجزائريين ؟

تتشابه هذه الدراسة مع دراستي أولا في معالجتها للهوية الافتراضية عبر موقع الفايسبوك وثانيا المنهج المستخدم وهو المنهج الوصفي.

12-8 دراسة بوترة بلال و بوقروز أمينة 2017 الموسوم ب: "مواقع التواصل الاجتماعي والعمل التطوعي الشباني": مقال

منشور في مجلة الاعلام والمجتمع العدد الثاني في تسلط الضوء هذه الدراسة على استفادة الجمعيات الخيرية في الجزائر لمواقع التواصل الاجتماعي من أجل تحقيق التكافل والتضامن الاجتماعي وفي تعزيز ثقافة العمل التطوعي في العديد من المناسبات

والمشاريع الاجتماعية بين الأفراد والجمعيات والمؤسسات وطرحنا التساؤل الرئيسي دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل العمل التطوعي، باعتماد على منهج وصفي لتحقيق أهداف البحث في مجتمع دراسة يمثل مجموعة شبابية تتوزع على خمس ولايات من خلال عينة قصدية تتمثل في فوج ناس الخير لولاية عنابة وأدوات من استبيان على عينة عشوائية مكونة من 22 عضو في جمعية وقد توصلت إلى النتائج التالية:

- نسبة 54.55% من شباب ناس الخير انضموا لشبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك منذ أكثر من خمس سنوات ونسبة 45.45% من ثلاث سنوات وهذا يدل على أن اهتمامهم تجاوزت الفيسبوك كوسيلة للحديث وتفرغ الشحنات العاطفية إلى استغلاله في مجالات أوسع لتعطيه قيمة اجتماعية.

- أن النسبة الأكبر 45.45% يستخدمون الفيسبوك لمدة 3 ساعات يوميا تليها نسبة 31.82% يستخدمونه أكثر من 6 ساعات تقاربها نسبة 22.72% بين 3 ساعات و6 يوما وهذا يدل على تأثير الشباب بالجمعيات الافتراضية المنفتحة على العالم والتواصل مع أفرادهم بجنسياتهم وأفكارهم وبلدانهم المختلفة.

تشابه هذه الدراسة مع دراستي في ثلاث نقاط أولا تكلمها عن العمل التطوعي وثانيا تكلمها عن الجمعيات الخيرية وثالثا تكلمها عن مواقع التواصل الاجتماعي، وحتى المنهج المستخدم في الدراسة وهو الوصفي.

8-13 دراسة باعالي سعيدة 2018 الموسوم ب: "دور الجمعيات الخيرية في تفعيل العمل التطوعي" مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع التنظيم والعمل .

دراسة دور الجمعيات الخيرية في تفعيل العمل التطوعي ممثلة في جمعية كافل اليتيم الخيرية كنموذج على المستوى المحلي وقد أجريت الدراسة على عينة قصدية قوامها 110 متطوعا وتمثلت إشكالية الدراسة في:

ما دور الجمعيات الخيرية في تفعيل العمل التطوعي؟ ويتفرع من هذا السؤال عدة أسئلة فرعية منها:

- هل للجمعيات الخيرية دور خدماتي في تفعيل العمل التطوعي؟
- هل للجمعيات الخيرية دور تثقيفي توعوي في تفعيل العمل التطوعي؟

ولتحقيق أغراض الدراسة قامت الباحثة بجمع البيانات باعتمادها على المنهج الوصفي تحليلي لإجراء الدراسة والاستبانة والمقابلة كأداة رئيسية لجمع البيانات والمعلومات. ومن النتائج المتوصل إليها:

- تعمل الجمعيات الخيرية من خلال دورها الخدماتي على تفعيل العمل التطوعي

- تعمل جمعية كافل اليتيم الخيرية من خلال دورها التثقيفي على تفعيل العمل التطوعي.

- يواجه العمل التطوعي على المستوى المحلي تحديات عدة تسعى الجمعيات الخيرية.

تشابه هذه الدراسة مع دراستي في نقطتين مهمتين أولا في تكلمها عن الجمعيات الخيرية وثانيا عن العمل التطوعي، وتشابه كذلك موجود من خلال منهج الدراسة وهو المنهج الوصفي وحتى الأدوات الدراسة من مقابلة واستبيان.

8-14دراسة سلمى كونددة 2018 الموسوم ب: " التسويق الاجتماعي للعمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي قراءة

في صفحات الفيسبوك لبعض الجمعيات الخيرية الجزائرية" مقال منشور في مجلة العلوم الانسانية لجامعة أم البواقي العدد

التاسع جوان 2018.

تتم هذه الدراسة لمعرفة التسويق الاجتماعي للعمل التطوعي عبر وسائل الإعلام الحديثة المتمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي حيث تم اختيار صفحات الفيسبوك لبعض الجمعيات الخيرية الجزائرية كنموذج لها وتمثلت إشكالية الدراسة في:

كيف يتم التسويق الاجتماعي للعمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟ ولتحقيق أغراض الدراسة قامت الباحثة بتحليل بعض صفحات الفيسبوك الخاصة بالجمعيات الخيرية الجزائرية ومن النتائج المتوصل إليها:

*تعمل الجمعية كافل اليتيم بتقديم رحلات سياحية ومخيمات صيفية وتقديم إعانات مالية وفي المجال التربوي تساعد في إعداد الحقائق المدرسية.

● أما جمعية الوسيلة الخيرية بعين ولما تقوم بنداوات للمحسنين من أجل تقديم إعانات مالية لبعض المرضى الذين تكون تكاليف علاجهم باهظة الثمن .

● وتعمل جمعية أصدقاء المريض الجزائرية تهتم بالجانب الصحي للإنسان أو للفئات المستهدفة وقد اختارت لأن أهدافها بالضرورة هي تقديم يد المساعدة للأشخاص المرضى وتدعو إلى الترقية الخدمات الصحية.

تشابه هذه الدراسة مع دراستي في النقاط التالية: أولاً تناولها للعمل التطوعي، ثانياً تكلمها عن الجمعيات الخيرية، ثالثاً تناولها لمصطلح التسويق الاجتماعي الذي يدخل ضمن المصطلحات الجديدة التي ظهرت نتيجة استخدام الجمعيات الخيرية لمواقع التواصل الاجتماعي.

8-15 دراسة مبروك بوطقطوقة 2019 الموسوم ب: "تحولات ثقافة التطوع في المجتمع الافتراضي" دراسة انثروبولوجية حول

تأثير الافتراضي على التطوعي في الجزائر جامعة تبسة الجزائر" مقال منشور في كتاب الأنترنت والأمن والديموقراطية 2019

وقد هدفت هذه الدراسة الميدانية إلى التعرف وتتبع تأثيرات الرقمية على ثقافة العمل التطوعي في المجتمع الجزائري من خلال تتبع تاريخ الحركة الجمعوية التطوعية وفهم الأزمة التي عصفت بها، ودراسة المجموعات التطوعية الافتراضية التي تنشط على مستوى البلاد وكيف ساهمت في تغيير أشكال العمل التطوعي وفعاليتها ومجالاته وممارسته المنهج الوصفي التحليلي. إذ أجريت هذه الدراسة على جمعية ناس الخير الجزائرية، ولقد استعان الباحث في جمع بيانات الدراسة هذه على الاستبانة كأداة رئيسية في جمع بيانات الدراسة، فقد وزعت استبانته على جميع فروع جمعية ناس الخير في 48 ولاية ولقد تمخض

عن هذه الدراسة نتائج:

- تمت مصادرة المجتمع المدني والتطوعي في الجزائر بعد فترة التسعينات عبر رسكلة الجمعيات لخدمة مشروعات السلطة.
- أدى ذلك إلى ارتفاع عدد الجمعيات المستفيدة من تمويل الدولة وبالمقابل وعدم فعاليتها على أرض الواقع.
- أدى تسييس الجمعيات إلى عزوف الناس عن العمل التطوعي وعدم الانخراط في الجمعيات.
- أدى انهيار أسعار البترول بعد سنة 2014 إلى انسحاب الدولة من كثير من المجالات التي كانت تغطيتها مما أدى إلى ارتفاع الطلب على العمل التطوعي وازدياد الحاجة إليه.
- حققت مواقع التواصل الاجتماعي ممثلة في الفيسبوك تغير كبيراً في المشهد التطوعي في البلاد لتمكنه من تقديم نموذج للعمل التطوعي يحقق الاستقلالية.

تشابه هذه الدراسة مع دراستي في نقاط التالية أولاً تكلمها عن العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساته على العمل التطوعي في نقاط ثلاث وهي الفعالية والمجال والممارسة، وثانياً من خلال منهج الدراسة وهو المنهج الوصفي والأداة المستخدمة .

8-16 دراسة حبيب الود الموسوم ب: 2021 "العمل التطوعي لدي الشباب عبر شبكات التواصل الاجتماعي صفحة

فيسبوك -ناس الخير- نموذجاً. مقال منشور في مجلة الجزائرية للأمن الانساني المجلد 06 والعدد 01 سنة 2021

وقد هدفت هذه الدراسة الميدانية حول العمل التطوعي لمجموعة صفحة الفيسبوك "ناس الخير" وقد ركز على ظاهرة على ظاهرة شبكات التواصل الاجتماعي والعمل التطوعي خاصة لدى فئة الشباب التي تعتبر الأكثر استعمالاً لهذه التقنية في الجزائر، وانتقال العمل التطوعي للعالم الافتراضي، واعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي من خلال استعمال أداة المقابلة شملت المقابلات مجموعة من الشباب المنظمين لهذه الصفحة والذين ينشطون في الواقع من خلال أعمال تطوعية وقدر عددهم 11 شخص واستخدم معهم 9 أسئلة رئيسية:

عن هذه الدراسة نتائج:

- كون أن العمل التطوعي غير الرسمي وغير المؤطر من المؤسسات الرسمية هو المفضل لدى الشباب لغياب الثقة في المنظمات الرسمية وطابعها البيروقراطي، ولعل هذه الدراسة أن تساعد الباحثين للقيام بدراسات وبحوث أكثر تعمقاً حول العمل التطوعي.

تشابه هذه الدراسة مع دراستي في النقاط التالية وهي: أولاً تكلمها عن العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي بالتحديد الفيسبوك، ثانياً المنهج المستخدم وهو المنهج الوصفي وحتى أدوات الدراسة المستخدمة، كما تكلمت هذه الدراسة عن الثقة .

8-17 دراسة عصام بدري أحمد محمد الموسوم ب: 2021 "التدخل المهني لطريقة تنظيم المجتمع لتنمية اتجاهات مستخدمي

شبكات التواصل الاجتماعي نحو التطوع الالكترونية" مقال منشور في مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية والعلوم الانسانية المجلد 53 العدد 01.

وقد هدفت هذه الدراسة الميدانية إلى قياس عائد برنامج التدخل المهني لطريقة تنظيم المجتمع لتنمية اتجاهات مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي نحو التطوع الالكتروني تعد من الدراسات شبه التجريبية التي اعتمدت على مسح الاجتماعي بالعينة لإجراء دراسة استطلاعية لعينة بلغ حجمها 10 أعضاء والمنهج شبه التجريبي لعينة الدراسة التي بلغ عددها 35 من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي الذين يمارسون العمل التطوعي التقليدي لدى جمعية عطاء بلا حدود بمدينة أسيوط واستخدمت

الدراسة أداتين هما استمارة استبيان للدراسة الاستطلاعية ومقياس اتجاه مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي وقد اشتمل على ثلاثة أبعاد رئيسية ومن أهم نتائج الدراسة:

- ومن أهم نتائج الدراسة ثبوت صحة الفرض الرئيسي للدراسة وهو توجد علاقة إحصائية ذات دلالة معنوية بين التدخل المهني لطريقة تنظيم المجتمع وتنمية اتجاهات مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي نحو التطوع الإلكتروني وكذلك ثبوت صحة الفروض الفرعية للدراسة.

8-18 دراسة نجاة سامي هادف و وردة برويس والهاني عاشور الموسوم ب: 2021 "شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز العمل التطوعي" مقال منشور في المجلة العلمية للتكنولوجيا وعلوم الاعاقة المجلد 03 العدد 04

وقد هدفت هذه الدراسة نظرية إلى تسليط الضوء على دور شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز العمل التطوعي من خلال التركيز على دراسة شبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها مواقع تتاح فيها الفرصة للتعبير عن الآراء والمناقشة القضايا وكذا التعبير عن الاهتمامات في مجالات مختلفة، كما ركزت الدراسة على تطور الشبكات الاجتماعية في الجوانب المادية وغير المادية، خاصة ما تعلق بالمعتقدات والقيم بما في ذلك العمل التطوعي، كما تطرقت الدراسة إلى مفاهيم أساسية، وأهداف العمل التطوعي والأماكن التي يعمل بداخلها المتطوعون وأدوارهم فيها.

9- مناقشة الدراسات السابقة:

من خلال استعراض الدراسات السابقة المتحصل عليها، يستخلص أن الدراسة الحالية تشابهت مع هذه الدراسات، فهناك دراسات معتمدة تناولت أحد متغيرات الدراسة الحالية كمواقع التواصل الاجتماعي والعمل التطوعي مثل دراسة تومي فضيلة (2015)، ودراسة بوترة بلال وبوقروز أمينة (2017)، دراسة باعلي سعيدة (2018)، دراسة سلمى كوندرة (2018)، دراسة مبروك يوظقوطة (2019)، دراسة حبيب الود (2021)، دراسة عصام بدري أحمد محمد (2021)، دراسة نجاة سامي هادفوردة برويس عاشور (2021)، دراسة هناء حفاوي يوسف (2017)، دراسة داليا خلف الله يونس أحمد (2017)، دراسة خديجة ياسين أحمد مسودة (2017)، دراسة أمين عثمان محمد العليجوني (2017)، دراسة سمية بوحدادة (2018)، منتهي الكيلاني (2019)، وهذا ما يتشابه مع الدراسة الحالية حيث أنها هدفت هذه الدراسات على التعريف بالعمل التطوعي ومواقع التواصل الاجتماعي وحتى الفيسبوك، إضافة إلى ذلك هدفت هذه الدراسات الكشف الدور الذي لعبته

هذه المواقع في نشاط العمل التطوعي الجماعي وحتى الفردي كما أن العينات التي طبقت عليها الدراسات السابقة كانت معظمها من الجنسين ومع الجمعيات الخيرية وهذا أيضا يتفق مع الدراسة الحالية.

كما استخدمت معظم الدراسات السابقة على الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وكذلك اعتمدت معظم الدراسات السابقة على المنهج الوصفي باعتباره المنهج المناسب للدراسة، وهذا ما يتفق مع الدراسة الحالية باعتبارها تعتمد على المنهج الوصفي.

ومن حيث النتائج فتوصلت كل دراسة نجاة سامي هادف ووردة برويس والهاني عاشور(2021)، ودراسة عصام بدري أحمد محمد (2021)، ودراسة مبروك بوطقطوقة (2019)، ودراسة سلمي كونددة (2018)، ودراسة بوترة بلال وبوقروز أمينة (2017) هناك علاقة إيجابية ودور مهم نتيجة استخدام الجمعيات الخيرية لمواقع التواصل الاجتماعي وبالتحديد الفيسبوك وأكثر فئة مستهدفة من قبل الجمعيات الخيرية وهي الشباب كما أن دراسة **dmitry chemobrov** (2018) و دراسة **braulio alturas raulMS laureano Adriano I femandes sara hassamo** (2018) ودراسة **Park Johnstone** تتفق هذه الدراسات على وجود عمل تطوعي رقمي تقوم به الجمعيات الخيرية والذي يقوم بالفعل يطلق عليه متطوع رقمي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، يحاول إرسال معلومة مصورة من أجل تقديم المساعدات وخاصة أيام الأزمات وتحقيق رضا وثقة الناس والمجتمع.

وأما الاختلاف بين الدراسات السابقة كان في عدد أفراد العينة، وكذلك هناك اختلاف بين الدراسات السابقة في تحديد أبعاد الأداة الدراسة.

ومن خلال استعراض أهم الدراسات السابقة نجد أن الدراسة الحالية تختلف عن الدراسات السابقة من حيث المكان والزمان وعينة الدراسة، وأغلب الدراسات تناولت منخرطين في الجمعيات الخيرية ومتطوعين، فالشيء الذي يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة هو تسليط الضوء على الهوية الافتراضية للجمعيات الخيرية النشطة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وإعادة إنتاج مجالات جديدة للجمعيات نتيجة استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي.

10- توظيف الدراسات السابقة:

نظرا لأهمية الاطلاع على الأبحاث والدراسات السابقة والمشاهدة لموضوع الدراسة الحالية، وما تمثله من أداة مساعدة للباحث للتعرف على المناهج المتبعة، وأدوات جمع البيانات والمعلومات، وطرق اختيار العينات، والمعالجات الإحصائية، الأمر الذي يتضح

مع مدى الاستفادة من هذه الدراسات بصفة عامة، فإن الدراسات السابقة التي تم استعراضها لها علاقة مباشرة بموضوع الدراسة الحالية، حيث تتخذ العمل التطوعي وشبكات التواصل الاجتماعي كموضوع لها، فيما تختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في أنها حاولت التعرف على إسهامات شبكات التواصل الاجتماعي في إعادة إنتاج الفعل التطوعي للجمعيات الخيرية الجزائرية، وتنفرد هذه الأخيرة عن باقي الدراسات السابقة في أنها تركز على تشكل الهوية الافتراضية للجمعيات الجزائرية بتسليط الضوء على جمعية في الشرق الجزائري والغرب والوسط والجنوب حتى تغطي جميع التراب الجزائري، والتعرف على دور الجمعيات في فترة جائحة كورونا.

استفاد الباحث من هذه الدراسات كما يلي:

- ❖ الاستفادة من المنهجية العلمية المعتمدة في الدراسات السابقة.
- ❖ الاستفادة من النتائج التي توصلت إليها الدراسات السابقة في توظيفها في الجانب الميداني للدراسة الحالية.
- ❖ الاستفادة من الدراسات السابقة في اختيار أداة الدراسة المناسبة والمنهج المناسب.
- ❖ الاستفادة منها في التعرف على الأساليب الإحصائية المستخدمة.
- ❖ الاستفادة منها في مناقشة نتائج الدراسة الحالية على ضوء هذه الدراسات.
- ❖ تحديد أهم المراجع التي يمكن العودة إليها والاستعانة بها مستقبلاً.
- ❖ إثراء الموضوع بالمعلومات والبيانات وخاصة ما يتعلق بمشكلة البحث وأبعادها وجوانبها المختلفة وأهم مفرداتها .
- ❖ التعرف على أهم المصطلحات المستخدمة في البحث.
- ❖ القدرة على صياغة نتائج الدراسة بصورة علمية سليمة.
- ❖ المساهمة بصورة رئيسية في التعليق على النتائج وتفسيرها.

ثامنا. المقاربة النظرية للدراسة:

حدد فيلد Field نظرية رأس المال الاجتماعي بأنها تركز على قضية العلاقات وفكرة الشبكات الاجتماعية والثروة المتاحة في المجتمع.

والتفاعل الذي يمكن الناس من بناء المجتمعات واعتماد بعضهم البعض وربط النسيج الاجتماعي Social Fabric وتدعيم خبرات الشبكات الاجتماعية والعلاقات وإيجاد الثقة، وتعطي الثقة بين الأفراد في المجال الواسع للمجتمع والمؤسسات الاجتماعية وتصبح مجموعة مشتركة من القيم والمزايا والتوقعات داخل المجتمع ككل.

ويمتد مفهوم رأس المال الاجتماعي ليشمل بناء وإعادة الثقة في أشكال ونظم الاقتصاد في المجتمع.

ومن ثم تركز نظرية رأس المال الاجتماعي على متغيرات هامة تتحدد في العلاقات والشبكات الاجتماعية، والاعتماد المتبادل، والثقة التي ترتبط بالنسيج والبناء الاجتماعي وتدعمه والذي يعد ثروة قائمة في المجتمع، كما تركز على القيم الاجتماعية التي تعكس التوقعات في العلاقات والتفاعلات الاجتماعية بين الناس في المجتمع والتي تدعم الثقة في النظم الاجتماعية والاقتصادية والسياسية في البناء الاجتماعي.

وبذلك فغياب رأس المال الاجتماعي يؤثر سلبا في العلاقات والنسيج الاجتماعي وانحيار البناء الاجتماعي وغياب الثقة في النظم والمؤسسات المجتمعية.

يرى "بوتنام" أن الركيزة الأساسية لرأس المال الاجتماعي تكمن فيما تحمله الشبكات الاجتماعية ورغبة الشبكات في مساعدة بعضها البعض، وأن رأس المال الاجتماعي ليس فقط مجموع المؤسسات التي تعزز المجتمع بل تشمل أيضا العلاقات التي تربط هذه المؤسسات.

يعكس كل ذلك أن رأس المال الاجتماعي ليس فقط مجموع المؤسسات التي تعزز المجتمع بل يمتد ليمثل الروابط التي تربط بين كل منهم، باعتباره أحد موارد التنظيم الاجتماعي ومصدرا كامنا للقيمة.

وبذلك يمكن تفعيل رأس المال الاجتماعي وتنميته وتحويله إلى أهداف استراتيجية، ويمكن تحليل رأس المال الاجتماعي بتحليل البناء الاجتماعي والفعل الاجتماعي والتبادل الاجتماعي باعتباره رصيذا للفاعل على مستوى التفاعل والتبادل الفردي أو الجماعي أو الجمعي أو المستوى المجتمع أو الدولة ككل يفهم مصطلح الرأس المال الاجتماعي من خلال ثلاث مستويات.

➤ **المستوى الجزئي:** ويركز على النتائج الفردية والفاعل كفرد حيث يتم دراسة أو تشخيص الأنا وقدراتها على التعبئة من

خلال شبكة اجتماعية مع الآخرين في المجتمع، وبذلك يمكن تحديد الأنا الفاعلة وقدراتها الفردية.

- **المستوى المتوسط:** والتركيز في هذا المستوى على عملية التوزيع، حيث ينظر ويتم تحليل أنواع الروابط والعلاقات والتفاعلات بين الأنا وأساليب تدفق وتبادل الموارد من خلال الثقة، والشبكات الاجتماعية وقواعد المعاملة (التي تمثل الموارد) ويمثل ذلك المستوى التفاعل الجماعي بين الفئات الاجتماعية في المجتمع.
- **المستوى الكلي:** يركز على العلاقات الاجتماعية وتأثير النظام الاقتصادي والسياسي في المجتمع على طبيعة هذه العلاقات.

وتنهض نظرية رأس المال الاجتماعي على افتراض أن:

- ❖ كلما زادت المشاركة التطوعية في الجمعيات كلما نما رأس المال الاجتماعي في المجتمع.
- ❖ كلما زادت المساندة والدعم المتبادل في المنظمة كلما نما رأس المال الاجتماعي.
- ❖ يؤدي الإعلام السلبي إلى غياب وتقليل رأس المال الاجتماعي في المجتمع. (السروجي، 2009، ص: 39-40)

يقوم رأس المال الاجتماعي في الواقع على مدى شيوع الثقة بين الأفراد، وهذا ما تسعى إليه الجمعيات الخيرية في كسب ثقة أعضائها أولاً ثم الناس و المجتمع ثانياً وتشكيل رأس مال اجتماعي يعزز أفكارها ومبادئها ويعترف بها، ويعد مجال الثقة مرتبط بنوعية القوانين السائدة في المجتمع والسياسات المتبعة فيه، حيث تعكس العلاقات التي يقيمها الناس مع بعضهم ومع بيئتهم الطبيعية قيماً ومواقف وحاجات تحدد أهداف المجتمع، إذ يقوم المجتمع بتطوير ما لديه من قيم وتقاليده، وتشريعات، ونظم ومؤسسات تؤدي في مجموعها إلى خلق رأس مال اجتماعي يساهم في تنمية المجتمع وتجاوز مشكلاته، ومع تطور النظام السياسي والاجتماعي وخروج الجزائر من سياسة نظام الحزب الواحد إلى التعددية الحزبية وظهور الأفكار الرأس المالية والحرية الشخصية الفردانية، وتطور النسق الاجتماعي والثقافي في الجزائر تخلله ثقافة النظم والمؤسسات التي تمخضت عنه ظهور الجمعيات الخيرية التي تسعى إلى تقليص أعباء على الدولة من خلال تقديم مساعدات اجتماعية وثقافية... الخ هذا التطور في القيم ساعد في زيادة الثقة الدولة والأفراد بأهمية العمل التطوعي الجماعي واهتمام به وتنميته في المجتمع فكلما زادت ثقة الدولة والأفراد بأهمية الجمعيات الخيرية في المجتمع (حدث اعتراف) زادت المشاركة التطوعية في مثل هذه المؤسسات ونتيجته كان هناك نمو لرأس المال الاجتماعي في المجتمع، فازدياد ثقة الدولة بأهمية الجمعيات الخيرية يتمثل في وضع قوانين تسهل من انتشارها في المجتمع، وإذا صدق أفراد المجتمع بما تقوم به الجمعيات في أرض الواقع زاد انخراطهم وتقربهم لمثل هذه المؤسسات، لأنه من مؤشرات ومتغيرات قياس رأس المال الاجتماعي هو ثقة الأفراد والتزامهم وشعورهم بالأمان.

أكد "جيمس كولمان" أن هناك علاقة تأثير وتأثر بين الأشكال لرأس المال، ولعل أبرز الأمثلة التي اعتمدها لتوضيح هذه العلاقة نموذج تجارة الألبان في الولايات المتحدة الأمريكية، والتي أشار إليها كدليل على الارتباط بين رأس المال الاجتماعي والصور الأخرى لرأس المال، إذ يعتمد تجار الألبان هناك في تسهيل معاملاتهم التجارية على العلاقات والروابط الاجتماعية والقيم المتعارف عليها (رأس المال الاجتماعي) دون اللجوء إلى كتابة وتحرير عقود قانونية معقدة تستهلك الوقت والجهد والمال الأمر الذي يمكنهم في النهاية من زيادة أرباحهم (رأس المال المادي) ومن ناحية أخرى فإن كلا من رأس المال المادي ورأس المال البشري يسهمان في تكوين رأس المال الاجتماعي، فهاتين الصورتان من صور رأس المال تمثلان الموارد والامتيازات والمهارات التي يمتلكها أعضاء أحد الجماعات الاجتماعية والتي لا يستطيع الأفراد الحصول عليها إلا من خلال انتمائهم إلى هذه الجماعة.

(السروجي، 2009، ص: 135)

لقد تطور المجتمع الجزائري وخاصة بعد خروج الجزائر من الحزب الاشتراكي الواحد إلى التعددية الحزبية الرأس المالية أعطى انفتاحا في سياسة النظم والمؤسسات وظهور المدارس والجامعات والمعاهد ومؤسسات المجتمع المدني ومنها الجمعيات الخيرية مما انعكس على ثقافة ووعي الأفراد صاحبه تطور ووعي (الرأس المال الثقافي)، هذا الوعي الثقافي أعطى للمجتمع الجزائري رأس مال بشري مثقف ومنتج وواع بأهمية العمل الخيري وتقديم المساعدات وكيف ينعكس إيجابيا على العباد والبلاد من أطباء ومهندسين أساتذة وغيرهم حتى الذين لم يحصلوا على مراتب علمية كبيرة ولكن كان لديهم وعي بأهمية العمل الخيري التطوعي، فظهرت الجمعيات الخيرية وانتشرت في المجتمع الجزائري يترأسها شباب مثقف وإطارات في الدولة هدفها تقليل الصعوبات على الدولة في حل بعض المشكلات مما يقلص مصاريف على الدولة ويزيد من رفاهية شعبها (الرأس المال المادي) خلال المساعدات المقدمة من طرف الجمعيات.

حدث تطور في المجتمع الجزائري في جميع المجالات فضربت العولمة أطنابها على نطاق واسع وتغيرت الضروريات والكماليات نتيجة التحسن المعيشة فأصبحت تقريبا كل عائلة لديها هاتف ذكي وانتزعت في المنزل هذه الرفاهية (الرأس المال المادي) هي من تداعيات التطور وبرزت المجتمعات الافتراضية متشابكة في علاقات الافتراضية باعتبارها تجمعات اجتماعية تشكلت من أفراد في أماكن متفرقة في أنحاء العالم، يتقاربون ويتواصلون فيما بينهم عبر شاشات الكمبيوتر والبريد الإلكتروني ويجمعهم اهتمام مشترك وتحديث بينهم تفاعلات عن بعد من خلال الانترنت تختصر الحيز الجغرافي والزمني الذي نقلت فيه الإنسان إلى آفاق رحبة ومتحررة في علاقاته بالآخرين على غرار منصات التواصل الاجتماعي ودورها في حياة المجتمع الجزائري وتداولها بين كل الشرائح فأصبحت

هناك حتمية تكنولوجية يجب مسايرتها وجعلها في خدمة المجتمع وهنا تبرز نظرية ماكلوهان الحتمية التكنولوجية وكيف تعالج مشاكل المجتمع يري ماكلوهان أن الوسيلة هي الرسالة، مبينا أن مضمون وسائل الإعلام لا يمكن النظر إليه مستقلا عن تقنيات الوسائل الإعلامية، فالموضوعات والجمهور يؤثران على ما تقوله تلك الوسائل، ولكن طبيعة وسائل الإعلام التي يتصل بها الإنسان تشكل المجتمعات أكثر ما يشكلها مضمون الاتصال، وإذا تطرقنا إلى المراحل الأربعة التي طرحها ماكلوهان حول تطور التاريخ الإنساني: المرحلة الشفوية ما قبل التعلم، والكتابة أو النسخ وعصر الطباعة وعصر وسائل الإعلام الإلكتروني كل هذه المراحل يدخل ضمنها رأس المال الاجتماعي، فيشير ماكلوهان إلى أن طبيعة وسائل الإعلام المستخدمة في كل مرحلة تساعد على تشكيل المجتمع أكثر مما يساعد مضمون تلك الوسائل على التشكيل (قرناني، 2014، ص68).

وهذا ما جعل من الجمعيات الخيرية تساير هذا التطور وتوسع من علاقاتها عبر العالم الافتراضي وشكلت مجتمع من نوع آخر هو المجتمع الافتراضي الذي يكون على أساس التفاعل ففتحت صفحات لها عبر شبكات التواصل وخاصة عبر الفايسبوك وهذا نتيجة للشعبية التي يمتاز بها هذا التطبيق في المجتمع الجزائري، هذا التطبيق (فايسبوك) زاد من تكوين علاقات ووسع من نطاقها على مجال الواسع تخطي البحار والمحيطات على غرار جمعية ناس الخير وجمعية سيدرا التي لها فروع عبر كامل التراب الوطني وتتحكم فيها عن طريق تكنولوجيات الاتصال إيمائيل أو الهاتف الذكي أو عن طريق صفحة الفايسبوك الرئيسية للجمعية وحتى خارج الوطن وأعيد إنتاج رأس مال اجتماعي بشري افتراضي يتفاعل عبر الكلمة الشفهية من كل الأجناس والأديان والفئات وهذا ما قاله "أدريا نو وسارا" في دراستهما بعنوان "الرضا عن الكتابة عبر صفحة الفايسبوك وتأثيره في جمع التبرعات للمنظمة خيرية في بورتغال" يقولان أن الرضا عند نشر المعلومات المنظمة لمجمل أنشطتها على صفحة الجمعية عبر الفايسبوك يمكن يؤثر على تشكيل الكلمة الشفهية من خلال تعليقات أي (رأس مال بشري) وزيادة التبرعات (رأس مال مادي) وتشكلت هوية افتراضية للجمعيات عبر العالم السيبري (رأس مال رمزي) وأصبح هناك استقطاب الكتروني للرأس المال البشري وصدق "وليد زكي رشاد" في تعريفه لمفهوم الرأس المال الاجتماعي الافتراضي على "أنه شبكة من العلاقات الاجتماعية والافتراضية والمتشكلة عبر الفضاء المعلومات تسهم في تقديم منافع ومردودات شخصية وجماعية واجتماعية على المستويين الواقعي والافتراضي"، من خلاله تشكل رأس مال ثقافي والمعري افتراضي وأصبح كل شخص تقريبا على اطلاع ودراية بالوسائط التكنولوجية وظهرت مصطلحات جديدة لم تكن متداولة من قبل مثل إضافة صديق كدال حامل لمدلول مختلف العلاقات فالأب والأخ والزميل والصديق كلهم يشار لهم في الفايسبوك بلفظ صديق، وتولدت مفاهيم جديدة باللغة الانجليزية "Friending" الذي جاء بغية رسم الحدود بين صداقات

العالم الحقيقي والصداقات الافتراضية بلوك للشخص الذي لا تحبه والملفت للانتباه هو استعمالها من كلا الجنسين الذكور والإناث كبارا وصغارا سكان المدن وحتى في الأرياف انتشارا واسعا للمؤسسات الخيرية عبر كامل التراب الجزائري وتجدد استراتيجياتها من خلال الإعلام الجديد الذي أعاد إنتاج الثقة بدور المرأة في المجتمع و أن تكون ضمن النشاط الخيري الجماعي إما متطوعة أو حتى رئيسة مؤسسة نتيجة ثقة العائلة بدور المرأة واضطلاعها على نشاط الجمعيات الناجحة داخل وخارج الوطن وما يمكن أن تصل إليه وانعكاسها على المجتمع هذه الثقة عززت من رأس مال ثقافي عن طريق المعلومة المصورة التي يقدمها الإعلام الجديد فظهر رأس مال اجتماعي جديد هو رأس مال الاجتماعي الافتراضي يعتمد على شبكة من الارتباطات بين أفراد والتفاعلات الافتراضية المنتشرة على الانترنت فالنقطة الجوهرية الفاصلة بين محددات رأس المال الاجتماعي الافتراضي والواقعي هي مجالات التفاعلات إذ أن المجال الافتراضي يتأسس عبر تفاعلات الانترنت التي تشكل آلية الاتصال لتحقيق رأس المال الاجتماعي الافتراضي، وهذا ما قاله (مصطفى طلعت السروجي) كلما زادت المساندة والدعم المتبادل للجمعية عبر صفحتها الرئيسية كلما نما الرأس المال الاجتماعي الافتراضي، فدخل الشخص وتصفح له صفحة الجمعية والضغط على إعجاب أو مشاهدة فيديو لنشاطها وتبادل مع بعض الأصدقاء أو من خلال اعتراف كتابي يزيد من رأس المال الاجتماعي الافتراضي للجمعية بكل أنواعه من خلال علاقات ليس لها حدود جغرافية ومن هنا يمكننا القول أن لإعلام جديد أصبح مؤسسة للتنشئة وتقديم ثقافات مختلفة (الرأس مال ثقافي)، وحسب الرأي الدكتور الجزائري عبد الرحمان عز في نظريته الحتمية القيمة إن الإعلام رسالة مقصودة وتدخل تحت راية الإعلام وسائل التواصل الاجتماعي ومن ضمنها الفيسبوك ويقول في نظريته أن أهم معيار في تقييم الرسالة التي تبثها وسائل التواصل الاجتماعي هو القيمة التي تنبع أساسا من المعتقد والدين الإسلامي، وبالتالي يكون لوسائل التواصل الاجتماعي تأثير إيجابي إذا كانت المحتويات المنشورة عبر هذه الوسيلة أو القناة لها صلة بالقيم الدين الإسلامي وهنا تظهر علاقة كلما استخدمت الجمعيات الخيرية الفيسبوك في نشر قيم العمل الخيري والتطوعي كلما كان التأثير إيجابي وكان هناك زيادة في رأس المال الاجتماعي. (بوداود، 2019:ص323)

هذه الوسائط كانت عون للجمعيات في تقليل المصاريف الدعائية واستثمارها في أشياء أخرى فظهرت مساعدات من نوع آخر عن طريق النقود الالكترونية استخدمتها أقوى الجمعيات الخيرية في العالم (رأس مال المادي افتراضي). حتى تزيد من نشاطها واختارت أشخاصا مثقفين ويجيدون التعامل مع مثل هاته الوسائط التكنولوجية وقدمت لهم دورات تكوينية (رأس مال البشري)، يقول طلعت مصطفى السروجي الإعلام السلبي يقلل من رأس المال الاجتماعي في المجتمع، ولهذا يجب على الجمعية أن تختار

أشخاصا يتمتعون بمهارات ويقدمون ما يتناسب مع نشاط الجمعية وأن يكون صادق مع الجمهور ويكسب ثقته (رأس المال الرمزي) ويعرف كيف يختار الوقت المناسب وطريقة كتابة المنشورات كل هذه الأفعال تزيد من ثقة الناس حول الجمعية وبالتالي تشكل رأس مال اجتماعي، يقول "جيمس كلومان" بأن رأس المال المادي والبشري يحقق مصلحة خاصة و فقط من يستثمر فيهم يجني فوائد من ذلك الاستثمار أي لصالح المؤسسة (الجمعية) و فقط، أما رأس المال الاجتماعي فيعد نفعا لصالح العام وهذا ما يعني أنه ليس فقط من يستثمر فيه يكسب فوائد منه ولكن الفاعلين الآخرين. الفوائد تعود للجمعية تحسن صورتها وتطور علاقتها وللمنخرطين كذلك وللمجتمع بصفة عامة بتقليل الصعوبات والمشاكل للدولة كل هذه الأرباح جزء من أرباح البنية الاجتماعية ككل.

(غمشي، 2018، ص: 146)

ومن خلال التحليل الذي قدمناه سابقا والمتعلق بمدى قدرة مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) في تشكيل رأس مال اجتماعي من خلال مشاركة الجمعيات الخيرية لأنشطتها في الفضاء الافتراضي، والمجالات التي يظهر فيها هذا النوع من رأس المال يرى عدد كبير من الباحثين أن مواقع التواصل الاجتماعي قدرة في ذلك ويمكن أن نراها في المجالات التالية:

الثقة: فهي أساس العلاقة والتفاعل اليومي للجمعيات وهي التي تعتمد على التبادل وإنشاء العلاقات وهي تساعد على الارتباط بين الأعضاء، كما أنها مرتبطة بالأفعال المنسقة في المجتمع وتجعل المجموعات قادرة على المتابعة والاهتمامات الجماعية بكفاءة وفعالية، فالثقة مقدمة ونتيجة في نفس الوقت للعمل التطوعي الجماعي إن الأعمال التطوعية التي تقوم بها الجمعيات الخيرية نابعة من صلب احتياجات المجتمع تزيد من ثقة الأفراد في الاشتراك والتبادلات الاجتماعية عندما تؤمن الجمعية بأعضائها وبوجود مصالح مشتركة فيما بينها وبين المجتمع وعندما يهتم المجتمع والجمعية كل منهما بالآخر وبأداء كل منهما لأعماله بكفاءة وفعالية وعندما يتوفر التفاهم المتبادل والخلفية المشتركة من المعلومات فيما بينهم فإن ذلك يساعد على تقوية الثقة بين الجمعيات الخيرية والمجتمع مما يعني تكوين قدر كبير من رأس المال الاجتماعي، والذي يظهر من خلال العلاقات المتبادلة والمصالح المشتركة وزيادة التفاعل والاتصال والتعاون المتبادل والمتمثل في الأنشطة التي يخدم بها كل منهم الآخر، والثقة التي تقوي رأس المال الاجتماعي بالعمل التطوعي وهي تكون في صورتين الأولى هي الثقة الفردية حيث يثق المنخرطون في الجمعية ببعضهم البعض وفي رؤسائهم والعاملين معهم والثقة في الرسالة التي هم يقومون بها، والصورة الثانية هي الثقة الاجتماعية هي ثقة المجتمع المدني بكل مؤسساته بأهمية الجمعيات في المجتمع والدور الذي تقوم به وإشراكها في صنع القرارات وهذا ما بينته الأحداث المتسارعة التي مرت بها الجزائر كغيرها من الدول خاصة في سنة 2020 مع جائحة كورونا والدور الذي لعبته الجمعيات الخيرية من تقديم الدعم المادي والمعنوي

والفكري من أجل محاربة الجائحة أينما وجدت الثقة وجد التبادل كما يقول (بوتنام)، فكلما كانت هناك ثقة بين أعضاء الجمعية والذين يشكلونو يشرفون على نشاط الجمعية افتراضيا كان تبادلهم في هذا النوع من المجتمعات قويا، وكان رأس مالهم الاجتماعي قويا كذلك، لذا اعتبر "بوتنام" الثقة المقوم الأساسي الذي يستمد منه رأس المال الاجتماعي الافتراضي قوته، فالجماعة التي يكون أعضاؤها جديرين بالثقة هي جماعة أكثر قدرة على الإنجاز كما يقول، مقارنة بالجماعات الأخرى التي تفتقد إلى هذا المقوم من المقومات رأس المال الاجتماعي في المجتمعات الافتراضية مثلا إذا كان أعضاء الجمعية فيما بينهم غير متفقيين ولا يتقون ببعضهم البعض يحدث الشرح ويظهر للعيان في الخارج وهذا يؤثر على تكوين رأس مال الاجتماعي، أما في المجال الافتراضي تقوم الجمعية الخيرية بنشر أنشطة لم تقم بها أو تعرض مثلا خدمات كرقم هاتف من أجل عرض المساعدة على صفحتها عبر الفيسبوك وكان هناك شخص يحتاج لمساعدة واتصل بهم ولم يرد عليه هذا يقلل من الثقة وبالتالي يقلل الرأس المال الاجتماعي الافتراضي أو عدم وجود ثقة بين الجمعية والمحيط الذي تنشط فيه حول التوزيع العادل للتبرعات على المحتاجين وفي العالم الافتراضي يعبر عنها بتعليقات سلبية ويمكن أن نسميه رأس مال اجتماعي افتراضي سلبي أو يقوم الأشخاص بإلغاء مشاركتهم لصفحة الجمعية عن طريق خاصية توجد في الفيسبوك وهي بلوك، وهذا ما أكدته فوكوياما حول الصلة العميقة بين رأس المال الاجتماعي والثقة "إن رأس المال الاجتماعي هو قدرة تنشأ من خلال انتشار الثقة وما يرتبط بها من قيم داخل المجتمع أو في أجزاء معينة منه فحقيقة استخدام الجمعيات الخيرية للفيسبوك من أجل ترويج الاجتماعي لأنشطتها أحدث راحة نفسية للأفراد والمجتمع والدولة خلقت ثقة زادت من رأس المال الاجتماعي الافتراضي مثل جمعية سيدرة وجمعية الشباب المثقف وجمعية إنصاف كلهم كان لهم دور فعال وشاركوا في مشاريع تم المجتمع ويطلب من الدولة ومؤسساتها كل هذا نتيجة الثقة، أصبح الرأس المال الافتراضي يعطي هوية عددية للجمعية تجعلها تختلف عن باقي الجمعيات من خلال متابعتها. (بيجي، 2017، ص: 227)

الاندماج الاجتماعي: يتبلور الاندماج داخل الجمعيات الخيرية في تكوين علاقات بين الأفراد التي تزيد من الرأس المال الاجتماعي فهو مسؤول على تنسيق أفعال الأفراد من أجل تحقيق أهداف مشتركة وهذا ما تقوم به الجمعيات من تقديم مساعدات أيام الأزمات من أكل وأدوية وأموال وتقديم خدمات للأفراد ومساعدتهم وتخفيف الضغط عن الدولة، وأصبح الاندماج الاجتماعي قويا خاصة مع زيادة استعمال شبكات التواصل الاجتماعي واسعا فيمكن للجمعية أن تساعد أشخاصا موجودين في أماكن بعيدة عن نشاط الجمعية قد تكون الجمعية في ورقة تساعد أشخاصا في تمارست وهذا ما قامت به جمعية الشباب المثقف مع

بعض الجمعيات لمساعدة المتضررين من الفيضانات جناة وهذا مايسمى بالاندماج واقعيا و افتراضيا الذي يزيد من رأس المال الاجتماعي الافتراضي.

القابلية الاجتماعية: هي رغبة الأفراد في الجمعية على إخضاع أهدافهم الفردية وما يصاحبها من أفعال إلى أهداف وأفعال جماعية ويعملون على إقرارها بشكل جماعي فكلما زادت قابلية الأفراد الجمعية بأهدافهم وأنشطتهم والإيمان بها زاد من رأس المال الاجتماعي مثل مشروع مخيم التطوع الذي قامت به جمعية الشباب المثقف وقامت بتجسيد فكرتها وإيمانها بها بمعنويات عالية وقابلية على الأرض الواقع وجمعت كل الأشخاص الذين لهم اهتمام بالعمل التطوعي واستخدمت شبكات التواصل الاجتماعي حتى تزيد من رأس المال الاجتماعي عن طريق استمارة افتراضية يقوم كل شخص بتسجيل معلوماته حتى يشارك في هذا المخيم، وأصبح كل سنة يكون هناك إقبال كبير للمخيم وقامت الجمعية بورشات حتى تزيد من قابلية للعمل التطوعي كان هناك رأس مال اجتماعي وعندما نشرت الورشات والصور على شبكات التواصل الاجتماعي أصبح هناك لديها رأس مال اجتماعي افتراضي واسع.

البناء الاجتماعي (الجمعيات الخيرية) الذي تم تكوينه يحفز العلاقات والتفاعل ويزيد من ثقة الأفراد ببعضهم البعض فيتعاونون ويساعدون وهذا ما يحقق الاندماج الاجتماعي وهذا الأخير يزيد من رأس المال الاجتماعي وبالتالي تتحقق أهداف المشتركة بين الجمعية والمجتمع وحتى تزيد الجمعيات الخيرية الاندماج الاجتماعي سايرت التطور التكنولوجي وشاركت أهدافها مع المجتمع الافتراضي حتى تزيد رأس المال الاجتماعي الافتراضي ،هذا القبول الاجتماعي يضيفي على الجمعيات الخيرية الشرعية والتي تعتبر أحد مقومات رأس المال الاجتماعي.

القيم: تعتبر الجمعيات الخيرية كبناء أو كنسق تقوم بغرس قيم المشاركة والتعاون والاعتماد على الذات والعملا لتطوعي الجموعي ويتم عن طريق البرامج التعليمية والتكوينية التي تقوم بها الجمعيات الأهلية خاصة وهذا يساعد على تكوين رأس المال الاجتماعي ومع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في نشر القيم التطوعية كانت سببا في تكوين رأس مال اجتماعي افتراضي وهذا ما يثبتته الدكتور الجزائري عبد الرحمان عز في نظريته الحتمية القيمة إن الإعلام رسالة مقصودة وتدخل تحت راية الإعلام وسائل التواصل الاجتماعي ومن ضمنها الفايسبوك ويقول في نظريته أن أهم معيار في تقييم الرسالة التي تبثها وسائل التواصل الاجتماعي هو القيمة التي تنبع أساسا من المعتقد والدين الإسلامي، وبالتالي يكون لوسائل التواصل الاجتماعي تأثير إيجابي إذا كانت المحتويات المنشورة عبر هذه الوسيلة أو القناة لها صلة بالقيم الدين الإسلامي يزيد من تشكيل رأس المال الاجتماعي وهنا تظهر علاقة كلما

كان استخدام الجمعيات الخيرية للفيسبوك في نشر قيم العمل الخيري والتطوعي كلما كان التأثير إيجابيا وزادت من تكوين رأس المال الاجتماعي .

المشاركة: تقوم الجمعيات الخيرية كبناء أو نسق تبادل المعلومات لمجمل الأنشطة التي تقوم حتى تؤثر في الرأي العام وتزيد من رأس المال الاجتماعي فاشترك الجمعية عبر الفيسبوك يؤسس لعنصرين هما: الأول متمثل في التبادل المعلومات الذي يسهم في طرح للاستفادة في حل المعضلات ذات الأبعاد الاجتماعية والثاني يتمثل في الدعم الاجتماعي والمقصود به الدعم الذي يستفيد منه الفرد من خلال امتلاكه شبكة علاقات اجتماعية عبر تفاعلات المجتمع الافتراضي يمكن من خلالها تحقيق منافع تتأرجح بين الواقع الافتراضي والمجتمع الواقعي مشبعا بروح الشراكة والتعاون بين المواطنين في المجتمع في مشاريع خيرية تطوعية مثل حملات التبرع ومساعدة الفقراء وحتى تعميم المشاركة داخل وخارج الوطن .

التعاون Cooperation: وجود علاقة تعاون بين أفراد الجمعية الواحدة وحتى الجمعيات فيما بينها وحتى مؤسسات الدولة من خلال علاقة تشاركية واقعية وافتراضيا هذا التعاون يزيد من بناء الرأس المال الاجتماعي فقد تجدد جمعيات خيرية تتعاون مع السجون والمستشفيات تقديم حملات تحسيسية بمخاطر الأمراض على غرار فيروس الايدز وفيروس كورونا والمؤسسات التعليمية التوعوية امتحانات البكالوريا يعتمد نجاح هذه الجمعيات الخيرية على الجهود التثبني من خلال الثقة والحرية الاختيار وتوفر الرغبة الحقيقية بين الأطراف في التعاون، إن رغبة الأفراد في المشاركة والتعاون هي التي جعلتهم يجتمعون في منظمات وجمعيات لتكوين رأس مال اجتماعي هيكلي، وتزايد ثقة الأفراد بما تقدمه شبكات التواصل الاجتماعي تشكلت لديهم رغبة في مساهمة هذا التطور التكنولوجي من خلال تكوين صفحة افتراضية على صفحة الفيسبوك وبالتالي تزيد من رأس المال الافتراضي عن طريق المشاركة الافتراضية ولكي يتم هذا التعاون وهذه المشاركة يجب أن تتوفر قيمة التسامح.

التسامح: ويعني به قبول الآخر وهو استعداد لتقبل وجهات نظر المختلفة وقبول الرأي الآخر وتحمل الضغوط وهو يساعد في تكوين رأس مال اجتماعي و يسمح بأن تكون العلاقات فيما بين الأفراد جيدة مثال على ذلك هو الجلسات التي تعقدها الجمعية دوريا وعندما تحدث مثل هذه الاجتماعات التي تعقدها الجمعية تعطي فرصة لإنتاج أفكار مبتكرة على أن يكون الهدف من التسامح هو تحقيق مصلحة الجمعية العليا على المصلحة الفردية وهذا ما يزيد من رأس المال الاجتماعي،تقوم الجمعيات على غرار الشباب المثقف عرضا من جلساتها على صفحتها عبر الفيسبوك مما يعطي راحة نفسية لمتابعيها وثقة بما تقدمه مما يزيد من رأس مالها الاجتماعي.

التبادلية: تشير إلى قدرة الأفراد على العمل معا من خلال تبادل الخبرات والمعلومات وقدرة المنظمات على تسيير العلاقات التي تهيئ الفرصة لتبادل الحوارات البناءة والمعلومات بين الأفراد داخل المنظمة مما يشجع روح التعاون فيما بينهم ونشر ثقافة الثقة، ويتم ذلك من خلال الندوات وورش العمل ودورات تدريبية، إن عملية التبادل تحمل في طياتها قيمة الالتزام بالتبادلية كمقوم لرأس المال الاجتماعي حتى تتم على الوجه المنوط به فإنه ضروري التزام كل طرف بأداء واجبه تجاه الطرف الآخر.

الالتزام: هو حالة نفسية تتمثل في تمسك الفرد بالجمعية واقتناعه بأهدافها الأمر الذي ينعكس على سلوكياته حيث يسعى لنجاح هذه الجمعيات، التزام أعضاء الجمعية بتحقيق المسؤوليات المطلوبة والتزامهم بتحقيق المصلحة الجماعية، إن التزام الجمعية الخيرية بمعايير تتناسب مع المجتمع يوطد العلاقات الاجتماعية بين الجمعية والمجتمع ويزيد من مستوى الثقة فيه وبالتالي يزيد رأس المال الاجتماعي سواء داخل الجمعية أو بين الجمعية والمجتمع. وعليه هذا الالتزام يساعد في تحقيق الأهداف المسطرة من قبل الجمعية يساهم في تكوين وتقوية رأس المال الاجتماعي فالالتزام هو ذاتي نابع من ذات الأفراد بدون فرض وهذا ما يحدث عند توافر ثقافة التطوع والقيم المدنية التي تعتبر هي الأخرى أحد مقومات رأس المال الاجتماعي ويجب على الجمعية أن تلتزم مع جمهورها ومتابعيها عبر الفيسبوك بوضعه في الصورة لجمل أنشطتها وهذا ما نسميه الالتزام الافتراضي.

ثقافة التطوع والقيم المدنية: تعتبر مقوما أساسيا لرأس المال الاجتماعي حيث يتم ذلك من خلال عدة آليات منها التعريف بأنشطة المنظمات من خلال الوسائل والندوات والأنشطة والخدمات التي تقدمها هذه المنظمات وكذلك عمل دورات تدريبية للتدريب على كيفية التطوع وتسهيل إجراءات التسجيل للتطوع وبالتالي زيادة في الرأس المال الاجتماعي الإنسان يجب السلوكيات التي تحث عن القيم الحميدة.

عملية التعليم: تساعد على زيادة رأس المال الاجتماعي والتماسك الاجتماعي حيث يتم من خلالها تطوير القيم والمهارات والفهم، وأصبحت منصات التواصل الاجتماعي أداة للتعليم وتكوين رأس مال اجتماعي افتراضي.

خلاصة الكلام قدمت شبكات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) للجمعيات الخيرية انتشارا وشمولية عن طريق المعلومة المصورة التي تنشرها يوميا لجمل أنشطتها (الهوية النشطة) وإلتزامها اليومي بوضع جمهورها ومتابعيها في الصورة، هذا النشاط المتكرر يزيد من الثقة التي تعكس مباشرة في زيادة رأس المال الاجتماعي (الهوية المحسوبة) وعند تكلمنا عن زيادة رأس مال الاجتماعي التي نقصد بها عدد متابعين صفحة الجمعية هذا التزايد المستمر لرأس المال البشري هو ناتج عن اعتراف الفرد والمجتمع بجميع مؤسساته،

ويعرف أكسيل نوهيث الاعتراف هو الاعتراف بخدمة جليلة قدمها لنا الفرد أو الجماعة، أو حاجة إلى إظهار تقدير ما نحو آخر، وكثيرا ما يقترن الاعتراف في اللغة العربية بالشكر والثناء على إنسان أو جماعة (الجمعيات الخيرية) والإقرار بمعروف، فالذات لا تعرف حقيقة ذاتها إلا من خلال علاقتها بالآخرين أو من خلال تفاعلها مع الآخرين، وحسب هونيث هناك شروط تساعد (الجمعيات الخيرية) لتحقيق ذاتها والاعتراف بها:

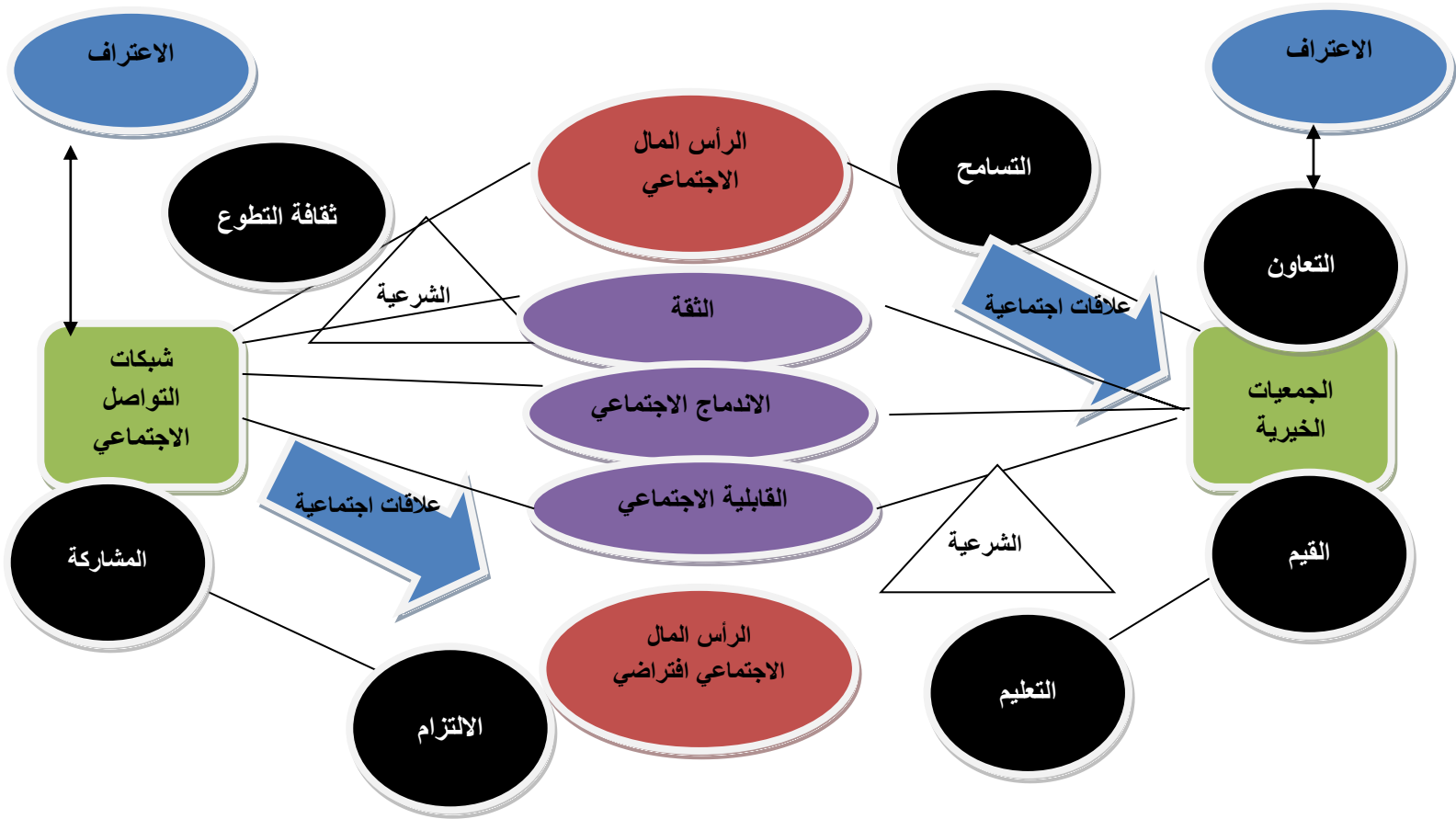
➤ الحب: وحسب هونيث هو الصورة الأولية للاعتراف، إذ أنه يربط الفرد بجماعة محددة وخاصة الأسرة التي تمكنه من تحقيق مقصد أساسي يتمثل في الثقة في النفس فحب أعضاء الجمعية لبعضهم البعض وثقتهم المتبادلة و التي تنعكس على علاقاتهم وتفاعلهم و اعترفاتهم بإمكانيات بعضهم البعض (الاعتراف الفردي) ، وحبهم لرسالتهم ينعكس على أدائهم داخل الجمعية وخارجها وهنا يحدث الاعتراف الداخلي، ومع تطور المجتمع في عصر تكنولوجيا حدث نوع من الانبهار والحب لما تقدمه هذه الشبكات من تسهيل للعمل التطوعي وكان هناك اعتراف بما تقدمه هذه الشبكات (الفايسبوك) مما دعي الجمعيات إلى مساندة هذا التطور وظهر الترويج الاجتماعي للجمعيات وأنشطتها عن طريق المرئيات والسمعيات (الصورة والفيديو)، هذا التسويق المحدث أحبه الجميع وأعجبوا ما تقوم به الجمعيات فحدثت الثقة بين الأفراد والجمعيات والمجتمع بجميع مؤسساته (اعتراف المجتمع).

➤ الحق: الذي هو ذو طابع قانوني وسياسي، بحيث يتم الاعتراف بالإنسان كذاتحاملة لحقوق ما. ولهذا الاعتراف أهمية كبيرة لاكتساب ما يسمى احترام الذات وهنا أصبح للجمعيات قانون يحميها في القانون الجزائري (الاعتراف القانوني).

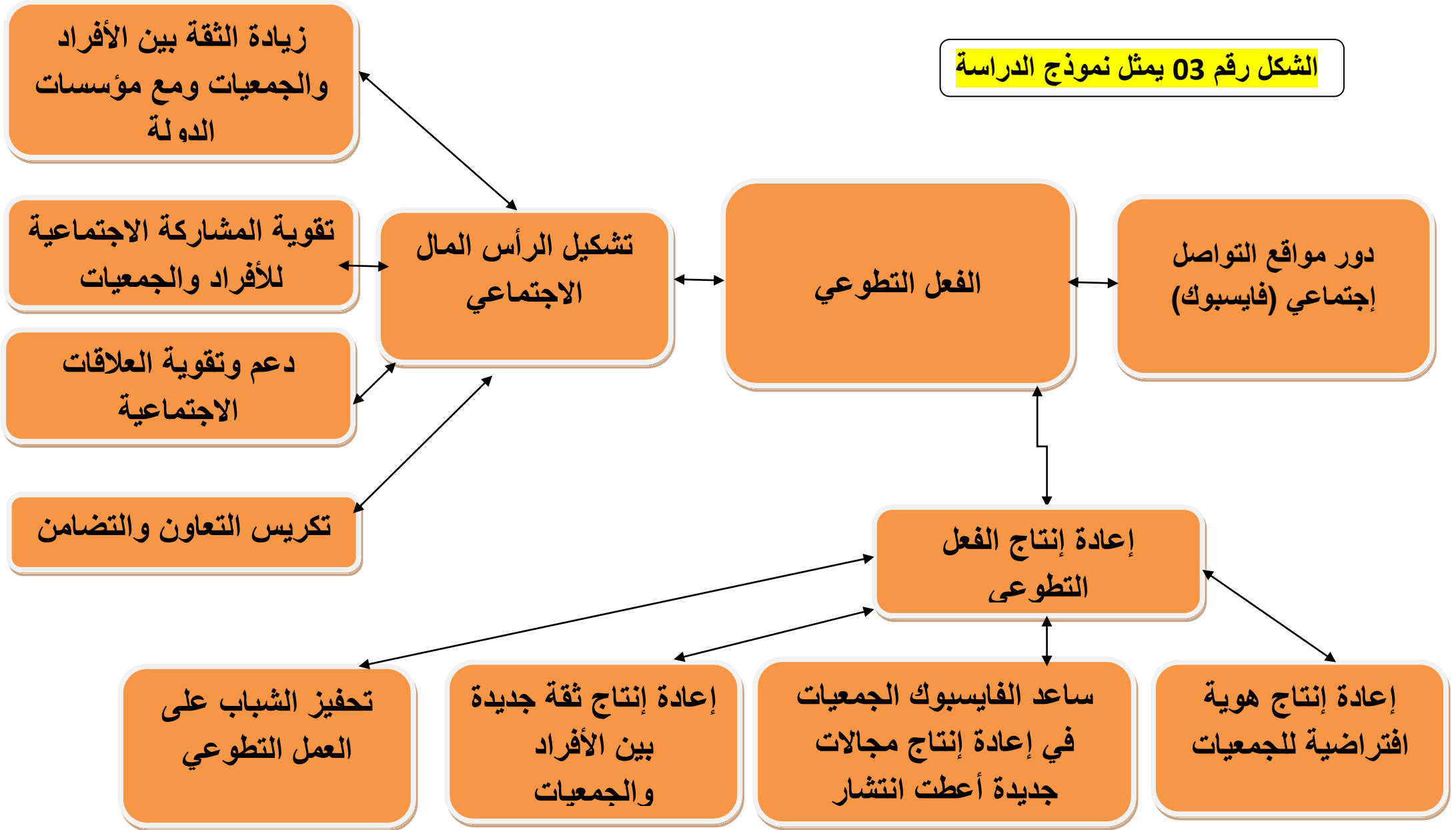
➤ التضامن: التضامن حسب هونيث إلى الصورة الأكمل اكتمالا من العلاقة العملية بين الذات وهذا لتحقيق مقصد أساسي يتمثل في إقامة علاقة دائمة بين الفرد والجمعيات وبين الجمعيات ومؤسسات الدولة وهذا ما طبقته الدولة من خلال التشاركية بين الجمعيات ومؤسسات الدولة مثل ما كان مطبقا في قطاع الشباب والرياضة على غرار بعض الجمعيات الخيرية مثل جمعية سيدرا من خلال دورات تكوينية حول نبذ الصراع وخطاب الكراهية، وجمعية الشباب المثقف مع قطاع الصحة، وجمعية إنصاف مع منظمة يونيسيف هذا الاعتراف حدث من خلال المعلومة المصورة أحدث نوع من الثقة التي شجعت على التضامن بين الجمعيات والأفراد والمجتمع. (مونيس، 2018، ص: 92، 93)

يجب الشكل على العرض.

شكل (02) عرض توضيحي لمقاربة كيف تشكل الجمعيات الخيرية لرأس المال الاجتماعي (الافتراضي)



الشكل رقم 03 يمثل نموذج الدراسة



الفصل الثاني

الفصل الثاني: مدخل سوسيولوجي لمواقع التواصل الاجتماعي

تمهيد

المبحث الأول: تعريف ونشأة مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الثاني: خصائص ومميزات مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الثالث: دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الرابع: أشكال وأنواع مواقع التواصل الاجتماعي:

المبحث الخامس: دور مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث السادس: آثار مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث السابع: تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الثامن: مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمع الجزائري والعربي

المبحث التاسع: استراتيجية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في 2020

خلاصة

تمهيد:

غيرت تكنولوجيا اتصال العلاقات الإنسانية، فحولت صورة الاتصال النمطية التي تعتمد على المواجهة إلى الاتصال الافتراضي وذلك بولوج العالم السبيري، فمواقع التواصل الاجتماعي تتعرض إلى تحديث وتطوير باستمرار في مجال الخدمات، حولت مختلف النشاطات التقليدية وأعطتها صفة العالمية والشمولية من خلال تفاعل عدد كبير جدا من المستخدمين، بخصصون وقت كبير في استعمالها مع أفراد يبادلونهم نفس الاهتمام ومع هذا التزايد الملحوظ في استعمال هذه المواقع من مختلف الفئات وتعددت وتنوعت بذلك من موقع لآخر فظهرت عدة مواقع سنراها وبالأخص موقع الفايسبوك والذي هو مجال الدراسة.

المبحث الأول: تعريف ونشأة مواقع التواصل الاجتماعي**1- تعريف:**

يعرفها قاموس ODLIS "هي خدمة الكترونية تسمح للمستخدمين بإنشاء وتنظيم ملفات شخصية لهم، كما تسمح لهم بالتواصل مع الآخرين" (بن جديدي، 2016، ص: 122)

يعرفها عبد الله الغامدي وإسماعيل وصفي بأنها "مجموعة من الحواسيب مرتبطة ببعضها ببعض لتكون شبكة عالمية وشبكات الاتصال". (الصادعي، 1432، ص: 7)

من خلال دراستنا لهذا التعريف نستنتج أن مواقع التواصل الاجتماعي هي عبارة عن مواقع تسمح لنشطين فيها تكوين شبكات من التفاعلات الافتراضية تتمثل في تبادل أفكار ومقترحات أو تقديم معلومات .

يعرفه واسين وييمون فراك "هو شبكة من الناس تستخدم لأغراض عدة أما العثور على عمل أو التعرف على أصدقاء جدد أو العثور على شركاء يتقاسمون نفس الميول"

ويعرفها بالاس "هو برنامج يستخدم كوسيلة لبناء المجتمعات عبر الانترنت، حيث يمكن الأفراد من التواصل مع بعضهم البعض عن طريق مجموعات متنوعة ولأسباب مختلفة قد تكون من أجل التعارف وهي خاضعة لقواعد وقوانين التي يقترحها البرنامج.)

(wasinee pimanpha 2010, p20)

كما عرفت أنها منظومة من الشبكات الالكترونية تسمح للمشاركة فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثمة ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات، أو جمعة مع أصدقاء الجامعة أو الثاوية.

(ممدوح ، 2012: ص31)

كما عرفت أنها "تركيبية اجتماعية الكترونية تتم صناعتها من أفراد وجماعات أو مؤسسات وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي (مثل الفرد الواحد) باسم العقدة Node بحيث يتم إيصال هذه العقدة بأنواع مختلفة من العلاقات لدرجة أكثر عمقا كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص" (طایل، 2013، ص: 7)

يعرف قاموس علم اجتماع التابع لجامعة أكسفورد عام 1998 على أنها "شبكة عالمية تتكون من أجهزة الكمبيوتر والتي تسمح بالوصول الفوري إلى عدد كبير من مواقع الويب الفردية والتي تقدم كافة المعلومات سواء أكانت علمية أو غيرها وأنها توفر خدمة الدردشة التي يستطيع الأشخاص عبرها التواصل مع بعضهم بعضا وعرض أفكارهم وهواياتهم."

(راضي والتميمي ، 2017، ص: 26)

ويعرفه بويد وأليسون بأنها "مواقع إلكترونية تتيح إنشاء ملفات التعريف الشخصية وتمكن من ربط العلاقات بين المستخدمين." (هويدي، فرحات، 2019، ص: 35)

من خلال التعريف السابقة نستنتج أن مواقع التواصل الاجتماعي هي وسائط اجتماعية تستخدم من قبل أفراد وجماعات، وتكون من خلال مواقع خاصة تربط أشخاص آخرين يسمون الأصدقاء يتشاركون نفس الانشغالات والاتجاهات وهذا ما قامت به الجمعيات الخيرية في الجزائر من خلال استغلال هذه الشبكات على غرار الفايسبوك في تكوين رأس مال بشري يشارك نشاط الجمعيات ويعرف بها من خلال الترويج المصور ويكون التعبير عن رأي الجمهور من خلال الإعجاب، والمشاركة للمنشور، والتعليق.

2- نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي:

احتلت مواقع التواصل الاجتماعي مكانة مرموقة في المجتمع وقد وصلت إلى العالمية، وهذا نتيجة التواصل والتفاعل اللحظي وغير اللحظي ضمن مجموعات كبيرة متفاعلة وفي هذا السياق يجب التنويه إن استخدام الانترنت للتواصل مع الجمهور الواسع من المتفاعلين على مستوي العالم، هو ليس وليد اللحظة وليس مرتبطا فقط بشبكات التواصل الاجتماعي على غرار face book أو My space أو Twitter فقد وجد الاتصال اللحظي (الآني) في جميع أقطار العالم من خلال المنتديات وغرف الدردشة والمحادثات المتبادلة عبر الانترنت، والتراسل الفوري ليصل إلى الاتصال الرقمي عبر الشبكات الاجتماعية.

كل شبكة اجتماعية خلقت لنفسها شكل للتواصل فتجد موقع Flickr يهتم بصور و Twitter يهتم بتغريدات أو التدفقات القصيرة من الرسائل و Youtube يهتم بالفيديوهات، وفي هذه السنوات الأخيرة أصبحت الهواتف الذكية والمحمولة تسخر بهذه المواقع التواصل الاجتماعي Social Media وأصبحت لهذه الوسائط دور اجتماعي مثل مساعدات الجمعيات في

نشر ثقافة العمل التطوعي والاقتصادي استخدمت من أجل بيع منتجات أو حتى في المجال السياسي مثل ما حدث أثناء الربيع العربي ونشر القيم الاجتماعية بصفة خاصة.

وقد حدث إجماع بين علماء الاجتماع والسياسة، على أن شبكات التواصل الاجتماعي خلقت عصرا جديدا منفتحا على العالم، وأعطت للاتصال صورة نوعا من الانتشار والشمولية، وخلقته ظواهر سوسيواتصالية مختلفة مثل التيك توك الذي أظهر مواهب تمثيلية للعيان وأصبحت محل شهرة وقد تم في الخليج اختيار أحسن شخصيات التيك توك ومشاركة في مسلسل خليجي، حتى الفتيات أصبحن يعرضن ما يرتدين من ملابس ويعرفن بنشاطهم اليومي فظهرت ظاهرة جديدة اسمها الفاشينستات فتغيرت القيم بنشر بنات مسلمات ومن أماكن محتشمة بنشر صورها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، أو من خلال فتح قنوات على اليوتيوب والاتصال والتواصل بالأفراد والجماعات بمختلف الجنسيات والثقافات والعادات وظهرت سيول من تدفق المعلومات.

(تومي، 2015، ص: 62)

تضمنت مواقع التواصل الاجتماعي صوراً وأصواتاً ورموزاً بين أفراد المجتمع، هذا التحول خلق لنا ظاهرة الشبكات الاجتماعية احتلت العالم ووصلت شرارتها إلى العالم العربي، وأصبح الشباب بمختلف مذاهبهم وطوائفهم يغصون في هذا الوسط السيبري الافتراضي.

تعد وسائل التواصل الاجتماعي من بين منصات الواب وهو يقوم على العلاقات التفاعلية المتزامنة أو غير المتزامنة. وهي تلعب دور الوسيط من خلال الاتصال الرقمي الذي يقوم بإرسال واستقبال المعلومات بين طرفين أو عدة أطراف.

يرجع ظهور مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي للعالم الاجتماع "جون بارنز" في عام 1954، فالبدائيات الأولى كانت شبكات الاجتماعية تقليدية وتمثل في نوادي المراسلة العالمية التي كانت تستخدم في ربط العلاقات بين الأفراد من مختلف الدول باستخدام الرسائل التقليدية المكتوبة، ومع ظهور شبكة الانترنت ساعدي في انتشار ظاهرة التواصل الاجتماعي وتطوير الممارسات المرتبطة بشبكاتنا التي يطلق عليها تسمية شبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت المبنية على تطبيقات Applications وهي تركز على تطوير شبكة من العلاقات الاجتماعية بين البشر الذين يتقاسمون نفس الاهتمامات والنشاطات.

كانت الولايات المتحدة الأمريكية أولى الدول التي أطلقت شبكات التواصل الاجتماعي عبر شبكة الانترنت سنة 1994 ظهرت تجمعات هي شبكة Theglobe.com وتلاه موقع Geocities بعام بعد ذلك، ثم تلاها موقع Tripod العام نفسه، كان

اهتمام هذه التجمعات هو الربط بين الأفراد للسماح لهم بالتفاعل من خلال غرفة الدردشة، وتقاسم المعلومات والأفكار الشخصية حول مواضيع مختلفة باستخدام وسائل شخصية للنشر عبر صفحات وهو الأساس الذي قامت عليه المدونات.

وبعدما ظهرت بعض التجمعات هي تربط الأفراد من خلال عناوين بريدهم الإلكتروني، وأهمها موقع Classmates.com عام 1995 الذي يخصص لربط الاتصال بين زملاء الدراسة السابقين، وموقع Six degrees عام 1997 الذي يركز على الروابط الغير مباشرة الملفات الشخصية للمستخدمين الرسائل المتبادلة المدججة ضمن قائمة الأصدقاء وفي سنة 1999 ظهر نموذج مختلف من شبكات التواصل الاجتماعي الذي يركز على الثقة والصدقة، وقد حدث نوع من التعديلات مثل منح المستخدمين سلطة التحكم في مضمون الاتصال.

وفي سنة 2002 و2004 زادت قوة شبكات التواصل الاجتماعي عبر العالم من خلال ظهور ثلاث مواقع اجتماعية، أول موقع هو موقع Friend ster عام 2003، ثم جاء موقع آخر هو My space وموقع Bebo عام 2005، وقد احتل موقع My space وتلاه ظهور موقع Facebook 2004 من قبل "مارك زوكربيرج" Mark Zuckerber من أجل تقريب زملائه في جامعة هارفارد الأمريكية ما فتى إلا أن أصبح في العالمية من خلال انفتاحه على أفراد خارج الولايات المتحدة الأمريكية.

وبدأت مواقع التواصل الاجتماعي تنتشر مستفيدة من الإستراتيجية التجارية للانترنت حيث كان موقع حيث كان موقع Yahoo أول المبادرين فأطلق موقع جديد اسمه Yahoo360 في مارس 2005 ، وتم شراء موقع My space من قبل "روبرت مردوخ" Rupert murdock في جويلية 2005 ، ثم تلاه موقع Friendster الذي بيع إلى شركة ITV البريطانية في جانفي من نفس العام، وبعدما عرف الويب 0.2 ظهور الكثير من المواقع سنة 2009 بلغت 200 موقع (خلاف، 2017:ص

(18)

في سنة 2005 تغلب موقع My space على جوجل في عدد مشاهدات صفحاته ويعتبر هذا الأخير من أوائل الشبكات الاجتماعية وأكبرها على مستوى العالم ومعه المنافس الشهير الفايسبوك، وفي 2008 تغلب فايسبوك Facebook علي My space (ليلي، 2012، ص: 38)

في سنة 2010 انطلق تطبيق "انستغرام" ليحقق نجاحا واسع التأثير، حيث بلغ مستخدموه في نهاية هذا العقد مليار مستخدم وأصبحت أكثر شركات التكنولوجيا انتشارا في العالم، ومع تطور "الانستغرام" كان موقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" يحتل

مساحة كبيرة في العالم الافتراضي، وفي هذا الصدد حاول العمالقة ومنافسون مثل "غوغل" و"ابل" إنشاء شبكة اجتماعية خاصة بهم وانطلق تطبيق "سنا بشات" في عام 2011 فظهر صراع ضمني بين هذه الشبكات ولكن كان "فايسبوك" الأقوى والأبرع بحسب ما تقول "سي ان ان" الأمريكية وأقفلت "غوغل" شبكة "غوغل بلاس" ولم تطلق "ابل" شبكتها التي تركز على الموسيقي وتوقف جمهور "تويتر" عن النمو عن 300 مليون مستخدم شهريا، وهو رقم بعيد عن 2.45 مليار مستخدم شهريا في "الفايسبوك"، واشترت "الفايسبوك" تطبيق التراسل الفوري "واتساب" مقابل 22 مليار دولار عام 2014 وحاولت شراء "سنا بشات" مقابل 4 مليار دولار عام 2013، ولكن مؤسس ورئيس التنفيذ "ايفان شبيغل" رفض وفي النصف الثاني من العقد تم إطلاق عدد من تطبيقات الوسائط الاجتماعية، ولكن على عكس "انستغرام" أو "سنا بشات" لم ينظر إليها مطلقا كمنافس حقيقي لـ "فايسبوك" ولم يتعرف القراء على هذه التطبيقات تحمل أسماء "الماستودون" و"بيتش" و"ايلو" و"فيرو" وغيرها سيطرت "الفايسبوك" على أربع منصات لكل منها أكثر من مليار مستخدم ومع انتهاء العقد وجدت شركة التواصل الاجتماعي نفسها في موقع دفاعي لنشرها أخبارا كاذبة نتيجة لذلك أعادت "انستغرام" و"الفايسبوك" التفكير في الإعجابات وتأثيرها على الصحة العقلية ويعمل "تويتر" على تحسين الرفاهية في حين بدأ "يوتيوب" في تعديد حسابات المشتركين على المنصة لمعالجة المخاوف.

وفي سنة 2016 انطلق التطبيق الصيني "تيك توك" وهو يدور حول المحتوى الشعبي مع بعض الموسيقي، وهذا يذكر بتطبيق "فاين" تطبيق المقاطع القصيرة الذي أغلقته "تويتر" عام 2017 ولا يوجد شيء في "تيك توك" يدور حول الروابط الاجتماعية فهو يتعلق باستخدام الخوارزميات للعثور على محتوى من شأنه لفت الانتباه. وتم تحميله نحو 1.6 مليار مرة على مستوى العالم حتى الآن ومن المفارقات فإن "انستغرام" كان السبب في شهرة "التيك توك" فأطلقا نسحا تقلده سنة 2018 وأطلقت "الفايسبوك" تطبيق يسمى "LASSO" يتيح للمستخدمين إنشاء مقاطع فيديو قصيرة ومشاركتها مع تأثيرات الموسيقي والكاميرا في وقت سابق من هذا العام أطلق "انستغرام" أداة جديدة تسمى "REELS" في البرازيل لمشاركة مقاطع فيديو مدتها 15 ثانية مع الموسيقي ويرى العلماء أن وسائل التواصل الاجتماعي في العقد المقبل سوف تتطور إلى تقنية 5G وهي لديها قدرة دفع وسائل التواصل الاجتماعي إلى حدود بعيدة و إفساح المجال لمزيد من المحتوى التفاعلي والمغامرات.

(الموقع العربي الجديد، 2019، ص: 3)

المبحث الثاني: خصائص ومميزات مواقع التواصل الاجتماعي

استطاعت مواقع التواصل الاجتماعي أن تنفرد بخصائص ومميزات عن باقي الشبكات العنكبوتية بعدة مميزات، واستطاعت هذه الأخيرة أن تفرض نفسها بقوة بعد أن أصبحت وسيلة كبيرة وفعالة في نقل المعلومات وهذا بعد أن يقوم النشاط بتقاسمها مع المتفاعلين عبر هاته الوسائط، وهي متخصصة في جمع ونشر المعلومات والأخبار، والتنسيق والتشبيك مع الصحفيين والمهتمين وهي وسيلة لمعرفة التحكم في الرأي العام وتوجيهه، وقد تساعدك في التعرف على بعض الشخصيات المهمة وأصحاب الاختصاص وقد تتجمع بعض المزايا والخصائص لهذه المواقع منها:

➤ **التفاعلية والتشاركية:** ما يميز مواقع التواصل الاجتماعي هو خاصية التفاعل والتي تقوم على تبادل الآراء والأفكار والمعلومات، ويكون هذا التفاعل مجانيا سلسا وسهلا مثلا يمكن للمستخدم تبادل مع المستخدمين الآخرين معلومات شخصية تهمه أو إبداء رأيه في المجال السياسي وحتى هواياته الرياضية مثلا من خلال نشر صورته وهو يمارسها أو يقدم معلومات عن فوائدها ويقوم بنشر عادات وتقاليد منطقته وثقافتهم، والتعريف بموطنه من خلال تدوين مكان بلده الحقيقي وإقامته في ملفه الشخصي.

وهذا يعزز ما استطاعت أن تقوم به الجمعيات الخيرية على منصات التواصل الاجتماعي في كافة ربوع الوطن وخارجه من خلال تبادل معلومات وخبرات مع باقي الجمعيات الأخرى ودخلت البيوت واستطاعت أن تقنع المرأة داخل بيتها بأهمية العمل التطوعي وجعلها تتفاعل معها وتدخل مجال الخيري، واستطاعت الجمعية أن تخلق لنفسها هوية افتراضية وتعرف بأهدافها وأنشطتها ومكانها الحقيقي عن طريق تدوين اسم الجمعية في المنصة وتسجيلها في الملف الشخصي وهذا ما أكدته السنوات الأخيرة وكيف كان لوسائل التواصل الاجتماعي أهمية في الربيع العربي والحراك الشعبي في الجزائر.

➤ **الحضور الدائم غير المادي:** أن عملية الاتصال عبر هاته المنصات الاجتماعية لا تتطلب حضور جسدي أو مادي للمستخدمين أو في وقت متزامن من خلال ترك رسالة نصية أو صورة أو معلومات عن أفلام أو موسيقى أو غيرها من مجالات اهتمام المستخدم الآخر الذي يمكن أن يرد عليه بنفس الطريقة كما يمكن لهما الاتصال مباشرة سواء من خلال الدردشة النصية أو من خلال الدردشة الصوتية باستعمال ميكروفون.

- **وضوح الهوية:** وهي تحدث تلقائيا لأن الهدف لكل مستخدم أن يشكل علاقات ويتواصل مع أشخاص غريبين عليه، وهنا يفرض عليه أن يفصح عن هويته الحقيقية ومعلوماته الشخصية بكل صراحة دون أي كذب أو تحايل في هذه النقطة و إلا أنه يكون قد خالف أهم غاية جاء من أجلها هذا الموقع.
- **تشكيل المجتمع بطريقة جديدة:** على الرغم من أن المفاهيم المجتمعية الوهمية وجدت منذ بداية التطبيقات الالكترونية، إلا أن مواقع الشبكات الاجتماعية وفرت سبلا جديدة للاتصال، فقد ينضم المستخدمون لمجموعات قراء الكتب والاتصال من خلال تبادل وقراءة الكتب التي يجوبون.
- **نشطات من القاعدة إلى القمة:** توفر شبكات التواصل الاجتماعي منصات مثالية، يستطيع من خلالها المستخدمون المشتركون بنفس القيم والاهتمامات أن يتعاونوا بشكل فعال وبتكاليف أقل، فمثلا تستطيع الجمعيات الخيرية أن تعرف بنفسها عبر العالم الافتراضي من خلال موقع شارك الذي يعرف بكل جمعية وأهدافها ونشاطها.
- **إعادة تنظيم جغرافيا الانترنت:** سمحت شبكات التواصل الاجتماعي نقاط دخول جديدة على الانترنت "الشخصية العالمية للناس" أصبح نشاط الجمعيات الخيرية ومقراتها متواجد عبر كامل أقطار الوطن وحتى خارجه مثل جمعية البركة التي هي متواجدة عبر كامل القطر الجزائري وحتى خارجه من فلسطين وبورما وغيرها من الدول الفقيرة.
- **العاطفة من خلال المحتوى:** المشاركة العاطفية إحدى الدوافع الرئيسية لاستخدام التدوين المصغر، وترتبط قوة وخصائص الشبكات الاجتماعية مع ما يعرف بالمشاركة أو التبادل العاطفي، ويظهر ذلك بشكل واضح في تيارات الوعي الاجتماعي وهذا ما تقوم به الجمعيات الخيرية بنشر ومشاركة متبعيها جميع الأنشطة التي تقوم بها عبر صفحاتها خاصة عبر فايسبوك وهذا التبادل يخلق وعي لدى المتابعين.
- **تخريج بيانات:** تسمح غالبية شبكات التواصل الاجتماعي لأعضائها باستعراض شبكات أصدقائهم، ويمكن تخريج البيانات المتاحة في الشبكات المستخدم من استعراض شبكته الخاصة ومشاركتها مع عامة الناس والأصدقاء، وتوفر بعض الشبكات تطبيقات تسمح للمستخدمين بوصف العلاقة بينهم وبين الأعضاء الآخرين (عبد الله ممدوح، 2012، ص: 32)
- **المحادثة:** تتميز بتوفير فرصة المحادثة في اتجاهين، من خلال المشاركة والإعجاب وحتى التعليق على المحتوى إما صورة أو فيديو وحتى الكتابات.

➤ **الترابط:** هي عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة بعضها البعض مما يسهل سرعة انتقال المعلومة. (هويدي، 2019،

ص: 36)

➤ دمج وسائل وسائط متعددة.

➤ حرية التعبير والنشر بمختلف الأشكال.

➤ سهولة البناء والاستخدام.

➤ قدرات اتصالية متعددة. (نوشي والربيعي، 2009، ص: 38)

➤ ومن أهم مميزات مواقع التواصل الاجتماعي وعلى رأسها الفايسبوك هي سرعة نقلا لأخبار والمعلومات وتبادل صور

وفيدويوهات وحتى الخبر المكتوب يكون عن طريق تعليق، وخير دليل على ذلك ثورة تونس التي كانت نتيجة تداول مواقع

التواصل الاجتماعي لخبر حرق المواطن لنفسه أمام الناس وكان الخبر مثل النار في الهشيم قلب المجتمع التونسي والعربي

وكانت نتيجة ثورة تونس التي أطاحت بالرئيس السابق زين العابدين بن علي.

➤ ومع هذا التطور الحديث وعصر معلوماتية أصبح من لا يملك صفحة خاصة به على هذه المواقع الاجتماعية يبدو

معزولا عن العالم الخارجي كما تقول "Danah Boyd" "من لا يتواجد على صفحات موقع التواصل الاجتماعي

ماي سبيس فهو غير موجود" (سبهان، 2015، ص: 9)

➤ الانفتاح مواقع التواصل الاجتماعي عبارة عن خدمات لردود الفعل والمشاركة وتبادل المعلومات.

(تومي، 2015، ص: 87)

وهذا ما جعل الجمعيات الخيرية تحذو حذو دانا بويد وفتحت لنفسها فضاء افتراضيا يعطيها صفة الانتشار والشمولية ولا يكلفها

جهدا كبيرا ومالا أو وقتا محددًا، فأصبحت أنشطتها مواد إخبارية تروج وتحسن علاقتها مع الفرد والمجتمع وتزيد من ثقة بينهم

لدرجة أصبحت المرأة عنصرا فعالا في الأعمال الخيرية.

من تداعيات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ظهور هويات افتراضية غير حقيقية حيث أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي

مسرحا لإنتاج وإعادة الإنتاج هويات افتراضية متعددة، غير أن لم يصادفني في عينة دراستي بحكم مجال دراستي حول جمعيات بارزة

في المجتمع الجزائري ولديها مصداقية في مجال نشاطها ولكن يمكن أن يكون هناك تزييف المحتوى وصعوبة تقييم المصداقية على

شبكة الانترنت تعدد مصادر المحتويات أو المراقبة والحجب على أساس تمتلك الحكومة القدرة الكبيرة على المراقبة ومواجهة تطور

وسائل الإعلام الاجتماعي وإمكانية حجبها كما حدث في بعض الدول كمصر وتركيا والصين وإيران، ومع تزايد جائحة كورونا قامت الجمعيات الاعتماد على نقل مباشر وفوري والمشاركة في الندوات افتراضيا عبر موقع زوم مثلا، كما تمكنت مواقع التواصل الاجتماعي من كسر الحواجز والخطوط الحمراء التي كانت تمنع التواصل بين المواطنين العاديين والمسؤولين كما تحولت إلى سلاح حاد لرصد وكشف قضايا عديدة، كما أتاحت هذه الشبكة حرية التعبير للأفراد الذين أصبحوا يعبرون عن آرائهم في مختلف القضايا. (الشمائلة و اللحام و كافي، 2015، ص: 94)

المبحث الثالث: دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

➤ **المشاكل الأسرية والإشباع الاجتماعي:** تعتبر الأسرة هي الدرع الواقي للفرد حيث توفر له الأمن والحماية والاستقرار والمرجعية ولكن في حالة افتقاد الفرد لهذه البيئة المتكاملة ينتج لديه نوع من الاضطراب الاجتماعي الذي يجعله يبحث عن البديل لتعويض الحرمان الذي فقده.

➤ **الفراغ:** يعد الفراغ الذي ينتج عن سوء إدارة الوقت أو حسن استغلاله بالشكل السليم الذي يجعل الفرد لا يحس بقيمته ويبحث عن سبيل شغل هذا الوقت من بينها مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك مثلا.

➤ **البطالة:** تعتبر عملية الانقطاع وعدم الاندماج المهني الذي يؤدي لعدم الاندماج الاجتماعي والنفسي منه إلى إقصاء الاجتماعي الذي هو نتيجة التراكم والعوائق والانقطاع التدريجي للعلاقات الاجتماعية وهي من أهم المشاكل الاجتماعية التي يعاني منها الفرد والتي تدفعه لخلق حلول للخروج من هذه الوضعية التي يعيشها.

➤ **إشباع الفضول:** تحرك مواقع التواصل الاجتماعي بمميزاتها التي هي مليئة بالأفكار والتقنيات المتجددة التي تستهول الفرد.

➤ **التعارف وتكوين الصداقات وإشباع الحاجات الوجدانية:** سهلت مواقع التواصل الاجتماعي تكوين الصداقات بحيث هي تجمع بين الصداقات الواقعية والصداقات الافتراضية فهي مكان خصب لتشكيل صداقات لمختلف الجنسين.

➤ **التسويق أو البحث عن وظائف:** تعدت وسائل التواصل الاجتماعي ميزت التعارف إلى صيغة التسويقية قوية وفعالة لسهولة الاتصال.

➤ أصبحت وسيلة ترويجية تحفيزية للأعمال الخيرية التطوعية (طایل، 2012، ص: 26)

المبحث الرابع أشكال وأنواع مواقع التواصل الاجتماعي:

هناك تنوع في الشبكات الاجتماعية جزء منها يهدف إلى التواصل وتشكيل الصداقات، والبعض الآخر يختص في تكوين شبكات في مجالات محددة ومحصورة مثل شبكة المصورين وشبكة الإعلانات وغيرها ومن هذا المنطلق يمكن حصر أشكال مواقع التواصل الاجتماعي الأساسية فيما يلي:

✓ **شبكات الاجتماعية كبيرة:** مثل (my space –face book) حيث تسمح للأشخاص ببناء صفحة انترنت خاصة بهم ومن ثم التواصل مع الأصدقاء لتشارك المحتويات والتعليقات.

✓ **المدونات:** من أفضل الأشكال المعروفة في شبكات التواصل الاجتماعي، وهي عبارة عن مجلات عبر الانترنت مع مدخلات تظهر حسب حداتها.

✓ **موسوعات wikis:** هي مواقع تختص لسماح للأشخاص بإضافة محتوى أو تحرير معلومة عليها، ومن أشهرها ويكيبيديا الموسوعة الالكترونية الحرة التي تحتوي على أكثر من 2 مليون مقال باللغة الإنجليزية.

✓ **البودكاست podcasts:** (المدونة الصوتية) هي عبارة عن ملفات الصوت والفيديو المتاحة من خلال الاشتراك بالخدمة عن طريق Apple i Tunes.

✓ **المنتديات Forums:** ظهرت شبكات التواصل الاجتماعي وهي عنصر قوي وفاعل في مجتمعات الانترنت، وهي عبارة عن مساحات للحوار غالبا ما تدور حول موضوع معين محدد.

المدونات الصغيرة: Microblogging تتشابه المدونات الصغيرة مع الشبكات التواصل الاجتماعي من حيث كميات المحتوى والتحديثات الصغيرة، ويعد تويتر هو أحد أقوى هذه الأشكال. (تومي، 2015، ص: 86)

وهناك تقسيم آخر للشبكات التواصل الاجتماعي وهي مرتبطة بالخدمة المقدمة والهدف من المرتبط بها فحسب الاستخدام والاهتمام تقسم إلى ثلاث أنواع رئيسية وهي شبكات شخصية وهي محددة بأفراد ومجموعة أصدقاء تسهل التعرف وتكوين صداقات مثل الفاييسوك، أما الشبكات الثقافية وهي بالفن والفنانين والمهتمين بعلم معين مثل libray thing، والشبكات التي تهتم بمهنة وتجمع أصحاب المهن المتشابهة.

كما يمكن تقسيمها حسب الخدمة وطرق التواصل شبكات تواصل كتابيا، وشبكات تواصل صوتيا، وشبكات تواصل مرئيا. (زكي، 2015، ص: 04) وهذا ما نسميه محتوى المجتمعات وهي المجتمعات التي تنظم وتتبادل أنواع معينة من المحتوى والأكثر شعبية منها هو محتوى المجتمعات التي تميل إلى تشكيل روابط حول صورة أو حول رابط كتاب أو فيلم فيديو.

(المقدادي، 2013، ص: 25)

إلا أن موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك هو الأكثر انتشارا ونمو من بين تلك المواقع ذات البعد الاجتماعي، وهو موقع عالمي يسمح للأفراد والجمعيات ببناء شخصية افتراضية عامة أو شبه عامة وذكر التقرير العالمي - الذي صدر بعنوان " ديجيتال 2021 " - أن عدد مستخدمي الشبكة سجل مع بداية العام الحالي قرابة 2.8 مليار مستخدم نشط في جميع أرجاء العالم لتواصل هذه الشبكة انتشارها مع توفيرها العديد من المزايا لمستخدمي الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي في نشر المنشورات المختلفة والمحتوى الفيديوي والصور والتواصل الاجتماعي وفي مجال التسويق والإعلام وغيرها العديد من مجالات التواصل.

(مبيضين، 2021، ص: 02)

المبحث الخامس: دور مواقع التواصل الاجتماعي

- مواقع التواصل الاجتماعي وسائل تستخدم لنشر الأخبار والآراء بشكل مكتوب أو مسموع أو مرئي متعددة الوسائط .
- يستخدمها الشباب من أجل الدردشة وتفرغ الشحن العاطفية فأصبحت منبرا لتبادل وجهات النظر الثقافية والأدبية والسياسية مثل مشروع المنبر الحر الذي قدمته جمعية الشباب المثقف عبر صفحتها في فيسبوك من أجل تبادل وجهات نظر السياسية خاصة أيام الحراك.
- أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي الموقع الذي يمارس فيه النقد قد يكون بنشر صور أو فيديوهات تحاكي الواقع مثل كوارث طبيعية أو زيادات في الأسعار أو أمور سياسية كالانتخابات في الجزائر وغيرها.
- لا تمثل مواقع التواصل الاجتماعي العامل الأساسي للتغيير في المجتمع ولكنها أصبحت عاملا مهما في تهيئة متطلبات التغيير عن طريق تكوين الوعي مثل توعية الشعب الجزائري بأهمية الانتخابات. (جميل ، 2012 ، ص: 109)
- إعطاء المعلومات المختلفة والحصول عليها.
- التعاون والتشارك في حل المشكلات في اتخاذ القرارات مثل مشروع شارك الذي قدمته جمعية سيدرا.

- التعليم والتعلم والتدريب وتبادل الخبرات مثل مخيم السنوي للتطوع الذي تقوم به جمعية الشباب المثقف وتقوم بعرض الورشات على شبكة الفاييسوك من أجل أن يستفيد منها الشباب الذي لم يحالفه الحظ حتى يشارك.
- هو فضاء للحرية واسع جدا. (شقرة، 2014، ص: 60)
- ولكن مع تزايد المفرط واستخدام لهذه الشبكات بطريقة عشوائية سببت مشاكل كبيرة
- مثل تسريب صور أشخاص والتشهير بها، أو عرض امتحانات البكالوريا فور تقديمها أصبحت الأشخاص غير حرة في هذه الشبكات بل مقيدة وتحاسب على ما تقوله أو تفعله في المجال السبيرياني .
- نشر العلوم والمعارف صغبرها وكبيرها، تفرغ الموسوعات العلمية والمصنفات والمؤلفات قديمها وحديثها في مدونات الكترونية تسمح للجميع الاطلاع عليها ومتابعتها، حيث أن هذه الموسوعات والمصنفات تشمل جميع العلوم لجميع الناس.
- سرعة التواصل مع الآخرين ورؤيتهم عبر المواقع وسماع أصواتهم في جميع أرجاء العالم، ومن الإيجابيات أيضا معرفة ما يجري على وجه الكرة الأرضية ليلا ونهارا.
- الإدمان يرى علماء النفس والاجتماع في العالم الإسلامي والعربي والأجنبي والروسي والأمريكي والأوروبي والآسيوي والإفريقي أن شبكات التواصل الاجتماعي أدت وتؤدي للإدمان، وذلك أن المدمنين يجدون في التواصل الاجتماعي بديلا لا يستطيعون الحصول عليه في الحياة الواقعية.
- الطلاق وتدمير الأسر بالفراق والطلاق أو العيش في مكانين المكان الأول مع الأسرة دون أي تفاعل معها والمكان الثاني الذي تقيم معه علاقة غير شرعية عبر التفاهم والالتقاء بواسطة مواقع التواصل الاجتماعي.
- يساعد على ارتكاب جرائم كجريمة السرقة ووجود خلل في تكنولوجيا التشفير المستخدمة بكثرة على الشبكة الدولية وأطلق بعض الخبراء على الخلل اسم نزيف القلب.
- انتشار السخرية والشتائم والسباب والألفاظ البذيئة.
- انتشار الأمراض الجنسية في بريطانيا منذ ثلاث سنوات تم معالجة 16707 طفل أعمارهم من 11-16 سنة ذكور وإناث نتيجة إصابتهم بأمراض جنسية مثل السيلان الايدز الزهري نتيجة الاعتداء عليهم وكان يتم ذلك نتيجة الإيقاع والتعرف بهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

➤ محاولة لخلخلة الأنظمة السياسية وإشاعة الفوضى عبر مواقع التواصل الاجتماعي على اختلاف الأسماء والمسميات. (الصليبي، 2014، ص: 01)

➤ يساعد في نشر ثقافة العمل التطوعي .

➤ يستطيع المستخدم التحدث والاتصال بأكثر عدد من المستخدمين في آنٍ واحد.

➤ توفر هذه الشبكات حرية التعبير عن الأفكار والآراء كما لم يسبق له من قبل.

ومن خلال ما سبق نستنتج أن شبكات التواصل الاجتماعي جمعت بين ماهو إيجابي وماهو سلمي، من خلال استخدامها وانتشارها بين جميع شرائح المجتمع المختلفة ولكنها كانت وسيلة مهمة في زرع ثقافة العمل التطوعي والتعريف بالجمعيات النشطة في هذا المجال وجعلتنا نستطيع تمييز جمعية عن أخرى من خلال الأنشطة المقدمة عبر صفحاتها التواصلية، وبالتالي خلقت هوية افتراضية لهاته الجمعيات، ولكن يبقى المشكل الحقيقي في الهوية الحقيقية للمتابعين لمثل هاته الجمعيات قد تجدهم حقيقيا و بأسماء مغايرة لحقيقتهم .

المبحث السادس: آثار شبكات التواصل الاجتماعي

لا شك أن لكل اختراع إلكتروني إيجابية وسلبية، والضابط في قبول هذا الاختراع أو رفضه وهناك بعض الإيجابيات منها.

➤ سهولة التواصل الاجتماعي، وإمكانية التواصل مع الأفراد والمؤسسات وبذلك هي مجال رحب للتعرف.

➤ استخدام هذه المواقع في خدمة العملية التعليمية ليتمكن الطالب من أخذ مساحة أوسع في الحوار والمناقشة وإبداء الرأي.

➤ استخدامها في المجال الحكومي والتجاري من أجل التواصل مع الزبائن.

➤ سرعة تناول الأخبار فقد انتشرت الخدمات الإخبارية عبر مواقع التواصل التي تزود بالأخبار السريعة.

(عواودة، 2014، ص: 15)

➤ ساهمت ودعمت عملية النشر الإلكتروني فأبي مستخدم لهذه الشبكات يجد نفسه أنه في الفاييسوك مثلا قد ازداد معدل كتابته وبالتالي معدل قراءته.

➤ تساعد الجمعيات والمستخدمين على المشاركة ودعم الحملات والنشاطات الخيرية عبر الانضمام إلى المجموعات الخاصة بهذه

الخدمة وغيرها. (مرسي، 2012، ص: 16، 17)

- تسهل على المستخدم التواصل مع أفراد عائلته وتتبع أخبارها وهي رخيصة مقارنة مع باقي وسائل الاتصال المختلفة.
 - تواصل وتقارب فكري بين أبناء العالم المتقدم وأبناء العالم المتخلف. (خضر، 2010، ص: 23، 24)
 - التحيين أو إعلام اللحظة مكنت مواقع التواصل الاجتماعي العديد من النشطاء التعبير عن ما يريدون وبكل حرية حيث تعتبر متنفس الكثير من الشباب خاصة المتابعين. (مهلول و زمام، 2019، ص: 17)
 - خلقت مواقع التواصل الاجتماعي مهنة وعمل باسم اليوتيبرز الذي نشط فيه الجنسين سواء ذكورا أو إناثا. (قرة و حامدي، 2019، ص: 125)
 - إقناع السياح باستخدام كافة الأنشطة الترويجية والأساليب الإقناعية. (سالمي وبراهيمي، 2019، ص: 04)
- أما سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي هي:
- العزلة الاجتماعية: أصبح الشباب مدمن في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة مع الدردشة تؤدي إلى عزل الشباب عن محيطه الاجتماعي. (مرسي، 2012، ص: 16، 17)
 - إضاعة الوقت: إن ولوج لشبكات التواصل الاجتماعي هو ضياع للوقت ولا يدرك كمساعة أضاعها في التعليق على الصور.
 - انتحال شخصيات وهمية أو حتى فنانيين ومشاهير.
 - انعدام الخصوصية وهذا ما يكون له تداعيات مادية ونفسية على الشباب.
 - ضياع الهوية الثقافية من خلال تقليد أشخاص من ثقافات مختلفة. (خضر، 2010، ص: 24)
 - بث الأفكار الهدامة والدعوات المنحرفة والتجمعات الفاسدة المفسدة.
 - عرض المواد الإباحية والفاضحة والحادشة للحياء.
 - التشهير والفضيحة والمضايقة التحايل والابتزاز والتزوير.
 - انتهاك الحقوق الخاصة والعامه. (أديب، 2014، ص: 15، 16)

المبحث السابع: تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي

تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي من قبل الأساتذة والمعلمين وحتى الطلبة لأغراض تعليمية واتصالية، وما يميز الطلبة تكوين مجموعات كبيرة ومتعددة، وأصبحت في الآونة الأخيرة هذه الشبكات مكان لتبادل المعلمين الخبرات من خلال غرف الدردشة ومنتديات ومجموعات للنقاش وتقديم مساعدات خارج الصفوف حتى أولياء التلاميذ كان لهم نصيب من هذه الشبكات من أجل تعزيز الاتصال بين الأولياء والأساتذة وحتى مع إدارة المدرسة أما من الناحية التعليمية أستخدم الطلبة هذه الشبكات في التعلم على غرار طلبة البكالوريا الذين ليس لهم وقت أو مال لدفع دروس الدعم اكتفوا بالتعليم من خلال شبكات التواصل الاجتماعي على غرار أستاذ قنشوية في مادة الاجتماعيات الذي لديه نسبة مشاهدة من قبل التلاميذ أو طلبة الجامعة الذين استخدموا هذه الشبكة أثناء جائحة كورونا من خلال تقسيم الأفواج والدراسة عن بعد.

- تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي أيضا من قبل المكتبات ومراكز البحث حيث أصبحت المكتبات لا تستغني عنها وتستغلها في توسيع مجال الخدمة إما جامعي أو متخصص وحتى المدرسة.
- تستخدم هذه الشبكات من قبل العلماء والمخترعين فهي مجال خصب لتبادل التجارب والاختراعات والمعرفة العلمية مثلا مخبر في الجزائر ومخبر في فرنسا.
- تستخدم في الوكالات الحكومية فهي أسرع وسيلة تتحصل منها الدولة على رأي الجمهور.
- يستخدمها أصحاب المشاريع والشركات وخاصة أصحاب الشركات الصغرى التي تسعى إلى قاعدة جماهيرية واسعة.
- تستخدم من أجل المعرفة الصحية العادية وحتى الطارئة على غرار جائحة كورونا وكيف استغلت وزارة الصحة هذه الشبكات في نشر الوعي بمخاطر هذا الفيروس.
- تستغل كذلك من قبل السياسيين وحتى ضمن المجال الاجتماعي مثل الثورة المصرية والربيع العربي... إلخ.
- تستغل في الحياة اليومية الاجتماعية مثل ظاهرة اليوتيبرز التي انتشرت لأشخاص يعرضون حياتهم الشخصية من أجل

كسب قاعدة جماهيرية. (قنديلجي، 2013، ص: 347، 346)

المبحث الثامن: شبكات التواصل الاجتماعي في المجتمع الجزائري والعربي:

تزايد دور شبكات التواصل الاجتماعي وأصبح لها دور هام يعزز منه اهتزاز ثقة المواطن العربي في مختلف الأنظمة الإعلامية التي تخضع لضغوط سياسية واجتماعية متعددة وبالتالي جاءت الانترنت بشكل عام والشبكات الاجتماعية على وجه الخصوص لتشكل طفرة تحررية نوعية تضاف للتحول الذي أحدثته الفضائيات في عشرين سنة الأخيرة، فقد بدأ مفهوم المقاومة والنضال الالكتروني يتشكل ويمتد ليأخذ مؤخرا مفهوما عمليا جديدا تحولت بفضلها المجتمعات إلى كيانات معلومانية، وتحول الأفراد إلى متلقين إيجابيين يختارون ويتصفحون ويشاركون وينتقدون ويقومون ليس فقط بالتأثير في وسائل الإعلام ولكن بصنع وسائلهم الخاصة عبر المواقع والمنتديات والمدونات وانطلقت الفردية بمبادرات بدأت شخصية ثم سرعان ما تحولت إلى جماعية ومجتمعية مكتسبة دعم جماهيري وشعبي اعتمادا على الثقافة الشفهية من ناحية، وسرعة التنظيم والمرونة العالية التي أتاحتها التكنولوجيا الحديثة من ناحية أخرى ففضل الانترنت وشبكات الإعلام الجماهيري الحديث تحولت المعلومة إلى عنصر فعال ومؤثر، ونجحت شركات البرمجيات في خلق مجتمع مترابط التكنولوجيا وأصبح متصفح الانترنت بمجرد فحص بريده الالكتروني من الكمبيوتر أو هاتفه المحمول أو بلاك بيري مرتبطا بالشبكة الاجتماعية أو أكثر سواء الفيسبوك أو تويتر أو يوتيوب أو غيرها من الشبكات الأخرى ووجد الفرد نفسه عضوا وسط جماعة متجانسة يختارها بنفسه وأصبح عليه أن يشاركها آراءها وتطلعاتها ومعارفها واتجاهاتها، حيث أدرك الأفراد قيمة التواجد الالكتروني الآني فمثلا ظاهرة أم ولید التي هي متخصصة في الطبخ دخلت لكل البيوت الجزائرية وأصبح لها جمهور كبير خاصة من الأمهات تعلمهم الطبخ بطريقة بسيطة وحتى في الدول العربية كان لها نصيب من المطبخ الجزائري، وقد ساعدت هذه الشبكات في ظهور مصطلح جديد يسمى الشعور بالذاتية وقدرة الفرد التأثير في عالم مفتوح من خلال وسائل تعبير منخفضة التكاليف وواسعة الانتشار، كما يتسم بالتنوع اللامتناهي في الرسائل الإعلامية والمحتوى الإعلامي مثل مبادرة الشباب الجزائري يونس دريسي.

أسمائها "تحدي القمامة" سنة 2019 لتصبح أكثر تداولاً في شبكات التواصل الاجتماعي تحفز الشباب على النظافة وخاصة المحيط الذي نعيش فيه (سنوسي، 2019، ص: 02) وظاهرة الفاشينيسستا وهم شباب إما من ذكور وإناث يهتمون بكل ما هو جديد وعلى المؤضة يتقاسمونهم مع الآخرين من خلال الصورة وهذا أسلوب الجديد ظهر وتطور في الدول العربية المحافظة مثل السعودية والجزائر وغيرها من الدول، كما أن مواقع التواصل الاجتماعي قدمت فرصة للإبداع (السويدي، 2014، ص: 38.39)

في الوطن العربي وحتى الجزائري سواء من الناحية الإيجابية والسلبية يدفع الفرد إلى بناء منظومته التفاعلية بلا حدود زمنية ومكانية مثل مبادرة أطلقها الطلبة الجامعيون وهي تبادل الكتب في ساحة الحراك الشعبي في 2019 وهذا للدليل على سلمية ورفي تفكير الشباب الجزائري فكان شبكات التواصل الاجتماعي هي مجال الإبداع وكذلك استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في مجال العمل التطوعي والإبداع الذي تقوم به الإمارات العربية المتحدة كل سنة تكرم أحسن الأعمال الخيرية التي تنشرها شبكات التواصل الاجتماعي فهي منبر لعرض أنشطتهم، أصبح العرب عامة والجزائريون رحالة افتراضيين يبحثون في مختلف الاتجاهات والثقافات رغم بعد المسافات مثل العدوان الإسرائيلي على الفلسطينيين وتفاعل العرب عامة والجزائريين على العدوان ومن خلال نقل الأخبار للعدوان وتبادل مقاطع فيديو من خلال شبكات التواصل الاجتماعي كان هناك تفاعل كبير من الأمريكيين مع الحرب وهذا ما نشرته موقع الجزيرة في مقال بعنوان السياسة والإعلام والتواصل الاجتماعي تفاعل غير مسبوق مع الفلسطينيين في أمريكا (المنشأوي، 2021، ص: 02) ومع تزايد الحريات ضمن مجال الافتراضي وخاصة شبكات التواصل الاجتماعي أصبح العرب يحبونها ويكثر استعمالها والجزائريين بالمثل ولكن هذه الحرية المفرطة في استخدام شبكات كانت مشجعة للظواهر السلبية هذا ما جعل الدولة الجزائرية تقوم بوضع قوانين صارمة لاستعمال هذه الشبكات مثل مراقبة وقطع الانترنت أثناء الامتحانات الرسمية خوفا من تسريب الإجابات، وفي المدة الأخيرة ازداد الوعي السياسي للجزائريين عبر شبكات التواصل الاجتماعي يتيح فرصة للنقاش وهذا ما نشرته الإذاعة الجزائرية في موقعها الرسمي مقالا بعنوان مواقع التواصل الاجتماعي الوسيلة الأنجع للمترشحين لنشر برامجهم الانتخابية في ظل جائحة كورونا. (الإذاعة الجزائرية، 2021، ص: 02)

وقد ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في خلق وعي سياسي خاصة للجزائريين أثناء الربيع العربي من خلال التطلع على الدول العربية التي نال منها الربيع العربي صنعت لهم مناعة تحميهم من التوقعات التي كانت تقول الدولة الموالية هي الجزائر، كما ساهمت هذه الشبكات في ازدياد قوة المجتمع المدني على سبيل مثال الجمعيات الخيرية وقد وقع هناك تلاحم بين الجمعيات على غرار جمعية سيدرة ومشروعها شارك الذي أطلقته على صفحتها يجمع معظم الجمعيات الشبانية النشطة إن استخدام الجمعيات الخيرية الجزائرية للشبكات زاد من ثقة الدولة بما نتج عن تشاركية الجمعيات مع مؤسسات الدولة على غرار وزارة الشباب والرياضة الجزائرية التي أعطت صلاحيات للجمعيات حتى تسير بعض المؤسسات الشبانية، وقد استفادت المؤسسات العربية والجزائرية بالخصوص من هذه الشبكات مثل وزارة الشباب والرياضة أطلقت مشروع المخطط الوطني بين الوزارة والمنظمات الشبانية من أجل ترقية الشباب والحركة الجمعوية والمجتمع المدني من خلال إجراء لقاءات افتراضيا عبر شبكات التواصل الاجتماعي وظهور دار الشباب الافتراضية

التي تتناول نشاطات الشبانية في ظل جائحة كورونا (التلفزيون الجزائري، 2020، ص: 02)، ساعدت هذه الشبكات في تصنيف وترتيب المشاهير من السياسة والفنانين والأدباء والرياضيين ورجال الأعمال وهذا ما يسمى بالمتابعين وهو رأس مال بشري افتراضي وحتى من الناحية السلبية استقالة وزير الصحة البريطاني نتيجة تسريب غير أخلاقي له في مكان العمل مع مستشارته أفقده مكانه ومنصبه ورغم تراجع ترتيب الجزائر عالميا وعربيا في مجال استغلال التكنولوجيات الجديدة للاتصال إلا أن الجهود المبذولة والأطر التنظيمية لاستخدام الانترنت، ساهم في زيادة عدد المستخدمين بشكل كبير بعد أن كانت النسبة ضئيلة في البدايات الأولى. وذلك بسبب عديد العراقيل مثل ارتفاع أسعار الهاتف الثابت وبطء الشبكة وهيمنة الجزائرية للاتصالات على الخدمة إلى غاية 2006، إضافة إلى ارتفاع أسعار الحواسيب مقارنة مع ما هو عليه في الدول الأخرى، (حميدة، 2015، ص: 70) فقد أكد التقرير الرقمي السنوي في الجزائر 2021 أن مستخدمي الانترنت في العالم أن أكثر من نصف الجزائريين يستعملون الشبكة العنكبوتية و 25 مليون ينشطون في شبكات التواصل الاجتماعي وأكد التقرير أن النشاط الرقمي من حيث التجارة الالكترونية والانترنت ومواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي والألعاب الرقمية ونسبة استخدامها من قبل الشرائح السكانية المختلفة ونموها السنوي والمقارنة مع البلدان الأخرى، وإضافة التقرير أن عدد مستخدمي الانترنت في الجزائر بلغ 26.35 مليون شخص بنسبة 59.6 بالمائة من العدد الإجمالي للسكان وبلغ مستخدموالمواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر 25 مليون شخص بنسبة 56.5 بالمائة من العدد الإجمالي للسكان البالغ 44.23 مليون نسمة فيما وبلغ 46.82 مليون مستخدم إلى الانترنت بواسطة الهواتف النقالة ما يشكل نسبة 105.5 بالمائة. (شروق اونلاين، 2021، ص: 02)

شكل رقم (04) نسبة استخدام فيسبوك في إفريقيا (الجزائر) في 2021 :

Internet Users Statistics for Africa

(Africa Internet Usage, 2021 Population Stats and Facebook Subscribers)

AFRICA 2021 POPULATION AND INTERNET USERS STATISTICS						
AFRICA	Population (2021 Est.)	Internet Users 31-Dec-2000	Internet Users 31-DEC-20	Penetration (% Population)	Internet Growth % 2000 - 2021	Facebook subscribers 31-DEC-2020
Algeria	44,616,624	50,000	25,428,159	57.0 %	50,756 %	25,140,000
Angola	33,933,610	30,000	8,980,670	26.5 %	29,835 %	2,831,000
Benin	12,451,040	15,000	3,801,758	30.5 %	25,245 %	1,538,500
Botswana	2,397,241	15,000	1,139,000	47.5 %	7,493 %	1,139,000
Burkina Faso	21,497,096	10,000	4,594,265	21.4 %	45,842 %	1,998,200
Burundi	12,255,433	3,000	1,606,122	13.1 %	53,437 %	667,700
Cabo Verde	561,898	8,000	352,120	62.7 %	4,302 %	287,000
Cameroon	27,224,265	20,000	7,878,422	28.9 %	39,292 %	4,267,000
Central African Rep.	4,919,981	1,500	557,085	11.3 %	37,039 %	135,700
Chad	16,914,985	1,000	2,237,932	13.2 %	223,693 %	443,200
Comoros	888,451	1,500	193,700	21.8%	12,813 %	193,700
Congo	5,657,013	500	833,200	14.7 %	166,540 %	833,200
Congo, Dem. Rep.	92,377,993	500	16,355,917	17.7 %	3,271,083 %	3,800,000
Cote d'Ivoire	27,053,629	40,000	12,253,653	45.3 %	30,534 %	5,860,000
Djibouti	1,002,187	1,400	548,832	54.8 %	39,102 %	258,100
Egypt	104,258,327	450,000	54,741,493	52.5 %	12,064 %	48,830,000
Equatorial Guinea	1,449,896	500	362,891	25.0 %	72,478 %	120,900
Eritrea	3,601,467	5,000	248,199	6.9 %	4,864 %	6,200
Eswatini	1,172,362	10,000	665,245	56.7 %	6,552 %	339,900

شكل رقم(05) حسب مستخدمين شبكات التواصل الاجتماعي من إجمالي عدد السكان في الجزائر:

الشكل (5.1) عدد مستخدمين الانترنت في الجزائر



الشكل (5.2) معدل التعليم لدي الأشخاص أكثر من 15 سنة



الشكل (5.3) مستخدمي موقع الفيسبوك عبر الهواتف

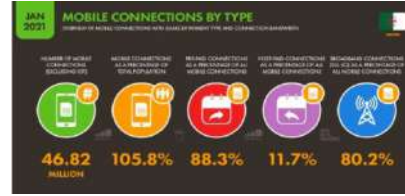
النقالة اللوحات الرقمية



الشكل (5.4) استخدام إعلانات في لينكد ماسنجر وسناب شات



الشكل (5.5) استخدام هواتف ذكية للولوج الانترنت ذات الدفع المسبق:



الشكل (5.6) استخدام التجارة الالكترونية



المبحث التاسع: إستراتيجية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في 2020

نشرت Human Resources Marketing مستقبل السوشال ميديا 2020

إستراتيجية مواقع التواصل وسائل التواصل الاجتماعي: نتيجة الاحداث السريعة التي أصابت العالم وخاصة جاحة كورونا سنة 2020 و 2021 كانت لمواقع التواصل الاجتماعي إستراتيجية وهي:

➤ محتوى سريع الزوال أو مؤقت **Ephemeral content**: وهو محتوى متاح لفترة قصيرة مثل stories

انستغرام وسنابشات ويرى فيه أنه هو المستقبل لأن الناس أصبحت تحب الاختصار على حد قولهم يقضي الشخص ساعات في مشاهدة stories بدلا من قراءة مقال كامل وأوضح Hoot suite في تقرير أن 64% من الماركتير بداء باستخدام Instagram Stories في استراتيجيتهم، ودراسة ثانية تقول أن العلامات التجارية تنشر في storie مرة واحدة كل 4 أيام.

➤ انستغرام يلغي ال **Likes** : بدأ انستجرام اختبارا تجريبيا بإلغاء اللايك وعدد مشاهدات الفيديو في أستراليا والبرازيل

كندا إيطاليا اليابان وسوف يعمم عالميا لأنها تؤثر على الصحة العقلية وإنها أصبحت إدمانا ولكن بعض الأشخاص رافضة لهذا التجديد والتبرير هو اتجاه أصحاب العلامات للترويج عن طريق Influencers وهكذا الانستغرام لا تستفيد.

- **Social commerce** : أصبحت تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي لبيع المنتجات بالتجزئة وفي 2020 سوف تكون أكثر وسوف تنافس مواقع التجارة الالكترونية والمحلات ومن المتوقع سوف يضع المسوقون اعتبارهم ل social commerce من ضمن استراتيجيتهم.
- الفيديو: تزايد الإقبال على الفيديو والدليل على ذلك هو Tiktok وهو سوف يسيطر على مواقع التواصل الاجتماعي في 2020 وفقا لدراسة عملتها شركة سيسكو وبحلول 2020 سيكون 82% من المحتوى الفيديوي.
- **Influencer Marketing**: التسويق من خلال Influencer وسوف يسيطر في 2020 وسوف نلاحظ هذا من خلال العدد المهول وزيادة واتجاه أصحاب الشركات للنوع ذا من التسويق لأنه أرخص بكثير من الإعلانات مثل ظهور مودي جديدة اسمها الفاشينيسستا وهم أغلبهم فتيات يرتدين ملابس لماركات ويروجون لها عبر وسائل التواصل الاجتماعي لدرجة قد تم عرض برنامج في امببسي 4 لهذا المحتوى.
- ازدياد الرقابة على مواقع التواصل الاجتماعي مثل ما فعلت وزارة التربية في الجزائر بقطع ومراقبة مسربي أسئلة البكالوريا ومعاينة المتسببين أو المنخرطين مع الجماعات الإرهابية أو الجوسسة مع أجنب مثل ما قامت السلطة اللبنانية مع الإعلامي المعروف بتهمة الجوسسة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.
- اعتماد على نظم الذكاء الاصطناعي: يبدأ من المستخدم ونهاية بالمحتوى حيث تقوم نظم الذكاء بدراسة المستخدم جيدا ومعرفة أولوياته وتوجهاته وتفضيلاته بصورة أدق من تلائم احتياجاته المستقبلية فضلا عن تحليل عناصر الفيديو نفسه سواء الموسيقى المستخدمة أو الخلفية التي يظهر فيها المستخدم بما يخدم المعلنين على التطبيق.

(خليفة، 2020، ص: 03)

- أصبحت تستخدم للإعلام الاجتماعي وأصبحت لاعبا رئيسي في سوق الإعلام على شكل صفحات تابعة لجهات رسمية والشخصيات والقادة السياسيين وصناع الرأي ونجوم الفن والثقافة وخير دليل الرئيس الأمريكي دونالد ترامب في تغريدته الشهيرة عبر موقع تويتر الصانع العالمي الأكبر لمكانة مواقع التواصل الاجتماعي في مجال السياسة والإعلام وأصبحت مواقع الفايسبوك والتويت وبقية المواقع مصدرا حيويا لتناقل الأخبار والتطورات وجاءت أزمة تفشي فيروس كورونا وما رافقها من إجراءات تباعد اجتماعي لتصب في مصلحة تطبيقات أخرى لوسائل التواصل الاجتماعي حيث

ارتفعت أسهم بعض التطبيقات التي انتشرت من خلالها فيديوهات النجوم والمشاهير الذين رأوا في هذه التطبيقات وسيلة للتواصل مع الجمهور وكسب المزيد من الانتشار والشعبية.

أصبحت وسيلة للتنشئة الاجتماعية وقد أصدرت إدارة "الفايسبوك" "وغوغل" ومايكروسوفت " إعلانا مشتركا تعهدوا فيه بالعمل مع الحكومات لمحاربة المعلومة المضللة استعادة الثقة المسلوقة من شبكات التواصل الاجتماعي.

(الكتبي، 2020، ص: 03)

خلاصة:

إن التطور الهائل في تكنولوجيا الاتصال وخاصة مواقع الشبكات الاجتماعية غيرت أنماط عديدة في حياة الأفراد، فكل موقع أو شبكة اجتماعية تحاول إغراء وجذب مستخدميها من خلال الخدمات التي تقدمها لهم ومحاولة تطوير وتحسين شبكاتها بشكل مستمر ومتواصل هذا ما أدى إلى انغماس الأفراد في استخدام هذه الشبكات وعدم القدرة على التخلي عنها إذ أصبحت ضرورة لا يمكن الاستغناء عنها في حياتهم اليومية، لما تقدمه من متعة وخدمات فريدة تعمل على تسهيل الحياة.

الفصل الثالث

الفصل الثالث: نموذج شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك)

تمهيد

المبحث الأول: تعريف الفايسبوك

المبحث الثاني: نشأته

المبحث الثالث: سمات وتطبيقات النشر على مواقع التواصل و
موقع الفايسبوك

المبحث الرابع: أسباب ودوافع استخدام الفايسبوك

المبحث الخامس: الآثار الايجابية والسلبية للفايسبوك

المبحث السادس: واقع الفايسبوك في الجزائر بين 2019 و
2020

المبحث السابع: مميزات مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك)

المبحث الثامن: انفوغرافيا استخدام شبكة الفايسبوك سنة
2020/2019

خلاصة

تمهيد:

إن التطور الهائل في مجال تكنولوجيا الاتصال الحديثة غير أنماط كثيرة الأفراد والمؤسسات على غرار الجمعيات الخيرية، بعد مساهمة هذه التكنولوجيا في العديد من القضايا التي ترتبط بفعل الخير وتقديم المساعدات، فتكنولوجيا الانترنت التي أفرزت وسائل عديدة في مقدمتها مواقع التواصل الاجتماعي التي تعد نوعا من التواصل الاجتماعي بين البشر في فضاء إلكتروني افتراضي، قرب المسافات بين الشعوب وألغى الحدود، زواج بين الثقافات لتصبح أكثر استخداما على شبكة الانترنت، بحيث تتيح هذه المواقع خدمات متنوعة تختلف من موقع لآخر مثل الفايسبوك.

المبحث الأول: تعريف الفايسبوك

1- هو موقع إلكتروني للتواصل الاجتماعي، وقد عرفه موقع ويب اويديا الموقع الإلكتروني الاجتماعي على أنه التعبير

المستخدم لوصف أي موقع إلكتروني يخول مستخدميه إنشاء ملفات شخصية ونشرها بشكل علني عبر ذلك الموقع وتكوين علاقات مع مشتركين آخرين على نفس الموقع يكون بإمكانهم الدخول إلى ملفاتهم الشخصية.

2- ويعرف كذلك هو موقع يساعد على تكوين علاقات بين المستخدمين، يمكنهم من تبادل المعلومات والملفات

والصور الشخصية ومقاطع الفيديو والتعليقات، كل هذا يتم في العالم الافتراضي، يقطع حاجز الزمن والمكان

(الصاعدي، 1432، ص: 11)

3- هو موقع تواصل اجتماعي مجاني، يخول لمستخدميه التواصل مع أصدقاء أو تشكيل أصدقاء جدد عن طريق

إضافتهم ويكون التواصل بطريقة سهلة إما إرسال رسالة أو نشر صور وكتابة تعليقات، ونقل أفلام أو موسيقى من

أي موقع على شبكة التواصل، كما يوفر خدمات صوتية أو فيديوهات فضلا عن الكثير من الخدمات المميزة يجعله

أحسن شبكة تواصل على الإطلاق.

4- يعرف هو أحد مواقع التواصل الاجتماعي والتي يمكن الوصول إليها على الشبكة العنكبوتية من خلال الرابط

(facebook.com) وتتيح الشبكة لمستخدميها التعارف والتواصل ومشاركة المعلومات وتبادل الخبرات من

خلال أدوات تقنية تفاعلية.

5- يعرفه مارك زوكربيرج Mark zukerberg يرى أن الفيسبوك حركة اجتماعية وليس مجرد أداة أو وسيلة للتواصل، وأنه سوف يزيح البريد الإلكتروني من الطريق وأنه سوف يسيطر أو يستعمر ويحتل كل النشاط البشري على الشبكة الدولية لذا فوصفه بأنه "دليل سكان العالم" وأنه موقع يتيح للأفراد العاديين أن يخلقوا من أنفسهم هويات عامة عن طريق الإدلاء بما يريدون من معلومات حول أنفسهم، وتكوينهم الذهني والعاطفي ونشر صورهم الشخصية وأن الهدف منه هو أن يصبح العالم "مكانا أكثر انفتاحا". (بن جديدي، 2016، ص:

(133.134

6- يقول عبد الكريم سعودي: "الفيسبوك لا يمثل منتدى اجتماعيا فقط وإنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء" ومن بعض أنشطة محتويات موقع الفاييسبوك حوالي أكثر من 800 مليون مشترك يتعاملون عبر الفيسبوك (صفحات، جماعات، أحداث، صفحات اجتماعية... الخ)، متوسط المشتركين يستخدمون ثمانين صفحة اجتماعية، ومتوسط المستخدمين ينشئون تسعين صفحة محتوى كل شهر، أكثر من عشرين مليار صفحة من المحتويات وصلات، شبكة الانترنت والأخبار والقصص وإعلانات الوظائف والملاحظات وألبومات الصور الخ. (سعودي، 2014، ص: 05)

المبحث الثاني: نشأته

انطلق موقع فايسبوك في كانون الثاني (يناير) 2004، من خلال فكرة بسيطة جدا فقد كان الطالب في جامعة "هارفاد" مارك زوكيرغ يحضر مشروع "facebook" ومنه نبع اسم موقع الفيسبوك قام بإختراق موقع الجامعة بسبب عدم توفيرها لأسماء وصور للطلبة في دليل أساسي وحسب تقليد في الولايات المتحدة كان هناك كتاب يعطي للطلبة في بداية العام الدراسي من قبل إدارات الجامعات بنية أن يكون الطلبة متآلفين مع بعضهم وهو دليل متعارف عليه لدى جامعات أخرى باسم كتاب "وجوه الطلبة"، ففكرة إيجاد وسيلة تواصل بين طلبة الجامعة، ثم انضم إليه طلاب كليات جامعتي "بوسطن" و"إيفي ليج" ثم أصبح متاحا للعديد من الكليات في الولايات المتحدة الأمريكية وكندا، ويتواصل من خلاله الطلبة وقبل تخرجه من الثانوية طور هو وزميله "دي أنجلو" برنامج يعمل كميزة إضافية لمستغل موسيقى MP3 المشهور باسم "وين امب"، وفي شهر حزيران (يونيو) العام نفسه انتقل مقره إلى المدينة "بالواتو" بولاية كاليفورنيا وقد أحدث الموقع ضجة كبيرة في العالم، فتسارع أصحاب الشركات الكبرى على شرائه بهدف الاستثمار فيه، وكان أول العروض التي تحصل عليها مارك من شركة "بأي بال" بقيمة 500 ألف دولار الأمريكي، وتحصل على

عرض آخر في عام 2005، والعرض الثاني من شركة "أكسل بارتنرز" عرضاً أكثر إغراءً بلغت قيمته 27.5 مليون دولار، ولكن مارك رفض هذه العروض.

وفي عام 2007 أعلنت شركة "مايكروسوفت" أنها اشترت ما يقدر بـ 1.6% من الموقع بمبلغ 240 مليون دولار، وفي عام نفسه أعلن الملياردير "لي كاشينج" من هونغ كونغ أنه قام باستثمار في فيسبوك بقيمة 60 مليون دولار.

ونظراً لفاعلية الموقع ومردوده المالي، صدر كتاب بعنوان "ذا سوشال نتورك" عرض فيه مراحل انطلاق موقع "فايسبوك" وكيف جمع منه مؤسسه ثروة تقدر بـ 6 مليارات دولار، وقد رشح الفيلم لـ 8 جوائز أوسكار. (جرار، 2012، ص: 140، 141)

وفي شهر فيفري من عام 2007، أطلق الفاييسبوك سمة Gifts أو هدايا، التي تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على ملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية، كما يمكن إرفاق رسالة شخصية بها.

وفي 14 ماي من عام 2007، أطلق الفاييسبوك سمة Marketplace أو السوق الذي يتيح للمستخدمين نشر إعلانات مجانية.

وفي 20 جويلية 2008، قدم الفاييسبوك إمكانية Facebook Beta نسخة تجريبية من الفاييسبوك عبارة عن إعادة تصميم مبتكرة لمواجهة الاستخدام الخاصة لمستخدميه على شبكات محددة كما تم دمج سمي Mini-feed و Wall وتم فصل الملفات الشخصية إلى أجزاء ذات علامات تبويب، كما تم بذل جهد بالغ من أجل التوصل إلى شكل أكثر تنظيماً، بدأ الفاييسبوك في إحالة المستخدمين إلى النسخة الجديدة اعتباراً من سبتمبر 2008، وافتتح في نفس السنة مشروع الترجمة الجديدة، وأمكن استخدامه بـ 35 لغة. (تومي، 2015، ص: 94)

أطلقت فيسبوك ميزة جديدة و متميزة لكل عشاق اللون الأسود، وهي ميزة الوضع الليلي (Dark Mode) في تطبيق مسنجر على نظام Android ونظام ios وهي الميزة التي طال انتظارها وأصبحت متوفرة في معظم التطبيقات الأخرى.

الكثير من مستخدمي فيسبوك يتعرضون على إجراء إجباري وهو رقم الجوال الخاص بهم الذي يستخدم من أجل المصادقية.

إمكانية الرقابة على المحتوى المرئي وضوابط المحتوى المرئي المرتبط باليوتيوب، قامت فيسبوك بعرض قائمة لحضر الفئات العمرية الغير مناسبة وتحديد الناشرين للجمهور وكذلك التحكم في سلامة العلامة التجارية للناشرين.

قام الفاييسبوك بتبنيه أن الموقع مع بداية 2020 اختفاء خاصية جدولة المنشورات بالصفحات واستبدالها بأدوات الجدولة الخارجية فتح متجر جوجل Google playstore من جهازك البحث عن تطبيق الفيسبوك بمحرك البحث، اختيار أمر التحديث والفتح من داخل التطبيق وإعادة التشغيل من جديد. (أخبار الانترنت، 2019، ص: 02)

قام الفاييسبوك بتكوين العملة الرقمية التي يتم تداولها وقد أعجبتها الفكرة خصوصا وأن هناك مجتمع يقدر بالملايين من الناس يؤيدون هذه التقنية ويروجون لها، فقد توصلت الشركة إلى فكرة إمكانية إطلاق عملة رقمية مشفرة خاصة بها، انضم إلى 27 شركة ومؤسسة أخرى من الأعضاء المؤسسين يقفون خلف هذه العملة التي ينتظر منها أن تحظى بإجماع قوي.

(منتدى اللمة الجزائرية، 2019، ص: 02)

وفي شهر أكتوبر من 2021 أطلقت الفاييسبوك اسم جديد "ميتا" بعد أن طالت الشركة فضيحة بعد أن كشفت فرانسيس هوغن المسؤولة السابقة في فريق النزاهة المدنية بالموقع، عن ارتكاب فيسبوك عددا من المخالفات بينها تأجيج العنف العرقي في إثيوبيا ومينمار، وأشارت إلى صمت الموقع عن ممارسات ارتكبتها مشاهير وشخصيات عامة بموجب ما أطلقت عليه "القائمة البيضاء" (الجزيرة، 2021، ص: 02)

المبحث الثالث: سمات وتطبيقات النشر على شبكات التواصل ومنها موقع الفاييسبوك

1- سمات الفاييسبوك:

يتميز الفاييسبوك عن باقي شبكات التواصل بعدة امتيازات وسمات التي تتيح لكل مستخدم إمكانية التواصل مع بعضهم البعض كأفراد ومؤسسات، ومن بين هذه السمات سمة لوحة الحائط وهي عبارة عن جزء مخصص في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم وسمة gift أو النكزة التي تتيح للمستخدمين من إرسال نكزة افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض، وسمة الصورة التي تمكن المستخدمين من تحميل ألبومات وصور من أجهزتهم إلى الموقع، وكذلك سمة الحالة التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي ومع مرور الوقت بدأ الفاييسبوك في إضافة العديد من السمات الجديدة إلى الموقع ففي 06 سبتمبر 2006م تم الإعلان عن سمة التغذية الإخبارية التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين، حيث تقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغيرات التي تحدث في

الملف الشخصي، وكذلك الأحداث المرتقبة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم، وكذا التغيرات التي تطرأ على علاقتهم والأحداث المختلفة والمحدثات التي يتبادلونها مع الآخرين. (الصابوني، 1999، ص: 65)

رغم أن مواقع التواصل الاجتماعي هي مختلفة غير أن الفيسبوك يتميز عن غيره ببعض السمات ومن بينها:

- **التعليقات:** هذه السمة أو الخاصية أعطت لمستخدمي الفيسبوك إضافة صور والعلامات التي يمكن تضمينها بحيث يمكن لك كتابة أي تعليق أو إضافة تعليقات وحتى إخفائها مع إمكانية إضافة رابط أو صورة ويمكن الاشتراك بدل من المصادقة عندما يصادق أحد المستخدمين مستخدماً آخر في الفيسبوك فإن ذلك معناه أن تصل منشورات كل مستخدم منها إلى الآخر وتظهر في صفحته الرئيسية وهذا هو أحد الفروق الرئيسية بين الفيسبوك وبين موقع تويتر لأن تويتر يستخدم المتابعة بدل من الصداقة.
- **الإعجاب:** يعطي الفيسبوك لمستخدميه بعمل إعجاب على أي نص أو صورة أو فيديو لأحد الأصدقاء وهي عملية متاحة بين الأصدقاء.
- **العالمية:** ألغى الفيسبوك العديد من الحواجز الجغرافية والمكانية، حيث يمكن للأفراد أو الجماعات من الغرب التواصل مع أفراد وجماعات من الشرق على غرار الجمعيات الخيرية بطريقة سهلة وبسيطة.
- **التفاعلية:** إن الفرد والجماعة من خلال شبكة الفيسبوك في عملية أخذ ورد مستمرة إما مرسل، أو يكتب، ويستقبل ويقراً ويتفاعل مع الأحداث والتعليقات هي نقلة نوعية تعطي فرصة لمستخدمه أن يشارك ويسهم بشخصه في الموضوع تحليلاً نقداً وتعليقاً.
- **التنوع وسهولة الاستخدام:** أعطت التحديثات التي قام بها الفيسبوك الفرصة أمام المشتركين فيه كما يعتبر الفيسبوك من التطبيقات السهلة التي تستخدم الحروف ببساطة، اللغة، الرموز والصور التي تسير للمستخدم التفاعل، وهذا ما عكسه الفريق الإداري لمجمع الفيسبوك البساطة والسهولة وهي رأس مال الحقيقي في مواجهة المد التقني الكبير أصبحت المنافسة على أوجها وأصبحت الوظائف السهلة الذكية والمتنوعة هي المعيار.
- **التوفير الاقتصادي:** مجانية اشتراك في موقع الفيسبوك أعطت إمكانية امتلاك فضاء على الفيسبوك ومكان يعبر فيه عن موقفه ولم يعد ذلك حكراً على رجال الأعمال، وما يميز الفيسبوك فهو يحصل سنوياً على عشرات الملايين من الأرباح الناتجة عن تداول الأفراد لأنشطتهم وصورهم وتفاعلاتهم اليومية. (شبخاني، 2010، ص: 445.446)

- **قصص هامة وقصص حديثة:** يستخدم الفاييسبوك مصطلح قصص ليعبر عن منشورات وتحديثات الأصدقاء، وقد قام بتقسيم هذه القصص والمنشورات إلى قصص هامة وقصص حديثة حيث تظهر القصص الهامة في بداية الصفحة وتحتها القصص الحديثة، القصص الهامة يكون معلم عليها في زاويتها العلوية بمثلث باهت اللون، وإذا أراد المستخدم أن ينبه النظام إلى أن هذا المنشور غير مهم فما عليه إلا النقر على هذا المثلث لينبه النظام إلى ذلك.
- **التحكم بقوائم الأصدقاء أصبح سهل:** ترتيب الأصدقاء ووضعهم في قوائم مخصصة من الأمور الهامة في الفاييسبوك وخاصة عندما يكون عدد الأصدقاء كبيرا فيصل إلى آلاف الأصدقاء سواء كانوا فعليين أم أصدقاء تم التعرف عليهم عبر الفاييسبوك، أما فيما يخص الأصدقاء وهي أنه أصبح من الممكن مشاهدة المنشورات القادمة من أحد الأصدقاء فقط دون غيرهم.
- **مربع التنبيهات السريعة Ticker:** قامت إدارة الفاييسبوك بإضافة مربع جديد يظهر في صفحة المستخدم الرئيسي هذا المربع يقوم بعرض تنبيهات لما يقوم به أصدقاؤك الآن فإن قام مثلا صديق لك بالتعليق على منشور أحدهم فإن تنبيهها بهذا الخصوص سيظهر لك مباشرة، وإذا نقرت على هذا التنبيه سيظهر لك مربع يعرض لك تفاصيل هذا التنبيه.
- **الإشارة على الصور:** أصبحت بإذن هي خاصية تسمح للمستخدم بوضع علامات على الصور التي يقوم برفعها إلى حسابه في الفاييسبوك، هذه العلامات تدل على أصدقاء له موجودين في الصورة بحيث تظهر هذه الصورة في صفحة أصدقاؤه المعلم عليها فيها، وعندما يشير أحد أصدقاؤك إليك في صورة خاصة به فإنه لن يتم اعتماد الإشارة إلا إذا وافقت أنت عليها.
- **لن يمتلئ صندوق الوارد برسائل الفاييسبوك بعد اليوم:** وهذا من خلال قرار جديد من إدارة الفاييسبوك وهي إرسال رسالة واحدة يوميا تحوي ملخصا لما تم وما قام به أصدقاؤك بدلا من إرسال رسالة منفصلة لكل نشاط أو رد أو منشور.
- **تحديد نظام الرسائل داخل الفاييسبوك:** من خلال تجميع الرسائل بينك وبين صديقك في صفحة واحدة مع تحديد وقت وتاريخ رسالة.
- **مساحة عرض الصورة:** أصبح 960 بكسل بدل من 720 بكسل.

2 تطبيقات الفاييسبوك:

ويوفر الفيسبوك خدمات وتطبيقات للمشاركين تتمثل فيما يلي :

❖ اللوح:

➤ الشريط الأزرق: هو الشريط الأساسي عند فتح واجهة المستخدم ويساعد الارتباطات في الشريط الأزرق على التفاعل في الموقع وهي تتكون من الصفحة الرئيسية التي تضم كل مشاركات الأصدقاء المنضمين إلى المستخدم ثم تليها الصفحة الشخصية (اسم المستخدم) تكون عبارة عن سيرة ذاتية ومشاركاته الخاصة، وتدخل خانة البحث عن أصدقاء ضمن مجال الشريط الأزرق التي تسمح لك بمعرفة كل أصدقاء المستخدم، وحتى البريد الوارد هو مركز رسائل المستخدم، كما نجد الإعدادات في هذا المكان وهي مجموعة من الأدوات تساعد المستخدم في عملية التنظيم، وطلبات الصداقة التي تشعر المستخدم بطلبات الصداقة، كما نجد حقل البحث العام وهو حقل خاص بالبحث عن كل ما يرغب بالحصول عليه المستخدم من الموقع، والإشعارات وهي تشعر المستخدم بمشاركات الأصدقاء .

➤ التذييل: يوجد أسفل صفحة الفاييسبوك لائحة الارتباطات الأفقية تسمى التذييل من السهل التغاضي عنه ولكن يزود بمعلومات مفيدة ويوجد فيه، اللغة حتى يحدد اللغة المستخدمة كما نجد حول الفاييسبوك وهي تعليمات حول الفاييسبوك كما تبين إعلانات التوظيف وغيرها من المعلومات المتعلقة بالشركة وتعتبر الإعلانات جزءا من التذييل وهي تربط المستخدم بمعلومات وأدوات تخص كيفية الإعلان وفيها كذلك المطورون ويرتبط بموارد لإنشاء تطبيقات الفيسبوك، كما نجد كذلك إنشاء صفحة وهي تتيح للمستخدم إنشاء صفحة، وخانة المهن للاطلاع على المهن الموجودة في شركة الفاييسبوك، أما الخصوصية هي تعطي نوعا من الخصوصية والسرية للمستخدم، أما شريط التعليمات يعطي المستخدم مؤشرات عن البدء في العمل ومعلومات عن الأمان، وفي الأخير المساعدة تضم لائحة بشروط شركة الفاييسبوك لقبول عضوية المستخدم.

➤ شريط التطبيقات: هو يضم تطبيقات عامة ويكون مرئيا دائما وهو يحتوي على قائمة تعطيك وصولا سريعا إلى تطبيقاتك وتشكل من صفحة النبذة وهي صفحة خاصة بالمستخدم الفاييسبوك وتتضمن صفحة الفاييسبوك الرئيسية خانة تحديث حالة المستخدم وهي في أعلي الصفحة ويوجد فيها تحديث الحالة من أجل

إبلاغ أصدقائه عن نوع العمل، وفيها علامات التبويب المختلفة يستطيع المشتركون اختيارها لرؤية أنواع مختلفة من المعلومات ويمكن للمستخدم إضافة علامات تبويب مخصصة للتطبيقات المفضلة أيضا باستعمال قائمة علامات التبويب.

❖ تصنيف علامات التبويب:

كما يمكن أن نصنف علامات التبويب كما يلي:

- **الحائط:** وهي معاينة افتراضية لحائط المستخدم يستطيع مشتركوا الموقع النظر عبره إلى محتوى المستخدم وكل ما قد قام بنشره وسمح بالدخول له ويعرض حائط المستخدم الرسائل القصيرة أو موجز أخبار لما قام به المستخدم من نشاطات مؤخرا.
- **المعلومات:** وهي مجموعة معلومات الخاصة بالمستخدم قام بتثبيتها مسبقا عند الاشتراك في الموقع وهي على شكل معلومات مكان الولادة والمدينة التي يسكن فيها ومعلومات الاتصال بالمستخدم مثل البريد الإلكتروني أو رقم هاتف فضلا عن تاريخ الميلاد والتحصيل الدراسي والمدرسة والجامعة التي تخرج منها، مكان العمل، لوائح الموسيقى والكتب والأفلام وبرامج التلفزيون المفضلة للمستخدم.
- **الصور:** نشر ومشاركة الصور من أحد أشهر أشكال الترفيه في الفيسبوك عندما يقوم المستخدم بالمشاركة بصور معينة يمكنه ترتيبها في ألبومات ودعوة الأصدقاء لإلقاء النظر عليها وربما حتى كتابة بعض الملاحظات الساخرة على شكل تعليقات في أسفل الصفحة.
- **علامات العمود الأيمن:** وهو يتضمن مجموعة من العلامات السريعة والمفيدة التي تساعدك في تصفح الفيسبوك بسرعة مثلا النقر على علامة الرسائل تظهر لك أنواع مختلفة من المحتوى الاتصالي كما يمكن للمستخدم إرسال الرسائل واستقبال رسائل مباشرة مع مستخدمي الفيسبوك الآخرين، وعلامة البريد الوارد وعلامة الألعاب، أما العلامات والملاحظات والصور والكتابات المستخدم فهي قد تكون غير متاحة لكل الأصدقاء أو المشتركين وتتبع درجة خصوصية المستخدم.
- **علامات العمود الأيسر:** هناك بعض العلامات المهمة على الجهة اليسرى من صفحة المستخدم الرئيسية وفيها الأحداث العامة وهي تتيح للمستخدم معرفة الأحداث القادمة والدعوات الموجهة للمستخدم فضلا عن معرفة

أوقات أعياد الميلاد الأصدقاء، كما تظهر الدعوات الخاصة بالمستخدم والتي تظم آخر الدعوات التي تلاقها المستخدم والتي وصلت إلى الصفحة الرئيسية وفيما يلي شرح لبعض الخصائص والصفحات. (نصيف

والسعدي، 2016: ص: 175.176.177)

➤ **خاصية الصورة photos** : وتتيح هذه الخاصية للمستخدم إمكانية إعداد البوم للصور الخاص به، ويستعرض من خلالها صور أصدقائه المضافين إليه.

➤ **خاصية الفيديو video** : وتوفر للمستخدم إمكانية تحميل الفيديوهات الخاصة به ومشاركتها على هذا الموقع، بالإضافة إلى إمكانية تسجيل لقطات الفيديو مباشرة وإرساله كرسالة مرئية (صوت وصورة)

➤ **خاصية الحلقات Groups** : وتمكن المشتركين من إعداد مجموعات نقاشي موضوع ما.

➤ **خاصية الأحداث الهامة Events** : وتتيح للمستخدمين إمكانية الإعلان عن حدث ما جري حدوثه وإخبار الأصدقاء والأعضاء به.

➤ **خاصية الإعلان Market place** : وتمكن المشترك من الإعلان عن أي منتج يود الإعلان عنه، أو البحث عن أي منتج يرغب شرائه.

➤ **النكز poke** : و النكز عملية تنبيه للأصدقاء على الفيسبوك لجذب انتباههم وكان المستخدم يقول "مرحبا"

➤ **الإشعارات Notification** : تستخدم الإشعارات للحفاظ على بقاء المستخدم على اتصال بأخر التحديثات التي قام بالتعليقات عليها سابقا. (الرعود، 2012، ص: 44)

➤ **خاصية الألعاب Games** يوفر الفيسبوك العديد من التطبيقات الألعاب المختلفة ويسمح للمستخدم أن يدعو العديد من أصدقاءه لممارسة لعبة معينة جماعية وبالتالي يتبادلون تسلية وترفيه مشترك.

➤ **خاصية GIFTS** : أو خاصية الهدايا والتي تتيح للمستخدمين إمكانية إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم، بمناسبة افتراضية والتي يذكر بها نظام تشغيل الموقع عن طريق رسائل إشعار ترسل إلى المعني وأصدقاء، وتظهر هذه الهدايا على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدايا.

➤ إضافة صديق **add friend** : وبما يستطيع المستخدم إضافة أي صديق يرغب بالتواصل معه، ويمكن أن يبحث عن أي فرد موجود على شبكة الفيسبوك بواسطة بريده الإلكتروني، في خانة البحث المتواجدة في حسابه، ويمكن له أن يلغي بالمقابل بعض الصداقات الغير مرغوب فيها.

➤ قد أصبح التحكم بقوائم الأصدقاء سهل جدا كترتيب الأصدقاء ووضعهم في قوائم مخصصة مثلا: وضع الأصدقاء الدراسة في قائمة والأصدقاء المهنة في قائمة أخرى، وتخضع هذه العملية لاختبارات كل مستخدم.

➤ إنشاء مجموعة **groups**: تستطيع من خلال هذه الخاصية إنشاء المجموعات الإلكترونية على الانترنت، أي تنشئ مجتمعا إلكترونيا.

➤ لوحة الحائط **Wall** : وهي عبارة عن مساحة مخصصة بصفحة الملف الشخصي لأي مستخدم، بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم.

➤ الحالة **Status** : هي خاصية تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم، وكل ما يقومون به في الوقت ذاته.

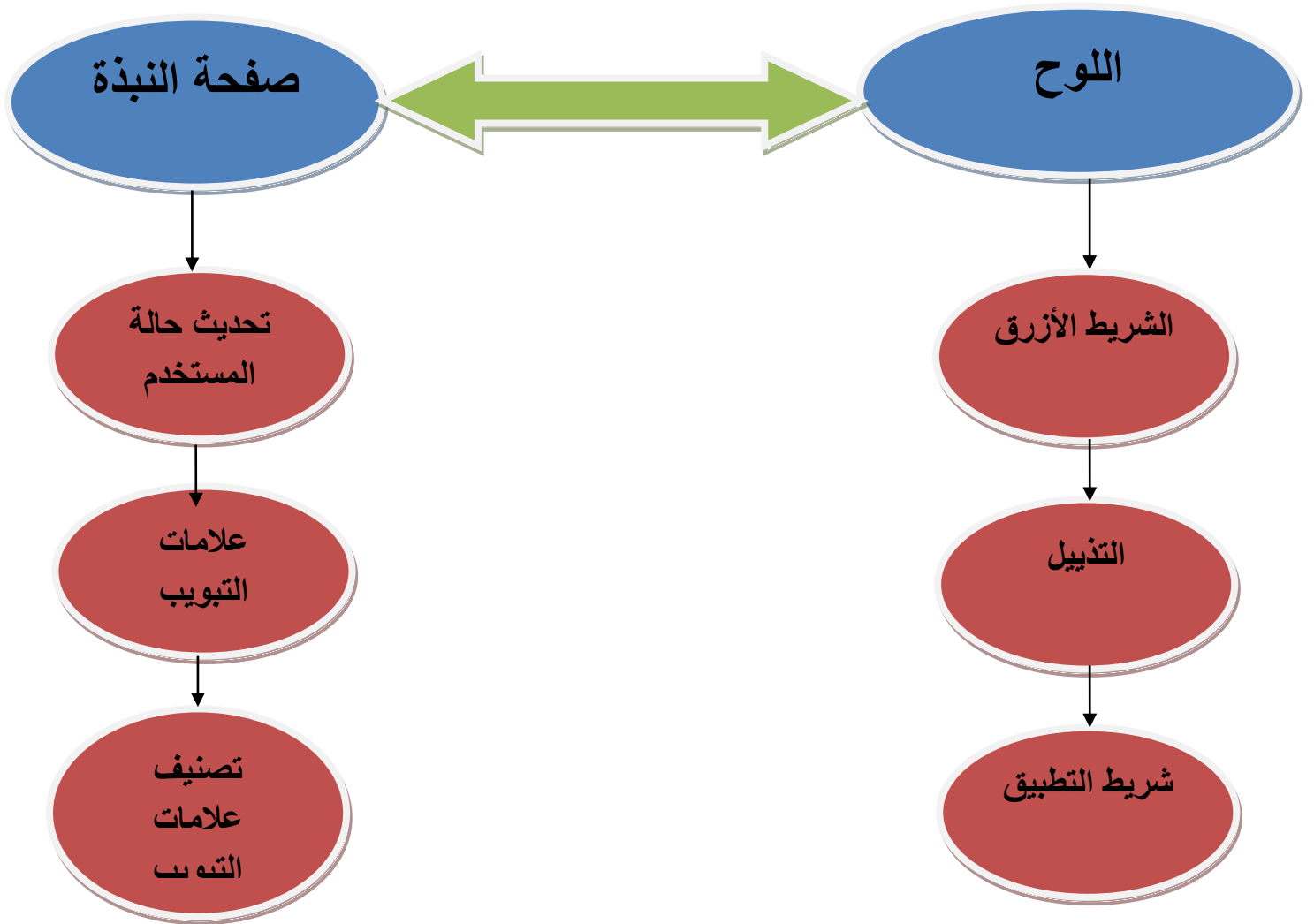
➤ التغذية الإخبارية **news feed** التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين، حيث تقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي، وكذلك الأحداث المرتقبة والتذكير بأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم. (تومي، 2015، ص: 97)

➤ إنشاء الصفحات **SegaP** : وخصصت للمستخدمين وتكون ذات تفاعل أكثر بسبب ظهورها في الصفحة الرئيسية للمستخدمين الآخرين وفيها العديد من التطبيقات التي يستطيع المستخدم عن طريقها التواصل والتفاعل والنشر واكتساب الأصدقاء والمعجبين.

➤ الصفحة الرئيسية **emoH** ويظهر بها كل جديد من المنشورات والتعليقات والصور وروابط الأصدقاء وربما تظهر تعليقات أصدقاء الأصدقاء أيضا.

➤ الموقع: بإمكان المستخدم إضافة موقعه إلى المنشور لأخبار الأشخاص بأنه موجود في مكان معين مثل محافظة أو مرقد ديني أو مطعم أو غير ذلك. (سالم و شبيب، 2018، ص: 121، 122)

الشكل: (06) يوضح مكونات الفاييسبوك:



الشكل من إعداد الباحث

المبحث الرابع: أسباب ودوافع استخدام الفاييسبوك

➤ الاسترخاء والتسلية: ففي فيسبوك الفكاهة والأخبار والطرائف والكتابات الأدبية والصور والمشاهد المصورة الطريفة

والتعليقات المضحكة وفيه فرص متابعة ما يفعل الآخرون وللكلام معهم والكتابة لهم.

➤ تبادل المعلومات والأفكار والآراء: أصبح الفاييسبوك نافذة مهمة لتبادل الأخبار والإحالة إلى المواقع الإخبارية كذلك

يتبادل رواد فيسبوك المعلومات المفيدة عن الضرائب والهواتف والجمعيات والمشروعات والجامعات والدورات التدريبية

والوظائف الشاغرة.

- الهروب من الواقع: في الفيسبوك قلوب جريحة، وعاطلون عن العمل، ومصابون بالاكتئاب، ومنبوذون من جماعتهم الواقعية يبحثون عن ملاذ من مشكلاتهم وضغوطات حياتهم.
- مجازاة الموضوعة: يظل كثير من الناس على نفورهم من تلك التعليقات الجديدة مثل البلاك بيرى والايفون والاياد وتويتز وسكايب وماي سبيس فيسبوك، فمنهم من يبقى وفيما لمبدئه ويبقى على نفوره، ومنهم من يقرر تجريب هذه التعليقات لعله يجد فيها ما يبرر ما يحيط بها من ضجيج وتهافت.
- الصحبة وتكوين صداقات جديدة: قديما قرر أرسطو أن الإنسان كائن اجتماعي ومن بعده ابن خلدون في المقدمة أن اجتماع الناس ضروري لا مهرب منها تفرضها الحاجة الإنسانية الفطرية إلى المأكل والمشرب والحاجة إلى الأمن. هذان هما الشرطان لتحقيق المجتمع عند ابن خلدون. وقد أجز القرآن الكريم ذلك في قوله تعالي في سورة قريش "فليعبدوا رب هذا البيت الذي أطعمهم من جوع واءمنهم من خوف"
- التعليم والتطوير المهني وما إليه: في فيسبوك فرص سانحة لتطوير الذات سلوكيا ومعرفيا ومهنيًا خاصة في المجالات الإعلامية.
- شغل وقت الفراغ: من الناس من يلجأ إلى الفايسبوك وغيره من المجتمعات الافتراضية لأنه لا يجد شيئًا غير ذلك يقتل به وقت الفراغ.
- أصبح الفيسبوك ساحة ملائمة لتجميل الذات وتقبيح الآخرين وهذا ما جعل الجمعيات الخيرية تستخدم هذه الشبكات لتحسين صورتها والتأثير على الرأي العام.
- استخدامات الحكومية: وهذا من خلال اتصال الدوائر الحكومية مع الجمهور من خلال مواقع التواصل الاجتماعي بهدف قياس وتطوير الخدمات الحكومية لديها، ومسايرة للتقنية الحديثة، بل أصبح التواصل التقني مع الجمهور من نقاط تقييم الدوائر الحكومية وخدماتها المقدمة، وتتميز هذه الخدمة بقلّة التكلفة والوصول المباشر للمستفيد الأول.
- الاستخدامات الإخبارية: استخدمت وسائل التواصل الاجتماعي مصدر أصيل للأخبار لكثير من روادها، وهي أخبار تتميز بأنها من مصدرها الأول وبصياغة فردية حرة غالبًا.

- الاستخدامات الدعوية: كانت لوسائل التواصل الاجتماعي دور مهم في توصيل الدعوة مع الآخرين مسلمين أو غير مسلمين باختلاف لغاتهم واختلاف أجناسهم وبلدانهم، وظهر الكثير من الدعاة ولهم مواقع خاصة بهم .
- (المشهداني، 2014، ص: 214)

المبحث الخامس: الآثار الإيجابية والسلبية للفايسبوك

1 سلبيات:

- إهدار الوقت نتيجة الغرق في الخدمات الواسعة التي تقدمها وسائل التواصل الاجتماعي.
- التسرع في إبرام العلاقات مع الآخرين دون التحقق من خلفيتهم الفكرية أو الأخلاقية ومن انعدام العمق الحقيقي للعلاقات الاجتماعية في الشبكات مما يجعلها أكثر هشاشة من الواقع.
- زيادة احتمالية السلوكيات المزعجة والتحايل والغش والاستغلال في الشبكات المفتوحة.
- إتاحة قوائم الأعضاء مما يجعلها عرضة من قبل بعض الأطراف على توجيه دعوات للانضمام إلى شبكات ومواقع أخرى قد تفتقد إلى الأمان.
- عدم وجود عقد اجتماعي يحكم التعامل الواقعي واضح داخل هذه الشبكات وهذا على العكس من العقود الاجتماعية في الحياة الطبيعية مثل الصدق والشرف ونحوها. (ماجد و الزبير، 2021، ص: 239)
- انتحال الشخصيات الكثير من مستخدمي الفيسبوك لا يكشف عن حقيقته بل ينتحل أو يتخذ من المشاهير عنوانا لنفسه لذلك تعتبر عملية انتحال الشخصيات خاصة المشاهير منهم سواء كانوا لاعبين أو فنانيين أو أبطالا.
- أثره على القيم الدينية: يحاول بعض الأشخاص غرس الرذيلة والفاحشة وتهدم قيم الفرد والمجتمع، بالإضافة إلى عدم وجود موانع، أو حدود للممنوعات الثقافية كالمجموعات الإباحية والقمار والتحرير... .
- أثره على الجانب الاجتماعي: يعتبر الفيسبوك أحد أسباب تدهور العلاقات الأسرية، فأسهم في إفساد الإحساس الاجتماعي بين أفراد المجتمع. (بن جديدي، 2016، ص: 158)

2 إيجابيات:

- التنفيس العاطفي: حيث يطلق الأفراد العنان لانفعالاتهم ويعبرون بحرية عن مشاعرهم.

- اكتشاف الذات: بمعنى البحث عن كيفية رد فعل الآخرين خاصة عند الإناث وكيف يظهرن في عيون الناس.
- التعويض الاجتماعي: أي تجاوز الخجل ونقائص الشخصية على العموم وبصفة خاصة عند الإناث والمنطويين نفسيا.
- الإحساس بالسعادة: حسب كل من Kim و Lee إن عدد الأصدقاء في الفيسبوك مرتبط بالإحساس بالراحة النفسية والسعادة خاصة، وأن لهم فائدة غير مباشرة على الصحة النفسية من خلال زيادة الدعم الاجتماعي، والحد من الإحساس بالإجهاد والتوتر.
- التشارك الاجتماعي: ممن مميزات موقع الفيسبوك أنه يري في التشارك الاجتماعي وظيفة أساسية للتواصل، والمساندة الاجتماعية، والنفسية لتعزيز قدرة الفرد على مواجهة المشكلات من خلال تبادل التجارب والنصح من الآخرين.
- على المستوى الصحي: أجريت بحوث على أطفال يعانون من أمراض مستعصية، ولوحظ أن استخدامهم للشبكات الاجتماعية له تأثير حسن إيجابي على سلوكياتهم ومزاجهم.
- بالنسبة للجانب الدراسي: استخدامه من قبل الطلبة بعد الراحة من الدراسة وحتى في مجال البحث العلمي. (بن جديدي، 2016، ص: 157)

المبحث السادس: واقع الفاييسبوك في الجزائر بين 2019 و 2020

الشباب الجزائري شاب مثقف ويعي ما مرت به الجزائر ومازالت تمر به في إطار التغيير ويعمل جاهدا عن طريق الوسائل المتاحة في كافة الميادين للتكلم عن نجاحاته وحتى آلامه والمخن التي يمر بها، كان الفاييسبوك واحدا من هذه الوسائل التي ضخ الشاب عبرها الآلاف من الصفحات والصور والمقاطع التي تتحدث عن أفراحه ومعاناته وإنجازاته ويرى الباحث لهذه الوسيلة الرائدة في التغيير جمعت الحشود في شتى بقاع الأرض تدعم قضية على غرار قضية مقتل شيماء التي أخذت منعطفا كبيرا عبر شبكات التواصل الاجتماعي وتكافلت الأسر الجزائرية وجمعيات المجتمع المدني مع أم شيماء وقد نشر الملايين من الجزائريين صور التكافل بين الجزائريين والمجتمع المدني بكل مؤسساته وخاصة الجمعيات الخيرية في مرافقة ومساعدة الجزائريون، وقد نشر موقع zdz تقرير حديث حول استخدام الانترنت في الجزائر إن عدد المستخدمين الناشطين لوسائل التواصل الاجتماعي 22.71 مليون وعدد المستخدمين للفايسبوك بلغ حوالي 20 مليون بحسب تقرير الفاييسبوك. (زادي زاد: 2019، ص: 1)

شهدت يوم 22 فيبرابر/شباط 2019 إحدى أكبر وأشد المظاهرات الشعبية إجمارا في العالم، بخروج الملايين من الجزائريين إلى الشوارع عقب صلاة الجمعة للمطالبة بالديمقراطية والتغيير، مثل الحراك الشعبي في الجزائر تحديا بحالة الخوف وجدار الصمت

التاريخي على الجزائر، وهو مرتبط خاصة بأحداث العشرية السوداء وهذا ما كان دائما حاضرا في خطابات الوزير الأول الأسبق عبد المالك سلال الذي يركز فيها على دور السلطة في تجاوز مرحلة العشرية السوداء وقد بث التلفزيون العمومي الجزائري في 29 سبتمبر 2018 صورا مروعة لضحايا هذه الفترة الصعبة من تاريخ البلد الذي تداول مقاطع فيديو عبري رواد شبكات التواصل الاجتماعي خاصة الفاييسبوك، عرف الحراك الشعبي في سيرورته تطور وتقسيمات بانثاق حراك خاص للطلبة يوم الثلاثاء بمائل حراك يوم الجمعة في المطالبة إذ تقرر الطلبة أن يكون لهم رأيهم الخاص فيما يحدث بالبلد وخاصة أنهم المتطلعون للمستقبل وقد عبر الشباب عبر شبكة الفاييسبوك بعرض أفكارهم وإبداعاتهم مثل مبادرة بادلي أبادلك في مكان الحراك وهي فكرة يتبادل فيها الشباب الكتب التي قد تم قراءتها وهذا دليل على الرقي الفكري، ومبادرة المنبر الحر التي أطلقتها جمعية الشباب المثقف عبري صفحة الفاييسبوك كل هذا يبين استخدام الشباب شبكات التواصل الاجتماعي وعلى رأسها الفاييسبوك في نقل أفكارهم وتطلعاتهم داخل الشارع الجزائري وبلغ عدد الجزائريين المتصلين بالانترنت لسنة 2019 ما يقارب 24.48 مليون أي بنسبة 58% من عدد السكان فحين بلغ عدد المشتركين بمواقع التواصل الاجتماعي 23 مليون جزائري أي ما نسبته 54% وبلغ مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي عبر هواتف 21 مليون جزائري أي ما نسبته 50% من التعداد السكاني البالغ حوالي 42.34 مليون نسمة موقع الفيسبوك بوصفه أبرز مواقع التواصل الاجتماعي في البلد يحتل المرتبة الرابعة من حيث الاستخدام بعد كل من موقع اليوتيوب، ومحرك البحث غوغل، وموقع التجاري واد كنيس، في حين يحتل المرتبة الأولى من حيث المشتركين إذا استطاع أن يحجز له 19 مليون جزائري مشترك بالموقع حتى غابة شهر ديسمبر 2018 بزيادة قدرها 71.7% ليقفز الرقم في يناير 2019 إلى ما يقارب 22 مليون جزائري مشترك في المواقع ليؤكد المكانة التي يحظى بها في مقابل مواقع تواصل أخرى على غرار التويتر الذي بلغ عدد مشتركيه 482 ألف مشترك، والانسستغرام الذي بلغ عدد مشتركيه 4.40 مليون مشترك وسنا بشات 2.35 مليون، واللينكد إن 1.80 مليون مشترك كل هذه الأرقام والإحصائيات تقدم تصورا عاما عن المكانة والانتشار الذي يحظى به الفاييسبوك في البلد، ما حوله ليصبح فضاء فعليا للمواطن الجزائري (عادل، 2021، ص: 13) وبظهور فيروس كورونا في الأسابيع الأولى لانتشار الوباء عانت البلاد من تأخر وصول نتائج تحاليل الإصابات إلى الولايات الداخلية بالطرق التقليدية حيث يتم إجراؤها في معهد باستور بالعاصمة الجزائر وهو الوحيد الذي يملك المعدات اللازمة لذلك عجت شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة الفاييسبوك بالأخبار وأصبح الجزائريون يقدمون اقتراحاتهم وإبداعاتهم من ابتكارات ومن أبرزها رقمنة قطاع الصحة في تطبيق رقمي ابتكره مهندس جزائري يملك مؤسسة خاصة بمجال الحلول الرقمية الحل الأمثل للمشكلة، والمهندس محمد لطفي مخناش تمكن من خلال تطبيقه الخاص بتحليل البيانات الضخمة واتخاذ القرار من رقمنة قطاع الصحة خلال 72 ساعة فقط بعد اعتماد

مشروعه من وزير الصحة عبد الرحمن بنبوزيد بتاريخ 21 مارس شاعت صورته على شبكات التواصل الاجتماعي خاصة الفاييسبوك مما أدخل الفرحة على قلوب الجزائريين، كما تداولت صفحات الفاييسبوك أزمة جهاز التنفس في المستشفيات وهي لا تتعدى 2500 جهاز وهو عدد لا يكفي في حال كثرة عدد الإصابات الحرجة والمحاولة تجاوز هذه العقبة باشرت شركة غاتيك خاصة للهندسة الطبية الحيوية تصميم جهاز تنفس اصطناعي بإمكانات محلية 100%، ونقلت صفحات الفاييسبوك خبر تمكن جامعة برج بوعريج من توصلها إلى ابتكار جهاز تنفس اصطناعي يربط شخصين في نفس الوقت ونشرت شبكات التواصل الاجتماعي خاصة الفاييسبوك في ولاية تيزي وزو في أبريل مختبرا متخصصا لفحص الفيروس وسخر عدد من الجامعات مختبرات البحث لصناعة مواد تعقيم وأقنعة طبية كما تداولت صفحات الفاييسبوك مبادرة ممر للتعقيم الذي أطلقه المهندس ناصر شلو في ولاية شلف ولقيت هذه المبادرات اهتمام شديد من السلطات خاصة رئيس الدولة عبد المجيد تبون أطلقوا على صفحات الفاييسبوك مبادرات مختلفة مثل مبادرة خليك في البيت وهم يتكلمون بتوصيل الحاجيات التي أنت قد تكون بحاجة ماسة لها حتى تتجنب العدوة، ومبادرات التقدير والاحترام للجيش الأبيض بتوفير له وجبات الأكل بتنسيق مع بعض الجمعيات على غرار جمعية الشباب المثقف وقد أشعلت صفحات مواقع التواصل الاجتماعي مع قضية فصل الفتاتين بعد تأخرهما عن امتحان البكالوريا بدقائق، والتعليق الأبرز كان للشباب الجزائري على الفاييسبوك ردا على فرنسا من خلال تعليق الرئيس الفرنسي وصورا كاريكاتيرية حول شخص النبي والتي جعلت الشعب الجزائري يهب لنصرة النبي صلي الله عليه وسلم، ويرى الباحث انه لم تكن لدى الشبان أي مخاوف من انقطاع علاقة الجزائر مع فرنسا رغم أنه هناك عائلات جزائرية تقطن هناك لان هذا يمس العقيدة الجزائرية المسلمة، ويرى الباحث بأن الشباب الجزائري لجأ لهذه الشبكات لأنهم عانوا خلال حياتهم من مشاكل البطالة والتهميش والتغيب رغم أن هناك طاقات بشرية تتخرج كل سنة من الجامعات الجزائرية.

المبحث السابع: مميزات مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك)

- سرعة نقل الخبر وتدعيمه بالصورة الحرة والمعبرة.
- سرعة مواكبة الأحداث على مدار الساعة ونقلها مباشرة من مكان حدوثها.
- مكنت الأفراد من التعبير عن طموحهم ومشاركتهم الفاعلة في تغذية هذه الشبكات بالأخبار.
- يمكن لمستخدم الفيسبوك ومرتادي الانترنت الذهاب لكل مكان في المعمورة وبسرعة وسهولة.
- لا يكلف الشخص مبالغ مالية .

- لا يحتاج لأي خبرة فنية عند إنشائه أو الحماية اليومية والتحصين الذي يحتاجه الموقع الخاص.
- تتيح للأفراد فرصة للدخول إلى المواقع الاجتماعية والتعريف بأنفسهم ومن ثم التواصل مع الآخرين الذين تربطهم بهم اهتمامات مشتركة.
- تتيح حرية الاختيار لمن يريدون المشاركة في اهتماماتهم.
- تمتاز مواقع التواصل الاجتماعي باليسر والسهولة ولا تكلف المنخرط شيئا ولا يحتاج لرأس مال تشغيلي ولا عقار يتخذه مقرا. (توفيق و بدوي، 2014: ص: 5,6)

المبحث الثامن: انفوغرافيا استخدام شبكة الفاييسبوك سنة 2020/2019

الجدول (01) خاص بدول العالم سنة 2019

البلد	العدد
الهند	300 مليون شخص
الولايات المتحدة	210 ملايين
البرازيل	130 مليون
إندونيسيا	130 مليون
المكسيك	86 مليون
الفلبين	75 مليون
فيتنام	61 مليون
تايلند	50 مليون
تركيا	43 مليون
بريطانيا	40 مليون

(الخليج أون لاين، 2019، ص: 01)

الجدول (02) خاص بدول العربية الأكثر استخدام الفاييسوك سنة 2020

العدد	البلد
39 مليون / 66.62%	مصر
مستخدم	
18 مليون / 77.52%	مملكة العربية السعودية
مستخدم	
17 مليون / 38.83%	المغرب
مستخدم	
22 مليون / 62.04%	الجزائر
مستخدم	
8.8 / 76.78%	الإمارات العربية
مليون مستخدم	المستخدمة

(محمد نور، 2020، ص: 04)

خلاصة :

تؤكد الدراسات والأبحاث العلمية في ميدان الإعلام على الأهمية البالغة لمواقع التواصل الاجتماعي ومن بينها الفاييسوك الذي غزى العالم وسهل في عملية التواصل والتسويق الاجتماعي، وهو ما أدى إلى ذوبان الحدود الجغرافية بين الدول إلى درجة أن أصبح العالم مجرد قرية صغيرة مرتبطة ببعضها البعض، حتى أن هذا الموقع أصبح يجد قبولا كبيرا بين مرتدييه بمختلف أطباقهم ومستوياتهم الثقافية من البسيط إلى العامي إلى أساتذة ومراهقين وشباب وفتيات وكبار السن ومؤسسات مثل الجمعيات الخيرية ومع ذلك تبقى آثاره تحتاج إلى دراسة معمقة في ظل التزايد المستمر على استخدامه المفرط .

الفصل الرابع

الفصل الرابع: سوسيولوجيا العمل التطوعي

تمهيد

المبحث الأول: تعريف ونشأة العمل التطوعي

- (1) تعريف العمل التطوعي
- (2) التطور التاريخي للعمل التطوعي

المبحث الثاني: أهمية العمل التطوعي

- (1) أهمية التطوع بالنسبة للمجتمع
- (2) أهمية التطوع بالنسبة للتنظيمات التطوعية
- (3) أهمية التطوع بالنسبة للأفراد المتطوعين

المبحث الثالث: أهداف العمل التطوعي

- (1) أهداف خاصة بالمتطوع نفسه
- (2) أهداف متعلقة بالجمعيات التطوعية
- (3) أهداف متعلقة بالمجتمع

المبحث الرابع: مجالات العمل التطوعي

المبحث الخامس: دوافع العمل التطوعي واثاره على الفرد والمجتمع

المبحث السادس: أشكال العمل التطوعي

- (1) تصنيف العمل حسب معيار الزمن
- (2) تقسيم التطوع حسب المجال
- (3) تصنيف العمل التطوعي حسب الشكل
- (4) تصنيف العمل بحسب طبيعته وممارسته

المبحث السابع: عوائق العمل التطوعي

المبحث الثامن: خصائص العمل التطوعي

المبحث التاسع: مفهوم واهمية العمل التطوعي الرقمي (الالكتروني) وخصائصه

- (1) تعريف العمل التطوعي الرقمي
- (2) أهمية التطوع الالكتروني
- (3) خصائص العمل الالكتروني

المبحث العاشر: فلسفة العمل التطوعي في الجمعيات والنماذج الرائدة فيه

- (1) فلسفة العمل التطوعي في الجمعيات الخيرية
- (2) النماذج الرائدة
- (3) العمل التطوعي في الدول العربية
- (4) العمل التطوعي في الدول الأجنبية
- (5) العمل التطوعي في الجزائر

المبحث الحادي عشر : دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية بأهمية العمل التطوعي

خلاصة

تمهيد:

لقد تجلي العمل التطوعي في عصرنا الحالي وأصبح من ضرورات الحياة، لما له من أهمية كبيرة في تنمية المجتمع وتعزيز تماسكه، مما جعل الدول المتقدمة وحتى النامية ترسخه دعامة ضمن خطط بناء التنمية الحضارية التي تنشدها. والفعل التطوعي ليس وليد اللحظة وإنما جذوره تمتد في عمق التاريخ منذ أن خلق الله الإنسان وظهرت حاجته للتعايش ضمن إطار الجماعة التي هو بحاجة ماسة للتكامل والتعاون معها من أجل تلبية الحاجات وقد حافظ الإنسان على هذه القيمة التي هي موجودة فيه بالفطرة، وما زاد تعزيزها هي الحضارات القديمة والديانات السماوية بالرفع من قيمتها وقيمة ممارستها حتى يبقى الفعل التطوعي عبر التاريخ قيمة إنسانية نبيلة، وكنتيجة الاهتمام بالفعل التطوعي وتعزيز استمراريته ظهرت الجمعيات الخيرية بشكلها الحالي والتي هي نتاج التطورات الفكرية التي عرفتها أوروبا خلال نهضتها الفكرية والتي تعتبر في وقتنا الحالي من أبرز الظواهر الصحية والإيجابية في المجتمعات المعاصرة، من خلال غرس الروح الإنسانية وتعزيز الروابط الاجتماعية بين فئات المجتمع بكافة مستوياته وخلق مجتمعات متوازنة وقادرة على توفير سبل الحياة الكريمة لأفرادها وخاصة الفئات الهشة، وعليه فقد تطرقنا في هذا الفصل إلى ماهية الفعل التطوعي ونشأة الجمعيات الخيرية على المستوى العالمي والعربي وحتى الجزائري.

المبحث الأول: تعريف ونشأة العمل التطوعي

(1) تعريف العمل التطوعي: لقد تعددت التعاريف واختلفت من باحث لآخر في ضبط مفهوم العمل التطوعي.

1- تعريف التطوع

➤ التطوع لغة: كلمة مشتقة من الفعل (طوع).

والتطوع: هو ما يتبرع به الشخص من تلقاء نفسه بدون فرضه. وتطواع للأمر وتطوع به وتطوعه: تكلف استطاعته.

(ابن منظور، 1956، ص: 243)

➤ التطوع اصطلاحا:

و تعرف الكتب أن التطوع يشار إليه بأنه "الجهد الذي يبذل عن رغبة واختيار بغرض أداء واجب اجتماعي دون توقع جزاء مالي"

سامية وآخرون، 1984، ص: 93)

يعرّف العمري العمل التطوعي بأنه: "البذل والتضحية من أجل الآخرين" (العمري و الصريصري، 1997، ص: 2)

يعرّف كذلك مركز البحوث والدراسات بالغرفة المؤتمر الرابع لجمعية متطوعي دولة الإمارات العربية المتحدة "أي عمل يقوم به شخص ما أو منظمة ما دون تلقي أجر مقابل ما يؤدبهن عمل ويرتبط بالعمل التطوعي "

(مركز البحوث والدراسات بالغرفة، 2003، ص: 04)

يعرف حسين هو "المجهود القائم على مهارة وخبرة معينة، والذي يبذل عن رغبة واختيار بغرض أداء واجب اجتماعي وبدون توقع جزاء مالي بالضرورة" (سيد، 1985، ص: 495)

ويعرفه إدريس بوحوت أنه "مساهمة الأفراد في أعمال الرعاية والتنمية الاجتماعية سواء بالرأي أو بالعمل أو بالتمويل أو بغير ذلك من الأشكال" (إدريس، 2012، ص: 02)

ويعرّفه الرفاعي بأنه "هو بذل جهد إرادي قائم على العديد من الصفات منها المهارة والخبرة، وعن رغبة واختيار بغرض أداء عمل ديني اجتماعي تطوعي خدمي له عائد في تنمية المهارات لدى الأفراد ويتم ذلك دون انتظار رأي مقابل من البشر، لأن الشخص الذي يفعل الخير متطوعاً إنما يفعله لوجه الله مظهر الصورة الجميلة للوجه الإنساني، الذي يفيض بالخير الله والوطن ويدعم بذلك العلاقات الاجتماعية ويؤكد على التعاون مع الناس في سبيل الخدمة العامة التي تتسع مفردتها لكل نواحي الحياة"

(منصور، 2007، ص: 17)

من خلال التعاريف المدرجة سابقاً نستخلص أن العمل التطوعي هو ذلك الفعل الخيري الاجتماعي الذي يقوم به أي شخص متطوعاً ضمن جمعيات خيرية والهيئات ومؤسسات الأهلية التي تقدم منفعة عامة وبدون عائد مادي، كل هذا من أجل تقديم خدمات للمجتمع وإيجاد حلول للمشكلات وفي مختلف المجالات

ج- تعريف المتطوع

هو شخص ينخرط ويصبح عضواً نشطاً ضمن جمعيات أو مختلف المؤسسات التي تقدم خدمة عامة من تلقاء نفسه، ولا ينتظر أي مقابل، يقدم أو يشارك في مشاريع اجتماعية حتى يجد حلولاً للمشكلات الاجتماعية، وتقليل من حدة تأثيرها على المجتمع. (خاطر، 2002، ص: 64)

إذن هو شخص صالح يقدم وقته وجهده وحتى فكره للصالح العام والمنفعة العامة وبشكل إرادي وبدون مقابل، توجه نشاطاته لفائدة جهة معينة حسب الحاجة.

ويمكن تصنيف أنواع من المتطوعين متطوع مستمر هو شخص يوافق الالتزام بلائحة الجمعية للأعمال التطوعية وتنفيذ المهام التي أسندت إليه فيها بصفة دائمة، ومتطوع موسمي هو شخص يوافق على مساعدة الجمعية في موسم معين مثلا رمضان، وهناك متطوع تحت الطلب وهو الشخص الذي يوافق على تنفيذ مهمة ذات طابع معين لتوفير مهارات خاصة للجمعية مثل الطباعة. (الأنصاري، 2019، ص: 03)

د- تعريف الفعل التطوعي

هو ما تبرع به الإنسان من ذات نفسه مما لا يلزمه فرض. (عديلة، 2011، ص: 22)

كما تعرفه سامية فهمي: "هو ذلك الجهد الذي يبذله الإنسان من أجل مجتمعه أو من أجل جماعة معينة، وفيه يتحمل مسؤوليات العمل من خلال المؤسسات الاجتماعية القائمة لإرضاء لمشاعر، ودوافع إنسانية داخلية خاصة تلقي الرضا والقبول من جانب المجتمع. (مقدم، 2020، ص: 56)

يحدث الفعل التطوعي داخل المجتمعات وخاصة المتقدمة منها، يقوم به بعض الفاعلين النشطين في المجال الخيري الاجتماعي بدون مقابل ويكون إما فكري أو عضلي ومادي، بسبب عجز النسق الكلي (الدولة) لتلبية حاجات جميع أفرادها، وتكون خطة العمل عن طريق التكامل والتضامن من أجل إيجاد حلول للمشكلات.

(2) التطور التاريخي لنشأة العمل التطوعي:

الفعل التطوعي في الحضارات القديمة والأديان السماوية:

تزامني وجود الفعل التطوعي بوجود الإنسان على وجه المعمورة هذا التفاعل جعله دائما بحاجة ماسة لمساعدة الآخرين له في قيامه بواجباته لتوفير حاجاته اليومية وبطبيعة الحال هم كذلك بحاجة ماسة له، وبالتالي علاقة تبادلية تكاملية، أخذ هذا الفعل التطوعي يتطور بتطور المجتمعات حتى ظهر ما يسمى الجمعيات الخيرية وسوف نقوم برصد أهم صور الفعل التطوعي في الحضارات الإنسانية القديمة في مايلي:

➤ العمل التطوعي في الحضارة المصرية:

بينت الرسومات الموجودة على معابد قدماء المصريين وقبورهم على وجود العمل التطوعي الاجتماعي وكانت تتمثل في مساعدة الفقراء وخاصة في حفلات الأسر الملكية، وحتى الطبقة المتوسطة كانت تساعد الطبقة المحتاجة، وكان مكان تلقي المساعدات هي المعابد وأموال المساعدات تأتي من محاصيل الأرض، ومنتجات المواشي وكل هذا بمعرفة ومباركة الكاهن (النعيم، 2000، ص: 03) ولقد كانت المعابد الفرعونية تقدم مساعدات للفقراء والمحتاجين ومن عائدات التجارة والصناعة الحرفية.

➤ العمل التطوعي في الحضارة الرومانية والإغريقية:

لقد تعدى العمل التطوعي الحضارة المصرية القديمة واتجه إلى أوروبا القديمة إذ عرفت أشكالاً من العمل التطوعي وذلك من خلال حضارتين الإغريقية والرومانية. فقد اهتم الأغنياء اليونانيون القدماء بتوفير الأكل والمأوى للغرباء وعابري السبيل والمحتاجين حتى خزينة الدولة كانت تولي اهتماماً بالرعاية الاجتماعية لشعبها.

أما الحضارة الرومانية فقد ميزها انقسام المجتمع إلى طبقتين الأشراف وعمامة الناس وكان الأشراف يملكون كل شيء، وظهر العمل التطوعي في هذه الفترة من خلال توزيع النبلاء والأشراف القمح على الفقراء عندما يشتد القحط.

(النعيم، 2000، ص: 03)

لقد تميزت الحضارة الرومانية بالفوارق الطبقيّة وسيطرت طبقة النبلاء والأشراف في كافة مجالات الحياة العامة في المجتمع الروماني، ورغم ذلك شاعت في مجتمعهم مظاهر العمل التطوعي الخيري وهذا من خلال تصديق الطبقة النبيلة على الفقراء والمحتاجين والأرامل وحتى على الجيوش المحاربة في الجيش، وكان للمعبد دور أساسي في المجتمع الروماني القديم من خلال جمع الصدقات التي يجود بها أصحاب الطبقات ميسورة الحال وكذلك التجار وقد تشكلت هيئة يقودها رئيس المعبد تهتم بتوزيع أكياس القمح والشعير والزيت والخضر على الفقراء وكان الاجتهاد يتضاعف خاصة أثناء مرحلة القحط.

الفعل التطوعي في الأديان السماوية:

أثبتت الدراسات على وجود العمل التطوعي الخيري منذ أن خلق الله الإنسان على الأرض وتتابع الحضارات الإنسانية القديمة إلا أن الفعل التطوعي لم يكن واضحاً للعيان بصورة جيدة إلا بعد نزول الكتب السماوية والتي كانت تحث على فعل خير وتمثلت في ثلاث كتب سماوية وهي:

➤ العمل التطوعي في الديانة اليهودية: لقد برز العمل التطوعي الاجتماعي في الديانة اليهودية من خلال الوصايا العشرة

التي نزلت على موسى عليه السلام والتي منها:

- ✓ طوبى للذي ينظر للمساكين في يوم الشر ينجيه الرب.
- ✓ افتح يدك لأخيك المسكين والفقير في أرضك.
- ✓ من يرح الفقير يقرض الرب وعن معرفه يجازيه.
- ✓ من الضروري تقديم يد العون ومساعدة للفقير والمسكين والمضطرب، لا ينهر الفقير ولا يحقر المسكين.

(النعيم، 2000، ص: 04)

كانت الديانة مهذا للعمل الخيري الإنساني وحرصها على تقديم وصايا مجملها تصب في الرفق بالمساكين وتقديم يد المساعدة لهم وإراحة الفقير من هم الحياة ومتاعبها وعدم إهانته وتحقيره بالكلام المجرح.

➤ الفعل التطوعي في الديانة النصرانية: إن الديانة النصرانية هي في حقيقتها مكتملة ومعززة للديانة اليهودية، وهي أكبر

تأكيد وأصدق دليل عن الشريعة الإلهية على الأرض والتي اهتمت منذ نزولها على البر والإحسان والتعاون بين بني البشر باختلاف طوائفهم وطبقاتهم ونوعهم، وهذا لما يوضحه تعاليم العهد الجديد (الإنجيل) الذي منذ ظهوره الأصول الأولى لقيم العمل التطوعي والاهتمام الاجتماعي للإنسان .

ومن المواضيع المعبرة عنها بكثرة:

- ✓ بالصدقة يقبل الصوم، ومعها تقبل الصلاة.
- ✓ من سألك أعطيه، ومن أراد أن يقترض منك فلا ترده.

✓ الله سبحانه وتعالى يكافئ من يشبع فقيرا.

✓ كل أنواع الهبات مرغوب فيها.

كانت النصرانية تهم بالفئات الهشة من الأراامل والأيتام، وأنشأت بيوت المحبة (الملاجئ) وهنا برز العمل الخيري التطوعي.

(النعيم، 2000، ص: 04)

تعززت ملامح الفعل التطوعي في الديانة النصرانية وبرزت من خلال اهتمامها بإشباع الفقير، والصدقة للمحتاج والمسكين، واختيار أشخاص تحق لهم الهبات.

➤ **الفعل التطوعي في الدين الإسلامي:** عزز الدين الإسلامي والذي هو آخر ديانة سماوية في الأرض كل الدعائم التي تحت

على الإخاء والحب والتعاون والتكافل بين بني البشر والمسلمين فيما بينهم هذا الترغيب في فعل الخير والحث عليه من

خلال أعمال تطوعية تتعدى مراحلها إلى أن يثاب فاعله بالأجر في الدنيا والآخرة.

حاول الإسلام بتعاليمه الحميدة أن يقدم صورة متكاملة حول الفعل الخيري التطوعي بإعطائه صفة الشمولية والإمام بما جاءت به الكتب السماوية الأخرى وأضاف عليه مصطلح الإثابة والجزاء في الجنة فجعل الإسلام يتميز بالأخلاق والقيم هم الوحيد ترسيخ قيم الإخاء والتعاون والتراحم بين المسلمين بكل ميقاتهم الجسمية والاجتماعية صغيرهم وكبيرهم.

(النعيم، 2000، ص: 06)

وفي هذا المجال الخيري الإنساني يقول الله تعالى (وَلَا تَسْتَوِي الْحَسَنَةُ وَلَا السَّيِّئَةُ ادْفَعْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ) وفي آية أخرى يقول عز

وجل (وَأَتَى الْمَالَ عَلَىٰ حُبِّهِ ذَوِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسَاكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَالسَّائِلِينَ وَفِي الرِّقَابِ) (سورة البقرة: الآية 177) وفي

الحديث الشريف قوله صلى الله عليه وسل (ما آمن بي من بات شبعان وجاره جائع إلى جنبه وهو يعلم به) كل ماجاء به القران

الكريم والسنة النبوية الشريفة هي دعائم للتكافل الاجتماعي والرعاية والاهتمام بالمحتاجين في كثير من الموافق.

وفي آية أخر من نفس السورة يقول سبحانه وتعالى: (أياما معدودات فمن كان منكم مريضا أو على سفر فعدة من أيام أخر وعلى

الذين يطبقونه فدية طعام مسكين فمن تطوع خيرا فهو خير له وأن تصوموا خير لكم إن كنتم تعلمون.) (سورة

البقرة: الآية 184).

ويقول في آية أخرى: (وتعاونوا على البر والتقوى ولا تعاونوا على الإثم والعدوان واتقوا الله إن الله شديد العقاب) (سورة المائدة: الآية 02).

لقد اهتمت الدولة الإسلامية بأمور المسلمين من الناحية الاجتماعية وفي هذه الفترة كانت الزكاة هي من تحافظ على ماء وجه المسلمين من خلال مساعدات اجتماعية.

لقد كان نصيب للفعل التطوعي في الأحاديث النبوية الشريفة وجاء على لسان أظهر البشر النبي عليه الصلاة والسلام (حدثنا محمد بن العلاء حدثنا أبو معاوية عن الأعمش عن عمرو بن مرة عن سالم عن أم الدرداء عن أبي الدرداء قال: قال رسول الله صلى الله عليه وسلم ألا أخبركم بأفضل من درجة الصيام والصلاة والصدقة؟ قالوا: بلى، قال: إصلاح ذات البين، وفساد ذات البين، الخالقة.) (مقدم، 2020، ص: 62)

وبذلك كان الفعل التطوعي مصاحب جميع الحضارات الإنسانية وهذا نتاج تفاعل الإنسان مع محيطه الاجتماعي من اجل تلبية احتياجاته، وقد تمثل ذلك من خلال ممارسات الأفراد .

وبقدم الرسائل السماوية زادته قدسية وتمجيد بل تعدى ذلك الواجبات الدينية التي يثاب فاعلها أما في الدين الإسلامي جعله فرض كفاية يلزم به مسلم قيام بهذا الفعل تجاه مجتمعه وأهله في أوقات الحاجة (كوارث طبيعية، حروب.....) .

الفعل التطوعي في المجتمعات الإقطاعية: كان يمارس العمل التطوعي في المجتمعات الإقطاعية على شكل مساعدات متبادلة التي يوفرها أعضاء جماعات الفلاحين في القرى التي يقيمون فيها لبعضهم البعض في إطار علاقات الوجه للوجه والعمل الزراعي الجماعي والمساعدات التي يوفرها الإقطاعي صاحب الأرض لرعاياه في شكل منح ومساعدات عينية بالإضافة إلى دور الجمعيات الخيرية الدينية أو تلك التي يشكلها بعض الأمراء وخاصة من السيدات أو الأميرات الطبقة الإقطاعية في إطار غايات إنسانية (البوسعيد، 2006، ص: 13)

الفعل التطوعي في المجتمعات المعاصرة: يعتبر العمل الخيري التطوعي سمة من سمات المجتمع العربي من خلال العرف والعادات والتقاليد والقيم الدينية هي القواعد المنظمة له في الماضي أما في الوقت الحاضر فإنه يخضع إلى منظومة القوانين والتشريعات التي أصبحت تتحكم في تنظيم حياة المجتمع وتعتبر دول الخليج أكثر الدول العربية التي تضم عددا كبيرا من الجمعيات الخيرية التطوعية التي لديها برامج المساعدات داخل مجتمعاتها وبرامج الإغاثة في الدول التي تتعرض للنكبات وهي تحتاج الإعمار.

(وجدي، 2005، ص: 04، 03) لقد انحصر مفهوم العمل التطوعي والمنظمات التطوعية في عالمنا العربي وخارجه حتى منتصف الثمانيات على ذلك العمل الفردي الجماعي غير منظم عند حدوث الكوارث، ولكن سرعان ما تطور تلقائياً إلى تلك المنظمات التي تقدم خدمات اجتماعية للمجموعات الضعيفة والتي تسمى المجموعات الخاصة في علم الخدمة الاجتماعية والذي هو الأساس العلمي للعمل مع هذه المجموعات، مثل الأطفال الجانحين أو غير الشرعيين والمعوقين... الخ

في بداية الثمانيات بدأ التفكير في الدول الغربية لتوظيف المنظمات الطوعية الخاصة للعمل في مشاريع التنمية في الدول النامية وفي التسعينيات بدأ توسع واضح في مفهوم العمل الطوعي إذ شمل مفاهيم و أبعاد سياسية، أهمها مفهوم المشاركة السياسية والحكم الراشد فمثلاً تبنت الأمم المتحدة مفهوم الحكم الراشد بركائزه الثلاث وهي: الدولة والقطاع الخاص والمنظمات غير الحكومية والتي أطلق عليها اسم قطاع الثالث كجزء أساسي في المجتمع (حسين، 2001، ص: 04)

إن الفعل التطوعي هو من الأفعال النبيلة التي تكون على أساس التكافل، والتعاون، والمساعدة والرعاية هذه القيم خلدها الحضارات المتعاقبة ووجدت أين وجد الإنسان، وحتى الديانات السماوية جسدت ورحبت بكل سلوك يعزز مبادئ القيم التعاون ومساعدة الغير وهذا ما تكلم عليه محمد عززي في نظريته الحتمية القيمية حول السلوك الذي يتماشى مع القيم السائدة هو السلوك المحبوب والمقبول اجتماعياً.

المبحث الثاني: أهمية العمل التطوعي

تبرز أهمية ومكانة العمل التطوعي في المجتمع كلما حدث تغير في المجتمع وتطوره من الحالة البسيطة إلى الحالة المتطورة والمعقدة، وهذا نتاج لتشابك العلاقات الاجتماعية، وهذا مختلف بالمقارنة ما كان عليه سابقاً من بساطة في المعاملة وفي العلاقات.

ومع تعقد الحياة في المجتمعات المعاصرة والذي تحلله ضعف في العلاقات الاجتماعية ومع ازدياد المشاكل الاقتصادية أصبح العمل التطوعي الفردي غير قادر على تلبية حاجات الأفراد في مثل هاته المجتمعات التي تتميز بعدم استقرار والتجانس، مما فسح المجال إلى ظهور نوع من الأعمال التطوعية المؤسسية كالمؤسسات الخيرية، فأطلق عليها القطاع الثالث بعد القطاع العام، والقطاع الخاص، ولقد اتبعت الحكومات سياسة مشاركة الجمعيات الخيرية والمنظمات في تلبية حاجات الأفراد داخل مجتمعهم ومن هنا تتلخص الأهمية التي يحضي بها العمل التطوعي والتي تتحدد من خلال ثلاث مستويات وهي المجتمع-التنظيمات التطوعية-

المتطوعين. (عباس، 2016، ص: 18)

1- أهمية التطوع بالنسبة للمجتمع:

- ✓ يغطي العمل التطوعي العجز في القطاع الحكومي في تلبية طلبات المجتمع.
- ✓ يشارك العمل التطوعي الجهات الأهلية والرسمية في تلبية حاجات المجتمع.
- ✓ تميز المؤسسات التطوعية الخيرية بالمرونة في سد حاجات المجتمع.
- ✓ العمل التطوعي له دراية واسعة بما يحتاجه المجتمع.
- ✓ يفسح العمل التطوعي المجال للمواطنين تأدية الواجبات الاجتماعية والإنسانية.
- ✓ يعطي صفة الانتماء والمشاركة للشباب في مجتمعهم.
- ✓ يسد التطوع الفراغات في نظام الخدمات الاجتماعية ورعاية المجتمع.
- ✓ يوفر العمل التطوعي المنبر الحر للشباب من أجل المشاركة والتعبير عن أفكارهم حول قضايا تمم مجتمعهم.
- ✓ يعمق التطوع لروح التعاون والتكامل بين الناس وتنمية الروح الجماعية وهو مؤشر على الجانب الإنساني. (حمزة، 2015)

ص: 31، 32)

- ✓ يقلل من حجم المشاكل الاجتماعية من خلال إعطاء فرصة للمواطن القيام بخدمات لمجتمعهم وقد تكون صحية تعليمية وثقافية لأفراد المجتمع.
- ✓ يحقق التطوع التوازن في حركة تطور المجتمع بطريقة تلقائية ذاتية وذلك من خلال انفتاح طبقات المجتمع على بعضها البعض (بن صالح، 2006 ص: 19)

- ✓ تكمل العمل الحكومي عن طريق رفع مستوى الخدمة أو توسعها.
- ✓ تأدية خدمات لا تقوم بها الدولة لظروف معينة. (سمر، 1431، ص: 42)
- ✓ إن الأنشطة التطوعية من أهم معالم التنمية الاجتماعية، لأن نمو حركتها واتساع قاعدتها، واشتراك أعداد كبيرة من الأفراد فيها يعتبر دلالة أكيدة على أن المجتمع استطاع أن يبني طاقة ذاتية قادرة على النهوض به وصنع التقدم فوق أرضه، وقادرة على دفع المخاطر التي قد يتعرض لها. (البركاتي، 1429، ص: 4)

- ✓ تقديم وتوفير خدمات جديدة للمجتمع.
- ✓ تهيئة الطاقات المادية والبشرية ثم تحويل تلك الطاقات لتصبح عملا اجتماعيا.

- ✓ زيادة كفاءة وفعالية العمل الحكومي.
- ✓ توفير الطاقات البشرية المتنوعة من أجل تأهيل وتنمية المجتمع.
- ✓ إيجاد الروح التنافسية بين الجماعات التي تعمل في الأعمال التطوعية مما يساعد على زيادة جودة الخدمات.
- ✓ حماية المجتمع من الأمراض الاجتماعية التي تتمثل في المخدرات والجرائم.

(حمدوك، 2018، ص : 54،55)

- ✓ لذلك تتضح أهمية التطوع من خلال الرؤية المتعمقة لتاريخ نظم الرعاية الاجتماعية، حيث استخدم العمل التطوعي في غالبية مجالات الرعاية والخدمة الاجتماعية، كمنظمات الإحسان.

2- أهمية التطوع بالنسبة للتنظيمات التطوعية:

- ✓ يعتبر المتطوعون للمنظمات مصدرا خصبا للمعلومات يساعد على التخطيط والتقييم
- ✓ يهتم المتطوع بالجمهور وفتات المهمة والمستفيدة بنشاط الجمعية بطريقة تتميز وتختلف عن الموظفين.
- ✓ هو المصدر الأساسي لتنمية الموارد البشرية للجمعية وهو بديل مهم لتفادي عجز الجمعية من تمويل وغيره.
- ✓ المتطوعون هم القوة البشرية التي تركز عليها المنظمة وبدون مقابل.
- ✓ المتطوعون هم اليد العاملة الآمنة التي تهتم بقضايا وأنشطة تتطلب المصادقية مثل

جمع الأموال، تأييد ومعارضة التشريعات، العلاقات العامة لما يتمتعون به من ثقة من قبل المجتمع وفتاته المختلفة.

- ✓ قدرة الجمعية والمنظمة على جذب المتطوعين هو معيار على نجاح الجمعية في تحقيق أهدافها. (حمزة، 2015، ص

(33،34)

- ✓ المتطوع هو أداة علمية تطوعية بالنسبة للجمعية فلا يمكن أن تكون هناك جمعية بدون متطوعين.

(بن صالح، 2006، ص: 20)

3- أهمية التطوع بالنسبة للأفراد المتطوعين:

في السنوات الأخيرة، أصبح الاهتمام بتطوع والعمل التطوعي، وأصبح الناس أكثر وعياً بفوائده وأثاره الإيجابية على الشخص المتطوع من الناحية الاجتماعية والشخصية ولعل أهميته يمكن أن تتضح فيما يلي:

✓ يكسب المتطوع جملة من الخبرات الاجتماعية التي تساعد على صقل شخصيته وتنمية الثقة بالنفس وتنمية الحس النقدي لدى المتطوع.

✓ يحقق إشباع للمتطوع من حب للانتماء إلى جماعة أو مؤسسة ومكانة في المجتمع.

✓ يقوم بتنمية كثير من المهارات الشخصية للفرد في مجال عمله أو حياته كمهارة

التواصل، والإلقاء والتخطيط، إدارة الوقت والقيادة، سواء باكتسابها أو حتى تنميتها وتطويرها.

✓ يعزز النسق القيمي بتنمية العمل الجماعي للمتطوع وينمي له إحساساً بالثقة واحترام

الفروق الفردية بين البشر.

✓ ينمي الإحساس بالمسؤولية الاجتماعية ويغرس قيم التعاون والمشاركة وروح الفريق منذ نعومة أظفاره.

✓ ملء أوقات الفراغ بأعمال ذات قيمة تعود بالخير عليه وعلى مجتمعه.

(حمزة، 2015، ص: 32)

✓ تقوية شعور المواطنة والانتماء إلى الوطن. (بن صالح، 2006، ص: 20)

تكمل أهمية العمل التطوعي في تعزيز شعور الانتماء للمجتمع والجماعة والشعور بأهمية مشاركتهم ومساعدتهم ضمن الإمكانيات

المتاحة والمتوفرة للشخص، فصالح المجتمع ينعكس بالتأكيد على صلاح حياة الأفراد وتقدمهم اجتماعياً وتعليمياً وصحياً خاصة

مع جائحة كورونا وبالتالي النهوض بالمجتمع ككل وتحسين البيئة الحياتية الحاضنة للأفراد.

المبحث الثالث: أهداف العمل التطوعي

يصنف العمل التطوعي ضمن الأنشطة الإنسانية، التي هي وليدة التعايش المشترك بين الجماعات الإنسانية، وهي محققة لتماسك المجتمع، وليس للعمل التطوعي حد، وإنما تتعدد أهدافه وتنوع بحسب كل طرف من أطراف العملية التطوعية غير أنه لا تخرج عن المحاور الثلاثة الإنسانية الثلاثة:

1- أهداف خاصة بالمتطوع نفسه: ويمكن إنجازها فيما يلي:

- ✓ يقدم العمل التطوعي إشباعاً للمتطوع بإحساس النجاح بعد قيامه بعمل يقدره الآخرون عليه.
- ✓ من أجل الحصول على مكانة مرموقة ومميزة داخل المجتمع.
- ✓ تكوين شبكة من الصداقات والعلاقات تعزز انتمائه لمجتمعه.
- ✓ يحقق به ذاته.
- ✓ يشبع حاجته النفسية نحو مساعدة الآخرين.
- ✓ تعد البيئة التطوعية مكان خصب ومكان ملائم ومفضل للفرد من أجل تفجير مواهبه وميولاته من خلال الأنشطة التي يمارسونها.

✓ الاستثمار في الأوقات الحرة بطريقة مثمرة. (فايز، 2013، ص: 362)

✓ إشباع الحاجات الاجتماعية وهو الحصول على التقدير والرفعة داخل المجتمع وتوطيد الشبكة الاجتماعية. (سند، 2003، ص: 57)

(سند، 2003، ص: 57)

2- أهداف متعلقة بالجمعيات التطوعية: يمكن للعمل التطوعي من خلال التطوع في المؤسسات الاجتماعية التطوعية

تحقيق جملة من الأهداف الهامة ولعل أبرزها مايلي:

- ✓ يدعم ويعزز التطوع الثقة بين الجمعية والمجتمع وبالأخص إذا كان المتطوع صاحب سمعة جيدة وصاحب خبرة جيدة، حتى القائمون عليها لهم صيت وسمعة طيبة تعزز ترابطهم واتصالهم داخل المجتمع. (حمزة، 2015، ص: 57)
- ✓ المساهمة في بناء المجتمع وتطويره وترقيته من خلال الأنشطة التطوعية الهادفة التي تقوم بها الجمعيات والمنظمات الخيرية. (المهدي، 2012، ص: 17)

✓ تقضي على عجز في عدد الموظفين المكلفين بالعمل في هذه الهيئات.

✓ يساعد التطوع في تقديم المساعدات والمشاورات الفنية للمؤسسات الاجتماعية وخاصة أصحاب الخبرة والمؤهلات العلمية.

✓ التطوع هو مساعد في التعريف ببرامج الجمعية وأهدافها وبرامجها والصعوبات التي تواجهها.

✓ يساعد التطوع في إيجاد حلول للمشكلات التي قد تتعرض لها المؤسسات سواء كانت مشاكل فنية أو مالية... الخ

✓ التطوع هو محسن للعلاقات بين أفراد المجتمع والمؤسسة الاجتماعية وهذا من خلال انفتاح والشفافية في معرفة كل فرد

مايدور داخل المؤسسة الاجتماعية وهنا يكسب تعاون وتأييد الأفراد. (حمزة، 2015، ص: 37)

3- أهداف متعلقة بالمجتمع: يهدف العمل التطوعي إلى تحقيق التماسك والانسجام الاجتماعي بين اناسق المجتمع وذلك من خلال:

✓ يساهم العمل التطوعي في التقليل من كثرة المشاكل التي قد تواجه المجتمع وحيز

نشاط الجمعيات والمنظمات التطوعية وتحقيق إشباع لأفراد المجتمع. (سند، 2003، ص: 56)

✓ العمل التطوعي هو المعبر الحقيقي عن ما يحتاجه المجتمع لان المتطوع العنصر المهم في المجتمع والناقل الأساسي لاحتياجاته والدليل على ذلك هو المشاركة الفعالة في الأعمال التطوعية التي المجتمع بحاجة ماسة لهم فيها.

✓ يساعد التطوع في تقديم برامج من صلب الواقع المعاش وتمس جميع فئات المجتمع.

✓ يساعد في ضمان مجتمع متزن وقابل للتطور بطريقة تلقائية وذاتية. (حمزة، 2015، ص: 36)

✓ إيجاد الشريك الفعال للحكومات في مجال التنمية الاجتماعية. (بشير، 2000، ص: 3)

✓ التقليل من وجود المشاكل في المجتمع.

✓ تنمية روح المشاركة داخل المجتمع.

✓ مواجهة السلبية المنتشرة في المجتمع.

✓ التسريح من عملية التنمية. (ديب، 1418هـ، ص: 12)

✓ يثير دافع التطوع الحوافز الايجابية التي تعمل على رفع مستوى الأداء والسرعة في

الإنتاج وزيادة معدل إنتاجية العمل وتحويل الطاقات العاجزة والمعطلة إلى طاقات عاملة ومنتجة. (الجوهري وآخرون، 1999،

يساعد العمل التطوعي في المجتمع في سد ثغرات والصعوبات التي تواجه المجتمع، وقد لعبت الجمعيات الخيرية الجزائرية في الآونة الأخيرة دور صمام الأمان مع جائحة كورونا والحراك الشعبي وبينت أنها موجودة ومهمة في المجتمع، من تقديم مساعدات طبية ومساعدات مادية وحتى المعرفة، وخاصة مع الانفتاح التكنولوجي وانتشار شبكات التواصل الاجتماعي والاطلاع على تجارب الأجنبية .

المبحث الرابع: مجالات العمل التطوعي

مجالات العمل التطوعي ليست محصورة في مجال واحد ومحدد ومع تطور المجتمعات وتعقدتها زاد الاهتمام بالعمل التطوعي ومجالاته وتتلخص في بعض النقاط:

- **المجال الاجتماعي والثقافي** ويتناول الاهتمام بالأطفال ورعاية المرأة وإعادة تأهيل مدمني المخدرات ورعاية الأحداث والمشردين والأيتام وذوي الحاجات الخاصة ومكافحة التدخين ورعاية كبار السن والإرشاد الأسري ومساعدة الأسر المحتاجة والفقيرة ونشر الوعي الثقافي.
- **المجال التربوي والتعليمي**: ويشمل محو الأمية وتعليم الكبار والتعليم المستمر والتدريب وحلقات تحفيظ القرآن الكريم وبرامج صعوبات التعلم وتقديم التعليم المنزلي للمتأخرين دراسيا وإكساب المهارات المهنية والتعليم للمهنة.
- **المجال الدعوي والخيري**: ويشمل الأنشطة الدعوية والزيارات ودعوة الجاليات المسلمة وغير المسلمة والإشراف على المراكز والجامعات الإسلامية.
- **المجال الصحي**: ويتضمن الخدمات الصحية والإسعافية وإقامة الندوات الصحية والحوادث المرورية وخدمة المرضى وتقديم الإرشاد النفسي والصحي والتمريض المنزلي.
- **المجال الوطني والأمني**: ويشمل الدفاع عن الوطن والدفاع المدني ومعسكرات الشباب والكشافة التي تعود الشباب على الخدمة العامة والإغاثة من الكوارث الطبيعية.
- **المجال البيئي**: وفي هذا المجال العناية بالإرشاد البيئي والعناية بالغايات ومكافحة التصحر والعناية بالمنتزهات العامة والشواطئ والروضات ومكافحة التلوث البيئي.

➤ **مجال الإغاثة:** وهذا المجال يركز على إغاثة الملهوف والفقراء وتقديم الإغاثة فيالكوارث الطبيعية والبيئية والإغاثة ومجال

الحروب والمجاعات (دويش، 1436، ص: 375، 376)

تتعدد مجالات الفعل التطوعي ويمكن للشخص أن يبدع فيه إما في أماكن عامة كحدائق وشوارع وأرصفت الوطن وحتى استصلاح الصحاري وتنظيف الغابات خاصة في فصل الصيف، كما لا ننسى ذوي الاحتياجات الخاصة كتقديم مساعدة لشخص ضريرا أو مشلولاً ومساعدة الفقراء والمساكين من خلال جمع التبرعات، وقد يكون العمل التطوعي في الأماكن العامة والذي يستفيد منه كافة الناس كتنظيف الملاعب والشواطئ، حتى دور العبادة يكون فيها العمل التطوعي بقوة كتنظيف المساجد، والقرى والمداشر تحتاج للمساعدة خاصة مع الحرائق الغابات التي عانت منها قرى منطقة خنشلة، قد يتدخل الشخص لتنظيم حركة المرور، التبليغ عن الجرائم خاصة في الأحياء ومحاربة الجريمة والتطوع في الإحصاءات الميدانية مثل إحصاء فقراء الأحياء من أجل مساعدتهم ويعتبر البحث العلمي مجالاً خصباً للعمل التطوعي كمساعدة الطلبة الجدد وتوجيههم.

المبحث الخامس: دوافع العمل التطوعي وآثاره على الفرد والمجتمع

1- دوافع العمل التطوعي

تتعدد عوامل العمل التطوعي وتشكل تصنيفاتها من خلال زوايا التركيز ونقاط الاهتمام، فمنهم من يصنف عوامل العمل التطوعي إلى عوامل شعورية، تتضمن في الرغبة في قضاء وقت المتطوع الحر بطريقة مثمرة، أو إحساسه بالجميل نحو مؤسسة محددة، أو الرغبة في إقامة علاقات وصدقات مع الآخرين، وعوامل لا شعورية مثل الرغبة الشديدة في ازدياد الشعور بالاطمئنان، الولاء، إثبات الذات، أو حب الظهور ويمكن استخلاص دوافع العمل التطوعي فيما يلي:

➤ **الدوافع الدينية والثقافية للتطوع:** يشارك الفرد في أعمال تطوعية خيرية من منطلق ديني بحث وحتى يتقرب من الله

ويحقق قيم دينه وثقافة المجتمع الذي ينتمي إليه مثل التراحم وزيارة بيوت العجزة والإيثار ومساعدة الغير والتكافل الاجتماعي وهذا تطبيقاً لتعاليم ديننا الحنيف والحصول على الرضا والثواب مقابل هذا الفعل التطوعي.

➤ **الدوافع النفسية للتطوع:** تحقق إشباعاً نفسياً للمتطوع والثقة بالنفس والرضا عن الذات، قد يحقق هذا الفعل رضا عن

النفس أكثر ما يحققه العمل الرسمي الذي يقوم به في دوامه اليومي.

➤ **الدوافع الاجتماعية للتطوع:** يحقق العمل التطوعي علاقات اجتماعية قوية وصداقات قد تدوم للأبد مثل زواج أحد أعضاء الجمعية الشباب المثقف مع بعض وكانت الجمعية مكان الالتقاء، وزيادة على ذلك كسب تقدير واحترام الآخرين، وكسب خبرة ميدانية على المجتمع.

➤ **الدوافع الإنسانية والحضارية للتطوع:** ويتمثل في شعور داخلي ذاتي لدى الإنسان وإحساسه بواجبه نحو تخفيف ألم الآخرين وتقديم يد المساعدة ونشر ثقافة المساعدة للمكوبين والمحتاجين. (عبد الحميد، 2017، ص: 422)

➤ **دوافع فكرية:** هي قناعة الفرد بأفكار معينة يسعى لتحقيقها في حياته. (مقدم، 2020، ص: 73)

2- آثار العمل التطوعي على الفرد والمجتمع:

برزت آثار العمل التطوعي في مختلف المجالات والأصعدة وأصبح رابطا ومكانا خصبا لممارسة المواطنة وبطريقة ديمقراطية، حيث يحقق للأفراد المسؤولية في إدارة شؤون مجتمعهم.

➤ **في المجال الديني:** فهو يقدم خدمة للمجتمع من خلال التوعية الدينية، من خلال تنويرهم حول العبادات التي تقرب الفرد من الله، وينقي ويقلل الفساد في المجتمع، يجعل أفراد المجتمع يتمتعون بأخلاق سامية وفاضلة.

➤ **في المجال الثقافي والعلمي:** هو التطوع في المجال العلمي من خلال تعليم أبناء المجتمع، مما ينعكس على المجتمع في جميع الجوانب، ويزيد من ثقافة المجتمع حول العمل التطوعي.

➤ **في المجال السياسي:** التطوع يكون في الشأن السياسي والمحلي والخارجي مما يخدم قضايا الأمة ويطورها في الداخل والخارج، ويعزز التوعية للمفاهيم السياسية لدى أبناء المجتمع على وجه العموم.

➤ **في المجال العسكري:** يحمي المجتمع من الفساد والمفسدين الذين يكيدون به، يقوم بنشر معالم الأمن والأمان في المجتمع، يعزز الثقة بين المجتمع وأولياء أمورهم، ينمي روابط المحبة والتعاون بين أبناء المجتمع للقضاء على المجرمين.

➤ **المجال الاجتماعي:** هو من أهم المجالات في مجال الفعل التطوعي وهذا لتنوعه وسعته، فهو ينشر التعاون والألفة والإخاء، ويزرع الحب والخير في نفوس أبناء المجتمع وخدمة الآخرين، فهو يوثق الصلة بين أبناء المجتمع الواحد، ويساعد في قضاء حاجات الآخرين.

➤ **المجال الصحي:** يساعد في الحد من انتشار بعض الأمراض مثل جائحة كورونا من خلال التوعية، ويوفر بعض الوقت والجهد على الأطباء والممرضين حيث يزيد عدد المتطوعين في جوانب متعددة في الصحة، مما يعطي كل مريض حقه في الفحص وتشخيص المرض.

➤ **المجال البيئي:** يؤمن المجتمع من نفاذ ثرواته التي يعيش من خلالها، ويساعد ونشر المجتمع في اكتشاف ثروات جديدة فيحل الرفاه في المجتمع، تقل الكوارث البيئية من خلال التوعية ونشر ثقافة الحفاظ على البيئة، زيادة الإنتاج الزراعي جراء التخطيط الجيد. (روينة، 2018، ص: 10.11)

لعمل التطوعي آثار مهمة فهو ينبذ العنف والأنانية ويعزز الشعور بالآخر وتفضيل الغير على النفس، وحب الخير والتفاني في إسعاد الآخرين، ويزيد من مكانة الفرد في مجتمعه ويزيد ثقته بذاته من خلال الشعور الدائم بالعطاء ومنح الآخرين ما يسعدهم.

المبحث السادس: أشكال العمل التطوعي

يحمل العمل التطوعي رسالة اجتماعية سامية، وقد تختلف الأعمال التطوعية من حيث مستواها، وكذلك الشروط التي تتوفر في القائم بالفعل التطوعي، فهناك أعمال تطوعية تتطلب من صاحبها أن يكون متخصصا فيما يقوم به كالأطباء والمحامين وهناك أعمال غير مهنية يستطيع أن يقوم بها الشخص العادي وهذا ما استدعى الاهتمام بالعمل التطوعي بالدراسة وتحليل قضاياها التي تعددت أشكالها وتصنيفاتها حسب طبيعته ومستويات الممارسة ومجالات اهتمامه وفي مايلي سوف نستعرض بعضها.

1- تصنيف العمل التطوعي حسب معيار الزمن:

- **العمل التطوعي الموسمي:** هو جهد يبذله الفرد أو المجتمع للمصلحة العامة، مثل إجراء حفلات نهاية السنة وتكريم النجباء، أعمال خيرية في شهر رمضان مثل مائدة عابر سبيل.
- **العمل التطوعي الآني:** فإنه منحصر في أوقات معينة تكون عادية أو فجائية مثل مساعدات للعمال في المستشفى كوفيد أثناء جائحة كورونا.

2- تصنيف العمل التطوعي حسب المجال:

- **عمل تطوعي داخلي:** هو العمل الإنساني والإرادي الذي يقوم به الأفراد والمؤسسات الاجتماعية على اختلاف أنواعها داخل المجتمعات التي تنتمي إليها سواء كان هذا العمل موسميا أو آنيا.

- عمل تطوعي خارجي: هو العمل التطوعي العابر للحدود قصد الاحتواء الأزمات والكوارث الطبيعية التي تصيب بعض الدول مثل جائحة كورونا.

3- تصنيف العمل التطوعي حسب شكله:

- العمل التطوعي المادي: هو يتم بطريقة مباشرة وأكثر تأثيرا فهو يقوم بتغيير حياة الأشخاص المزربة، ويكون إما إنفاق المال والتبرع به كتقديم مساعدة مادية لشخص يريد إجراء عملية، أو تقديم أكل لشخص جائع مثل ففة رمضان... الخ أو بذل الجهد والنفس هو عبادة من العبادات التي يتقرب بها العبد إلى ربه لا سيما إذا كانت تنعكس بشكل يخدم الإنسان والأمة ولا تتطلب أجر أو منفعة.

- العمل التطوعي المعنوي: هي تقديم مساعدات للقلوب المحتاجة من يساعدها فيحول آلامها إلى طمأنينة وتفاؤل وهو مرتبط بشخصية الفرد فهناك أشخاص لها أسلوب طيب في المعاملة خاصة عند زيارة مريض ومساعدة الأيتام.

4- تصنيف العمل بحسب طبيعته وممارسته:

يتمظهر العمل التطوعي من خلال طبيعته وممارسته إلى شكلين أساسيين وهما:

- العمل التطوعي الفردي: هو أي سلوك يقوم به الشخص من تلقاء نفسه وهمه الوحيد هو كسب مرضاة الله عز وجل وقد يتمظهر هذا الفعل في بعض السلوكيات كتبرع بالمال لمؤسسة خيرية أو لمحتاجين أو إسعاف جرحى أو إنقاذ غريق وتعليم القراءة والكتابة... الخ (رندة، 2007، ص: 61) هو يقوم على أسس دينية وأخلاقية واجتماعية ولا يبغى الفاعل أي مردود مادي منه (الشهراني، 2006، ص: 23) إن العمل التطوعي الفردي هو مرتبط بالقيمة الأخلاقية والتربية المشبعة للشخص وهي ليست لها حدود أو ضوابط معينة فهي عشوائية وتلقائية تحاكي قيم الشخص ومبادئه وتربيته وقد لوحظت هذه الظواهر بكثرة خاصة مع الحراك الشعبي في الجزائر أيام الجمعة وتطوع أفراد بالأكل أو أطباء يرافقون المتظاهرين أو توزيع قارورات مياه للمتظاهرين وهي سلوكيات نابعة من قيم مجتمع مسلم ونابعة من الروح الوطنية للجزائريين .

- العمل المؤسسي المنظم: هو مرحلة متطورة ومتقدمة من العمل التطوعي الفردي وهو مؤشر على تطور البلدان النامية من الناحية الاقتصادية والاجتماعية و ويتمظهر في صور التكافل الاجتماعي من خلال تلبية الحاجات لمختلف فئات المجتمع. (الشهراني، 2006، ص: 23) هو تلاحم وتكامل الجهود الفردية للعمل التطوعي ضمن مجال يغلب عليه

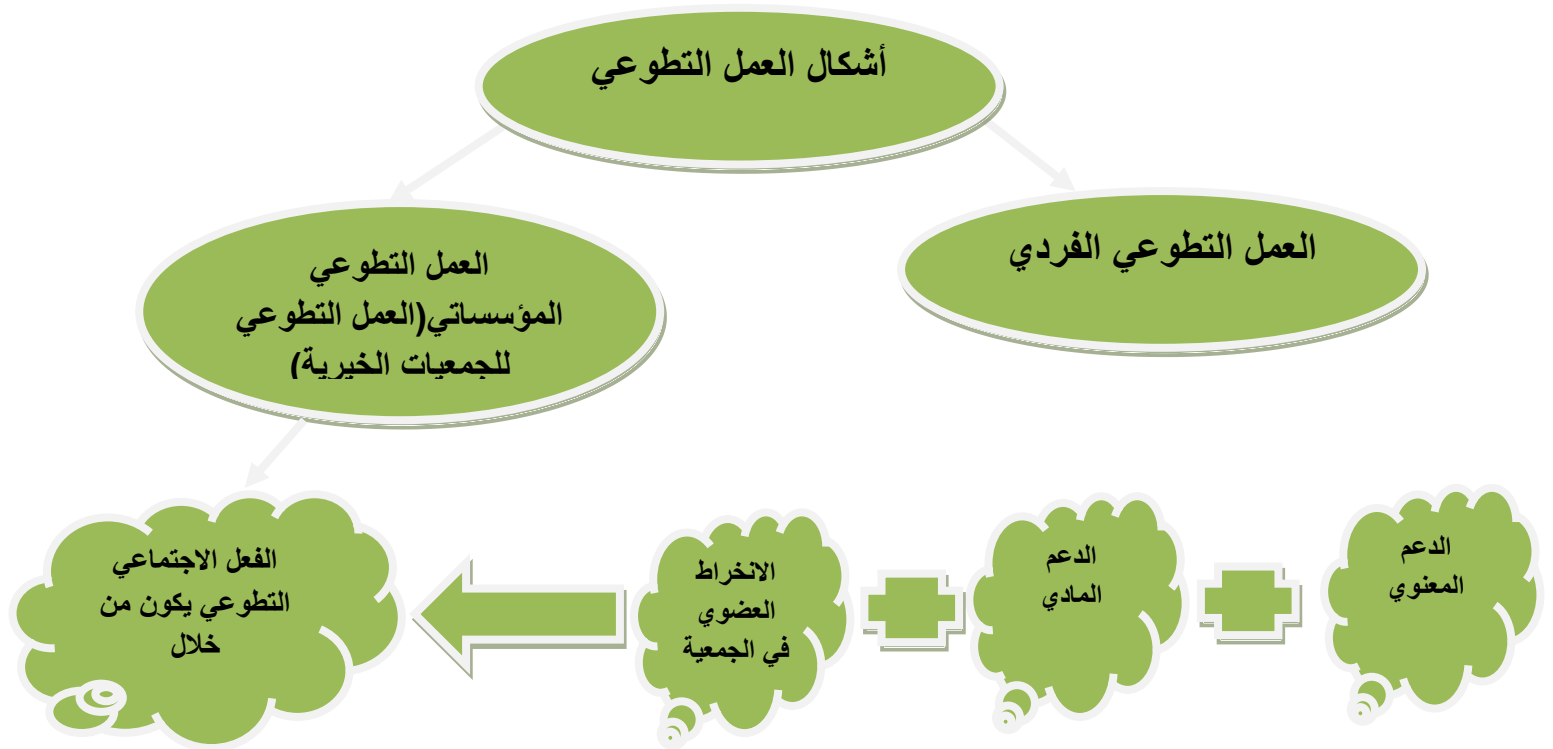
التنظيم يتجسد العمل التطوعي ويظهر للعيان من خلال الأنشطة التي تقوم بها الجمعيات الخيرية وأهداف مسطرة تسعى

إلى تحقيقها مثل جمعية سيدرا وجمعية الشباب المثقف وغيرها من الجمعيات

العمل التطوعي الإلكتروني: المقصود بهذا النوع من التطوع هو القيام بتنفيذ بعض الأنشطة الاجتماعية عبر الانترنت وتقنيات

المعلومات المختلفة المرتبطة بالشبكة العنكبوتية وهو يساعد على تقديم يد العون للأشخاص من مختلف أنحاء العالم دون تقييد

بحدود الدولة أو المجتمع الذي يحيا به المتطوع.



(خليد، 2018، ص: 02)

يمكن أن نلخص أنواع العمل التطوعي في شكل (7):



من إعداد الباحث

المبحث السابع: عوائق العمل التطوعي

هناك عدة عوائق للراغبين في العمل التطوعي على مستوى الجمعيات وعلى المستوى الشخصي أما على مستوى الجمعيات فهي:

1- عوائق على مستوى الجمعيات

- عدم وجود كوادر بشرية مدربة للعمل التطوعي.
- عدم وجود لوائح وأنظمة تنظم العمل الاجتماعي التطوعي.
- عدم تسويق العمل التطوعي على مستوى الجمعيات.
- عدم التنسيق بين الجمعيات والمؤسسات الخيرية في العمل التطوعي.
- عدم وضوح الأهداف من العمل الاجتماعي التطوعي.

- لا تفسح المجال للشباب الطموح في بعض الجمعيات.
- احتكار البعض لمناصب معينة بالجمعية.
- عدم إعلان المؤسسة عن حاجاتها للمتطوعين ووجود تنافس بين المتطوعين والموظفين قد يؤثر على مستوى أداء الأعمال
- المرتبطة بالرعاية أو التنمية الاجتماعية (أقظم، 2014، ص: 29)
- عدم وضع المتطوع في العمل المناسب لقدراته وميوله واستعداداته.
- عدم مشاركة المتطوع في بناء التنظيمات والهياكل الإدارية.
- عدم تحديد دور المتطوع في المنظمة.
- عدم التحاق المتطوع بدورات تدريبية وتأهيلية.
- ضعف اللوائح والأنظمة الخاصة بالعمل التطوعي. (القطري، 1996، ص: 34)

2- وتوجد عوائق للعمل التطوعي على مستوى الأفراد مثل:

- الاهتمام بالوضع الذاتي المادي والأسري أو البحث عن لقمة العيش.
- عدم الحصول على تعليم كافي.
- عدم انتشار الوعي بأهمية العمل التطوعي.
- الخوف من الحساسيات الاجتماعية.
- عدم وجود حوافز مادية ومعنوية للعمل التطوعي.
- افتقار فريق العمل الذي يشجع العمل معه.
- عدم التقدير والاحترام على الجهود المبذولة في العمل التطوعي

(الو باري، 2020، ص: 1)

- عدم وجود فراغ لدى الإنسان بسبب انشغاله بأمور حياته الشخصية أو الخبرة السلبية السابقة التي يجعله يتراجع عن

المشاركة. (أقظم، 2014، ص: 29)

- عدم الاهتمام بمشكلات المتطوع الأسرية والإدارية لما لها من تأثير على العمل التطوعي.

➤ عدم الاهتمام بالنواحي التشجيعية. (القطري، 1996، ص: 34)

المبحث الثامن: خصائص العمل التطوعي

➤ الفعل التطوعي فعل ينبعث من إرادة الفرد ويبرز الاختيار الحر للعمل وقناعة في مشاركة الآخرين طواعية من منطلق الشعور بالمسؤولية.

➤ هو جهد إنساني يبذل من قبل أفراد المجتمع.

➤ هو فعل لا يقابله عائد مادي.

➤ هو فعل يبني على خبرات ومهارات متراكمة لدى القائم بفعل التطوع.

➤ هو رمز للإدارة الديمقراطية للاختلاف والتنوع في المجتمع. (خروبي، 2016، ص: 03)

➤ العمل التطوعي يقوم به الإنسان من تلقاء نفسه ولا يرجو بذلك أي أجر مادي.

➤ العمل التطوعي يقبل عليه الفرد دون تكليف رسمي أو مجتمعي.

➤ العمل التطوعي يقابله تضحية الفرد بالوقت والمال.

➤ العمل التطوعي يتطلب من أدائه القدرة العقلية والبدنية.

➤ العمل التطوعي ينبع من غايات المجتمع وأهدافه.

➤ بعض الخدمات التطوعية لا يمكن قيام الأجهزة الرسمية بتقديمها.

➤ العمل التطوعي يدل على تكاتف أفراد المجتمع والمساهمة في تنمية المجتمع وتقليل الأضرار الناجمة عن المشكلات الاجتماعية.

➤ يسهم العمل في تدريب بعض أفراد المجتمع على تقديم الخدمات الاجتماعية.

➤ مرونة العمل التطوعي وهذا لا يأتي في العمل الحكومي. (بن سلمان، 1436، ص: 374، 375)

وفي ضوء ما سبق فإن الإسلام جاء ليحقق التكافل الاجتماعي ومساعدة المسلمين لبعضهم وتقوية الروابط وتعزيز الأخوة

الإسلامية وذلك من خلال مساعدة المحتاجين والمعوزين وذوي الحاجات الخاصة كما دلت على ذلك نصوص الكتاب والسنة.

المبحث التاسع: مفهوم وأهمية العمل التطوعي الرقمي (الالكتروني) وخصائصه:

1- تعريف الفعل التطوعي الرقمي: هو مرادف لمفهوم التطوعي الالكتروني وهو غربي المنشأ وانتقل إلى الدول العربية عن

طريق شبكة الانترنت وخاصة شبكات التواصل الاجتماعي وهو يساعد الأفراد ومؤسسات المجتمع المدني وعلى رأسها

الجمعيات الخيرية على تقديم العون الفكري والمادي دون أي مقابل ولهذا ظهرت العديد من منصات التعليم الالكتروني

التي تقدم مهارات جديدة وتوفر الوقت والجهد للانطلاق في الأعمال الإنسانية على سبيل المثال تطبيق الفاييسوك هو

المهام التطوعية التي تتم بصورة كلية، أو في جزء منها خلال شبكة المعلومات الدولية الانترنت سواء في البيت أو العمل

(سناح، 2019، ص: 01)

يعرف على أنه "فعل تطوعي يتم بصورة كلية أو جزئية يساير التطور التكنولوجي باستخدام أجهزة اتصال متعددة ولا سيما شبكة

الانترنت أو شبكة المعلومات الدولية التي تغطي الكرة الأرضية بفضائها الواسع، ويطلق عليه العديد من الأسماء التطوع الالكتروني

أو التطوع الافتراضي، التطوع المصغر، أو التطوع أون لاين" (نزال و حبش، 2015، ص: 92)

ويعرفه مركز التطوع الكندي: "هو تطوع افتراضي وهو يتم عبر الانترنت ووسائطه من قبل متطوعين يستخدمون فيه الكمبيوتر أو

الهاتف الذكي وغيرها من الأجهزة الأخرى، وغالبا ما يتم من مسافات بعيدة، وأصبحت المنظمات والجمعيات الخيرية تجنده

بشكل متزايد في كثير من الأحيان للأشخاص الذين يرغبون في التبرع بمهاراتهم ووقتهم عبر الانترنت ويتم تقديم هذه المساهمات في

جميع أنحاء العالم الافتراضي. " (Volunteer Bénévoles, 2020, p 02)

يعرفه أحمد بأنه الجهود المنظمة التي تبذل بشكل طوعي ومجاني على المستوى الفردي أو الجماعي أو المؤسسي ويعتمد على وسائل

التقنية الحديثة مثل: الفيسبوك، والواتس أب، وتويتر، وانستجرام. (الحارثي، 2019، ص: 09)

يعرفه قاموس إكسفورد "التطوع الالكتروني بأنه أي نشاط أو خدمة تطوعية يتم تقديمها أو توفيرها من خلال استخدام الانترنت أو

أي نوع من أنواع شبكات الكمبيوتر".

وتعرف الأمم المتحدة التطوع الالكتروني "بأنه التطوع كليا أو هي في أي مرحلة من مراحل العمل التطوعي من خلال الانترنت في

المنزل أو العمل أو الجامعة أو مقهى الانترنت أو أي مكان آخر". (محمد، 2021، ص: 120)

ويعرف إجرائيا: هو كل جهد يقدمه الفرد كان أو جماعة للمجتمع وفي جميع المجالات المختلفة، ويكون بدون مقابل كل هذا من أجل زرع أخلاق المحبة والتعاون والتضامن بين الفرد و المجتمع بمؤسساته المختلفة وباستخدام التقنيات الحديثة بمختلف وسائلها التي تخول لك قياسها.

ويقصد الباحث بالتطوع الالكتروني في هذه الدراسة ما يلي:

1. المهام والأنشطة الخيرية التطوعية التي تقوم بها الجمعيات الخيرية المستخدمة لشبكات التواصل الاجتماعي بالتحديد الفاييسبوك كليا أو جزئيا عبر شبكة المعلومات الدولية الانترنت بطريقة غير تقليدية عبر شبكات التواصل الاجتماعي دون حاجة المتطوع النزول للميدان.
2. حيث استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل الجمعيات الخيرية يعطيها هوية افتراضية تتميز بها عن بقية الجمعيات (امايل الجمعية، عدد المنخرطين في صفحة الجمعية أي الهوية العددية).
3. يتم هذا العمل بشكل فردي أو جماعي أو لصالح منظمات المجتمع المدني بشرط أن يكون متصلا بالانترنت كما تعطيها انتشارا وشمولية وتكون في البدو كما الريف.
4. تسعى أنشطة الجمعية إلى توفير معلومات مفيدة وتقديم مشورة مهنية.

2- أهمية التطوع الالكتروني:

- هو مكمل وداعم للعمل التطوعي الميداني من خلال تقديم المعلومة المصورة وتبادلها مع النشطاء من كل الشرائح والفئات وبكميات كبيرة وفي كل مكان فهو يكمل النقائص التي قد تعيق المتطوع في الميدان.
- يساعد في طرح أفكار جديدة من خلال التطلع على تجارب أخرى.
- هو وسيلة سريعة ودقيقة في التواصل مع المؤسسات الأهلية المتنوعة التي تنشط في مجال ميادين العمل التطوعي المختلفة مثل ما قدمته جمعية سيدرة مشروع شارك على شبكات التواصل يسهل التنسيق والاتصال بين الجمعيات الخيرية المختلفة.

➤ هو مساعد للأفراد الذين لا يحبون العمل التطوعي الميداني خاصة النساء.

➤ يساعد في بروز مجالات جديدة في العمل التطوعي.

- هو وسيلة للتواصل مع جميع شرائح المجتمع.
- هو يتناسب مع جميع فئات المجتمع خاصة ذوي الاحتياجات الخاصة.
- يساعد على صقل المواهب واستثمار في طاقات الشباب وتطويرها مثل ما قامت به جمعية الشباب المتكفف المخيم التطوعي ونشر فيديوهات للورشات التي قامت بها.
- يعزز التواصل بين المؤسسات الثقافية والبحثية حيث يلعب دورا كبيرا في تطوير البحث العلمي.
- تنوع وتبادل الخبرات في آراء مع المتطوعين الالكترونيين على المستونالعالمي.
- يقلل من تكاليف الإعداد لبرامج العمل التطوعي وأنشطته.
- يحول الطاقات وقت الفراغ إلى طاقات نافعة.
- يذلل صعوبات وعقبات الزمان والمكان مثل منتدى التطوع الذي أقيم في شهر سبتمبر بسبب جائحة كورونا. (نزال و حبش، 2015، ص: 103 . 104)

- هو يجسد ممارسة فعلية للمواطنة من خلال تداول النظر المختلفة والمشاركة بالرأي والنقد، والمساهمة بذلك في عملية صنع القرار.
- يساهم في صناعة رسائل إعلامية من خلال استخدام الوسائل الحديثة للإعلام، أي يتحول من مستهلك للرسالة إلى مواطن إعلامي.
- يزيد من عدد المنخرطين افتراضيا. (حدادي، 2018، ص: 12)

3- خصائص العمل التطوعي الرقمي:

- التطوع الرقمي لا يتطلب أوقاتا إضافية لممارسة العمل التطوعي.
- لا يحتاج الفعل التطوعي إلى بذل جهد كبير بسبب إمكانية تأديته في البيت أو مكان العمل أو في النادي.
- يتم الفعل التطوعي بواسطة جهاز كومبيوتر المحمول و حتى عن طريق الهاتف الذكي.
- كما أنه يتناسب مع بعض الحالات الإنسانية التي تمنع من محي التطوع من التطوع التقليدي مثل أصحاب الإعاقات الجسدية.
- هو مكمل وليس بديل عن التطوع الميداني وعامل مساعد له في استكمال مهماته. (سناح، 2019، ص: 2)
- يخفف تكاليف الإعداد لبرامج العمل التطوعي وأنشطته.

- له قدرة في استغلال طاقات المتطوعين واستثمارها وتصنيف مهاراتهم وتوظيفها في الاتجاه التطوعي المراد تحقيقه مثل ما قامت به الجمعيات أثناء الحراك توظيف الأطباء والمتقنين وغيرهم لمحاربة هذا الوباء .
- العمل التطوعي عبر وسائل التطوع الالكتروني لا يتحمل أكثر من طاقة تحمله وقدرته في مجال العطاء والتطوع.
- يوفر فرصة كبيرة لذوي الاحتياجات الخاصة مثل كبار السن والنساء والمعوقين وغيرهم من شرائح المجتمع التي يصعب عليها الحركة أو النقل من مكان إلى آخر . (نزال و حبش، 2015، ص: 104.103)
- يعطي للعمل التطوعي انتشارا ومعرفة واسعة إما للفرد أو المؤسسة.
- السرعة والدقة في تنفيذ الأعمال التطوعية.
- لديه قاعدة بيانات عالمية. (حدادي، 2018، ص: 09)

أصبح هناك في الآونة الأخيرة اهتمام بتكوين كوادر شابة في المجال العمل التطوعي أصحاب شهادات عليا وجامعية وأعيد إنتاج رأس مال بشري مثقف يسمو ويطمح إلى غرس ثقافة العمل التطوعي على غرار جمعية الشباب المثقف بوهراة وجمعية سيدرة في العاصمة لدرجة أصبحت الدولة تنفق بمثل هذه الجمعيات وجعلتها تشارك في القرار السياسي مثل ما فعل وزير الشباب والرياضة بإجراء لقاءات افتراضية مع بعض الجمعيات والوصول إلى قرارات من شأنها النهوض بالقطاع، وتصريح رئيس الجمهورية في خطابه يوم 2020/10/04 بتكليف الجمعيات بمحاربة ظاهرة الاعتداء في الأحياء والاختطاف وإن دل على شيء يدل على إعادة إنتاج ثقة بين الدولة ومؤسسات المجتمع المدني. وقد ولت الدولة في الآونة الأخيرة لوائح قانونية تسهل العمل الجمعي وخاصة بعد الحراك الشعبي المبارك وجائحة كورونا وقامت بشطب بعض الجمعيات التي تدعي العمل الجمعي وهي لا تقوم بأي شيء، هذا التجديد في الثقة ناجم عن المعلومة المصورة التي تعتمد الجمعيات على نقلها عن طريق الصورة المدروسة لجل نشاطها وتسويقها بطريقة ذكية وفعالة عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي، هذا التطور خلق تنسيقا بين الجمعيات داخل وخارج الوطن على غرار مشروع شارك الذي قدمته جمعية سيدرة الذي نسق بين خيرة الجمعيات في الجزائر مثل مشروع المنبر الحر للشباب وبالتالي أصبح هناك تكامل بين الجمعيات هذا التكامل كان عن طريق فتح فروع عبر كامل التراب الوطني وحتى في القرى والمداشر، هدفها استثمار في الشباب المثقف والطموح حتى تتطور بهذا القطاع الفعال والمهم في المجتمع .

ويمكن أن نلخص بعض الفرص للعمل التطوعي الرقمي قد يكون عن طريق الهواتف الذكية ويكون عن استخدام الهاتف الذكي للوصول إلى شخص كبير في السن أو شخص معاق حركيا وقد يكون في مجال العلاقات العامة مثل التطوع في جمعية خيرية نشطة

وشابة تعطيك ما يكفي من الحرية لإنشاء جدولك الخاص ومشاركة أفكارك ويكون دورك هو دعم جهود الاتصال والمساعدة تطوير الاستراتيجيات المتعلقة بالعلاقات الإعلامية ومشاركة المؤثرين والاتصالات الاجتماعية، أو يكون عن طريق تحرير وكتابة مواد تسويقية مثل الرسائل الإخبارية والخطابات مثل ما تقوم به الجمعيات الخيرية من تسويق لأنشطتها اليومية بالصورة والكتابة، والبحث والتكوين متطوعين متخصصين في وسائل التواصل الاجتماعي وقد يكون عن طريق الانضمام إلى فريق تسويق الجمعية أو المنظمة من أجل إنتاج تنفيذ استراتيجيات على شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك، تويتر، الانستغرام ويستخدم كذلك للبحث عن رفيق القراءة فعابا ما تقوم المدارس بتجنيد متطوعين للقراءة قصص للطلاب أو استماع إلى قصص التي تؤلف ولكن مع التطور التكنولوجي أصبحت الانترنت رفيق القراءة وحدد يوما للقراءة يجعل منه يقرأ ويسجل ما يقرأه ويبعثه للمرافق افتراضيا عن طريق Zoom أو Skype أو FB Video ومساعدة الأطفال وإتاحة وقت للزيارات القصيرة، وقد خصصت منصة متطوعي الأمم المتحدة عبر الانترنت حتى تزيد ربط المتطوعين بالمنظمات المختلفة العاملة في مجال التنمية البشرية مستدامة يتبرع المتطوعين بمهاراتهم عبر الانترنت لمساعدة هذه المنظمات لمواجهة تحديات التنمية المختلفة.

(Volunteer Bénévoles, 2020, p 04,05)

المبحث العاشر: فلسفة العمل التطوعي في الجمعيات الخيرية والنماذج الرائدة فيه

1- فلسفة العمل التطوعي في الجمعيات الخيرية:

أضحى العمل التطوعي ضرورة حياتية له رسالة اجتماعية سامية هدفها تحقيق المشاركة في بناء والتنمية، لذا صارت الأمم والشعوب-أفرادا وجماعات- يتسابقون إلى الأعمال التطوعية جنبا إلى جنب مع الجهود الحكومية، ومع تعدد الفلسفات التي يقوم عليها العمل التطوعي، فبعض الدول ترى أنه يحل محل الحكومات في الإنفاق على الرفاهية الاجتماعية، في حين ترى دول أخرى أن العمل التطوعي من الأدوات الفعالة، لتقوية المجتمع المدني ويمكن النظر إليه على أنه اتجاه إيجابي لتحقيق التنمية والرعاية واحتواء مشاركات المتطوعين، وعليه يسعى العمل التطوعي إلى مساعدة أفراد المجتمع من ذوي الحاجات على إيجاد تناسق وانسجام بين حاجاتهم الطبيعية الجسمية والعقلية والنفسية، وبين الظروف البيئية المحيطة بهم، في محاولة للقضاء على مواطن الخلل في المجتمع، مما يمكنه من التغيير المستمر من خلال تدعيم قدرة الأفراد على المساهمة في جهود التنمية. (سهير، 2013، ص: 05)

فالعامل التطوعي يمثل ركنا أساسيا وقاعدة محورية في بناء وتماسك وتواصل المجتمعات الإنسانية أيا كان حجمها وشكلها وطبيعة أفرادها ومستوياتهم الفكرية والثقافية والاقتصادية إذ يعد سمة من سمات الحضارة، ودليل على تقدم المجتمع وتكاثف أبنائه ومؤسساته لتقديم الرعاية لذوي الحاجة بأنواعها، فضلا عن كونه وسيلة من وسائل تنمية المجتمع والنهوض به ولقد أسهم قيام مؤسسات المجتمع المدني المختلفة ومنها الجمعيات الخيرية بدور فعال في غرس قيم التطوع والعمل الجماعي في نفوس الناشئة والشباب وحتى عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي، وبدوره في البناء الذاتي للفرد وبأهميته في تطوير المجتمع (Sandy Adirondack, 2006, p 43) يأتي ذلك في الوقت التي تحتاج إليها الجمعيات الخيرية ومجتمعاتها النامية على حد سواء إلى تلك الجهود التطوعية نظرا لما تمثله من قيم مضافة تعود بالنفع على كليهما.

فالشباب المنخرط في الجمعيات الخيرية يواجه عدة مشكلات مجتمعية تعوق حياته العملية وتحد من تمكنه من المهارات الحياتية اللازمة له، منها مشكلات اجتماعية مشكلات تتعلق بالجانب العقلي والثقافي مشكلات نفسية، مشكلات شغل واستثمار وقت فراغ الشباب مشكلات افتقاد الهوية الذاتية "الاغتراب" وضعف انتمائهم وكثير من المشكلات (أبو المعاطي وآخرون، 1999، ص: 73) والتي يسهم العمل التطوعي على احتوائها، حيث تعمل الجهود التطوعية على إعداد الشخصية المتكاملة للمنخرط في الجمعية، وتعد واحدة من أكثر الأدوات قوة في غرس القيم والاتجاهات وأنماط والسلوك الحديثة، كما تتميز بأنواع من التفاعل الذي يحقق العديد من المزايا المرتبطة بالنواحي الاجتماعية والانفعالية وتكوين منظومة قيمية مرغوبة بجانب ما تهيئه من فرصة لتعلم المبادرة وتوجيه الذات وتكوين الاهتمامات وإشباع الكثير من متطلبات الحياة كالشعور بالرضا والتقبل والتوافق وتقدير الذات، والمسؤولية الاجتماعية وتنمية السلوك الاستقلالي واستخدام مصادره العقلية في حل المشكلات، واتخاذ القرارات، وتعزيز توقعات الشباب المتطوع السلوكية وترسيخ قيم الإنجاز والالتزام بثقافة الجمعية الخيرية وتمثيل قيمها ومعاييرها، كما تعمل الجهود التطوعية على توفير مناخ ديمقراطي يتيح للشباب المنخرط ضمن جمعيات اختيار قضية معينة أو مشكلة مجتمعية يهيمه المساهمة في حلها برغبة منه، وتعد أحد أهم موارد التنمية وتحسين الأداء وأيضا تعمل الجهود التطوعية على تعزيز روح المواطنة الدافعة إلى التعايش المنتج والتواصل الديمقراطي والعقلانية المخصصة والتجديد المبدع.

لذا تعد الجمعيات الخيرية الأداة الأساسية لإعداد أفراد المجتمع للاضطلاع بمهامهم وأدوارهم ومسؤولياتهم المستقبلية في مختلف مجالات الحياة كون الجمعيات الخيرية من أبرز المؤسسات التربوية والتعليمية التي تتحمل مسؤوليات كبيرة في خدمة المجتمع ونشر الثقافة الصحيحة المبنية على أسس علمية لما تقوم به من دور مهم في ترسيخ مفاهيم العمل التطوعي من خلال العديد من البرامج

والوسائل والآليات التي تحدث تغيرا إيجابيا كبيرا تجاه تعميم تلك الثقافة بين أفراد المجتمع، وهذا يحدث في العديد من الجمعيات العالمية التي جعلت برامج العمل التطوعي إلزامية لديها.

إن الشباب المنخرط ضمن الجمعيات هم عصب النشاط التطوعي في أي مجتمع، خصوصا عندما تشكل تلك الفئة قطاعا واسعا من السكان على غرار الجزائر ويمكن أن يمثلوا موروثا حقيقيا للتطوع، خاصة إذا تم تزويدهم بالمهارات والثقافة اللازمة وإعدادهم للعمل التطوعي كونهم العنصر الرئيسي في بناء المستقبل، ومع التطور التكنولوجي الهائل وقع على الجمعيات تحديات كبيرة وهي مسابقة هذا التطور في جلب العديد من الشباب للانخراط وتكوينهم عن بعد من خلال دورات افتراضية فالعمل التطوعي وسيلة وغاية في نفس الوقت غاية المؤسسات التعليمية عامة والجمعيات الخيرية خاصة لمردوده الاجتماعي الايجابي على النشء والشباب، كما أنه وسيلة المجتمعات لتحقيق طفرات في الرقي والازدهار والنمو الاقتصادي فهو الخيار الاستراتيجي لتنمية قدرات الشباب وإكسابهم مهارات وخبرات علمية تتيح لهم فرصا أفضل في التوظيف وبالتحديد في القطاع الخاص الذي يشكو من قلة التدريب والخبرة لدى الشباب يمتلك الحماس والحيوية للإنتاج علاوة على أنه إذا ما أحسن إدارة العمل التطوعي وتنظيمه بصورة مؤسسية يصبح رافدا أساسيا للجهود الرسمية ومقدما لكثير من الخدمات التي تعاني من إقبال متزايد عليها وتعجز الحكومات عن الوفاء بما ينعكس بالإيجاب على مؤشرات التنمية المجتمعية.

2- النماذج الرائدة:

يحتفل العالم في 5 من ديسمبر/ كانون الأول من كل عام بيوم التطوع العالمي، وهو اليوم الذي تنظر إليه الجمعية العامة للأمم المتحدة كونه فرصة فريدة للمتطوعين ومنظمات للاحتفال بجهودهم وتقاسم قيمهم وتعزيز عملهم فيما بين مجتمعاتهم المحلية والمنظمات غير الحكومية وكالات الأمم المتحدة والسلطات الحكومية والقطاع الخاص منذ قرار RES/A /40/212 الصادر في 17 من ديسمبر/ كانون الأول 1985 على استخدام اليوم الدولي للمتطوعين، ولا شك أن الدور الذي يؤديه العمل التطوعي وما يتسم به من تنوع وديناميكية سعيا لتحقيق أهداف التنمية المستدامة يستحق دعما قوميا من الحكومات والجهات المعنية الأخرى، فالرسالة التي ينشرها غاية في السمو وتحتاج إلى تضافر الجهود كافة كما أكد على ذلك الأمين العام للأمم المتحدة أنطونيو

غوتيرش (نون بوست، 2018، ص: 01)

3- العمل التطوعي في الدول العربية:

*المغرب: (مبادرة رفقاء الخير) وهي مبادرة انطلقت في ضواحي مراكش وانتشرت في كل المغرب بعد إعلان حالة الطوارئ في المغرب لكسر سلسلة انتقال فيروس كورونا عبر الحجر الصحي المنزلي، ظهرت فئات هشّة غير قادرة على العيش بسبب ارتباط معيشتها اليومية بالعمل وطلب الرزق، وظهرت فئات أخرى كذلك من الأراذل وكبار السن والمحرومين الذي يمنعهم العوز من توفير مؤونة للبقاء بالبيت، فقامت هذه المبادرة بصرف 200 دولار لصالح المقيدون بالضمان الاجتماعي والتبرعات عبر صندوق كورونا من مختلف الفئات وتدابير جبائية لصالح الشركات الصغرى المتضررة وتأجيل سداد القروض، وكانت المبادرة أيضا توزيع سلال مؤونة أو مساعدات مالية رمزية لمساعدة المحرومين الأكثر تضررا من فيروس كورونا، وكذلك توزيع معقمات لسيارات الأجرة ويعمل على توعية والدعوة للضمان، وتكملة لهذه المبادرة انطلقت مبادرة (تحدي كورونا) الذي يتعهد كل منخرط فيه بتوفير مؤونة لخمسة أسر معوزة خلال شهر وتطبيق للمطاعم والذي يتعهد بتوفير وجبات يومية للعاملين اليومية للعاملين بالمراكز الطبية في كل من دار البيضاء ومراكش ثم جاءت مبادرة (نتسخر ليك) لتوصيل الطلبات للجيران ومبادرة (معا سننتصر) للشباب بتطوان توزيع المؤون وكذا منصات تعليمية تطوعية عن بعد مثل منصة (اقرأ في الدار) (الجزيرة، 2020، ص: 03)

❖ الكويت: (ملتقى مبادرات الشباب التطوعية الإنسانية) هو إحدى مبادرات هيئة الملتقى الإعلامي العربي التي تأسست في الكويت عام 2003 وهدف إلى دعم الشباب والقضاء على جوانبه السلبية وتبني مشروعاتهم وترجمة أفكارهم وإنجازاتهم إلى واقع ملموس، كذلك خلق بيئة تنافسية بين الشباب تساعد على إخراج أفضل مآلديهم.

❖ اليمن: (رواد الإنسانية) دفعت الأوضاع الإنسانية الكارثية هناك إلى تعزيز العمل التطوعي في محاولة للحد من معاناة المواطنين لا سيما الأطفال والنساء وعلى سبيل المثال فقد دشنت مجموعة الشباب في العاصمة صنعاء مبادرة رواد الإنسانية التي تسعى لتخفيف آلام وجراح النازحين والمرضى والمعسرين والفقراء هذه المبادرة التي نجحت في الوصول إلى العشرات الأسر تسعى جاهدة للتواصل مع المنظمات المدنية المحلية والدولية لتفعيل دورها المجتمعي وذلك من خلال الدعم المادي واللوجستي. (نون بوست، 2018، ص: 01)

❖ المرصد العربي للعمل التطوعي: تأسس المرصد العربي الذي افتتح مقره الرئيسي في صنعاء باليمن في سبتمبر من عام 2012 لقد جاءت فكرة هذا المرصد نتيجة توصيات اجتماع الاتحاد العربي للعمل التطوعي كضرورة ملحة لتوثيق التجارب التطوعية التي يتركها الوطن العربي واستجابة لرغبة الكيانات التطوعية في تعزيز التواصل مع نظيرتها في الدول العربية.

ومن الأنشطة الرئيسية للمرصد هو وضع خارطة الموقع الإلكتروني للمرصد العربي للعمل التطوعي والمنتدى التابع له، وكيفية وضع الأخبار في الموقع بجانب المشاركة الإيجابية في المنتدى ومهارات استخدام الإعلام الإلكتروني والمقروء والمرصد يهدف إلى ترسيخ المفاهيم العملية والمعايير العالمية في تأهيل وتطوير المنظمات غير الربحية والبرامج الاجتماعية من أجل مخرجات تؤثر إيجابياً في التنمية المجتمعية وتحافظ استدامتها (أبو النصر، 2016، ص: 02)

❖ البحرين: ونظم الاتحاد العربي للتطوع يوم 2019/10/04 والذي مقره في البحرين دعوة عامة للمشاركة في حملة عربية (بيئتنا... وطن) مع تزامن يوم البيئة العربي الذي ستصادف 2019/10/14 لتنظيف البيئة وتجميلها الهدف تشجيع روح التطوع وتوجيهها نحو البيئة وصونها وحمايتها وتعليم الأطفال المفاهيم البيئية كتقليل النفايات والتدوير والاهتمام بنظافة البيئة وجمالها والملفت للانتباه المشاركة تكون بطرق لم تكن موجودة من قبل مثل فيديوهات قصيرة أو من خلال عمل مسرحي أو من خلال مبادرة إنتاج النفايات العضوية أو تدوير وإعادة الاستخدام أو الإصلاح أو محاربة المواد البلاستيكية التي تستخدم مرة واحدة، أو حملات تحسيسية في المدارس وبالتالي كان هناك إعادة صياغة جديدة لمجالات العمل التطوعي. (الاتحاد العربي للتطوع، 2019، ص: 01)

❖ قطر: قامت جمعية قطر يوم 2019/10/03 بحملة الشمول الرقمي في قطر مول بالتعاون مع قطر الخيرية وهيئة تنظيم الاتصالات حيث تقوم بجمع التبرعات العينة من الأجهزة الإلكترونية الذكية بهدف إعادة صيانتها وتوزيعها على الفئات المستحقة سواء طلبة العلم الأيتام العمل وبمشاركة الإعلامية نادين بيطار والإعلامي عبد الله الهلاي.

(الشرق، 2019، ص: 02)

❖ المملكة العربية السعودية: انطلقت في السعودية مبادرات العطاء الرقمي لنشر الوعي الرقمي وهي تجربة مثالية في عالم الإعلام الرقمي الجديد وهي جديرة للاحتذاء بها إنها مبادرات عطاء التطوع الرقمي التي بدأت في السعودية برعاية وزارة الاتصالات وتقنية المعلومات تهدف هذه المبادرة لتعزيز فكرة التطوع لدى جميع المواطنين السعوديين لنشر الوعي والمعرفة التقنية تم وضع خطة لتعليم وتدريب مليون شخص في كافة أرجاء المملكة وقسمت المبادرة في أربع مجالات وهي:

✓ التدريب المباشر/ عبر الحقائق التدريبية التقنية المتخصصة بمستويات معرفية مختلفة.

✓ التدريب عن بعد بإيصال المعرفة والمعلومات عبر منصة إلكترونية للتدريب عن بعد بأقل التكاليف.

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

✓ التطوع في القطاع الثالث "المؤسسات غير الربحية" تعزيز التطوع في هذه المؤسسات. (شنيو، 2018، ص: 02)

❖ الإمارات العربية المتحدة: فازت جمعية "واجب" الخيرية بالمرتبة الأولى في حفل افتراضي 2020 في الشارقة في دورتها 17 تجنبا لانتشار فيروس كورونا عن 45 مبادرة هدفت إلى نشر ثقافة التطوع والتطوع، ففي التطوع من خلال تنظيم الزيارات للمرضي في المستشفيات وإسعادهم وتقديم الهدايا لهم خاصة في الأعياد داخل الدولة وخرجها وتقديم العون والدعم الصحي للمحتاجين، أما التطوع لأصحاب الهمم من خلال تنظيم الفعاليات الداعمة لأصحاب بزيارة مقارهم وإحياء أيامهم السنوية مثل يوم التوحد ويوم المعاقين ويوم الصم ويوم أصحاب الهمم ويوم متلازمة داون وغيرها، وفي الجانب الثقافي تقوم الجمعية بالتعاون مع اتحاد الكتاب والأدباء الإمارات ووزارة الثقافة وتنمية المعرفة وهيئة المعرفة وهيئة أبوظبي للثقافة في رعاية شباب وفتيات الوطن وإبرازهم وتكريمهم ودعم الإصدارات الوطنية لهم والمشاركة بها في معارض الكتب الداخلية والخارجية وتنظيم الأمسيات وفق الاحتياجات ومواكبة لشعارات الأعوام الوطنية كعام القراءة وعام الخير وعام زايد وغيرها، وفي تكريم وتشجيع وإبراز الشخصيات الوطنية المتميزة من الكبار والشباب عبر تكريم المبادرات قصد تشجيعهم وتحفيزهم. (البيان، 2020، ص: 01)

مشروع للطلبة تقديم ساعات العمل وخدمة المجتمع في برنامجهم الدراسي في الإمارات العربية المتحدة: بموجب قرار مجلس أمناء مجمع كليات التقنية العليا رقم 2-13/2/2015 يجب على طالب إتمام 100 ساعة ويكون أنشطة الطلاب إما فعاليات والأنشطة التي تنظمها كليات التقنية العليا، أو عن طريق الفعاليات الثقافية والتراثية أو مناسبات وطنية أو عن طريق أنشطة التوعية الصحية والأنشطة الاجتماعية والعلمية والبيئية ولكي يتم احتساب ساعات العمل التطوعي المنجزة يتوجب على الطالب تعبئة نموذج العمل واعتماده بالتوقيع والختم من المنظمة الفاعلية، وعلى الطالب تقديم النموذج إلى مسؤول العمل التطوعي في قسم الحياة الطلابية بالكلية، يقوم مسؤول العمل التطوعي في الكلية بمراجعة الطلب عبر البوابة الالكترونية، في حال اعتماد الطلب يتم إضافة الساعات التطوعية إلى رصيد الطالب المطلوب إنجازه من الأعمال التطوعية، يمكن تأدية العمل التطوعي بمختلف السبل لمساعدة أفراد المجتمع وتنقسم ساعات العمل التطوعي على 25 ساعة في السنة على مدى أربع سنوات دراسية ويتولى مسؤول العمل التطوعي

الإعلان عن الفعاليات وأنشطة النوادي التي تقام في الكلية ليتسنى للطلبة التسجيل للتطوع في هذه الفعاليات وتكون الاستمارة على هذا الشكل موجود في أسفل الصفحة. (بيومي ، 2019، ص: 02)

4- العمل التطوعي في الدول الأجنبية:

❖ بريطانيا: تقوم الحكومة البريطانية بتخصيص أكثر من 4500 منحة وبرنامج مالي للمنظمات المحلية خلال عام واحد تقدر بمليارات الجنيهات لتشجيع قيم ثقافة العمل التطوعي في المجتمع، وحتى وزارة التربية والتعليم تولي اهتماما بالغا للعمل التطوعي في وضع برامج ومناهج مدرسية تهدف إلى تعميق ثقافة التطوع والعطاء لدى التلاميذ والطلبة في المدارس الحكومية الخاصة، ومن أمثلة على ذلك خبيرة دار الأزياء غوتشي سابقا سيليو كراو ثر المرأة التي تحطت السبعين والتي تقف على خدمة المشتريين في أحد أرقى محلات جمعية SAVE THE CHILDREN الخيرية لبيع الملابس التي يوجد بها الأغنياء والمشاهير، ويعاد بيعها بأسعار لا تقل كثيرا عن ثمنها الأصلي، ليذهب ريعها لإنقاذ الأطفال حول العالم (لارا، 2017، ص: 01)

❖ رومانيا: قدمت منظمة ACT في رومانيا 2021 مشروع زيادة وعي 80 طالبا بشأن تدابير الحماية البيئية وإشراكهم في تطوير وتخطيط وتنفيذ 5 مبادرات صديقة للمجتمع الإلكتروني وذلك من خلال تنفيذ المشروع الذي تريده المنظمة بمساعدة المتطوعين أن تروج للطلاب من الكفاءات العالية من خلال الأنشطة غير الرسمية وورش العمل ستكون المبادئ الخمسة التالية:

- ✓ الوعي: للحصول على معرفة بالتلوث والتدهور البيئي.
- ✓ المعرفة: لإكساب مجموعة متنوعة من الخبرات في البيئة والمشاكل المرتبطة بها والحصول على فهم أساسي لها.
- ✓ المواقف: للحصول على مجموعة من القيم لحماية البيئة.
- ✓ المهارات وبناء العلاقات المهارات لتحديد وحل مشاكل البيئة.
- ✓ المشاركة: لإتاحة الفرصة لهم للمشاركة بشكل فعال على جميع المستويات في مبادرات المجتمع البيئي.

(تطوع في أوروبا، 2020، ص: 02)

5- العمل التطوعي في الجزائر: مشروع شارك أكبر مشروع جمعي إلكتروني: "شارك" (<https://sharek.com/>)

(algerie.com/)

أطلقت جمعية "سيدرا" منصتها الإلكترونية التي يمكن الاعتماد عليها الإجابة على كل التساؤلات التي يمكن أن يطرحها الشباب المهتم بالحركة الجمعوية انطلاقا من التأسيس الى طرق التسيير وهي نتائج برنامج "شارك" الشبابي الذي عملت عليه منذ عام 2017 ويضم أكثر من 70 جمعية على مستوى ست ولايات باللغتين الفرنسية والإنجليزية لتعميم الاستفادة منه على أن تتم ترجمة المصطلحات قريبا إلى العربية.

أشار رئيس الجمعية نسيم فيلاي لذي إطلاق المنصة بمقر الجمعية في بلوزداد مؤخرا الى أن مشروع "شارك" الشباب يتحرك مشروع تنموي أنشأته الجمعية بهدف تعزيز المشاركة الفعالة والمستدامة لمنظمات الشباب، من أجل تطوير ورصد السياسات والبرامج المحلية الوطنية للمساهمة في زيادة فعالية مشاركة الشباب في الحياة العامة في الجزائر.

أوضح لمين زلاق المكلف بالإعلام على مستوى الجمعية في تصريح المساء أنه فيما يخص النتائج المحددة من البرنامج فهي تعزيز القدرات التنظيمية والبرامج للمنظمات الشبانية مع تنمية قدرات المنظمات الشبانية على تأييد قضايا الشباب ورصد البرامج والسياسات العمومية فيما يخص الفئة المستهدفة من البرنامج قال أنها منظمات المجتمع المدني للنشاط في مجال الشباب التي تعمل في ولاية أدرار الجزائر باتنة بجاية وهران وسطيف وتولي اهتماما خاصة للشباب والشابات من ذوي الاحتياجات الخاصة.

أضاف المتحدث أنه من بين أهداف "شارك" تحسين تغطية المنظمات الشبانية في وسائل الإعلام الرئيسية وشبكات التواصل الاجتماعية وخلق ديناميكية بين المنظمات الشبانية للحوار والتعاون مع السلطات المحلية والأطراف الأخرى المهتمة بقضايا الشباب موضحا في السياق أن هذه الجمعيات تحصلت على تكوين وتدريب فيما يخص تنمية القدرات على مستوى التواصل عبر مواقع الاجتماعية أو الإعلام لإعطاء اللغة التواصلية دقتها على أكمل وجه.

قال السيد زلاق أن 50 شابا من الفاعلين في الجمعيات استفادوا من لقاءات على مستوى كل ولاية ضمن 50 شابا للحديث عن تنمية الوطن في كل المجالات الرياضية.

أوضح أنه بالحديث عن التجربة، فإن الجمعية فازت بإنتاج موارد وثائقية يمكن أن يستفيد منها الشباب الجزائري والمتطوع ورواد الجمعيات وهي عبارة عن دليل للجمعيات الجزائرية بكل النصائح والارشادات انطلاقا من كيفية إنشاء الجمعية وتأطيرها ماديا

وإداريا وصولا إلى طرق الحصول على الموارد المالية والتحكم في الفريق مضيفا أن الدليل موجود على شكل ورقي "وي.دي.اف" على مستوى المنصة الرقمية إذ يمكن تحميله بكل أريحية.

كما توجد أيضا بالمنصة الالكترونية عشر أوراق عملية فيها نصائح للشبيبة على مستوى الجمعيات مع كيفية استعمال الأدوات عبر مواقع التواصل الاجتماعي وكيفية قيادة الحوار، بالإضافة إلى دليل للقيام بحملات المناصرة في مواضيع مختلفة بهدف ترقية العمل الجماعي والتشجيع على قيام بحملات المناصرة ولفائدة الأطفال أو الشباب أو النساء في مختلف المجالات. (أحلام، 2019، ص:02).

- جمعية الشباب المثقف بوهران: جمعية الشباب المثقف الخيرية - Asso مشروع المنبر الحر caritative Les

Jeunes Intellectuels

أشرفت جمعية الشباب المثقف بتنسيق من الأساتذة الجامعيين والمحامين وشباب من وهران بتقديم اقتراحات للخروج من الأزمة التي تعاني منها الجزائر بما سمي الحراك الشعبي وقد نال هذا المشروع مكانة مهمة عبر وسائل التواصل الاجتماعي وقد تم عقد هذا الاجتماع في فندق الأزهر سمي بالمنبر الحر وهو فضاء مفتوح للشباب يتيح لهم التعبير عن أفكارهم وتطلعاتهم ووجهات نظرهم وتماشيا مع الأحداث التي يعيشها الوطن، وبالحضور أربع جمعيات والمجتمع المدني وأساتذة جامعيين ومحامين بالإضافة إلى الشباب الراغب في التعبير عن تطلعاته يندرج هذا في إطار أنشطة الجمعية الموجهة لتعزيز تواجد الشباب في الحياة العامة، ويوجد الإشارة إن الندوة حسب منظميها لا تمثل الحراك الشعبي وتتكلم باسمه بل تدعمه بتقديم مقترحات باسم شباب وهران.

تناول هذا المشروع "دور الشباب في بناء جزائر المستقبل" تحت شعار "الشباب يتحرك" ومن المحاور التي تم تناولها المحور الأول هو مداخل حول بداية الحراك الشعبي، المحور الثاني تناول سبب عزوف الشباب عن ممارسة السياسة سابقا والوضع السياسي الحالي والمحور الثالث تمثل في اقتراحات للخروج من الأزمة الحالية، وقد شارك في هذه الندوة أو المنبر أستاذ رابح عمار رئيس قسم الإعلام والاتصال بمداخلة قصيرة تحت عنوان "الحراك الشعبي هو نتاج عن الشباب الذي عبر بطريقة سلمية حضارية" وتم تدوين الاقتراحات الشبابية وطالبوا بضرورة تكثيف الندوات والورشات واللقاءات الشبابية للتعبير والخروج من الأزمة هذا المشروع لعب دورا كبيرا في تجنب الفتنة والانفلات الأمني في ولاية وهران وضواحيها وكانت المشاركة فيه فعالة نتيجة الاستخدام الجيد لوسائل التواصل الاجتماعي. وخاصة الفايسبوك في المجتمع الوهراني. (جمعية الشباب المثقف، 2019، ص: 01)

المبحث الحادي عشر: دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية بأهمية العمل التطوعي

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

استخدمت الجمعيات الخيرية تطبيقات الصور والفيديوهات المتاحة في مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفاييسبوك للتبليغ والترويج لجمل أنشطة الجمعية، هذه المعلومات تزيد من رصيد المتابعين للجمعية عبر صفحتها وتكوين رأس مال اجتماعي، ويشكل بيئة خصبة لنشر ثقافة العمل التطوعي ويبرز دور هذه الوسائل في نشر ثقافة العمل التطوعي:

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

- استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في نشر حقائق بين مستخدميها عن تجارب أشخاص قاموا بأعمال تطوعية فردية أو جماعية مثل تجربة بادلني أبادلك أيام الحراك الشعبي وتجربة المنبر الحر الذي قامت به جمعية الشباب المثقف.
- سرعة الرد على أية تفاعل أو إعجاب أو مشاركة تتداول لنشاط خيري عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
- تسهيل الإجراءات القانونية للجمعيات الخيرية والمبادرات الفردية خاصة إن كان العمل التطوعي لمؤسسات حساسة كالسجون أو الطفولة المسعفة... الخ
- استغلال ما تتيحه مواقع التواصل الاجتماعي من مساحة لا متناهية في القيام بمشاريع خيرية والترويج لها.
- الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي في نشر العلوم النافعة والأخبار والأفكار الجديدة التي تشجع على العمل الإنساني من خلال التعاون الفعال بين المواطنين والجمعيات الخيرية والعمل الجاد لبناء الدولة، بما يساعد على تحقيق تنمية مستدامة ويساعد على تحقيق تطلعات الأفراد والمجتمعات إلى حياة ومستوى معيشة أفضل.
- الاستفادة من مرونة الاتصال التفاعلي الذي تتسم به مواقع التواصل الاجتماعي فيتمير رسائل مستخدميها بمختلف الشرائح العمرية والاجتماعية عن منافع أفعال الخير وتحذيرهم من الأفعال الغير مرغوب فيها عن طريق منشورات وصور وملصقات وفيديوهات .
- تشجيع مؤسسات المجتمع المدني لترويج لأنشطتها الخيرية عبر مواقع التواصل ووضع استراتيجيات وأساليب حوارية تركز على الإقناع بالحجج والبراهين ونبد التنافر مثل ما حدث في 22 أبريل 2019 الحراك الشعبي وإجهاض خطط التفكك والتجزئة ومواجهة التحديات عن طريق حملات تحسيسية تطوعية فردية وما قامت به الجمعيات الخيرية، من حملات تحسيسية لمحاربة فيروس كورونا وإقناع الناس لمحاربتة بالبقاء في البيت.
- الاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين رأس مال افتراضي واعي وفعال في المجتمع والأهم من ذلك يحاكي الواقع الذي يعيشه.
- العمل على حل مشكلات التي لا تقدر الدولة التكفل بها في جميع أنحاء الوطن أو خارجه بإتباع أسلوب الشورى والمشاركة ووضع الحلول والمقترحات عبر وسائل التواصل الاجتماعي كمساعدة شخص محتاج إجراء عملية جراحية أو مساعدة شخص بناء منزل... الخ
- توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية.

خلاصة:

يعتبر موضوع العمل التطوعي من المواضيع المهمة في حياة الأفراد المجتمع، إذ يعتبر حاجة أساسية للمشاركة الاجتماعية، حيث إن الشخص المتطوع يساهم بشكل كبير في عملية تنمية روح التعاون والمواطنة وتحمل المسؤوليات في المجتمع خدمة له، إضافة إلى أنه يكسب الشخص العديد من القيم النبيلة مثل الولاء والانتماء ومساعدة الآخرين، وعلى الرغم من إيجابيات التطوع إلا أنه توجد صعوبات تؤدي إلى تخوف الأفراد من القيام بالأعمال التطوعية.

الفصل الخامس

الفصل الخامس: المجتمع المدني والجمعيات الخيرية

تمهيد

المبحث الأول: ماهية المجتمع المدني

التمهيد

المطلب الأول: ماهية المجتمع المدني

- 1- تعريف المجتمع المدني
- 2- نشأة المجتمع المدني
- 3- مؤسسات المجتمع المدني
- 4- خصائص المجتمع المدني.
- 5- عوامل التأثير في أنشطة منظمات المجتمع المدني.

المبحث الثاني: ماهية الجمعيات الخيرية

- 1- تعريف الجمعيات الخيرية
- 2- نشأة وتطور الجمعيات الخيرية في الوطن العربي.
- 3- أنواع الجمعيات الخيرية خصائصها واستراتيجياتها.
- 4- مجالات الجمعيات الخيرية و أهدافها.
- 5- معايير الجمعيات الخيرية وموارد تمويلها.
- 6- واقع العمل الجمعوي في الجزائر
- 7- المعوقات التي تعترض فعالية الجمعيات الخيرية.
- 8- دور الجمعيات الخيرية في نشر ثقافة العمل التطوعي.

خلاصة.

تمهيد:

إن التطرق لموضوع الجمعيات الخيرية يفرض علينا التكلم تلقائياً عن أول ظهور للجمعيات بشكلها المعروف الحالي والتي تمخضت عن عصارة فكرية عبر التاريخ والتي كانت أوروبا السبابة فيها من خلال نخبها الفكرية حتى الوصول إلى مصطلح جديد اسمه المجتمع المدني، والذي كانت الجمعيات الخيرية احدي أهم مؤسساته، وهي ظاهرة صحية إيجابية ميزت المجتمعات المتقدمة، وذلك للدور الإنساني الكبير الذي باتت تقوم به، من مساعدة الفقراء والمساكين، و تقديم إعانات للمجتمعات أيام الأزمات والكوارث الطبيعية، وحتى الإرشادات الصحية مثل ما قامت به الجمعيات من حملات تحسيسية تجاه فيروس كورونا وإحداث وعي صحي في المجتمعات، سعت هذه الجمعيات إلى تعزيز وغرس روح العمل التطوعي لدى أفراد هذه المجتمعات، وعليه فقد تطرقنا في هذا الفصل إلى التطور التاريخي لنشأة المجتمع المدني ونشأة الجمعيات الخيرية على المستوى العالمي والعربي لنتتهي إلى واقع الجمعيات في الجزائر.

المبحث الأول: ماهية المجتمع المدني

1- تعريف المجتمع المدني

لغة: هو كلمة مشتقة من فعل جمع يجمع جمعا، والمجتمع هو مكان الاجتماع وفي قاموس محيط المحيط، يدخل معنى المجتمع كهيئة اجتماعية هي الحالة الحاصلة من اجتماع قوم لهم أشياء يشتركون فيها. (المديني، 1997، ص: 23)

عرفه انطونيوغرامشي "هو مجموعة التنظيمات والمؤسسات التي تشكل وعيا لمواطنين مثل المؤسسات التربوية والثقافية والإعلامية والمؤسسات التقليدية الموروثة عن الماضي مثل المؤسسات الدينية وعلمائها، فهي صاحبة الفضل في استقرار نمط إنتاج معين أو تنظيم اقتصادي ما، وبداخل هذه المؤسسات يدور الصراع الذي قد يؤدي إلى التحول عن هذا النمط وانتقال المجتمع إلى المرحلة تاريخية أخرى" (بوصنوية، 2012، ص: 18)

عرفه عزمي بشارة "هو قدرة المنظمات الجمعية والتقليدية الأهلية مثل لجان الزكاة والأوقاف وغيرها على إنتاج ذاتها محلياً، من دون دعم خارجي أمام الدولة وتلك هي إحدى تناقضات " (بشارة، 2012، ص: 30)

ويعرف المجتمع المدني باعتباره بتشكيل من مجموعة من التنظيمات التطوعية الحرة التي تملأ المجال العام بين الأسرة والدولة لتحقيق مصالح أفرادها ملتزمة في ذلك بقيم ومعايير الاحترام والتسامح والإدارة السلبية للتنوع والاختلاف.

(الدمرداش، 2019، ص: 08)

هو " مجموعة من التنظيمات التطوعية الحرة التي تملأ المجال العام بين الأسرة والدولة لتحقيق مصالح أفرادها، ملتزمة في ذلك بقيم ومعايير الاحترام والتواضع والتسامح والإدارة السلمية للصراع وقبول التنوع والاختلاف "

(الخوراني، 2013، ص: 16)

2- نشأة المجتمع المدني

➤ نشأة المجتمع المدني في الفكر الغربي

من الجدير بالذكر إن الفلاسفة اليونانيين، وفي مقدمتهم أرسطو هم أول من استخدم تعبير المجتمع المدني في أدبياتهم ففي كتابه "السياسة" ناقش دور المجتمع في أثينا على صناعة القرار ولكن أرسطو كان ينطلق من واقع موضوعي وموقف تاريخي جعله يقسم المجتمع الأثيني إلى عدة شرائح. ويقصر تعريف المجتمع المدني على شريحة واحدة فقط من ذلك المجتمع هي طبقة الأشراف والنبلاء، أما النساء والعبيد أطلق عليهم البرابرة وهم لا يجوزون على ذات الأهلية التي يملكها النبلاء والأشراف وبالتالي هم مستبعدون من العملية السياسية.

وفي أوروبا وبالتحديد في العصور الوسطى إن الجانب الاجتماعي قائم على التدرج الهرمي، يستند إلى مبدأ توزيع الأرض بالتميز الواضح بين ملاك الأراضي وبين العاملين فيها. ويرتبط نظام العمل القديم على الجانب العقائدي والسلطة. وبدأت بنية النظام القديم تنهار مع اندلاع الثورة الإنجليزية والهولندية والفرنسية التي شهدت سقوط طبقة النبلاء وباتت السلطة الدينية المسيحية نفسها موضع نظر لتنامي اللامساواة في المراتب.

وخلال القرن الثامن عشر أصبحت البرجوازية الرأسمالية الأوروبية الصاعدة ضرورة لأداء مجتمعات ما بعد الثورة التي بدأت تستقل بنفسها تدريجياً عن الكهنوت وطبقة النبلاء ولقد ترافق تشكل البرجوازية الأوروبية مع انتشار واسع لقيم هذه الطبقة الجديدة

ومعتقداتها، وبالفعل فقد شكل التنوير والمذهب العقلي والتطورات العلمية مفاهيم جديدة حيث نمت المعرفة خرج رحم سلطة الكنيسة وعالم القداسة ولهذا لم يرق المجتمع المدني بما يتوافق والمنظور الديني بل بما يوافق العلمانية.

خلال تلك الثورات الاجتماعية الكبرى تطور مفهوم المجتمع المدني ليشمل شرائح أوسع ولكنه أبقى على نظام العبودية، ولم يتجاوزه إلا مؤخراً. بعد معركة تحرير العبيد التي قادها أبراهام لينكولن في أمريكا الشمالية، والتي كانت في أحد أوجهها تعبيراً عن نهاية مرحلة الإقطاع، وانطلاق مرحلة التصنيع في أوروبا وأمريكا بشكل غير مسبوق خلال تلك المرحلة أنيط بمؤسسات المجتمع المدني مهمة تقاسم السلطة على أسس طبقية ومهنية ودينية حرفية وأعلن الدستور الفرنسي لأول مرة أن الناس يولدون أحراراً وأنهم أمام القانون متساوون في الحقوق والواجبات. (بافيل واسامة، 1427، ص: 37)

ومع تطور المجتمعات البشرية في أوروبا وتعدد البيئة الاجتماعية والسياسية، أدى ذلك إلى تطور مفهوم المجتمع المدني، حيث فتح المجال لمفكري القرن التاسع عشر، حيث أشارت النظرة الماركسية للمجتمع المدني بأن حرية الفرد لا تتحقق إلا بشرط التحرر السياسي والاجتماعي والاهتمام بالصراع الطبقي.

من حيث الدور، فهناك من جعله مقبلاً لدور الدولة، وهناك من جعله متلازماً مع مفهوم الدولة، ومهما اختلفت الآراء فإنه لا يمكن تجاهل دور الدولة في مدى فاعلية المجتمع المدني من حيث تطوره وتدهوره، كما شهدت الماركسية تطوراً كبيراً على يد الفيلسوف الإيطالي "أنطونيو غرامشي" الذي درس ظاهرة المجتمع المدني في بحثه عن الوسيلة التي تحقق الثورة الاشتراكية في دولة رأسمالية غربية بالتحديد في النصف الأول من القرن العشرين.

بعد الدراسة التي قدمها غرامشي لم تظهر أية دراسة أخرى عن موضوع المجتمع المدني، بسبب كثرة الحروب بشكل كبير ومنها الحرب العالمية الأولى والثانية، مما أدى إلى عدم دراسة موضوع المجتمع المدني من جديد سواء على المستوى الوطني أو الدولي، إلى غاية منتصف القرن العشرين أين أعيد طرح هذا المفهوم من جديد بسبب الانهيارات التي شاهدها أوروبا الشرقية والأنظمة الديكتاتورية في أواخر السبعينيات. (فيروز، 2008، ص: 21)

لقد كانت لغرامشي نظرة جديدة وهي إحداث قطعة في المضمون الدلالي لمفهوم المجتمع المدني، باعتباره حيز للتنافس الإيديولوجي، فقد أثبت أن المجتمع السياسي هو مكان للممارسة السياسية تعزز بواسطة القوة أو السلطة، وعلى غرار ذلك فإن

المجتمع هو فضاء للهيمنة الثقافية والادولوجية، ووظيفة الهيمنة هي وظيفة توجيهية للسلطة الرمزية التي تمارس التنظيمات التي تدعي أنها خاصة مثل دور الجمعيات الخيرية.

➤ نشأة المجتمع المدني في الفكر الإسلامي:

قدم بعض المسلمين دراسات حول موضوع المجتمع المدني، ابتداء من عهد ما قبل الهجرة ثم بعد ذلك ظهرت الدولة المدنية وما نتج عنها من صيغة إسلامية للمجتمع المدني، حيث اعتبر بعض المؤلفين العرب إن تجربة المجتمع المدني والتي مثلتها دولة الرسول (ص) واستمرت حتى العهود الإسلامية المتأخرة، وما يميز هذه الفترة هو بداية ظهور السلطات القضائية والقيام بإعدادهم دينيا وأخلاقيا، ومن أجل تشكيل مجتمع منظم وأيضاً لتنظيم مؤسسات اجتماعية إسلامية تقوم بأدوار تنظيمية للمجتمع المدني.

(خليفة ، 2005 ، ص: 70)

لقد كان لابن خلدون كلام حول المجتمع المدني وهو سباق لما يحاول أن يصل إليه الفكر الغربي اليوم حتى يكون هناك فصل بين المجتمع المدني والدولة، وكانت الأفكار مستقاة من الواقع الذي يعيشه ابن خلدون في القرن 14م، ففي ذلك الوقت كان هناك طوائف الحرف والصناعات والتجار وكان هناك شيخ التجار الذي يعين بإجماع التجار، ويجب أن تتوفر فيه بعض المبادئ كالدين والأخلاق وبعد ذلك يوافق القاضي أو السلطات على تعيينه ودوره يكمل بجمرة وصل بين القاضي والطوائف.

كما ظهرت أيضاً في تلك الفترة مؤسسات أخرى مثل الإفتاء والتعليم ونظام المال والنقابات في العهد العثماني، إلا أن كل ما يمكن استخلاصه حسب رأي الأستاذ الكوثري "أن المجتمع المدني كحلة استقلال أو توازن مع الدولة، موجودة بكثرة في التاريخ الإسلامي، وما بقي منه إلا شكل من أشكال التماسك الاجتماعي التقليدي الذي اخترقته علاقات الإنتاج الجديد وأنماط الاستهلاك الحديثة. (خليفة ، 2005 ، ص: 73، 74)

➤ نشأة المجتمع المدني في العصر الحديث:

تطور المجتمع المدني في ظل العولمة الرأس المالية كبديل للدولة الوطنية الذي يعنى وجوده إن تنسحب من دورها ومسؤوليتها التنفيذية في دعم الفئات الفقيرة، وتوزيع الدخل لصالح الطبقات العاملة والكادحة، وتهدف العولمة الرأسمالية من وراء دعمها للمجتمع المدني في هكذا دور وفي هكذا مسؤولية إلى أن يقوم المجتمع المدني بدور البديل للدولة في مجال دعم الطبقات العاملة، والتخفيف من حدة

الصراع بين الطبقة الرأسمالية الحاكمة والطبقات العاملة، وأن يكون إطارا ينظم الطبقات العاملة ويوظفها في تحمل مسؤوليتها في مواجهة مشاكل الطبقات العاملة في الفقر والبطالة والتهميش، وسوف يكون ذلك بالطبع نظير أن يقوم المجتمع المدني بدوره في دعم التطور الديمقراطي، ولذلك كان موقف الدول العربية موقفا سلبيا من المجتمع المدني، ومن الدعوة إلى تقويته، لأن الدول العربية مازالت تعيش الإرث التاريخي لدولة الفرد الحاكم، ولأن هذه الدول كانت ولا زالت تتصور وهو وبلا شك تصور خطأ أن المجتمع المدني هو فقط المنظمات غير الحكومية التي تأسست حديثا في سياق العولمة، ونشطت في بداية تأسيسها وفق أجندات خارجية حددت برامجها مؤسسات التمويل الدولية الرأسمالية أو المنظمات غير الحكومية في الدول الرأسمالية المتقدمة، وغاب عن هذه الدول أن المجتمع المدني يرجع في بدايته في الدول العربية إلى أكثر من مئة سنة، وخاصة إلى بداية تشكيل المنظمات الأهلية في بداية القرن التاسع عشر والنقابات العمالية والمهنية والجمعيات التعاونية في نهاية القرن العشرين، وأن هذه المنظمات والنقابات والجمعيات هي جزء من إطار الدولة العربية من جهة، ووسيلة لمعارضتها ومحاسبتها إذا كان الأمر يستدعي ذلك من جهة أخرى، وظاهرة اقتصادية بسبب كونها القوة المحركة في نشاطات ونمو القطاع الخاص في الدولة، وذلك بالإضافة إلى دوره في المساعدة وتعبئة الموارد بالطرق التي تعجز الدولة عن القيام بها باعتباره دولة الظل التي تقوم بوظائف متعددة للدولة، وتمثل في إنشاء المدارس والجامعات والمعاهد وإدارتها، وإنشاء دور الرعاية الصحية والمشروعات التي تدخل في إطار البنية التحتية كشق الطرق ومد خطوط البرق والهاتف والبريد، وحماية البيئة من التلوث، ودور الثقافة والصحافة والإعلام والمسرح، ومواجهة المشكلات وحل النزاعات بالطرق السلمية، وسواء كان الدافع إلى قيام المجتمع المدني هو العامل الخارجي أو الأوضاع الداخلية إلا أن النتيجة واحدة وهي قيام مئات المؤسسات والجمعيات الغير حكومية والتي هي بلا شك مكون أساسي من مكونات المجتمع المدني وعنصر أساسي من عناصر التطور الديمقراطي والتحول الاجتماعي، والتغيير في بنية المجتمع. (حجازي، 2017، ص: 11. 12)

➤ المجتمع المدني في ظل التحول الديمقراطي في الجزائر

بعد الاستقلال اتسمت المؤسسات السياسية في الجزائر بضعف شديد وعدم الفعالية بسبب عدم الاستقرار المؤسسي إلى جانب وجود حالة من الاختلال بين مؤسسات المدخلات ومؤسسات المخرجات، أو مؤسسات المشاركة ومؤسسات التنفيذ بالإضافة إلى الاختلال بين المؤسسات السياسية في الريف والحضر. كما اتسمت المؤسسات بعدم الاستقلالية، إذ هي امتداد للسلطة التنفيذية التي يأتي على رأسها رئيس الدولة الذي حول الحزب الواحد إلى أداة من أجل تعبئة الجماهير فالجزائر استقلت وهي تكاد تخلو من المؤسسات، وقد عمل الرئيس بن بلة على تركيز جميع السلطات وفي عهد بومدين ازدادت حدة الأزمة المؤسسية حتى استحكمت

فجزت عن استيعاب القوى الموجودة في المجتمع الجزائري لأن البيئة السياسية اتسمت بسيطرة المؤسسة العسكرية على مقدرات الحياة السياسية، وفي النصف الثاني من الثمانينيات عاشت الجزائر حالة من الغليان السياسي حيث دخل النظام منعطفا خطيرا، على وقع عديد من التطورات المحورية التي أدت دورا هاما في تشكيل أطر النظام السياسي وآلياته تمثل أهمها في إقرار التعددية التي أفرزت فيضا من المواجهات والصدمات التي عجز نظام عن استيعابها وقد أسهم افتقار الفاعلين إلى خلفية مشتركة للعبة السياسية إلى تفجير إشكاليات عديدة مست هيكل النظام.

وإذا أتينا إلى مرحلة التعددية فإن محاولة توصيف التحول الديمقراطي فيها يتطلب إماما كاملا بالأبعاد والمتغيرات المتعددة وبالآليات التي تساهم في تدعيم الممارسة الديمقراطية وترسيخها وانتشارها من مختلف الفئات الاجتماعية والقوى السياسية حيث شهدت الجزائر في التسعينات ميلاد عدد كبير من الجمعيات المدني التي توجهت مجالات تدخلها واهتمامها نحو قطاعات جديدة مثل حقوق الإنسان حقوق المرأة، الدفاع عن المحيط والبيئة، اللغة الأمازيغية، جمعيات مهنية، إلا أننا لا نلمس الوجود العلي لهذه الجمعيات التي صارت غالبيتها لا تحسن إلا استنزاف أموال الدولة حيث إن بعضها لا يزال يتخبط في العديد من المشاكل و ينتظر الحل منذ سنوات، وأحصت وزارة الداخلية والجماعات المحلية 93654 جمعية معتمدة من طرف الدولة النشطة على المستويين الوطني والمحلي حسب عملية جرد أعلنت نتائجها في 12 يناير 2012. من بينها 92627 جمعية محلية و 1027 جمعية وطنية نصف هذه الجمعيات أوقفت نشاطها أولا تملك القدرة على النشاط، وصنفت وزارة الداخلية الجزائرية الجمعيات الوطنية إلى 32 جمعية وطنية لقدماء التلاميذ والطلبة و08 منظمات حقوقية على رأسها اللجنة الوطنية الاستشارية لترقية وحماية حقوق الإنسان، الرابطة الجزائرية للدفاع عن حقوق الإنسان والرابطة الوطنية لحقوق الإنسان، والمنظمة الوطنية لضحايا الإرهاب.

في حين أحصت وزارة الداخلية 20 جمعية أجنبية ووطنية معتمدة تنشط في الجزائر من بينها جمعية نوادي الليونز العالمية وجمعية نوادي الروتاري العالمية المعتمدة إضافة إلى 09 منظمات ثورية من منظمات المجاهدين وأبناء الشهداء وقدماء محاربي الشرق الأوسط والمحكوم عليهم بالإعدام ومشعل الشهيد وجمعية ضحايا 08 ماي 1945 وجمعية ضحايا التجارب النووية وغيرها و23 جمعية نسوية منها الاتحاد الوطني، 10 جمعيات دينية منها جمعية العلماء المسلمين. (قاسمي و بن طرمول، 2018، ص: 8، 7)

وما يمكن استخلاصه حول وضعية المجتمع المدني الجزائري هو أنه يعاني:

- ✓ أزمة الهوية: ترجع جذور أزمة الهوية في الجزائر إلى مرحلة الاحتلال الفرنسي، الذي ساهم في سحق بعض جذور الهوية وأهمها الدين واللغة، إذ إن الاحتلال اللغوي وسيادة الثقافة الفرنسية في التعاملات اليومية لعقود عديدة أدبا إلى تفجر إشكالية الهوية الوطنية الجزائرية وجاءت سنوات الاستقلال لتكرس الأزمة.
- ✓ أزمة المشاركة السياسية: تمثلت أزمة المشاركة في عجز المؤسسات السياسية عن استيعاب كل القوى الموجودة في المجتمع، وفي رغبة النخبة الحاكمة في عدم اشتراك هذه القوى في الحياة السياسية المتحركة من طرف المؤسسة العسكرية عليها وكان التطور السائد للمشاركة في هذا الإطار أقرب إلى مفهوم التعبئة منه إلى المشاركة، لذلك جاءت أحداث تشرين الأول أكتوبر 1988 تعبيرا عن أزمة مشاركة عميقة.
- ✓ أزمة التكافل: تشير أغلب الدراسات الخاصة بالمجتمع والدولة في الجزائر إلى أهمية الطابع الانقسامى للمجتمع المتميز بسيطرة بني تقليدية تعتمد على علاقات القرابة والجهوية والانقسامات طبقية خاصة بعناصر التكوين الاجتماعى وانقسامات جغرافية خاصة بالمتباينات الجيلية والعمرية ولقد جسدت أزمة التكامل وتعدد الولاءات تهديدا للكيان الاجتماعى والسياسى ذاته. (مرزوقي، 2015، ص: 04)

3- مؤسسات المجتمع المدني

المقصود بمؤسسات المجتمع المدني هي تلك الأشكال المنظمة التي تعبر عن التكوينات الاجتماعية والاقتصادية السياسية القائمة، وتقوم هذه المؤسسات بالدفاع عن مصالح أعضائها وتساهم أيضا في التغيير الاجتماعى والسياسى، من أجل تحقيق تنمية المجتمع وترسيخ مبادئ الديمقراطية، وهذه الأخيرة تعمل باستقلالية عن الدولة وهي ملتزمة بالتقيد بمعايير الاحترام والتراضى، والأخذ بالوسائل السلمية. (خلفة، 2005، ص: 173)

تساعد هذه المؤسسات الأفراد داخل الدولة لممارسة حقوقهم والدفاع عنها بكل حرية، وحرية التعبير تكون بشكل سلمى ومشروع، فجهود الأفراد من أجل الدفاع عن حرياتهم داخل الدولة لا تكون مجدية إذا كانت في إطار فردي غير منظم، لذلك تم توحيد الجهود في إطار منظم تجعلها أكثر فعالية وقدرة على تحقيق الهدف الموجود.

المجتمع المدني هو عبارة عن كيان مجتمعي منظم يقوم على العضوية المنتظمة تبعا للغرض العام أو المهنة أو العمل التطوعي، ولا تستند فيه العضوية على عوامل الوراثة وروابط الدم ولاءات الأولية مثل: الأسرة والعشيرة والطائفة والقبيلة، وبالتالي فإن أهم مكونات

المجتمع المدني هي: (خلفة، 2005، ص: 74)

- النقابات المهنية.
- النقابات العمالية.
- الحركات الاجتماعية.
- الجمعيات التعاونية.
- الجمعيات التعاونية الأهلية.
- نوادي هيئات التدريب بالجامعة.
- الفرق التجارية والصناعية وحماية رجال الأعمال.
- المنظمات غير الحكومية الدفاعية والتنموية لمركز حقوق الإنسان. (الحسيني، 2006، ص: 13)

وتدخل الجمعيات الخيرية ضمن المؤسسات المجتمعية المدني، بالدور الأساسي التكافلي الإنساني الذي قدمته للمجتمعات عبر التاريخ، ومن الأكثر الأمثلة المشرفة التي لعبت فيها الجمعيات أدوار حساسة ما قدمته في الجزائر أثناء الحراك الشعبي، من خلال تقديم الأكل للمتظاهرين والشرب والتطوع من أجل تنظيف الأحياء وحتى التطوع الثقافي التربوي مثل ما قامت به جمعية الشباب المثقف وتقديم حملات تحسيسية تحمي الوطن من الفتن والبلاء تحت عنوان المنبر الحر.

4- خصائص المجتمع المدني

تتفق معظم الدراسات التي تناولت ظاهرة المجتمع المدني مع الخصائص التي حددها عالم السياسة صامويل هنتون واعتمد عليها كمعايير يمكن من خلالها الحكم على مدى التطور الذي بلغته أي مؤسسة أو منظمة وخصائص المجتمع المدني أربعة وتضم كل خاصية مؤشرات فرعية تساهم في تعميق الدراسة وهي:

➤ القدرة على التكيف في مقابل الجمود: يقصد بذلك قدرة المؤسسة على الاستجابة للتأثيرات الداخلية والخارجية

ومواجهتها من خلال ترتيبات معينة، كإحداث تغييرات في الأشخاص أو الوظائف مثل الحملات التحسيسية التي تقوم

بها الجمعيات لمواجهة فيروس كورونا أو حملات تحسيسية لطلبة البكالوريا. وكلما كانت المؤسسة قادرة على التكيف كلما كانت أكثر فاعلية والواقع يبين تواجد الكثير من الجمعيات وانتشارها ولكن الجمعية التي تحافظ على وجودها ومكانتها في المجتمع هي التي تتأقلم وتتكيف مع المجتمع والأحداث التي تحدث في مجتمع مثل ما تقوم به جمعية الشباب المثقف وسيدرا وجمعية والجمود قد يؤدي إلى تضاؤل أهميتها وهناك عدة مؤشرات فرعية:

- **التكيف الزمني:** يقصد به القدرة على الاستمرار لفترة طويلة من الزمن إذ كلما طال عمر المؤسسة ازدادت درجة مؤسستها.

- **التكيف الجيلي:** ويقصد به قدرة المؤسسة على الاستمرار مع تعاقب أجيال من الزعماء على قيادتها فكلما ازدادت درجة تغلب المؤسسة على مشكلة الخلافة والتبادل السلمي وإبدال مجموعة من القيادة بمجموعة أخرى، كلما ازدادت درجة مؤسستها.

- **التكيف الوظيفي:** ويقصد به قدرة المؤسسة على إجراء تعديلات في أنشطتها للتكيف مع الظروف المستجدة بما يبعدها على أن تكون مجرد أداة لتحقيق أغراض معينة.

➤ **الاستقلال في مقابل الخضوع والتبعية:** أي أن لا تكون مؤسسات المجتمع المدني خاضعة أو التابعة لغيرها من المؤسسات أو الجماعات أو الأفراد، بحيث يسهل السيطرة عليها وفق ما يتمشى مع رؤية الأهداف المسيطرة ويمكن تحديد درجة استقلالية المجتمع المدني من خلال المؤشرات التالية:

- نشأة مؤسسات المجتمع المدني، وحدود تدخل الدولة في هذه العملية فالأصل هو أن تتمتع مؤسسات المجتمع المدني بمامش من الاستقلالية عن الدولة.

- الاستقلال المالي: ويظهر ذلك من خلال تحديد مصادر تمويل هذه المؤسسات هل تعتمد على تمويل الدولة أو من جهات أخرى أو تعتمد على التمويل الذاتي من خلال مساهمة أعضائها أو من خلال بعض أنشطتها الخدمائية.

- **الاستقلال الإداري التنظيمي:** ويشير إلى مدى استقلال المؤسسة في إدارة شؤونها الداخلية طبقا للوائحها والقوانين الداخلية بعيدا عن تدخل الدولة.

➤ **التعقد في مقابل الضعف التنظيمي:** يقصد به تعدد المستويات الراسية والأفقية داخل

المؤسسة، بمعنى تعدد هيئاتها التنظيمية من جانب ووجود مستويات إدارية داخلية من جانب ثان وانتشارها جغرافيا على أوسع نطاق ممكن داخل المجتمع من جانب ثالث فالمؤسسة التي تكون لها أهداف عديدة تكون أكثر قدرة على تكيف أوضاعها، حين تفقد أيا من أهدافها وبالتالي تتنوع بدائلها لتحقيق الهدف النهائي. (أصبحت الجمعيات في الآونة الأخيرة التركيز على الاتصال بنوعيه الأفقي والعمودي وذلك من خلال تقسيم الأدوار على أعضائها من أجل تحقيق أهداف الجمعية المسطرة ومع التطور التكنولوجي تسعى هذه المؤسسات مسايرة التكنولوجيات الحديثة في نشر قراراتها).

➤ **التجانس في مقابل الانقسام:** يقصد به عدم وجود صراعات داخل المؤسسة التي تؤثر لا شك على ممارستها

لنشاطاتها، فكلما كانت الانقسامات والصراعات داخل المؤسسة المدنية ترتبط بطبيعة نشاطها وممارستها وتحل بطريقة سلمية كلما ازداد تطور المؤسسة. (أن الجمعيات الخيرية ذات سيطر جيد هي المؤسسات التي تعرف كيف تسيطر على الصراع الذي يحدث داخل نسقها وتقلل منه وعند إيجاد الحلول له تكون بطريقة ودية مثلا ما حدث مع جمعية الشباب المثقف قامت بتغيير مدير الجمعية بطريقة سلسة وودية وهذا دليل على تطور الجمعية أو المؤسسة التي تعتبر من مؤسسات المجتمع المدني. (بياضي ، 2012، ص: 34،35)

➤ **التنظيم الجماعي (المؤسسية):** بمعنى أن المجتمع تكونه مؤسسات وتنظيمات اختاروا أفرادها عضويتهم بإرادتهم وفقا لشروط تنظيمية.

ويمكن أن نستنتج خصائص أخرى تميز المجتمع المدني وهي تقديم مساعدات للفئة الفقيرة والهشة على نطاق حكومي أو خاص، وبأقل تكلفة في تنظيم الفعل التطوعي وهذا ما قامت به مؤسسات المجتمع المدني وعلى رأسها الجمعيات الخيرية في أزمة جائحة كورونا والحراك الشعبي من خلال إيجاد حلول سريعة ومبتكرة للمشكلات نتيجة مرونة هذا النوع من المؤسسات وابتعادها عن الجانب السياسي، وهذا ما جعلها تتميز بالموضوعية لما تقدمه من معلومات دقيقة ناتجة عن التخطيط المحلي والقومي وما يزيد من شعبية هذه المؤسسات انفصالها عن سياسة الدولة وبدون مقابل أو ربح مادي.

5- العوامل التأثير في أنشطة منظمات المجتمع المدني

➤ **العامل الديموغرافي (السكان):** توزيعهم الذي يؤثر على مستوى الأنشطة التي تمارسها المنظمات غير الحكومية وكثافتها ومواقع تأثيرها جغرافيا.

➤ **عامل التكوين الاجتماعي للسكان:** وينعكس هذا العامل على مستوى الانتماء في منظمات المجتمع المدني وبالتالي خارطة تلك المنظمات وأنواعها التي تكون أكثر تأثيراً وحضوراً.

➤ **درجة انفتاح النظام السياسي:** ويعنى به انفتاح الدولة والحكومة على مصادر المعلومات المؤسسة لعملية صنع القرار والتي تكون قاعدتها الرئيسية منظمات المجتمع المدني وبذلك تساهم هذه المنظمات في صنع القرار السياسي.

عامل العلاقات أو الروابط الدولية المتيسرة: نتيجة ازدياد الاهتمام الدولي والدعم العالمي لأنشطة المنظمات غير الحكومية خاصة في الدول حديثة العهد بهذه الأنشطة وتبرز في العالم منظمات متخصصة لدعم منظمات المجتمع المدني يطلق عليها منظمات دعم المنظمات عبر مختلف الوسائل والسبل ومنها استخدام شبكة المعلومات الدولية (الانترنت) أن منظمات المجتمع المدني تستفيد عادة من هذه الطرق والمصادر في تمويل أنشطتها. (الحسيني، 2006، ص: 6)

إذا تكلمنا عن الوطن العربي فيمكننا تقسيم مؤسسات المجتمع المدني إلى خمس فئات: مؤسسات تهتم بالنشاط الاجتماعي والترفيهي وحتى الرياضي، وقد تكون عن طريق تقديم خدمات اجتماعية والمنظمات الحكومية الإنمائية، وهناك مؤسسات تهتم بنشر المعرفة والأبحاث والثقافة، ومؤسسات هدفها المصلحة العامة كالدفاع عن حقوق الأطفال أو النساء والبيئة، وما جعل المجتمع المدني العربي يتصف بالهشاشة هو الحواجز التي تضعها الدولة وتقيدها بما هذه المؤسسات وحتى سيطرة الدولة على الاقتصاد.

المبحث الثاني: ماهية الجمعيات الخيرية

إن التحدث عن الجمعيات الخيرية يجعلنا نغوص ونعمق في البذرة الأولى التي أدت إلى ظهور الجمعيات بشكلها الحالي بشكل عام، والتي تمخضت عن تطور فكري الذي حدث في أوروبا خلال نهضتها الفكرية إلى أن وصل إلى ما هو عليه اليوم تحت مسمى المجتمع المدني والذي كانت الجمعيات الخيرية أحد مكوناته، والتي تعتبر اليوم من الظواهر الصحية في المجتمع وخاصة عند الدول المتقدمة، لما تقدمه في المجال الإنساني، خاصة في مساعدة الطبقات الهشة والفقراء والمساكين، وتحسين العلاقة بين الفقراء والمساكين وهذا من أجل خلق مجتمعات متوازنة وقادرة على توفير سبل الحياة الكريمة لأفرادها، وفي الآونة الأخيرة أصبحت الجمعيات لها مكانة مرموقة في المجتمع وخاصة أيام الحراك الشعبي، وأزمة انتشار فيروس كورونا في العالم والدور التحسيسية الذي لعبته هذه الجمعيات.

1- تعريف الجمعيات الخيرية

1 تعريف اللغوي: الجمعية هي مصدر صناعي من الفعل "جمع" والجمع هو جمع الشيء عن تفرقه، أي بتقريب بعضه من

البعض، فيقال جمعته، والجمع بضم العين يدل على جماعة من الناس، والجماعة هي كل شيء وكثرته.

(أبن منظور، 1414، ص: 355.356)

2-تعريف الفقهي:

أنها كل جماعة ذات تنظيم مستمر لمدة زمنية معينة أو غير معينة تتألف من أشخاص طبيعية وبغرض عدم الحصول على ربح

مادي. (مدباي، 2018، ص: 43)

3-التعريف القانوني:

وعرفها القانون الجزائري 1990: شهدت الجزائر ديناميكية لا مثيل لها للحركة الجمعوية في التسعينات بعد ما تبنت الدولة القانون

الحالي المنظم والمسير لهذه الجمعيات أو التنظيمات الاجتماعية، حيث تطرق قانون 90-31 المؤرخ في 17 جمادى الأولى عام

1411 هو الموافق ل: 4 سبتمبر سنة 1990 المتعلق بالجمعيات لتعريف الجمعية بأنها: "تعتبر الجمعية اتفاقية تجمع بين أشخاص

طبيعية ومعنوية، على أساس تعاقدية للقيام بنشاطات غير مربحة، ويشترط أن يتحدد هدف الجمعية وأن تخضع للقوانين المعمول

بها، وتشترك الأشخاص القانونية معنوية أو الطبيعية المؤسسين في تسخير معارفهم ووسائلهم لمدة محدودة أو محددة من أجل ترقية

الأنشطة ذات الطابع المهني أو الاجتماعي والعلمي والديني والتربوي والثقافي والرياضي" (الجريدة الرسمية، 1990، ص: 53)

تعريف القانون الجزائري 2012: ففي القانون العضوي 06/12 المؤرخ في 15 يناير 2012 المتعلق بالجمعيات، عرفت المادة

الثانية منه الجمعية بقولها: تعتبر الجمعية في مفهوم هذا القانون تجمع أشخاصا طبيعيين أو معنويين على أساس تعاقدية لمدة زمنية

محددة أو غير محددة، يشترك هؤلاء الأشخاص في تسخير معارفهم و وسائلهم تطوعا ولغرض غير مريح من أجل ترقية الأنشطة لا

سيما في المجال المهني والاجتماعي والعلمي والديني والتربوي والرياضي والبيئي والخييري والإنساني والتعريف القانوني جاء موسعا

حيث أضاف الأهداف والمجالات التي يمكن أن تساهم فيها الجمعيات. (مدباي، 2018، ص: 43)

4- التعريف الاصطلاحي:

تعرفه لبني مخلد و ساندي عبد الله "هي أي شخص اعتباري مؤلف من مجموعة من الأشخاص ولا يقل عددهم عن سبعة أشخاص، يتم تسجيلهم تبعاً لأحكام قانون البلد الذي هم فيه، لتقديم أنشطة أو خدمات على أساس تطوعي، دون أن يستهدف جني الأرباح أو تحقيق أي منفعة لأي من أعضائه أو لأي شخص، أو تحقيق أي أهداف سياسية تدخل ضمن نطاق أعمال الأحزاب السياسية." (العتوم، العضاية، 2018، ص: 391)

وعرفها جيمس بيتروارباس بقوله "الجمعيات الخيرية التعاونية هي جمعيات اختيارية ينظمها الأفراد على أسس ديمقراطية على حاجاتهم عن طريق العمل المتبادل" (حمدي، 2014، ص: 21)

عرفها الدكتور عبد الرافع موسى "هي كل مجموعة من الأعضاء طبيعيين أو معنويين يدخلون نظاماً يحكم بطريقة ونظم تحقيق الهدف الذي أنشأت من أجله" (موسي، 2014، ص: 32)

يعرفها جمال أبو الوفا "هي تلك الهيئة التي تقوم على الجهود التطوعية لجماعات من الأفراد المهتمين بالخدمة العامة، يتولون تنظيمها وإدارتها في إطار النظام العام أو القوانين، والتشريعات التي تنظم العمل الاجتماعي، وتسد بعض احتياجات السكان." (مقدم، 2020، ص: 93)

ويعرفها أيضاً "جماعة من الأفراد تسعى إلى تحقيق غرض من أغراض البر سواء كان ذلك عن طريق المعاونة المادية أو المعنوية". ومن هنا نستنتج أن الجمعيات الخيرية هي منظمات تقوم على مجموعة من الأفراد ولها شخصية اعتبارية في نظر القانون على أساس ديمقراطي لها غايات وأهداف تسعى لتحقيقها وخاصة في المجال الاجتماعي، وهي تقديم مساعدات للمحتاجين وتبادل الخبرات ودعم الحالات الإنسانية والفئات الخاصة من المجتمع التي تحتاج إلى رعاية خاصة، تخضع في إدارتها إلى قوانين وتشريعات ولا تستهدف جني أموال لها .

2- نشأة وتطور الجمعيات الخيرية في الوطن العربي

بدأت الجمعيات الخيرية بالظهور في المجتمع العربي في القرن التاسع عشر واستمرت بوتائر مختلفة حسب الظروف الاجتماعية والاقتصادية والسياسية لكل دولة من الدول العربية، ويعتبر البعد الديني والثقافي والقيمي موجهاً أساسية للعمل الخيري التطوعي للمنظومة الثقافية والقيمية من تأثير على الدوافع والأسباب التي يحملها الأفراد ولا شك أن الموروث الثقافي العربي الإسلامي والمسيحي يحتوي على العديد من القيم الاجتماعية والثقافية الإيجابية كالتعاون والتكافل والزكاة والبر والإحسان وغيرها من القيم التي تحفز المواطن على التفاني وعمل الخير من أجل الآخرين.

ولقد كان للمسجد دور مهم في نشأة الجمعيات الخيرية، إذ لم يقتصر دوره في أداء الشعائر الدينية فقط بل تعداه فأصبح ينظر له على أنه مؤسسة تعليمية ثقافية واجتماعية وهو ما جسده تلك الأعمال والأنشطة التي كانت تمارس فيه، وكانت للزوايا والمدارس الالكترونية فقد ساعدت على ظهور الجمعيات الخيرية على مستوى هذه الزوايا وتمتعت بالاستقلالية عن السلطة المركزية فقامت بأنشطة جليلة وهادفة ومن خلال الاستقصاء التاريخي لظهور الجمعيات الخيرية كان للجانب الديني دور كبير في ظهور الجمعيات الخيرية. (مقدم، 2020، ص: 97)

ولقد بدأ العمل الخيري في إطار مبادرات فردية قائمة على حب فعل الخير ومعاني البر والإحسان يقدمه الأغنياء الأوفر حظاً للمحتاجين والفقراء، ومع بداية العشرينات من القرن السابق بدأ العمل الخيري يتخذ شكلاً أكثر تنظيماً والتنظيم الأفراد المحسنون في تجمعات خيرية بدافع الإحسان والبر، لتحقيق قدر ولو يسير من العدالة الاجتماعية على اعتبار أن ذلك حقاً من حقوق المواطن وليس من دوافع المساعدات والهبات غير الملزمة للمجتمع، ومع بداية حصول دول المشرق العربي على الاستقلال الوطني، دخل إلى عنصر الخدمات والتنمية بشكل عام عنصر مؤثر وهو الجانب الحكومي الرسمي سواء من خلال عمليات التنمية التي اتخذت الحكومات على عاتقها مسؤوليات تنفيذها، أو من ناحية دعم العمل الأهلي الخيري وإمداده بالدعم المادي والقانوني، وبناء على ذلك وضعت التشريعات التي تنظم التوجه الشعبي في هذا المجال وتسهم في مسيرته ودعمه ومن ثم صدرت القوانين المنظمة لعمل الجمعيات الخيرية والمنظمات غير حكومية.

وفي الآونة الأخيرة أخذت ظاهرة تأسيس الجمعيات الخيرية في المجتمع المدني نمواً ملحوظاً، وقد شهد العمل الخيري العربي تطوراً كبيراً في العقد الأخير من القرن الماضي، حيث انتقل العمل في الجمعيات الخيرية من الطرق القديمة القائمة على الخبرات الحياتية

والشخصية للمتطوعين والقائمين عليه إلى عمل المؤسسي مستخدماً أحدث الوسائل التكنولوجية سواء فيما يتعلق بالناحية الإدارية أو من الناحية المالية التي شهدت بدورها ما يسمى بمؤسسات العمل الخيري المانحة والمتلقية.

والجمعيات الخيرية بصفتها جزءاً من حركة المجتمع المدني تتعرض إلى تغيرات تؤثر في بنيتها وآليات ومجالات عملها بتأثير عوامل التغير السريعة التي يشهدها العالم وتأني العولمة في مقدمة تلك العوامل. فالبيئة أو المناخ المعاصر الذي تعمل فيه الجمعيات الخيرية التطوعية في المجتمع العربي لا يقتصر على الواقع العربي وإنما يمتد ليشمل الواقع العالمي الذي يتحرك العمل الخيري في أجوائه، ففي عصر العولمة والثورة الصناعية الثالثة المتمثلة في ثورة المعلومات، مما أدى إلى تلاشي الحدود والمسافات والزمن بالإضافة إلى تشابك الاقتصاد الدولي وزيادة عنقوديته وتنوع التكتلات الاقتصادية ومن ثم ازدياد التنافس فيما بينها الأمر الذي دفع الدول العربية إلى القيام بقفزات تاريخية، فما حققته الدول المتقدمة طوال أربعين عاماً، لا بد أن تحققة الدول العربية في عشر سنوات أو أقل، وهذا مما أدى بها إلى وضع سياسات إصلاحية في مجالات المجتمع المختلفة و أصبحت منظمات المجتمع المدني يقع عليها عبء ومسئولية كبيرة لبلورة ووضع وتنفيذ تلك السياسات الإصلاحية وبخاصة ما يتعلق منها بالإصلاح الاجتماعي.

ولقد انعكس ذلك على تنوع وتعدد مجالات عمل الجمعيات الخيرية في المجتمع العربي المعاصر، فالدراس مجالات العمل الاجتماعي العربي يجد أن أهم المجالات التي يركز عليها العاملون في مؤسسات العمل المدني عامة والمؤسسات والهيئات الخيرية الاجتماعية خاصة في المجالات التالية:

- مساعدة ورعاية الأسر والأفراد الذين يعيشون تحت خطوط الفقر.
- رعاية الفئات المهمشة من النساء الأرامل المطلقات المساء إليهن.
- رعاية الأطفال والأيتام وأطفال الأسر المفككة وأطفال الشوارع وعمالة الأطفال والأطفال مجهولي النسب والأطفال المساء إليهم.
- الرعاية الصحية والتمثلة في تأمين علاج للفقراء.
- تأهيل وتدريب وتعليم وتشغيل مختلف فئات الإعاقة ورعايتهم صحياً واجتماعياً .
- تأمين تعليم الأطفال عامة ومحو الأمية للكبار ومساعدة الطلاب الفقراء في تعليمهم الجامعي خاصة.
- تنمية المجتمعات المحلية الأقل حظاً والتمثلة في تحسين وتطوير البيئة التحتية في المجتمعات الفقيرة وتوفير الخدمات الأساسية فيها:

➤ تقديم خدمات الإغاثة للمناطق المنكوبة داخل المجتمع العربي أو خارجه هذا وقد

أشار التقرير السنوي للمنظمات الأهلية عام 2002 في 16 دولة إلى أن التوجه الرئيسي لنشاط هذه المنظمات نحو التنمية البشرية ومكافحة الفقر مع متغيرات العالمية والإقليمية ، وهذا ما جعل منظمات المجتمع المدني ومنها الجمعيات الخيرية على المشاركة الفاعلة في هذا المجال مما يدعم سياسات الإصلاح الاجتماعي في ظل المناخ الديمقراطي هناك بعض المؤشرات التي وضعها التقرير ترتبط بسياسة الإصلاح الاجتماعي منها:

➤ زيادة الاهتمام بالعمل الأهلي الدفاعي ومناصرة الفئات الهشة.

➤ الدفاع عن حقوق الإنسان المدنية والسياسية والاجتماعية والاقتصادية وحقوق المرأة.

➤ زيادة الاهتمام بقضايا التنمية البشرية ومكافحة الفقر (قضايا التنمية المحلية، تمكين المرأة، التعليم وخاصة تعليم

الإناث، مواجهة البطالة تمكين الفقراء من خلال التدريب والتأهيل وتوفير مشروعات القروض الصغيرة).

➤ كما أشارت بعض الدراسات التي أوضحت أن هناك تراجع ملحوظا في خدمات الجمعيات الأهلية وتراجع الإيرادات

المالية من التبرعات والمصادر الأخرى المحلية والدولية لأسباب متعددة ومنها تداعيات 11 سبتمبر (حالة الكويت

والبحرين حيث طرحت التبرعات لقدر من المساءلة وكذلك لوجود بعض المعوقات والمشكلات التي ما زالت تحد من

قدرة تلك الجمعيات أهمها:

● غياب قواعد بيانات حول هذه الجمعيات تتيح بيانات دقيقة ومحدثة حول

أنشطتها.

● الضعف التنظيمي لبعض هذه الجمعيات وعدم توافر الإمكانيات التنظيمية للقيام بدورها.

● الافتقار إلى أساليب التحكم والإدارة والتعامل مع الكم الهائل من المعلومات، مما يشير إلى ضرورة الكوادر

العاملة في الجمعيات والمنظمات الأهلية.

كما أوصى التقرير بضرورة العمل على:

➤ تدعيم الجهود المبذولة في تطوير القدرات الإدارية والتنظيمية للجمعيات الأهلية.

➤ تطوير قدرات الجمعيات في الاعتماد على مصادر تمويل ذاتية ومحلية.

- تعظيم الاستفادة من المتطوعين والعمل على جذب متطوعين جدد وتنظيم جهودهم.
- تدعيم البحوث والدراسات العلمية الخاصة بالجمعيات الخيرية والأهلية العربية.
- توفير نماذج رائدة والقيام بمشروعات رائدة في مجالات مكافحة الفقر والبطالة.

إطلاق طاقات عمل ومبادرات الجمعيات الخيرية والأهلية بتحريرها من قيود البيروقراطية ودعمها بالخبرات والطاقات

المهنية المؤهلة. (بركات، 2005، ص: 24، 23)

يقول فيصل القاسم قد ارتبطت بعض الجمعيات مع أعمال الإرهابية ووجهت لها تهم لمثل هذه الأفعال، ومن خلال بعض الملاحظات البسيطة استخدمت بعض الجمعيات الأعمال الإنسانية من أجل التغطية على بعض الأعمال غير قانونية، والتمويه لبعض الأفعال الغير أخلاقية، غير أنه في الدول العربية وبالمقارنة مع الدول المتقدمة لا زالت قليلة الاهتمام بالمنظمات الإنسانية ولكن مع ظهور الانترنت و وسائل التواصل الاجتماعي والاطلاع على تجارب الجمعيات الخيرية أجنبية أعطي نوع من الثقافة تحفز الاهتمام بها وحتى في نوع المواضيع التي تهتم بها الجمعيات ، وأصبح انتشار وتوسع هذه المؤسسات في الوطن العربي بارز وظاهر للعيان ولكن هناك تباين واختلاف في أعدادها من دولة إلى أخرى وذلك حسب درجة الوعي وثقافة المجتمع، ومع التطور الحالي أصبح من الضروري وجود مثل هذه مؤسسات حتى في القرى والمداشر، وأصبحت المرأة عنصر فعال ونشط ومنخرط فعال ضمن هاته الجمعيات وحتى في الدول العربية التي تعرف بتحفظها تجاه خروج المرأة للشارع والمشاركة ضمن الأعمال الإنسانية، و من بين المشاكل التي تعاني منها الجمعيات في الوطن العربي هي انعدام الممولين للجمعيات أو ما يسمى بفاعلي الخير من مشاهير ورجال الأعمال وإن تواجدت فقط من أجل البرستيج والشهرة، وانعدام الثقة بين المواطنين وأصحاب الجمعيات وهذا ما جعل أغلب أصحاب الجمعيات هم أشخاص معروفين بدورهم ومكانتهم وأخلاقهم إما يكون طبيبا أو أستاذا أو غيره من الأدوار المهمة في المجتمع حتى يكسب ثقة المواطن ويشكل رأس مال اجتماعي، وقد يصادفك في بعض الأحيان تواجد بعض المنخرطين من أجل القيام بأعمال خيرية وبعض الآخر من أجل تكوين صداقات وعلاقات اجتماعية أو عاطفية من خلال تمثيل الأدوار الإنسانية التي يقومون بها كما يقول ماكس فيبر الفعل العاطفي لجلب الأنظار والإعجاب ومتابعة عبر صفحته ضمن وسائل التواصل الاجتماعي والقنوات المسموعة والمرئية.

3- أنواع المؤسسات الخيرية وخصائصها

1 أنواعها:

- 1) المنظمة الخيرية الخاصة: هي التي تتكون بتخصيص مبلغ مالي لمدة زمنية غير محددة من أجل العمل، قد تكون إنسانية أو علمية وحتى فنية كأعمال البر والرعاية أو النفع العام دون تقصد ربح مادي، وتقتصر منفعتها على أفراد أو جهات معينة أو تنحصر عضويتها في أشخاص معينين وذلك وفق نظامها.
- 2) المنظمات الخيرية: تهدف إلى تقدير الخدمات الاجتماعية نقداً أو عينا والخدمات التعليمية أو الثقافية أو الصحية بما له علاقة بالخدمات الإنسانية أن يكون هدفها الحصول على الربح المادي.
- 3) المنظمات الخيرية والجمعية الخيرية ذات الصفات العامة: هي أي جمعية أو منظمة يقوم أعضاؤها بإنشاء دار الأيتام أو جمعية للدفاع المدني، وتتجلى أهميتها في أنها تستهدف تحقيق المصلحة العامة شأنها في ذلك شأن الإدارات العامة.

وهناك تقسيمات أخرى تتضمن أربع جوانب هي :

- 4) منظمات حكومية: يضمها تشريع وتمويل حكومي.
 - 5) منظمات أهلية: تقوم بالجهود الأهلية ويمولها الأهالي مثل الجمعيات الخيرية الخاصة.
 - 6) منظمات مشتركة: يشترك في إدارتها وتمويلها الحكومة والأهالي.
 - 7) منظمات دولية: وهي منظمات الرفاهية الاجتماعية مثل منظمة اليونيسكو والمنظمات التابعة للأمم المتحدة.
- منصور، 2006، ص: 30)

- 8) الوداديات: وهي جمعيات ينشئها أشخاص طبيعون بغرض تجديد علاقات الصداقة والأخوة والتضامن المقامة خلال مراحل العيش المشترك، يميزهم قيم مشتركة ومتبادلة فيما بينهم.

الجمعيات الطلابية الرياضية: ويضم هذا نوع من الجمعيات تصنيفات جزئية الجمعيات الطلابية وهي تطبق عليها نفس الشروط لإنشاء جمعية في التشريع الجزائري وهناك الجمعيات الرياضية يعتبرها المشرع الجزائري جمعيات ذات طابع خاص، وقد قام بتقسيمها إلى عدة فئات وذلك وفق ما جاء به القانون 12-06 في المادة 58 منه وتمثل هذه فئات في النوادي الرياضية الهاوية، الرابطة الرياضية، الاتحادات الرياضية. (مقدم، 2020، ص: 108)

2 خصائصها: تتميز الجمعيات الخيرية بعدة خصائص وهي كمعايير أساسية لها.

- (1) **المؤسسية:** الجمعيات الخيرية في الأصل مؤسسة أو تنظيم هيكلي بمعنى أنها تشكل بناء مؤسستيا وجهازا إداريا وبشريا قائم على أسس وقواعد تتنوع أعمالها ومهامها بين مختلف أعضائها بشكل منظم له مقره في كثير من الدول انطلاقا من هذا البناء المؤسسي أصبح لكثير من المنظمات غير قائمة للريح والقوة والتفوق ما جعل منها تفرض وجودها في كثير من الدول العالم خصوصا في الدول الكبرى.
- (2) **التطوعية:** الجمعيات الخيرية لا تهدف في عملها تحقيق الربح فهي تقوم على مبدأ الأريحية وهي الفلسفة التي تقوم عليها هذه الجمعيات وقد سماها البعض بالحركات الاجتماعية لأنها قامت في أول مرة على دعائم العمل الجماعي الناشئ أصلا من الرغبة في التعاون والمساعدة والتضامن.
- (3) **التعقيد:** إن عنصر التعقيد يقصد به تعدد المستويات التنظيمية داخل المنظمة وكذا انتشارها الجغرافي داخل المجتمع فكلما زاد حجم عضويتها وبالتالي ضمان أوسع نطاق من الولاءات.
- (4) **الاستقلالية:** يحدث ذلك في حالة عدم تبعية أي منظمة لأي جهة أو حزب أو فرد أو جماعة هذا يوفر جو لممارسة دورها الخيري وكذا يسمح لها بتحقيق أهدافها وعدم خضوعها لغيرها ويدخل ضمن هذا الاستقلال السياسي والاقتصادي والمالي.
- (5) **التجانس:** يقصد بذلك عدم وجود نزعات داخل المنظمة حيث أنها تؤثر على مستوى أدائها فكلما كانت جل هذه النزاعات سليمة كلما أدي ذلك للوفاق داخل المنظمة ومنه إحداث التجانس والاستقرار داخل الفرع الجمعية.
- (6) **العدالة:** كل فئات المحتاجة في المجتمع لها نفس الفرصة أي العدالة في التوزيع. (مقدم، 2020، ص: 110)
- (7) **المرونة:** صغر حجم الجمعية يجعلها حرة في اختيار مجال نشاطها والفئة المستهدفة.
- (8) **القدرة على التكيف:** يقصد به قدرة الجمعية على التكيف مع التطورات الدولية والمحلية، فكلما استطاعت الجمعية التكيف مع الوضع كلما أدى ذلك إلى تحقيق الفعالية لأن عدم تكيفها يؤدي إلى القضاء عليها ويقلل من فعاليتها، وهذا التكيف عادة ما يأخذ ثلاث أنواع هي:
 - ✓ **التكيف الزمني:** ويقصد به استمرارية الجمعية مدة طويلة.

✓ **التكيف الجيلي:** ويقصد به استمرارية الجمعية وفقا لتعاقب الأجيال خاصة على مستوى القيادة وظهور نخب جديدة.

✓ **التكيف الوظيفي:** ويقصد به قدرة الجمعية على إحداث تعديلات على مستوى نشاطاتها وذلك قصد التكيف مع الظروف. (باحمد، 2018، ص: 264، 265)

3 استراتيجيات الجمعيات الخيرية لتحقيق أهدافها:

✓ **بناء تحالفات:** وهذا من خلال اتحاد أكثر من جمعية لمواجهة تأثيرات بيئة خارجية مثل جامعة الشباب المثقف واتحادها مع جمعية سيدرة وجمعية إنصاف والعديد من الجمعيات في مشروع شارك.

✓ **الاستيعاب أو الاستقطاب:** تمارس الجمعية الخيرية استراتيجية الاستقطاب بعض المسؤولين واستقطابهم كاستشاريين في الجمعية أو أعضاء هيئة إدارية، فيصبحون مدافعين عن الجمعية على الأقل ولا يعارضونها.

✓ **بناء القوة والضغط:** عن طريق تشكيل جماعات تسعى للدفاع عن مصالح أعضائها للتأثير على السلطة والمسؤولين لتحقيق أهدافها التي تسعى إليها ويمكن للجمعيات تقديم بعض الاقتراحات والآراء البناءة التي قد تساعد صانعي القرار في القطاع الحكومي من أجاد حلول للقضايا المعقدة والاستفادة من هذه الاقتراحات مثل ما قامت به جمعية الشباب المثقف وجمعية سيدرة وجمعية أنصاف في سطيف في إطار التشاركية مع مؤسسات الدولة خاصة قطاع الشباب والرياضة في تقديم حلول ومناقشتها مع الدولة وتطبيقها في أرض الواقع.

✓ **التأثير في النواب:** حيث يعتبر المجلس البرلماني هو الميدان الرئيسي لنشاط الجمعيات الضاغطة لكون القوانين والتشريعات تصدر عنه، حيث تعمل الجماعة بتعديل القانون يتمشى مع أهداف الجمعية. (العتوم والعضايلة، 2018، ص:

(393)

تتمثل أهمية تشابك العلاقات بين الجمعيات الخيرية ومحيطها الخارجي وخاصة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي بما تقدمه من معلومات وبيانات بوسائل مختلفة صورة صوت أو فيديو، الأمر الذي يوسع أفق عمل الجمعيات الخيرية، فتبادل المعلومات والخبرات من خلال المعلومة المصورة وتشابكها مع بعضها البعض مثل مشروع شارك وحتى مع مؤسسات الدولة يؤدي إلى نجاح الجمعيات الخيرية في توجهاتها المختلفة فتصبح الجهود تكاملية بدل تنافسية يوفر قوة ضاغطة على أصحاب القرارات وهنا نستطيع

أن نقول أن شبكات التواصل الاجتماعي استطاعت أن تعيد إنتاج ثقة بين الجمعيات الخيرية والدولة والمجتمع من خلال تشابك والتعاون والمصداقية التي تقدمها المعلومة المصورة وكونت رأس مال بشري وفكري وحتى افتراضي .

4- مجالات الجمعيات الخيرية وأهدافها

(1) أهداف الجمعيات: تهدف الجمعيات الخيرية إلي ما يلي:

- ✓ تكملة دور الحكومات والتنظيمات الرسمية في تقديم برامج الرعاية والتنمية.
- ✓ حث الحكومة على تبني توجهات وسياسات معينة لخدمة المواطنين.
- ✓ السعي لحل مشكلات قائمة في المجتمع والقيام بمبادرات للنهوض به ورعاية أفراد.
- ✓ محاولة تجريب الجديد الذي قد تحجم عنه الحكومات خوفاً من الفشل وتقديم أساليب ونماذج يمكن أن تتبناها الحكومات بعد إثبات نجاحها.
- ✓ إمكانية الانفتاح على الخارج والاستفادة من التجارب الناجحة التي قد تتلاءم مع احتياجات المجتمع.
- ✓ الاستفادة من الخبرات المتاحة ومن القدرات الذاتية واستثمارها لخدمة المجتمع.
- ✓ تفجير الطاقات الكامنة لدي الأفراد وتوظيف الخبرات التطوعية بشكل جيد.
- ✓ تنظيم الجهود التطوعية في عمل جيد مفيد ومنظم وتحقيق مبدأ الاعتماد على الذات

والتسيير والتمويل الذاتي كلما أمكن ذلك وتحقيق رؤية مستنيرة ومعبرة نحو المستقبل. (وهابي، 2012، ص: 28)

- ✓ الحد من الظواهر الغير مستحبة كالتسول فالجمعيات الخيرية تسعى لتقديم المساعدة للفئات التي تعجز عن العمل سواء كان ذلك لأسباب مرضية أو لكبر السن فهي تساعد المعاقين وكبار السن.
- ✓ التخلص من المشكلات التي تعاني منها الكثير من المجتمعات كالأمية والجهل وغياب الوعي.

(باحمد، 2018، ص: 273)

(2) مجالات عمل الجمعيات الخيرية: إضافة إلى مجمل الأهداف التي تسعى إليها الجمعيات الخيرية في المقابل ولتوسيع دائرة

هذه الأهداف يمكن توضيح مجال عملها وهي كما يلي:

- ✓ الأنشطة التقليدية للجمعيات: نصت المادة الثانية من القانون 90.31 على

أن الهدف من تأسيس الجمعيات هو إشراك الأشخاص في ترقية الأنشطة ذات الطابع المهني والاجتماعي والعلمي والديني والتربوي والثقافي فهذه تمثل أغلب الأنشطة التي تسعى إليها الجمعيات.

✓ **الأنشطة ذات الطابع المهني والاجتماعي:** لم يعد التكفل بانشغالات الموظفين من اختصاص الدولة وحدها

بل أن الحركات الجمعوية تساهم في تطوير وترقية هذا القطاع، حيث بلغ عدد الجمعيات ذات الطابع المهني

حسب الإحصائيات المذكورة ب 192 جمعية ذات صبغة وطنية و 3031 جمعية محلية وأبرز هذه الجمعيات

نجد: الجمعيات الفلاحية باعتبار هذا القطاع مصدرا حيويا للاقتصاد الوطني.

✓ **تنمية قطاع الصيد البحري وتنظيم نشاطاته:** وهذا عن طريق القيام بدراسات وتقديم استشارات في مجال

تحسين وضبط الموارد البحرية، المساهمة في تحسين ظروف العمل والتكفل بمشاكل الصيادين.

✓ **الأنشطة ذات الطابع الاجتماعي:** تعتبر الأنشطة ذات الطابع الاجتماعي المجال الخصب لعمل الجمعيات

ويمكن تلخيص الأدوار مثل حماية المعوقين والتكفل بمصاريف علاجهم وكذا ضمان تعليم الأطفال المعوقين

المراهقين، ترقية شؤون المرأة .

✓ **الأنشطة ذات الطابع الديني والتربوي والعلمي:** تساهم الجمعيات بشكل كبير في ترقية الأنشطة ذات

الطابع الديني والتربوي والعلمي ومن أهم المساهمات بهذا الشأن: بناء المساجد وتنظيمها وتسيرها، تحفيظ

القرآن، مساعدة الفقراء والمساكين، إقامة المدارس التحضيرية للأطفال، تسهيل الاندماج الاجتماعي بالنسبة

للأطفال المشردين حماية الأطفال حيث تشكل الجمعيات التربوية فضاء لا يمكن الاستغناء عنه لما يمثله من

هياكل اندماج الأطفال والتكفل بمشاكلهم الاجتماعية ومن أنشطة الجمعيات في هذا المجال نجد: الكشافة

الإسلامية الجزائرية جمعية أولياء التلاميذ التي يبلغ عددها 14100 جمعية محلية الجمعية الجزائرية لحماية

الطفولة جمعية الإصلاح والإرشاد.

✓ **الأنشطة ذات الطابع العلمي:** توجد العديد من الجمعيات تهدف إلى نشر العلم والمعرفة وترقية النشاط

العلمي وتطويره وذلك يظهر من خلال نشاطها في هذا المجال بحيث بلغ عدد الجمعيات 40 جمعية وطنية و

873 محلية في مجال التربية والتعليم ومن أهم الأنشطة التي تقوم بها: فتح مراكز التعليم في المجالات المختلفة

كالإعلام الآلي عقد ندوات والمؤتمرات العلمية ومن أبرز الجمعيات النشطة في المجال نجد: جمعية تنمية الإعلام الآلي في الجزائر الجمعية الجزائرية للتكوين الطبي المستمر، الجمعية الجزائرية للرياضيات.

✓ **الأنشطة ذات الطابع الرياضي والثقافي:** تقوم الجمعيات الثقافية بأدوار حيوية للنهوض بقطاع الثقافة عن طريق الأنشطة ومن أهمها: إقامة التظاهرات الثقافية المختلفة كالمعارض والندوات وتشجيع النشاطات الثقافية كالمسرح والشعر والكتابة ويبلغ عدد الجمعيات المحلية 114 جمعية وطنية و8305 جمعية محلية ومن أنشط الجمعيات على المستوى الوطني في مجال الثقافي نذكر: الجمعية الجزائرية للدفاع عن اللغة العربية، الجمعية الثقافية الجاحظية، اتحاد الكتاب الجزائريين.

✓ **الأنشطة ذات طابع الرياضي:** للجمعيات الرياضية دور أساسي في إدماج نسبة كبيرة من الشباب ضمن النشاطات الرياضية المختلفة وهذا لما تتمله الرياضة والتربية البدنية من عناصر أساسية تساهم في التفتح الفكري للمواطنين وتميئتهم بدنيا والمحافظة على صحتهم وترقية الشباب اجتماعيا، بحيث أضحت الجمعيات الرياضية تشكل القاعدة الأساسية والنواة لتطوير المنظومة الوطنية للتربية البدنية والرياضية.

(باحمد، 2018، ص: 275، 276)

- ✓ إنشاء فضاء للتاريخ والمواطنة.
- ✓ تطوير نشاطات التنشيط الجوّاري.
- ✓ برنامج خاص بشهر رمضان من كل سنة.
- ✓ برنامج خاص بقضاء العطل.

(عصماني، 2010، ص: 174)

5- معايير الجمعيات الخيرية وموارد تمويلها

➤ **معايير التي يجب أن تتمتع بها الجمعيات الخيرية:**

- **خلو العمل الخيري من الأهداف الغامضة أي يجب أن لا تكون للجمعية الخيرية أي أهداف مشبوهة أو أجندات غير واضحة.**
- **الإعلان عن البيانات المالية وهذا من المفروض على كل الجمعيات الخيرية النشطة في المجال الخيري تعلن عن بياناتها المالية عند إصدار تقارير مالية ربعية وسنوية.**

- التدقيق المالي يجب أن تخضع التقارير المالية جميعها والصادرة عن الجمعيات الخيرة شركة تدقيق مالي تصادق على هذه النتائج بوصفها طرفا محايدا.
- البعد عن النشاط السياسي يجب على الجمعيات الخيرية ألا تغرق نفسها في العمل السياسي فيحرم بعض المحتاجين من الحصول عن المعونات اللازمة.
- عمل الخير ليس مظهرا اجتماعيا ليس من العدل أن يكون العمل الخيري غطاء اجتماعيا أو مظهرا للتباهي كما أخذت بعض الشخصيات المهمة، تتغطي به لتحسين صورتها أمام المجتمع.
- تحديث وسائل جمع التبرعات لجعلها تتلاءم وجيل الشباب وحتى لا يقتصر العمل الخيري على أصحاب الثروات والركاة والتبرعات المحدودة فقط.
- تنبيه روح العمل الخيري لدى شرائح المجتمع كافة: لتشمل الطفل والشباب والمرأة لذلك نطمح إلى أن نرى وسائل جمع التبرعات ترافقتنا في رحلاتنا وبيوتنا ومكاتبنا ومدارسنا دون أن نتظر من يطرق أبوابنا.
- استقطاب خبرات متخصصة في التسويق واستخراج وسائل حديثة لتطوير آلية التبرع ولتكن على نحو دائم وغير منقطع على مدار العام.
- البحث عن نماذج الناجحة وتطبيقها لضمان زيادة المداخيل ومضاعفتها ما يصب في مصلحة المتبرع لهم.
- الحرص على صرف التبرعات التي تأتي من أهل الخير في مكانها وتمكين المتبرع من الاطلاع على المشروع الذي تبرع له.
- إبلاغ الجهات الحكومية عن أي شبهة.
- تحسين إدارة النقد في الجمعيات الخيرية حتى تحمي نفسها من العجز الدفترى والذي غالبا ما يشكك في كفاءة الجمعية على إدارة أموال التبرعات.
- المتابعة والرقابة جزء من منهجية عمل الجمعيات الخيرية.
- تكاثف الجهود للإسهام في مشروعات التنمية. (سلوكية، وحمدي، 2018، ص: 359،360)

➤ مصادر التمويل للجمعيات الخيرية:

حدد المشرع الجزائري موارد الجمعيات وأملاكها من ما يأتي:

- اشتراكات أعضائها.

- المداخل المرتبطة بنشاطاتها الجمعوية وأملاكها.
- الهبات النقدية والعينية والوصايا.
- مداخيل جمع التبرعات.
- الإعانات التي تقدمها الدولة أو الولاية أو البلدية.

إذن فالمشروع الجزائري قد حدد على وجه التحديد موارد الجمعيات وهذا بغية منه على أن تبقى الجمعيات تحت رقابة الدولة وحتى لا تتزلق هذه الجمعيات عن الهدف المرسوم لها ومنه فقد تكون أهم الموارد التي تستفاد منها الجمعية الخيرية التي تتطابق مع مرجعية نشاطها وهي الهبات النقدية والعينية والوصايا ومداخيل جمع التبرعات والإعانات التي تقدمها الدولة أو الولاية أو البلدية.

(عثماني وبن عمر، 2018، ص: 141)

6- واقع العمل الجمعوي في الجزائر

يعتبر المجتمع الجزائري مجتمع تقليديا في باطنه لا ينتمي إلى السلطة المركزية إلا في ظاهره حتى المستعمرات المتعاقبة عليه لم تستطع تطويعه و إخضاعه إلى النظام المركزي إلا في قليل الحالات النادرة وسوف نتبع العمل الجمعوي في الجزائر.

➤ أولا الحركة الجمعوية خلال الفترة الاستعمارية 1830-1962

من المعروف أن المجتمع الجزائري تقليدي ويعتمد في تسيير شؤونه العامة على تكوين جمعيات تقليدية من اثني وديني لتسيير الأعمال الخيرية وحتى الأخلاقية وبالأخص التعاون الذي يعود بالمنفعة على عامة الناس لعبت الزوايا في هذه الفترة دور ديني وروحي واجتماعي عرفت هذه المرحلة بروز الجماعات الدينية التقليدية من النوع الكموني من مطلع القرن العشرين وكان نشاطها مقتصرًا فقط على الأعمال الخيرية والنشاطات الأخلاقية والتعاونية كالتبوية ومن هنا عمدت الإدارة الاستعمارية إلى دراسة هذه الفئات وفهمها لاستعمالها لخدمة مصالحها أو عزلها عن المجتمع لإفشال مشروعها الديني والاجتماعي والتخلص منها، فإن فرنسا قد شهدت ظهور العديد من الجمعيات التي اهتمت بشكل خاص في أعمالها حول الاحتلال الفرنسي للجزائر ومنها على سبيل المثال الجمعية الآسيوية، الجمعية الشرقية، الجمعية الجغرافية، التي فتحت المجال للبحوث والكتابة للمهتمين الفرنسيين داخل الجزائر وخارجها والربط بينها وبين العالم الاسلامي في عمومها، أما إنشاء الحركة الجمعوية في المرحلة الكولونيالية اقتصر فقط على النخبة من الفرنسيين وخاصة في الميدان الفلاحي فأما المحليون فظهر ذلك جليا في تأسيسهم لجماعات محلية تقتصر على الوعي الشعبي

بتسيير شؤون العامة من الناس بمختلف الأرياف ولا يزيد عددها لاثني عشر من كل الدواوير كما هو تقريبا الحال بالنسبة لعدد أعضاء الجمعيات الحالي ثم ظهرت الحركة الجمعوية في المراحل التالية:

أثر ظهور القانون الجديد المنظم والمسير للقطاع الجمعوي في قانون الجمعيات الفرنسي الصادر بتاريخ 05-جويلية 1901 كان بمثابة المصدر الأساس لجل القوانين و المراسيم والأوامر المنظمة لكافة أشكال التنظيم الجمعوي وفنائه إذ يعتبر المرجع المعتمد في تأسيس الجمعيات بعد الاستقلال أي من سنة 1962 إلى سنة 1971 وهي الفترة التي عرفت بفترة الشغور القانوني في تاريخ القانون الجزائري وانبثق عن هذا القانون العديد من الجمعيات الرياضية والثقافية والموسيقية وظهرت في معظمها في المد في ظل أحكام قانون السلطة الاستعمارية، أين أظهرت عدة تنظيمات إدارية أخرى تنظيم تواجد المجتمع الأوروبي في احتفاليته، أين كانت أنشطتها موجهة إلى الوافدين الأوروبيين من الناحية الاجتماعية والاقتصادية والسياسية لتمكينهم من الامتيازات الموفرة لهم من طرف الدولة المستعمرة.

جمعيات الأهالي:

ظهرت في ظل الاستعمار الفرنسي بعض من الجمعيات للأهالي الجزائريين بحيث سمحت لهم في إطار القانون الجديد بإنشاء جمعية الأهالي معظمها كانت في مجال الرياضة و الموسيقى والفن بصفة عامة وحتى مع بعض التجار كالحبازين وفي مجال التربية أيضا، وكانت في بعض الأحيان موجهة فقط إلى بعض الشرائح الاجتماعية التي ترى فيها قضاء مصالحها الذاتية.

ظهور الجمعيات ذات التوجهات الوطنية:

امتدادا للجمعيات التي ظهرت بدأت تتحول الجمعيات إلى ما يسمى بالجمعيات ذات النزعة الوطنية والتي جاءت من رحم الجمعيات التي أسسها الأوروبيون وتتحول إلى جمعيات مطالبة بالاستقلال كما ظهر الأمير خالد بإنشاء جمعياته المشهورة بحركة الإخوة الجزائريين في 1922/01/23 والذي اعتبر أن المستعمر الفرنسي خطر وحذر من ذلك في الانتخابات البلدية، والذي يعتبرها المستعمر بالجمعية الخطرة على سياسة فرنسا وهي امتداد لجمعية العلماء المسلمين والذي تفرع منها جمعية شمال إفريقيا التي أصبحت فيما بعد حزب شمال افريقية التي أصبحت فيما بعد حزب شمال افريقية المناهضة للاستعمار أين بدأت الجمعيات الأوروبية تنزف من الأعضاء وتكوين جمعيات جزائرية خالية من الأوروبيين لتقوية الحركة الوطنية التحريرية، فعليه إن الحركة الجمعوية

في الجزائر من خلال الفترة الاستعمارية كانت متسمة بالحرية المطلقة لإنشاء الجمعيات والتعبير المرسوم بالبيبرالية، كما كان واضحا ان قيام هذه الجمعيات ما هي إلا غطاء لحماية الحريات للأقلية الأوروبية

➤ ثانيا مرحلة الدولة الوطنية من 1962 وما بعدها:

بداية الاستقلال أبقّت الدولة الجزائرية على قواعد القانون الفرنسي وإقراره بحرية تأسيس الجمعيات مع اجراءات جد مبسطة ومستقلة وبعيدة عن مجال هيمنة السلطة وبقية هذا القانون ساري المفعول الى غاية ظهور تشريع جزائري ذو وجهة اشتراكية ينظم العمل الجمعي والمتمثل في الامر الصادر عام 1971 برقم 79/71 و الذي ابرز بدوره حالة قانونية جديدة تثبت أكثر بعد صدور الامر المعدل رقم 21/72 المؤرخ في 07 جوان 1972. (عوايشية، 2016، ص: 36.37)

أنشأت جهاز إداري تابع للدولة مهنته مراقبة نشاط الجمعيات عن قرب، ولا يتم الاعتماد أي جمعية دون حصولها على ترخيص يسمح بإنشائها من قبل هذا الجهاز الإداري، ناهيك عن تعقد الإجراءات الإدارية البيروقراطية المتعلقة بتأسيس هذه الجمعيات.

وقد اعتبرت السلطة الحاكمة أي نشاط جمعي خارج عن السلطة يعد تهديدا لهذه الأخيرة وعلى هذا الأثر تم حل عديد الجمعيات التي كانت تنشط منذ الاستعمار كجمعية علماء المسلمين عام 1963 وجمعية القيم سنة 1967 وجمعية الموحدين الاخوانية 1964 والعديد من الجمعيات الخيرية المستقلة التي كانت تنشط في الجزائر وتم تعويضها بمؤسسات اجتماعية تناسب سياسة الدولة وهذه المرحلة عرفت بمرحلة الشغور القانوني إلى غاية 1970م والملاحظ ان جل الجمعيات التي حلها ذات طابع الإسلامي.

في سنة 1971 صدر أول قانون جزائري متعلق بتنظيم وتسيير الجمعيات تحت رقم 71/79 الذي ميزه النزعة الإيديولوجية الاشتراكية التي تبنتها الدولة كنهج لها ويميز هذه المرحلة شغور النشاط الجمعي، وتم تعديل هذا القانون بمقتضى الامر 21/72 الصادر في 07 جوان 1972 حيث ميز هذا التعديل المزيد من تضيق على نشاطها من خلال إضافة مزيد من الشروط تتعلق بتأسيس الجمعيات والرقابة عليها، وكذا توسيع صلاحيات الإدارة العمومية في الرقابة على نشاط الجمعيات تصل إلى حد حل هذه الجمعيات.

➤ ثالثا دور الجمعيات الأهلية بعد الانفتاح السياسي:

بعد أحداث 05 أكتوبر 1988 بادرت الحكومة الجزائرية إلى تبني عديد الإصلاحات الدستورية والسياسية ذات البعد الانفتاحي أكثر من ذي قبل وذلك بهدف امتصاص غضب الجماهير الشعبية المنتفضة، وما ميز هذه المرحلة هو إعلان دستور جديد للبلاد سنة 1989 ذوي طابع التعددي والمكرس للحريات السياسية أو الحزبية والانفتاح على اقتصاد السوق وما ميز هذا الدستور هو الحرية التي تسمح بإنشاء نقابات وأحزاب وحتى الجمعيات.

وابرز الإضافات التي جاء بها هذا الدستور هو حق إنشاء الجمعيات الأهلية والحزبية وتبعه إنشاء قانون يسمح بتسيير جمعيات، وهو أول قانون جزائري خالص متعلق بالجمعيات، ويتجلى في قانون 31/90 المؤرخ في 04 ديسمبر 1990 ويشكل صدور هذا القانون ويشكل صدور هذا القانون قفزة نوعية للجزائر في مجال الاعتراف بحرية العمل الجمعي في الجزائر والمجتمع المدني عموما وبالتالي عرف النشاط جمعي انتعاش، مع الحالة الدينامكية التي أصابت نشاط الجمعيات في الجزائر مع التغير السياسي إلا أن نشاطها عرفه نوع من المحدودية والفعالية كما يجب أن تكون عليه بل أصبحت تنشط فقط في المناسبات الدينية والوطنية وبالتالي الحركة الجموعية في الجزائر لم تستغل الانفتاح السياسي.

➤ مرحلة أزمة العمل التطوعي في الجزائر

أدى الانفلات الأمني الذي عرفته الجزائر إثر توقيف المسار الانتخابي ودخول الجزائر في دوامة العنف، وسن قانون الطوارئ سنة 1992 والذي أثر سلبا على نشاط الجمعيات، وتم حل العديد من الجمعيات التي رأت الدولة أنه يهدد نشاطها وخاصة الجمعيات الإسلامية وفرضت الدولة سنة 1992 العديد من القيود والإجراءات الرقابية على نشاط هذه الجمعيات وأصبح من الضروري للجمعيات أن تقدم تراخيص لعقد تجمعاتها وكذا فرض رقابة على مصادر تمويلها، وأن يكون قادتها تحت الرقابة الأمنية هذا التدخل عارض مبادئ المجتمع المدني، بلغ عدد الجمعيات في الجزائر سنة 1992 حوالي 25.000 منظمة وإتحاد ورابطة وجمعية (بوخنوفة، 2017، ص: 103).

تم تعديل دستور جديد سنة 1996 ومن مميزات هذا الدستور هو احترام الحقوق والحريات الأساسية للفرد الجزائري وذلك ما جاءت به مادة 36 وعززت بالمادة 41 من هذا الدستور والتي دعت صراحة إلى ضرورة تكريس حرية التعبير والاجتماع وبالرغم التعديلات التي جاء بها الدستور الجديد كانت مجرد حبر على ورق، وبقيت الجمعيات تحت سيطرة الدولة وراقبتها وما ميز

الجمعيات في هذه المرحلة كثرتها وتنوع مجالاتها وقلة تأثيرها وفعاليتها مما جعلها خارج التوقعات وتطلعات الشعب حتى بعد صدور قانون 06/12 وبالتالي غلب الكم وعدد الجمعيات على نشاطاتها ليصل عدد الجمعيات 45000 جمعية محلية و800 جمعية وطنية سنة 2004، ويوجد في العاصمة وحدها حوالي عشرة آلاف جمعية محلية وهي جمعيات متنوعة من حيث المجالات والأهداف فقد تجاوزت هذه الجمعيات مجرد تقديم المساعدة الاجتماعية أو العمل الخيري، إذ أصبحت تناضل من أجل الدفاع عن حقوق الإنسان، حقوق الطفل، ترقية المرأة والدفاع عن حقوقها وتعليمها خاصة في الأرياف، محو الأمية، إعلام وتنشيط وإدماج الشباب، رعاية الفئات ذات الاحتياجات الخاصة وغير ذلك من الاهتمامات الرياضية، العلمية، الترفيهية، المهنية، الدينية،... حيث اهتمت بمختلف الشرائح المجتمع ومختلف احتياجاته، وسعت إلى ترقية المجتمع وتنمية كل بطريقتها وبإمكاناتها وفي ميدانها.

إن حديثنا عن تاريخ الجمعيات بالجزائر هنا ما هو إلا تطرق سطحي غير معمق في كيفية نشأة الجمعيات واهم ما تعرضت له من نشأتها لغاية اليوم فكون هذه الأخيرة هي تعبير عن حق كل مواطن في الإسهام في التخطيط لاحتياجاتهم والمشاركة بجزئهم ومهاراتهم ومجهوداتهم الذاتية ومختلف مواردهم من أجل تحسين أوضاعهم والتمكن من الكشف عن احتياجاتهم الحقيقية والدقيقة إذ تلعب الجمعيات دورا هاما في تخطيط وتقديم الخدمات الاجتماعية.

فبعد التاريخ مارست هذه الجمعيات دورا مهما وفعالا في الحد من معاناة الشعوب في مختلف المجالات حقوق، فقر، بيئة، صحة، تعليم، حروب،... وهو ما يعبر عنه تزايد هذه الجمعيات في العدد وكذلك في الانتشار والمطالب والحقوق وكذلك في التنظيم والإدارة. (بوخنوفة، 2017، ص: 105، 106)

ضعف وهشاشة الحركة الجمعوية سببه العلاقة غير السليمة بينها وبين الدولة بالدرجة الأولى، بسبب إعلان قانون الطوارئ إلى تقلص شديد في مساحة الحريات حيث أصبحت الجمعيات تتعرض لمضايقات عديدة ومتزايدة، وبدا الابتزاز للجمعيات الخيرية وغلق الباب أمامها بطرق غير شريفة وإثارة الانقسامات داخل الجمعيات وكان الهدف من هذا هو إعادة رسكلة الجمعيات لتكون أداة لخدمة مشاريع السلطة، وهو ما جعل الجمعيات تتحول لواجهات مدنية لأحزاب سياسية أو مرشحين سياسيين رغم منع القانون النشاط السياسي على الجمعيات الاجتماعية والإنسانية، وأصبحت الجمعيات مكانا للانتهازيين ومقتنصي الفرص ولكل أولئك الذين ينخرطون لتحقيق مصالحهم الشخصية، وهكذا اكتسح الفساد الجمعيات كالحسوبية والبيروقراطية واستغلال الأموال هذا ما أفقدها مصداقيتها وتسبب في عزوف المنخرطين والمتطوعين عن العمل فيها، فقد أتهمها وزير الداخلية بالفشل في تأطير المظاهرات الاحتجاجية في الشلف ووهران وبريان وبولاية غرداية.. الخ رغم عددها الكبير وتنوع مجالات نشاطها وضخامة الأموال

التي خصصت لها، وأصبحت الجمعيات تتعرض للابتزاز باستخدام الطرق الإدارية أو الأمنية وحتى استغلال العدالة، حتى أصبحت الجمعيات أدوات طيعة في يد السلطات العمومية وأزالت كل علاقة تتسم بالندية بين الطرفين، إن الممارسات القائمة في حقل الحركة الجمعوية أصبح أغلبها يتم بشكل أساسي في الصالونات والفنادق وأمام ميكروفونات الإذاعات و كاميرات التلفزيون من خلال إصدار البيانات وعرائض المساندة وابتعدت عن الجماهير واهتماماتها وبالتالي لم تؤثر في حياتهم رغم كثرة عددها.

➤ مرحلة نعم للتطوع... ولا للجمعيات:

أدت الأزمة التي مست العمل الجمعوي إلى عزوف الجزائريين خاصة الشباب منهم عن العمل التطوعي ذو الطابع الجمعوي الذي أصبح ذو سمعة سيئة باعتباره رديفا للبحث عن المصالح الشخصية أو خدمة الأغراض السياسية والحزبية، وباعتباره خدمة لأجندات السلطة، وهكذا أصبح الكثير من الشباب المتطوع لا يستسيغ فكرة العمل التطوعي ضمن الجمعيات الكثيرة المنتشرة عبر التراب الوطني وأصبح يفضل التطوع الفردي بعيدا عن الجمعيات، رغم أن القانون الجزائري يمنع مثل هذه الأعمال إن لم تكن برخصة معينة حتى وإن تغاضى عنه الكثير من المرات.

➤ مرحلة العمل الافتراضي:

وهكذا وجد الشباب الجزائري في الفيسبوك الوسيلة المثالية لحل المعادلة الصعبة في التوفيق بين الاستقلالية الفردية من جهة والعمل الجماعي من جهة ثانية، وهكذا ظهرت على صفحات الفيسبوك العديد من المجموعات الافتراضية التي تنسق وتنظم وتنشط العديد من الأعمال التطوعية دون أن يكون بين أفرادها أي رابط تنظيمي أو قانوني، وقد نشطت هذه المجموعات الفيسبوكية بكثرة في السنوات الأخيرة خاصة في شهر رمضان أين يبلغ العمل التطوعي ذروته، وفي ظل الأزمة الاقتصادية الخانقة نتيجة تراجع أسعار النفط زاد عدد هذه المجموعات وانتشر نشاطها وتنوع ليشمل كل المدن والقرى وليغطي كل مجالات العمل التطوعي.

"ناس الخير"، "أيادي الأمل"، "شباب كوم"، "الدينا بخير"، "الغرياء"، "دير الخير وأنساه" وغيرها كثير من المجموعات التي ظهرت على الفيسبوك في الجزائر، قام بتأسيسها شباب يحسنون التعامل مع وسائل الاتصال الحديثة، ويسعون إلى تقديم المساعدة لمن يستحقها من أبناء وطنهم، لكن تبقى أشهر مجموعة تطوعية فيسبوكية في الجزائر هي مجموعة "ناس الخير" التي استطاعت أن تتغلب على أكثر من 75 ألف جمعية وتصل بنشاطها إلى كل ربوع البلاد وتصنع الحدث وتصبح حديث العام والخاص من خلال إنجازاتها على

الأرض التي تمكنت من توثيقها على صفحات الفيسبوك بشفافية كاملة وهو ما منحها المصادقية التي فقدتها بقية الجمعيات الرسمية. (جوهر و إشراق، 2019، ص: 28، 29)

➤ رابعا الإطار القانوني والتشريعي الحالي للجمعيات الخيرية في الجزائر:

لقد عرفت الجزائر العديد من القوانين والتشريعات المتعلقة بإنشاء وتنظيم الجمعيات منذ الاستعمار إلى غاية وقتنا هذا وكل قانون عرفته جاء ترجمة للحالة السياسية والاقتصادية التي مرت بها. ومن بين هذه القوانين المتعلقة بالجمعيات التي عرفتها الجزائر قانون 06/12 الأخير المعمول والذي يعد من بين أهم القوانين التي جاءت به ورشات الإصلاح السياسي في الجزائر.

إلا أن التحولات التي عرفتها المنطقة ضمن ما يعرف بالربيع العربي قد أدى بالدولة إلى استباق الزمن بجملة من الاصطلاحات كان ضمنها استصدار قانون جديد خاص بالجمعيات وتنظيم نشاطها تتمثل في قانون 06/12 المؤرخ في 2012/01/15 وهو القانون الحالي المعمول به في إنشاء وتنظيم الجمعيات في الجزائر والذي سنستعرض أهم الشروط القانونية والتنظيمية المتعلقة بإنشاء وتسيير الجمعيات وفق قانون الجمعيات 06/12 (باعلى، 2017، ص: 78)

➤ خامسا شروط وكيفيات تأسيس الجمعيات في ظل القانون 12/06

عملت الدساتير الجزائرية على تكريس حق تأسيس جمعيات بداية من دستور 1963 والذي نصته المادة 19 منه بقولها "تضمن الجمهورية حرية الصحافة ووسائل الإعلام المختلفة، وحرية تكوين الجمعيات وحرية التعبير وحرية الاجتماع".

أما في دستور 1976 فقد كرس هذا الحق في مادته 50 بقولها "حرية إنشاء الجمعيات معترف بها وتمارس في إطار القانون. و في دستور 1989 والذي صاحب الانفتاح السياسي الذي شهدته البلاد حيث أصبح الحق في تأسيس الجمعيات من أهم الحقوق الدستورية، وقد تم تكريس هذا الحق في ثلاث مواد أساسية حيث نصت المادة 32 منه بقولها الدفاع الفردي أو عن طريق الجمعية الأساسية للإنسان وعن الحريات الفردية والجماعية مضمون، ونصت المادة 39 من ذات الدستور "إن حريات التعبير وإنشاء الجمعيات الاجتماع مضمونة للمواطن" وكذلك نصت المادة 40 "إن الحق في إنشاء الجمعيات ذات الطابع السياسي معترف بها إلا أن المقصود بهذه المادة هي الأحزاب السياسية وليس الجمعيات"

وكذلك دستور 1996 عمل تكريس الحق في إنشاء الجمعيات، ذلك ما نصت عليه أحكام المادة 41 بقولها "حريات التعبير وإنشاء الجمعيات والاجتماع مضمونة للمواطن" وقد حددت الدساتير الجزائرية الشروط الواجب توافرها لكل شخص يريد أن يؤسس جمعية فالقانون 12/06 حدد جملة من الشروط .

● الشرط القانوني لتأسيس الجمعيات في ظل القانون 12/06

اشترط القانون 12/06 جملة من الشروط بعضها بالأعضاء المؤسسين للجمعية والباقي تعلق بأهداف الجمعية والشروط هي:

نصت المادة 04 من القانون 12/06 "أنه يجب على الأشخاص الطبيعيين الذين بإمكانهم تأسيس الجمعية وإدارتها وتسييرها أن يكونوا:

- ❖ بالغين سن 18 فما فوق.
- ❖ من جنسية جزائرية.
- ❖ يتمتع بالحقوق المدنية والسياسية.
- ❖ غير محكوم عليهم بجناية أو جنحة تنافي مع نشاط الجمعية
- ❖ كما اشترط المشروع أن يكون الأعضاء المؤسسين في حالة نشاط عند

تأسيس الجمعية، وأن يكون من طرف شخص طبيعي مفوض خصيصا لهذا الغرض يعد هذا النوع من الجمعيات إضافة جاء بها القانون 12/06 حيث لم تكن معروفة في ظل القانون 90/31 .

- ❖ وتنص المادة رقم 04 من القانون يشترط في الأعضاء المؤسسين يبلغ عددهم 9 أعضاء بالنسبة للجمعيات البلدية و15 عضوا بالنسبة الولائية أما بالنسبة للجمعيات الوطنية فيشترط أن يكون أعضائها المكونين لها 25 عضو منبثقين عن 12 ولاية، ويشترط إيداع تصريح التأسيس مرفقا بملف التأسيس لدى مقر الولاية التي تتواجد بها الجمعية في حالة كانت هذه الأخيرة ذات طابع محلي، أما إذا كانت ذات طابع وطني أو جهوي فيكون إيداع التصريح لدى وزارة الداخلية.

● إجراءات تأسيس الجمعيات في ظل القانون 12/06

يفرض القانون الجزائري جملة من الإجراءات القانونية الواجب توافرها وعلى الأشخاص الراغبين في تأسيس جمعية التزام بها: ويجب أن تتضمن القوانين الأساسية للجمعيات مايلي:

- ❖ أهداف الجمعية واسمها ومقرها.
- ❖ نمط التنظيم ومجال الاختصاص الإقليمي.
- ❖ حقوق وواجبات الأعضاء.
- ❖ شروط وكيفيات انخراط الأعضاء انسحابهم وشطبهم وإقالتهم.
- ❖ الشروط المرتبطة بحق التصويت للأعضاء .
- ❖ قواعد وكيفيات تعيين المتدربين في الجمعيات العامة.
- ❖ والهيئات التنفيذية.
- ❖ طريقة انتخاب وتحديد الهيئات التنفيذية.
- ❖ قواعد النصاب والأغلبية المطلوبة في اتخاذ قرارات الجمعية.
- ❖ قواعد وإجراءات دراسة تقارير النشاط والمصادقة عليها.
- ❖ القواعد والإجراءات دراسة تقارير النشاط والمصادقة عليها.
- ❖ قواعد وإجراءات أيلولة الأملاك في حالة حل الجمعية.
- ❖ جرد أملاك الجمعية من قبل محضر قضائي في حالة نزاع قضائي.
- ❖ كما لا يجب أن تتضمن القوانين الأساسية للجمعيات بنودا أو إجراءات تمييزية تمس بالحريات الأساسية لأعضائه.

ويتم تحرير محضر الجلسة من قبل محضر قضائي ومن الواجب أن يكون عدد الأعضاء بالنسبة ل:

- ❖ الجمعيات البلدية 10 أعضاء.
- ❖ الجمعيات الولائية 15 عضوا منبثقين عن بلديتين على الأقل.
- ❖ الجمعيات ما بين الولايات (21) عضوا منبثقين عن ثلاثة ولايات على الأقل.

❖ الجمعية الوطنية 25 عضواً منبثقين على 12 ولاية على الأقل. (بن ناصر، 2006، ص: 5 4)

7- المعوقات التي تعترض فعالية الجمعيات الخيرية:

على رغم الدور الإنساني الذي تلعبه الجمعيات الخيرية وخاصة في المجال الاجتماعي و الثقافي والاقتصادي، إلا أن أفعال ونشاطات الجمعيات يعترضها عديد من الصعوبات والعقبات التي باتت تقلل من نشاطها وإنتاجها في المجتمع ومن بين الصعوبات والمعوقات مايلي:

❖ **معوقات تنظيمية:** تعترض الجمعيات صعوبات إدارية تقلل من فعاليتها وتتجسد في

الرؤية المحدودة في وضع خطط والتعاقس في وضع استراتيجيات بعيدة المدى مما يجعل الجمعية تقوم بنشاط عند وقوع الكارثة أو المشكل حتى تجد حلاً لها وهذا نتيجة الخطط القصيرة المدى في وضع برامج .

❖ **عدم وجود تجانس وتكامل بين المتطوعين المنخرطين والمختصين الأجورين، هذا**

يخلق التضارب في وجهات النظر في تسيير هذه المنظمات وذلك ناتج عن عدم التجانس والتكامل بين أعضاء هذه التنظيمات.

❖ **كما تعاني الجمعيات الخيرية من مشكل ضعف الانتشار الفعل التطوعي وصعوبة في إقناع وجذب المتطوعين، وتحويلهم**

من مستفيدين ومتلقين للمساعدات إلى متطوعين مساهمين في العملية الخيرية .

❖ **غياب الديمقراطية في تسيير التنظيمات الخيرية، مما يخلق صراعاً بين قيادات والقائمين عليها وتحويلها لخدمة مصالحهم**

الشخصية.

❖ **ضعف أساليب الاتصال بين الجمعيات الخيرية والمجتمع وذلك راجع إلى غياب أو ضعف الجانب الإعلامي في هذه**

الجمعيات.

❖ **كذلك تدخل الحكومة في نشاط الجمعيات الخيرية تؤثر على حريتها ونشاطها واستقلاليتها.**

❖ **قلة الدورات التدريبية للمتطوعين في هذه الجمعيات.**

❖ **ضعف القيادات القائمة على هذه الجمعيات الخيرية ونقص خبرتها في هذه الميادين مما انعكس سلباً على تسيير هذه**

المنظمات.

❖ **معوقات مالية:** هناك معوقات مادية تعترض الجمعيات الخيرية ومن أبرزه :

- إن اعتماد الجمعيات الخيرية أغلبها على الهبات واشتراكات أعضائها وبعض مساعدات الدولة جعل مواردها المالية محدودة مقارنة بكمية الإنفاق.
- عدم استثمار المنظمات الخيرية الفائض عن حاجاتها لتنمية مواردها المالية.
- ضعف اتباع مبدأ الشفافية في التعاملات المالية في هذه الجمعيات.
- عدم اعتمادها على خبرات الكافية في هذا المجال.

معوقات قانونية: وتتمثل في المشكلة القانونية المتعلقة بالتنظيمات والجمعيات عموماً، فأغلب التشريعات القانونية العربية تمنح حرية إنشاء الجمعيات بتحفظ وكثيراً من الريبة من نشاطها، وهذا ما يتناقى وقرارات مؤتمر خبراء الشؤون الاجتماعية للأمم المتحدة المنعقدة في أيدجان 1965، والذي خلص إلى التأكيد على ضرورة خلق علاقة قانونية بين الهيئات التطوعية والحكومات على أن تتخذ هذه العلاقة وفقاً للظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية لكل دولة، دون أن تمارس هذه الأخيرة هيمنتها على هذه التنظيمات التطوعية، على اعتبار أن إنشاء الجمعيات والتنظيمات المدنية يعد من بين الحقوق الأساسية والثابتة للإنسان بينما فالقاعدة القانونية في الدول العربية المتعلقة بحركة إنشاء الجمعيات وحرية ممارسة نشاطها الجمعي يشوبه عديد من الغموض والقلقل القانونية والتي انعكست في كثير من الأحيان عن الحركة الجمعوية ونشاطها، وهذا ما يحول دون تحقيق هذه الأخيرة فعاليتها بما فيه الجمعيات الخيرية. (باعلي، 2017، ص: 78)

هناك إشكالية أخرى تتمثل في معاناة غالبية الجمعيات النشطة من قلة الإمكانيات المادية والمالية، وعدم توفر مقرات دائمة، بالإضافة إلى بيروقراطية الإدارة في التعامل مع الجمعيات. (عزاوي، 2015، ص: 16)

8- دور الجمعيات الخيرية في نشر ثقافة العمل التطوعي:

لا يقتصر الفعل التطوعي على برنامج مساعدات ورؤى اقتصادية وسياسية فقط فكرة أخلاقية إنما تعكس علاقة الشراكة بين أفراد يتقاسمون العيش المشترك على كوكب الأرض، وإن كان التطوع يخفف من الفاقة أو العوز أو الصدمة ما فإنه بالمقابل يبني قدرة داخلية لدى المتطوع. قدرة تحسن من فن إدارة التطوع، وتجعل منه لدى الأفراد أو المنظمات ليس مجرد جهود فيزيائية أو مالية بل تتخطاها إلى بناء شراكة من المهارات والمعرفة وتتمثل في :

- تعزز الجمعيات ثقافة العمل التطوعي من المصادر الدينية والأخلاقية والفلسفية، حيث إن الدين أدى ومزال يؤدي دورا أساسيا في تحفيز العمل الخيري التطوعي.
- تساعد الجمعيات الفعل التطوعي في العقد الاجتماعي والتشريعي ينظم العمالتطوعي وتقنيه بشكل رسمي في إطار مساندة التطورات العالمية والتشريعات الدولية التي تحافظ على العمل التطوعي والاجتماعي الشعبي وتدعيمه والاهتمام بالسياق الشامل القانوني للحقوق والحريات التي تعكس تنظيم العمل الأهلي وتوفر إطارا تشريعا سليما يؤهل لتأسيس منظمات أهلية متطورة وتوجه نحو احتياجات حقيقية للمجتمع.
- تعزز قيم أساسية لثقافة العمل التطوعي مثل قيم التضامن والتكامل والتكافل الاجتماعي والتسامح مع الآخرين وتدعيم قيم الإيثار والمواطنة والإخاء والمساواة والعدل وبروز أهمية قيم القدوة الإيجابية في التفكير والتصرف والسلوك اليومي.
- تساعد على تنقية ثقافة العمل التطوعي من التحيز والعصبية والاثنية والشكلية وتكريس المصالح الفردية والأنانية وقيم استغلال الآخرين وتطوير قيم التراث الإيجابية التي تعلي من شأن التعاون والتكافل والتضامن النابعة من تراثنا الثقافي.
- تحاول الجمعيات إشباع الحاجات الأساسية التي يحتاجها البشر من المهمشين والفقراء واتباع الأساليب التي تساعد على إدماجهم في حركة المجتمع وذلك في إطار تنوع أنماط المنظمات الأهلية بحسب الاحتياجات التي يحتاجها البشر.

(حمزة، 2015: ص: 206، 207)

يستفسر العديد من الأشخاص عن مصادر تمويل الجمعيات الخيرية وهي قد تكون من اشتراكات الأعضاء وهذا جاء في المادة 29 من قانون 06-12 المتعلق بالجمعيات الذي يبين مصادر الجمعية هي الاشتراكات، أو من خلال المداخل المرتبطة بالنشاطات والأموال وهذا ما نصت عليه المادة 29 من قانون 06-12، أما المصادر الخارجية لدعم الجمعيات فقد تكون من خلال الهبات والوصايا، أو من خلال التبرعات وحتى الإعانات التي تقدمها الدولة.

الخلاصة:

تنطلق فكرة تأسيس جمعية دائما من وجود مشروع معين يتفق على إنجازه مجموعة من الأفراد، تتنوع هذه المشاريع بصورة غير محدودة من تشكيل مجموعة من الأصدقاء لتطوير لعبة الشطرنج إلى تجمع مجموعة من الأفراد لإنجاز سكنات اجتماعية هو تعاقد حر بين الأعضاء للعمل على حل إحدى المشكلات التي يعاني منها المجتمع مع العلم أن أساس العمل التطوعي لأن الهدف ليس تحقيق الربح الفردي مثل المؤسسات التجارية أو الاقتصادية.

يوجد خلف للعمل الجماعي بالمفهوم الحديث يصور المجتمع مبني على مشاركة الجميع والتعاقد بين الجميع والحرية بالنسبة للجميع في إبداع وتصور المشاريع التي تعود بالفائدة على المجتمع والعمل على إنجازها دون وصاية، وتصدر الإشارة إلى أن طبيعة الحركة الاجتماعية التي ميزت المجتمعات عموما في الستينيات والسبعينيات هي قوة الحركة النقابية العمالية حيث كانت تسيطر في تلك الفترة على واجهة الأحداث، ولكن المجتمعات حاليا تسير نحو تهمين وتوسيع مجال تدخل تنظيمات العمل الجماعي، حيث أصبحت هذه الحركة الاجتماعية والتي تهدف إلى خلق توازن واستقرار داخل المجتمع. (بوسنة، 2002 ، ص: 144)

الفصل السادس

الفصل السادس: مواقع التواصل الاجتماعي و إعادة إنتاج الفعل التطوعي (الجموعي)

تمهيد

المبحث الأول: مجالات تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالجمعيات

المبحث

الثاني: خطوات المتبعة لنجاح مشروع الجمعيات الخيرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي
ي.

المبحث الثالث: الهوية الرقمية للجمعيات الخيرية في المجتمع الشبكي

المبحث الرابع: مواقع التواصل الاجتماعي وإعادة إنتاج الفعل التطوعي.

خلاصة

تمهيد:

إن التطور التكنولوجي الكبير الذي يعرفه العالم كان المحرك الأكبر والمسير الأول للسياسات والأحداث والأفكار، بل كانت في بعض دول وسيلة في عزل الرؤساء وتنصيب آخرين، ولذا كان لزاما على المهتمين بالعمل الخيري التطوعي أن يسخروا هذه الثورة التكنولوجية ومواقع التواصل الاجتماعي بالتحديد استغلالا أمثل في نشر ثقافة العمل التطوعي وإيصاله إلى أماكن لم يكن فيها من قبل، والخوض في مجالات جديدة طرحها التغيير الاجتماعي والاقتصادي والثقافي للمجتمعات، فكانت الجمعيات الخيرية من بين مؤسسات المجتمع المدني السبابة في استعمال مثل هاته الوسائل، فشكلت لنفسها رأس مال اجتماعي افتراضي، وكونت لنفسها الهوية الحقيقية والهوية الافتراضية للجمعيات.

المبحث الأول: مجالات تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالجمعيات الخيرية.

➤ الإدارة الإلكترونية للجمعية الخيرية: يمكن للجمعية أن تستفيد من التطور التكنولوجي

في تحسين نوعية العمليات الداخلية للجمعية عن طريق إدارة العمل الخيري والتطوعي وتوفير نظم فاعلة للمعلومات تساعد في كفاءة عملية التخطيط والتنظيم والرقابة وذلك بالأساليب التقليدية والإلكترونية للجمعيات الخيرية فكل جمعية تتوفر على جهاز كمبيوتر مربوط بالانترنت وفاكس وغيره من الأجهزة المساعدة وهذا ما ساعد الجمعيات على فتح فروع مختلفة في كل مكان مثلا تجد جمعية كافل اليتيم في ورقلة وكافل اليتيم في تلمسان وفي كل الوطن وحتى القرى والمداشر وفرت تكنولوجيا المعلومات سهولة الرقابة والتخطيط بين الجمعية الأم وفروعها المختلفة ووصول المعلومة بسرعة وحتى بواسطة الوسائل التقليدية مثل هاتف والفاكس والانترنت (إدارة إلكترونية) .

➤ المواقع الإلكترونية للجمعيات الخيرية: ويمكن الاستفادة من تكنولوجيا في العمل الخيري إلكترونيا عن طريق شبكة

الانترنت وتقنيات الهاتف المحمول، وذلك من خلال إنشاء مواقع تدعم العمل الخيري ومواقع أخرى تتبعها الجمعيات الخيرية وهي تفيد في عملية الانتشار والوصول الأكبر والأسهل إلى العديد من شرائح المجتمع المدني، كما يمكن استقبال المشكلات والشكاوى الخاصة بالحالات المحتاجة عن طريق الشبكة الإلكترونية ودراستها وتحليلها للتحقق من مصداقية فقد تجد لدى أغلبية أعضاء الجمعيات ورؤسائها هواتف ذكية تساعدهم في الاتصال والتواصل داخل مقر الجمعية أو خارجها في سيارة أو أي مكان ويمكن التواصل مع الشريحة المحتاجة وهذا ما ساعد الجمعية على فتح مواقع وصفحات لها إما على فايسبوك أو تويتر أو غيرها من مواقع التواصل الاجتماعي والتحكم فيها في أي مكان والوصول إلى جميع الشرائح وحتى المرأة وهي في بيتها يمكن أن تتواصل مع الجمعيات وتقدم نشاطها كما لا ننسى ذوي الاحتياجات الخاصة (التسويق الإلكتروني الاجتماعي).

➤ الاستقطاب الإلكتروني وإدارة المتطوعين: كما يمكن استخدام هذه التكنولوجيا في استقطاب المتطوعين عن مختلف

الشرائح ومن جميع أنحاء العالم كل يساهم بما يستطيع ويتم التواصل بين المتطوع والجمعية إلكترونيا كما يمكن تنمية المتطوعين وتأهيلهم وتدريبهم على القيام بالأعمال الخيرية عن بعد فضلا عن مراجعة أداء المتطوعين ومستوى التقدم في إنجازاتهم والتواصل معهم من خلال مواقع التواصل الاجتماعي المتاحة على الانترنت أو من خلال البريد

الالكتروني، حيث يمكن إرسال رسالة دورية على البريد بمواعيد اجتماع اللجان التطوعية أو المواعيد المقررة للأنشطة المختلفة في الجمعية الخيرية تسلمت الجمعيات الخيرية إلى جميع شرائح المجتمع المختلفة نساء، رجال، أطفال، شباب وشابات و شيوخ و المثقف غير المثقف وأبناء الوطن وخارج الوطن ويمكن الاستفادة أيضا من خلال تدريب المتطوعين والتواصل معهم لحضور الدورات داخل وخارج الوطن والتأثير على الجماهير واستقطابهم إما لتصفح صفحة الجمعية والإعجاب بها أو من خلال الانخراط فيها والعمل كفريق والملفت للانتباه المرأة أن تدخل مجال الخيري وتشر صورها دون أي خجل أو عقدة من المجتمع والقيم، ونستطيع عن طريق تكنولوجيا المعلومات أن نختار أهم الأنشطة الخيرية والمقارنة بينها وهذا ما تقوم به دول الخليج في اختيار أهم الأنشطة وأفضلها هذا أسلوب يزيد من الإقبال على العمل الخيري (الاستقطاب الالكتروني) .

➤ **لجان النشاط التكنولوجي:** كما يمكن الاستفادة أيضا من هذه التقنية في المنظمات الخيرية كنشاط يسهم في تطوير وتنمية المجتمع المدني من خلال توفير دورات تدريبية على كيفية التعامل مع المهارات الكمبيوتر والانترنت فمنها تطوير الأفراد المجتمع ومنها إمكانية الحصول على العائد يدخل ضمن الاستثمارات الخاصة بالعمل الخيري ويساند في تطوير وتعظيم أرباح للمشروعات الخيرية الأخرى، ويمكن تخصيص لجان مختصة بالنشاط التكنولوجي في الجمعية لإدارة وتنظيم هذا النشاط حتى يمكن تحقيق الأهداف ونجاح الفكرة وتوفير فرص مختلفة يمكن استثمارها في العديد من الاتجاهات والمجالات أهمها تأهيل أفراد ذوي مهارة وكفاءة تكنولوجية لمسايرة متطلبات أسواق العمل فهذا الأمر من شأنه تحقيق أهم مبادئ التنمية المستدامة في منظمات المجتمع المدني (التكوين الالكتروني عن بعد).

➤ **نظم معلومات الأعمال الخيرية:** تستخدم تكنولوجيا المعلومات في جمع وتوصيل وتخزين واستعادة وتحليل المعلومات خاصة في العمل الخيري التطوعي، حيث استخدام الكمبيوتر في إدارة نظم المعلومات يجعل المعلومات متاحة عندما نحتاجها في الوقت المناسب وبالجودة الفاعلة بحسب كفاءة البيانات المتاحة، لهذا فإن الاستفادة من التقنيات وتكنولوجيا المعلومات في المنظمات الخيرية يساعد في مراقبة وتحسين الإنتاجية ويقلل الأخطاء مما يساهم في تحقيق أهداف منظومة العمل الخيري التطوعي وذلك بأسلوب علمي منظم في إدخال البيانات والمعلومات التي تحتاجها هذه المنظمات وبخبرة بشرية تكتمل معها فرص ما تتيحه من معلومات، ولتكنولوجيا المعلومات فوائد أخرى تتجسد في إدارة الوقت واستثمار في الكفاءات المطلوبة مثلا إذا طلب من جمعية بعض الوثائق يقوم الشخص المكلف بأمور التنظيم ويجب أن يكون

يتحكم جيدا في جهاز الكمبيوتر ويذهب للأرشيف ويسترجع الأوراق المطلوبة أو الإحصائيات أو يجيد استعمال فوتوشوب من أجل صنع لافتات أو ملصقات (نظم معلومات).

➤ **معلومات الاستثمار بالجمعيات الخيرية:** كما يمكن الاستفادة من المعلومات المقننة والمتاحة في قواعد البيانات الخاصة بالمنظمات الخيرية في المفاضلة بين البدائل الاستثمارية المتاحة والممكنة لتعظيم القدرات الاستثمارية وتعظيم الربحية وبما يجنب المنظمات الخيرية تزايد حدة المخاطرة حيث تفصح المعلومات المتاحة عن جدوى الاستثمار في شتى ومختلف سبل الخير والاستفادة بإمكانيات المنظمة الخيرية المالية والاقتصادية والبشرية والاتصالية لتحقيق أهدافها الاستثمارية المخطط بصورة أكثر إيجابية. تستثمر الجمعيات الخيرية في الطاقات البشرية المثقفة وتزيد من تكوينها وتعليمها وجعلها ذخر للمجتمع في أوقات المصاعب والأزمات، ويمكن الجمعيات إن تقدم مشاريع خيرية تشارك بها في المحافل الدولية وتتقاضى في مقابلها جوائز مالية تساعدها الخ.....

➤ **تكنولوجيا مميزة تنافسية في المنظمات الخيرية:** إن المناخ البيئي المحيط بالمنظمات الخيرية وما يحتويه من تطورات هائلة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على المستويين المحلي والدولي، وما يتاح من أدوات دعم اتخاذ القرارات، هذا بجانب جماعات العمل الخيرية وقدرتها المتميزة في إدارة المعلومات الكترونيا لتطوير الأداء وإضافة المستجدات في كافة المجالات والأنشطة ومناهضة التطورات والتحديات البيئية المحيطة اقتصاديا وإداريا وفكريا بأسلوب أكثر علمية وموضوعية يرصد حقائق الواقع الحاضر ورؤى واستطلاعات المستقبل، والجمعيات الخيرية مثلها مثل أي منظمة أخرى تحتاج التميز في البيئة التنافسية لضمان استمراريتها وتحقيق أهدافها ولا يتأتى ذلك إلا من خلال دراسة واعية بأهم سبل التطوير والتنمية لمثل هذه المتطلبات ويجب على الجمعيات أن تهتم بمثل هذه تكنولوجيات، تجدد في كل منطقة العديد من الجمعيات الخيرية تتنافس مع بعضها البعض من خلال عرض أهم أنشطة الجمعية عبر تكنولوجيات المعلومات المختلفة ولهذا السبب تجد جمعية نشطة وجمعية غير نشطة أو معروفة ولها رأس مال اجتماعي وتنافسها يكون من خلال منخرطين فيها ومستواهم العلمي والمهني وحتى التقني (المنافسة الرقمية رأس المال الافتراضي والهوية النشطة).

تكنولوجيا الاتصالات بالمنظمات الخيرية: يمكن الاستفادة من هذه الأدوات في دعم وتطوير منظمات المجتمع المدني وجمعياتها الخيرية وذلك من خلال شبكة التواصل والاتصالات على المستوى المحلي والدولي بين الجهات الداعمة والرعاية

الفصل السادس مواقع التواصل الاجتماعي و إعادة إنتاج الفعل التطوعي (الجمعي)

لتنمية المجتمع المدني ودور الاتصالات الإذاعية والإعلامية والتوسع في المحطات الفضائية وتنوعها والتي تبث إرسالها

الناطق بكافة اللغات العربية والأجنبية كوسيلة للترويج لأنشطتها على المستوى العالمي. (كودي، 2012، ص: 01)

مواقع التواصل الاجتماعي

مشاركة المعلومات

Facebook/ titter
gooel plus

أكتب مشاركة مدونة

اتبع واشترك

اكتب مشاركة مدونة

*مشاركة صفحة

المؤسسة ونشر الرابط
المخصص لها (الهوية
التصريحية) نشر مقال
مثل الحملات التحسيسية
لمحاربة فيروس كورونا
(الهوية النشطة) هذا
النشاط والمشاركة يزيد
من الهوية العديدة
والرأس المال الاجتماعي
للجمعية

*من أجل تحقيق أقصى
حد من التأثير والكتابة
عن الأحداث في الوقت
المناسب مثل حملات
تحسيسية أو البحث عن
مشاركين ومتطوعين هذه
المشاركة (الهوية
النشطة) التي تزيد من
رأس مال الاجتماعي
(الهوية العديدة)

*مشاركة الخبر
*وضع الأخبار والاشارة
إلى المحتوى يتعلق
بنشاط الجمعية.
*الرد على جميع
التعليقات التي تتحدث عن
نشاطات الجمعية.
*وضع صورة مع الخبر.
*إختبار الوقت المناسب
للنشر.

تقوم الجمعية بتقاسم
الشعور مع كل شخص
متابع وقد يكون في
الفايسبوك أو ماي
سبايس من خلال الكتابة
عن مشكلات التي تنير
شغفك في نشر الوعي
بين دائرتك وقد يكون*
المحتوي إنفعالي في سرد
قصص وهو محتوى مؤثر
على الجمهور هذا السرد
يدل على الهوية النشطة
للجمعية الذي يزيد من
الرأس المال البشري
(الهوية العديدة)

*الحاجة الحقيقية للاتصال
الجمعية وتفاعلاتها مع
الجمهور الواسع
وأصحاب المصلحة كما
أن العبارات القوية هي
عبارات مقنعة تحث على
إتخاذ إجراء مثل دعم
حدث أو تعزيز خدمة

شكل رقم: (8) مخطط استراتيجية الجمعيات الخيرية في استغلال مواقع التواصل الاجتماعي

(حمدي وحمدي، 2018، ص: 422)

المبحث الثاني: خطوات المتبعة لنجاح مشروع الجمعيات الخيرية عبر مواقع التواصل

الاجتماعي

إن من بين تحديات التي تواجه الجمعيات الخيرية ومؤسسات المجتمع المدني كيفية التعريف بقضيتها وحث الجمهور الانضمام لها وجمع التبرعات المطلوبة، وحتى تكون للجمعية مكانة لها ولمشروعها الخيري مكانة في العالم الافتراضي عليها أن تتبع خطوات التالية:

➤ دراسة الجمهور:

تحديد الجمهور ودراسة خصائصه أحد العناصر الهامة عند التخطيط، ولا بد من معرفة هذا الجمهور وتحديد تحديدها دقيقا لأن ذلك سيوفر الجهد والمال كما يساعد على اختيار الوسيلة المناسبة والصياغة الملائمة وينبغي أن يعلم المخطط أنه ليس هناك برنامج أو مشروع يتوقع يتبناه كل الناس لذلك علينا أن نبحث عن الجمهور المتفاعل مع مشروعنا والذي يمكن أن يقدم لها شيئا بعد اقتناعه بما وهل هذا الجمهور في مكان جغرافي معين؟ وهل له خصائص نفسية معينة؟ ولننظر في العناصر التالية التي تساعدنا بحول الله في التعريف إلى الجمهور وتحديد شكل أفضل:

📌 تحديد طبيعة الجمهور المستهدف: من هو جمهور هذا المشروع؟ وكيف يتخذ

قراراته؟ وبمن يتأثر؟ وما الوسائل التي يتعرض لها؟

📌 تحديد خصائص الجمهور جغرافيا: ونقصد بذلك هل الجمهور المستهدف دوليا

أو وطنيا أو قرويا؟ حيث أن لكل منهم وسائله الإعلامية المناسبة.

📌 تحديد خصائص الجمهور المالية وذلك بمعرفة المستوى المالي للجمهور

ومعرفة أهداف الحملة الإعلامية هل هي للتعريف فقط أو لجمع التبرعات أو للأمرين معا؟ ومعرفة ذلك ستختصر كثيرا من الجهود كما ستحدد نوعية بعض الوسائل وتشير بعض الدراسات في هذا الباب إلى أن جمهور التلفاز هو في الغالب من متوسطي الدخل في يرتبط أصحاب الدخل الأعلى بالمجالات أكثر كما تنصح بعض الدراسات بأن تكون عقلايا أكثر في خطابنا مع متوسطي الدخل.

📌 تحديد نوعية الجمهور: هل يستهدف العمل الإعلامي الذكور أو الإناث؟ لأن

ذلك سيحدد للمخطط نوعية الوسائل والأوقات المناسبة في تلك المناسبة وفي تلك الوسائل لكل منها نوعين والأسلوب في صياغة الوسائل الإعلامية ويذكر بعض مسؤولي العمل الخيري أنهم يجدون تجاوبا وتفاعلا للنساء أكثر من الرجال في كثير من مشروعاتهم الخيرية.

📌 تحديد الجمهور مهنيا: قد يكون من المناسب في بعض البرامج تحديد مهنة

الجمهور أو استهداف هذه المهنة لوجود ارتباط بين الجمهور والبرنامج وهذا الجانب يفيد في معرفة أسلوب حياة أصحاب هذه المهنة ومن ثم اختيار الوسائل المناسبة والأوقات الملائمة.

📌 ومن هم المتبرعون بمبالغ كبيرة وما خصائصهم؟ وما هو الجمهور الذي

يكبر التبرع دائما؟ وما الدوافع التي تدفعه لهذا التواصل؟ وهل نحاول جذب الآخرين بنفس تلك الدوافع؟

➤ بناء علاقات إستراتيجية:

الحرص على بناء علاقات ذات المنفعة المشتركة مع الجمعيات والشركات والمؤسسات الأخرى التي تشاركك نفس الآراء والأهداف.

اتصل بالصحفيين والرياضيين والفنانين والمدونين وغيرهم من مشاهير الإعلام الاجتماعي الذي يتمتعون بشعبية واسعة بين أوساط جمهورك المستهدف هذا ما يسمى برأس المال الثقافي كل هؤلاء يمكنهم نشر رسالتك والتعريف بقضيتك لما لهم من نفوذ وصوت

مسموع لدى الجمهور. (حمدي وحمدي، 2018، ص: 423)

مثل ما قامت به جمعية سيدرا الاتصال بالدكتور مراد ولد على مختص في الإنعاش الطبي وهو معروف في مستشفى مصطفى باشا ليقدم معلومات للشعب الجزائري عن مخاطر الفيروس وكيفية الوقاية من أجل دعم فكرة وحملة ابقى في بيتك.

وتحرص الجمعيات الخيرية في إقامة علاقات مع شركاء ومشاهير يشاطرونه نفس الرأي والإيمان والشغف لقضيتك وهذا ما قامت به

جمعية الوفاء لذوي الاحتياجات الخاصة يوم 2018/12/03 تحت إشراف السيد ميسير سمير ورئيسها الشرفية البطلة العالمية

سليمة سواكري وحضور شخصيات كثيرة منها ممثل وزارة التشغيل وممثل وزارة التضامن ومديري شركتي "سيكا" و"ميتسويشي" الذين قدما عدد كبير من الهدايا للمحتاجين متمثلة في 17 كرسي متحرك و22 جهاز كومبيوتر، بالإضافة إلى ملابس وأغذية وحفاظات وألعابا للأطفال وهذا بمناسبة اليوم العالمي لذوي الاحتياجات الخاصة. (نهار اون

لاين، 2018، ص: 02)

➤ خلق ضجة حول قضيتك:

في مجال العمل التطوعي الافتراضي الرقمي لا تحتاج إلى ميزانية ضخمة لكي تشعل ضجة حول قضيتك وتكون محل حديث الناس وتنتشر أخبار عن جمعيتك كل ما تحتاجه هو فكر ذكي وطرق مبتكرة ورسالة خلاقة. هذا المجال الافتراضي الواسع الذي توفره وسائل التواصل الاجتماعي زاد من إبداع واجتهاد الجمعيات الخيرية ظهرت في بريطانيا جمعية معنية بالصحة العقلية للمحجوزين خوفا من فيروس كورونا وكيفية محاربة اضطراب القلق الناجم عن الحجر.

(كريستي، 2020، ص: 02)

➤ اختبار الأدوات:

وبعد وضع الإستراتيجية للإعلام الاجتماعي تمر الجمعيات الخيرية إلى اختيار منصات تواصل اجتماعية والأدوات المساعدة التي تمارس عليها فعليا عملها من أجل تحقيق أهدافها وتخلق لها التأثير الذي تريده في المجتمع، اغلب الجمعيات في الجزائر تتواصل مع متابعيها عن طريق الفيسبوك (حمدي وحمدي، 2018، ص: 426-427) وقد زاد اهتمام الجمعيات الخيرية بموقع الفيسبوك وتحديد تطبيق ماسنجر يحث الناس ابتعاد عن بعضهم البعض وتوفير معلومات دقيقة حول الوباء وقد دعم الفكرة نائب الرئيس ستان شدونفسكي في مدونة إلى الربط بين منظمات صحة رسمية ووكالات تابعة للأمم المتحدة ويكون عن طريق تشارك معلومات والرد على أسئلة الأفراد (سكاي نيوز، 2020، ص: 02) ومن بين الأمثلة التي قدمتها الجمعية الخيرية مطبخ الشعب the people kitchen المعروفة منذ حوالي 35 سنة والتي تفتح أبوابها للمشردين والمحتاجين، حيث يقع مقرها في كنيسة سابقة حيث تبسط الموائد وتقدم وجبات لحوالي 120 شخصا ومع أزمة فيروس كورونا قامت هذه الجمعية بتقديم الوجبات في مواقف السيارات وفي المساء يقدمون الوجبة الساخنة في شاحنة لتقديم أكل حتى تتأقلم مع الواقع الذي تعيش فيه المنطقة وبالتالي اختارت وسيلة وأدوات حتى تحمي الناس من العدوى المنتشرة.

المبحث الثالث: الهوية الرقمية للجمعيات الخيرية في المجتمع الشبكي

تجمع بين الفاييسبوك والعمل التطوعي علاقة قوية جدا، حيث اتخذت العديد من الجمعيات "وجه الكتاب" كوسيلة سريعة المفعول، وتتمتع بشعبية كبيرة في جميع أقطار العالم، لنشر جميع أعمالها التطوعية والخيرية وما إلى ذلك، عن طريق فتح صفحات خاصة بالجمعية، يتم نشر أنشطتها وأفكارها عليها، وكذا نشر إعلانات عن أنشطة مستقبلية تنتظر الدعم المادي من المتتبعين وفاعلي الخير، في ظل الضعف الدعم المادي الضعيف أو المتذبذب المقدم للجمعيات، وهناك جمعيات لا تتلقى الدعم أصلا.

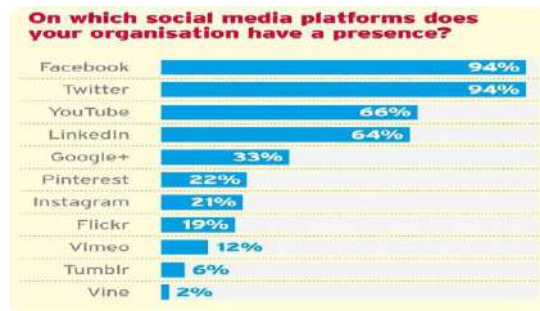
أصبح النشطاء الجمعيون على دراية بأهمية دور فيسبوك في خلق روابط وعلاقات جديدة بين الأشخاص والجمعيات أيضا وتشكل ما يسمى الرأس المال الاجتماعي الافتراضي، تحولت فيها البعد إلى علاقات فعلية قوية على أرض الواقع وفي العالم الافتراضي، ناهيك عن كسب أعضاء جدد يملكون من حب العمل الخيري و التطوعي الكثير، ويستطيعون تقديم الإضافة المطلوبة للمجتمع، الذي هو في أمس الحاجة لمثل هؤلاء الشباب المتحمسين والغيورين على مجتمعهم وعلى وطنهم.

فمن خلال تقديم برامج الجمعيات وأنشطتها على الفاييسبوك بكل تفاصيلها يستطيع المتتبع أن يكون فكرة عن الجمعيات التي تشتغل بصدق، وبين أخرى تصطاد في المياه العكرة وتشوش على العمل الجمعي بكل وقاحة.

هذه الوقاحة أفرزت انعدام الثقة بين الناس والجمعيات، فيصبح التعميم سيد الموقف، فتظهر الصورة أكثر ضبابية عند البعض، وتحديا للبعض الآخر ومحاولة البحث والتقصي حول مصداقية تلك الجمعية أو العكس. (شقو، 2018، ص: 11)

<https://www.hespress.com/opinions/401779.html>

شكل (09) يوضح نسب تواجد المنظمات في مواقع التواصل الاجتماعي



"ومن مظهرات الهوية الرقمية للجمعيات في المجتمع الشبكي" يبدو أن مظهرات الهوية الرقمية للجمعيات الخيرية في الفضاء الافتراضي تعد انعكاسا مباشرا للتمائلات جزء بسيط من الذات الفاعلة في الواقع، سواء من حيث طبيعة قيمها أو تصوراتها التي تؤسس وجودها الاجتماعي والرقمي على حد سواء، بحكم أن جزء مهما من تماثلاتها في المجتمع الشبكي قد تكون مزيفة في الفضاء الافتراضي محاولة التخلص من القيود ولكن معظم الجمعيات الخيرية تحاول أن تكون صادقة في نوع نشاطها تسعى الجمعيات عرض مضامين تتماشى مع نشاطها وتبحث لها عن وجود في الواقع ولهذا قد تبرز ممارستها المقنعة أو المزيفة في الفضاء الافتراضي ومحاولاتها التخلص من القيود الاجتماعية في الواقع الفعلي وتشكيل الرأس المال الاجتماعي الافتراضي الذي تشكل من المجتمعات الافتراضية التي هي نتيجة فجوة التي أحدثتها انكماش المجتمعات المحلية الطبيعية وجها لوجه مع ضرورة الأخذ بعين الاعتبار اختلاف تلك التماثلات والدلالات باختلاف مواصفات الفئات الاجتماعية وطبيعة المجموعات الافتراضية التي تشترك فيها والغايات التي تسعى إليها وعليه فإن ممارسات عرض الذات في الفضاء الافتراضي يمثل رهانا اجتماعيا حقيقيا بالنسبة إلى المستخدمين من حيث درجة تمثلهم للقيم الاجتماعية وكيفية تفاعلهم معها وكيفية تقبل الآخرين لهم.

غالبا ما تمثل الجمعيات الافتراضية الرقمية بما ترغب أن تتمثل به أي تتظاهر بالأشياء التي تحبها في التعريف بنفسها ونشاطها والأفكار والمشاريع وغير ذلك وليس شرطا أن تكون كما هو في الواقع الأمر ولكن هذا لا ينفي أن الكثير من الجمعيات تحاول أن تكون صادقة في كل ذلك، ولكن الأمر المشترك في معظم الممثلين افتراضيا (الجمعيات) هو تمثلهم بما يريدون من الآخرين أن يروههم. (رحومة، 2008، ص: 66، 67)

في دراسة اجتماعية معاصرة أنجزتها الباحثة الفرنسية فاني جورج حول الموضوع لبحث خصائص الهوية الافتراضية في ضوء الشبكات الاجتماعية جاء عنوانها أسس عرض الهوية الافتراضية على شبكات التواصل الاجتماعي (فايسبوك، وماي سبايس) توصلت نتائج الدراسة إلى نتيجة هي أن عملية عرض الذات ليست إلا جزءا من الهوية الرقمية التي تعرض في المجتمع الافتراضي حيث تنسج هذه الأخيرة من خلال عملية الجمع بين مجموع الرموز التي اكتسبها الفاعل ومجموع الرموز التي يتوفر منها الجهاز والتي تكون انعكاسا مباشرا للمؤثرات الثقافية التي هي عرضة لها ويتجلى ذلك من خلال استخدام مجموع عناصر الرمزية القابلة للملاحظة على الشاشة والحاملة معاني معينة سواء كانت كلمات أو صورا أو مقاطع فيديو ذات أبعاد دلالية تساهم في التعبير عنها حيث تنقسم الهوية الافتراضية إلى ثلاث عناصر رمزية تعكس مظهراتها في المجتمع الشبكي تبرز ملامحها والتغيرات الحاصلة لها هي:

الفصل السادس مواقع التواصل الاجتماعي و إعادة إنتاج الفعل التطوعي (الجمعي)

الهوية التصريحية: تبرز من خلال المعلومات التي يجري إدخالها من قبل صاحب الحساب مثل الاسم الجمعية، البريد الإلكتروني المخصص لها في العالم السيبري، نوع نشاطها، شعار الجمعية.... الخ .

الهوية النشطة: تبرز من خلال التقارير الدورية للصفحة عن نشاطات المستخدم مثلا أصبحنا صديقين، انضمام إلى مجموعة جديدة، صور لأنشطتها، تغيير في صورة غلاف الصفحة.

الهوية المحسوبة: تبرز من خلال متغيرات عديدة التعرض على الصفحة، توضح عدد الأصدقاء عدد المجموعات تواريخ المهمة حيث تسمح هذه الأبعاد الثلاثة بالتحليل الكمي لتغيرات ملامح الهوية وسياق توجهاتها في الفضاء الرقمي. (مركز دراسات الوحدة العربية، 2020، ص: 2)

في الواقع استخدام الجمعيات الخيرية لمواقع التواصل الاجتماعي يساعد في إدراك تظاهرات الهوية الرقمية للجمعية في المجتمع الشبكي لتفسر لنا الكثير بل تمكننا في تحديد طبيعة التأثيرات التي تكون الذات الفاعلة والتي هي ضمن الفضاء الافتراضي المفتوح على مختلف الثقافات العالمية الذي يتيح لها إمكانية التواصل الرقمي والتبادل المعلومات الذي يتخذ في العادة شكل رموز الكلمات التي لها ارتباط بالعمل الإنساني التطوعي الخيري، بعرض مختلف الأنشطة التي تقوم بها الجمعيات إما ملفات، الفيديوهات أو صوتيات.. الخ التي بالإمكان رصدها إحصائياً عبر ما توفره مواقع التواصل الاجتماعي من معطيات معينة وتالياً من الضروري دراسة الهويات النمطية المتداولة في الفضاء الافتراضي، وبخاصة ذات التأثير الواسع، هذا من حيث تركيبها والمؤثرات الثقافية التي هي عرضة لها لفهم مجراها وإدراك حقيقة قوة الحضور الأخر في تظاهر الذات فسياق التداول الافتراضي يجعل أطراف التواصل محل عملية تنشئة إلكترونية مستمرة بحكم أنها تتفاعل وتتواصل في فضاء ثقافي مفتوح يتجاوز الطابع المؤسساتي التقليدي الواضح الحدود والمعالم عليه تؤكد الدراسة أن الهوية النشطة هي العنصر الأساسي في تركيب الهوية الافتراضية باعتبارها تفترض من المستخدم تغذية بنية هويته الرقمية من خلال حضوره الافتراضي عبر تحديث ودوره على الصفحة ومشاركته في المجموعات الافتراضية التي ينتسب إليها وتالياً فاستعراض الذات وإبراز دورها الفوري يعني استمرارية حضورها الافتراضي وهو مطلب مركزي في المجتمع الشبكي.

وبالتالي يمكن أن نستنتج أن استعراض الهوية الرقمية يتأثر بعدة عوامل:

➤ درجة اندماج المستخدم (الجمعية الخيرية) في المجموعة الافتراضية ذات الاهتمام المشترك والمشاركة فيها.

- وتيرة استخدام صفحة الجمعية ومعدل التردد اليومي عليها، على اعتبار أنه كلما زاد حضور المستخدم زادت حاجته إلى عرض الذات، وتبادل المعلومات مع الأفراد والمجموعات ذات اهتمام مشترك.
- ارتباط الهوية الافتراضية للجمعية المتداولة على المجتمع الشبكي بهويته الحقيقية في الواقع.
- طبيعة استجابة مع صفحة الجمعية سواء كفاعل أو متفاعل أو منفعل أو مجرد ناقل للمعلومة أو مترقب لها ذلك أن طبيعة تفاعله في المجموعات الافتراضية. (كلثوم، 2020، ص: 3)

المبحث الرابع: مواقع التواصل الاجتماعي وإعادة إنتاج الفعل التطوعي للجمعيات

نعيش اليوم عصر جديد تتحكم فيه منظومة اتصال جديدة أفرزتها وسائل الإعلام الجديد New Media فهذه الأخيرة وكما أشارت "ليا ليفرو" لا ترتبط بعدة تقنية معلوماتية فحسب وإنما بسياقات اجتماعية وتعتبر الجمعيات الخيرية من بين المؤسسات التي كان للإعلام الجديد تأثير عليها فسعت إلى أن تتأقلم مع هذا الحدث العلمي وتعيد إنتاج ثقة جديدة بعد مرحلة الأزمة التي مرت بها الجمعيات في الجزائر واتهامها بعدم الاستقلالية والتبعية وأنها تطبق أجندات السياسيين وهنا ظهرت أزمة الثقة بين الدولة والشعب، مما جعل مثل هاته المؤسسات تلجأ لوسائل التواصل الاجتماعي حتى تحسن صورة النمطية داخل المجتمع الجزائري وتحقق اعتراف الفرد والمجتمع بها .

مشروع الاعتراف جاء به إكسيل هونيث القائم على براديجم الاعتراف نتيجة يهدف إلى تأسيس نظرية معيارية للمجتمع بغرض إعادة تحين وتحديد النظرية النقدية الأولى، على هذا الأساس قام في كتابه "الصراع من أجل الاعتراف" بإعادة بناء التجربة الاجتماعية انطلاقاً من أشكال الاعتراف التداولي التي يعتبرها هونيث مؤسسة للهوية حتى تحقق الذات ووجودها داخل النسيج العلاقات الاجتماعية والإنسانية وهو بذلك يتفق في ما يتعلق بضرورة الانتقال من فكرة "Jurgen Habermas" مع يورغن هابرماس وبالعلاقات الاجتماعية والمؤسسات الذات إلى الذوات الحديثة وبمختلف مظاهرها كالعامل والتفاعل والتنشئة الاجتماعية ودور الثقافة.

إن عدم القدرة على إدراك التجارب الاجتماعية والأخلاقية المرتبطة بأشكال الظلم والاحتقار وعدم الاعتراف التي قد يتعرض لها الأفراد والجماعات أي المؤسسات الخيرية لذلك حاول هونيث إعادة إدماج بنوي لأشكال الصراعات الاجتماعية وأنماط التجارب الأخلاقية المعاشة ضمن نموذج معياري للاعتراف المتبادل الذي استلهمه هونيث من فلسفة هيغل وعمقه.

يري هونيث أن الاعتراف المتبادل الكفيل بوضع حد للصراعات الاجتماعية القائمة على السيطرة والهيمنة والظلم الاجتماعي ومن ثمة يستطيع الأفراد تحقيق دوائهم وهويتهم ضمن علاقات ذاتية مرهون بتحقيق ثلاث نماذج معيارية متميزة للاعتراف.

❖ **الحب:** يعرفه هونيث بأنه مجموعة العلاقات الأولية الايروسية والأسرية بالإضافة إلى علاقات الصداقة الموجودة بين الناس وعلى هذا الأساس يمكننا أن نعتبر الحب والثقة بأهداف ومبادئ الجمعية وبين أعضاء الجمعية فيما بينهم ومنخرطين فيها هذا نموذج خاص من اعتراف المصغر يكون على مستوى البنية المصغرة أي الجمعية، ومن أجل تسهيل عملياتهم أعطتهم تدريبا وتكويننا خاصا في مجال الإنساني وحتى التقني و " أعادت فيه إنتاج رأس مال بشري مثقف " يعرف ويجيد التحكم في الوسائط التكنولوجية، ومعتزف به من قبل الجمعية، هذا الرأس المال البشري المثقف قدم مجهودات إنسانية للمجتمع المحلي سهلت على المنطقة وهونت عليها أتعابها فحدث "اعتراف المجتمع" يمثل هذه المؤسسات وانعكس هذا الاعتراف على المستوى الأكبر وخير دليل هونشر جريدة الشروق 2020/08/30 مقالا حول ما قاله رئيس الجمهورية بتكليف الجمعيات الخيرية ومؤسسات المجتمع المدني بمحاربة الجريمة التي تفشت في المجتمع الجزائري(عبد الرزاق، 2020، ص: 01) وهذا ناتج عن حب المجتمع بمؤسساته الحكومية ما تقوم به الجمعيات الخيرية في المجتمع والثقة بها وبدورها في المجتمع (إعادة إنتاج ثقة).

❖ **الحق:** حسب هونيث هو الاعتراف المتبادل بين الذات، وهذا على المستوى القانوني "فالإعتراف القانوني" هو الذي يضمن حرية الأفراد واستقلالهم الذاتي ولهذا فهو يميلنا إلى الحقوق الفردية وهذا الاعتراف القانوني هو اعتراف الدولة بإعادة إنتاج قوانين تسهل عمل هذه المؤسسات وأصبحت ظاهرة صحية في المجتمع والشيء الذي عززها هو ترؤسها من قبل إدارات في الدولة ومتخصصين ومحترفين في العمل الخيري الإنساني مثل جمعيات تدافع عن حقوق الحيوان، وجمعيات خيرية تساعد المرأة المعنفة وتقدم لها مساعدات مجانية... الخ ولقد خصصت الدولة في الدستور الجديد مكانة وصيغة جديدة للجمعيات الخيرية ومؤسسات المجتمع المدني مثل ما فعل وزير الشباب والرياضة، وحتى المحكمة الدولية الدائمة للتحكيم تشارك بتعديل قانوني على لسان الدكتور بشير سعيد رئيس المحكمة الدولية الدائمة للتحكيم بتونس يربط منظمات المجتمع المدني وكيفية الحفاظ عليها من خلال المحاكم الدولية (سعد، 2020، ص: 04) وهذا من أعظم منجزات الأمم المتحدة بتطوير مجموعة من القوانين والاتفاقيات والمعاهدات. (إعادة إنتاج قوانين)

❖ **التضامن:** هو الشكل الثالث للاعتراف يسمح للجمعيات تحقيق ذواتهم من خلال علاقات الاعتراف المتبادلة بينهم غير أن التضامن قد أصبح في المجتمعات الحديثة على وجود علاقات التقدير المتماثل بين الذات التي حققت استقلالها ذاتيا مثل مشروع شارك الذي قدمته جمعية سيدرا يضم أنشط الجمعيات الشبانية النشطة عبر مواقع التواصل الاجتماعي غير أنه من الملاحظ أن شعور المرء بتقدير يتوقف على الآخرين أو تقدير الغير، وعندما يحصل على هذا التقدير يستطيع تحسين صورته إلى ذاته بصورة إيجابية، التضامن هو اعتراف المجتمع الواقعي المجتمع المدني (دبوسي، 2018، ص 04) بأهمية الجمعيات الخيرية مثل الشبكة السويدية العراقية التي شاركت في المؤتمر الأول للعمل التطوعي الرقمي في السعودية من خلال البروفيسور سمير الجبوري الذي يجسد التضامن بين مجتمعين مختلفين العراق والسويد (جبوري، 2020، ص: 04) ولكن صاحب هذا الاعتراف بعض الشوائب هو اقتصار العمل الخيري على بعض الجمعيات و على بعض الأعمال الخيرية تقديم الأكل والملبس لبعض الفقراء والمساكين وفي أيام الكوارث والأزمات، وتواجدها كان مقتصرًا على بعض الأماكن والمدن الكبرى فقط، وحتى العمل التطوعي كان مقتصرًا بأكثر لفئة كبار السن أكثر منه للشباب، وبالتالي مجالها كان محدودًا لا يصل إلى كل الناس فقط لسكان المنطقة وهنا تم إعادة إنتاج رأس مال بشري شبابي يهتم بالعمل التطوعي وغرس روح ثقافية جديدة، ولكن بعد قرار رئيس الجمهورية تكليف السيد نزيه بالرمضان بالحركة الجمعوية والجالية الوطنية في الخارج بتفعيل دور المجتمع المدني لتأسيس لديمقراطية تشاركية وهذا من خلال لقاء جمعه بممثلي الحركة الجمعوية للعديد من الولايات تجسدي التضامن بين الدولة والجمعيات من خلال التشاركية وقال نزيه العمل يكون بنكران الذات واحترام ونقل جميع انشغالات المواطن وإبصارها للمؤسسات الدولة وقال برمضان أدوار مؤسسات المجتمع المدني خلال السنوات السابقة لم تجسد ولم ترسم ميدانيا لغياب آليات التشاركية التضامنية عكس المرحلة الحالية التي شهدت حسبه تقديم تسهيلات لإنشاء الجمعيات وكذا تنظيم لقاءات تشاورية مع فاعلي الحركة الجمعوية عبر ربوع الوطن.

(بن مهدي، 2020 ، ص : 02)

❖ **الوجود الافتراضي للجمعيات هو الذي زاد في دعم الاعتراف بالجمعيات الخيرية زاد من تكوين الرأس المال الاجتماعي الافتراضي ودعم التضامن الافتراضي.**

❖ **التضامن الافتراضي:** غزت الثورة التكنولوجية المجتمع الجزائري وخلقت نوع من الانبهار والإعجاب بما تقدمه من تسهيلات في الحصول على المعلومة هذا الحب والإعجاب وصل إلى درجة الهوس والإدمان نتجت عنه ظواهر اجتماعية إيجابية وسلبية في نفس الوقت مما اضطر الدولة أن تضع وزارات متخصصة في تكنولوجيات الاتصال تراقب وتضبط التدفق المعلومات الهائل وتقننه وخاصة عبر وسائل التواصل الاجتماعي فظهرت فكرة التضامن الافتراضي بسبب بروز مجتمع جديد هو مجتمع افتراضي يتخطى الحدود الجغرافية وأصبحت المعلومة هي الصورة وحتى يكون هناك تضامن غير محدد زمنيا وجغرافيا كان هناك التضامن الافتراضي وهذا ما قام به وزير الشباب والرياضة بالإعلان عن صياغة مخطط الوطني للشباب بالمشاركة مع الشباب والحركة الجمعوية الشبابية ويشكل هذا اللقاء محطة من محطات المقاربة التشاركية التي تبناها المخطط الوطني للشباب والتي تشمل إلى جانب تسيير دور الشباب بالمشاركة مع الجمعيات الشبابية فكان التضامن الرقمي الافتراضي بإنشاء المنتدى الرقمي للشباب الجزائري والمركز الوطني لتنمية الشباب وهذا بمناسبة اليوم العالمي للشباب يوم 12 أوت 2020 والتي ترمي إلى جعل الشباب والجمعيات الشبابية الشريك الفعلي في السياسات العمومية لهم وقد تجسد التفاعل الافتراضي في مشروع شارك الذي يضم ويعترف بأكثر من 70 جمعية شبابية شاركت وانضمت إلى هذا البرنامج افتراضيا على غرار جمعية الشباب المثقف وجمعية سيدرة، وجمعية إنصاف.

❖ هذا التضامن الافتراضي كان نتيجة "الوجود الافتراضي" للجمعيات و الذي قدمته مواقع التواصل الاجتماعي لمثل هذه المؤسسات كونت "رأس مال اجتماعي افتراضي" و حصرت الفعل التطوعي وأعدت إنتاجه في ثلاث أبعاد متنوعة ومختلفة هي البعد الجغرافي، البعد الزمني، البعد الميداني ولكنها متداخلة ومتراطة ومتكاملة، بما تضمنه من معطيات ومؤشرات فعلية ورمزية، تبرز عوامة "العمل التطوعي بفعل افتراضي رقمي" وتؤكد تواصل وتجدد الفعل التطوعي بنسق تصاعدي وهو ما يعمله الفعل التطوعي العربي ما بعد الثورات العربية على توظيفه عبر مواقع التواصل الاجتماعي الالكترونية خاصة بهدف الانتقال بالافتراضي من "تكنولوجيا السلطة" إلى "سلطة التكنولوجيا" المنتجة للقوة والنفوذ والسلطة والديمقراطية التشاركية البديلة بيد القوة المدنية، وبهدف "إعادة توزيع علاقات القوة" بين المجتمع والدولة وبين الفرد والدولة والمؤسسات والجمعيات والقوى المدنية والجماعات الافتراضية، وتحويل الناس العاديين إلى مصادر فاعلة ومؤثرة في إنتاج الحقيقة والانتقال من "العمل التطوعي العمودي ذي

الاتجاه الواحد" إلى "العمل التطوعي الأفقي المفتوح للجميع" ضمن هذا التطور التكنولوجي أصبح الفعل التطوعي شاملا واجتماعيا غيرت هذه التحولات التكنولوجية العالم الخيري التطوعي تغيرا جذريا وخاصة للجمعيات الخيرية تفوقت فيه القوى الأفقية والشاملة اجتماعيا على القوى العمودية والحصرية والفردية.

(فيليب واخرون، 2017، ص: 25)

صارت الجمعيات الخيرية وأنشطتها وحتى المنخرطين فيها أكثر قوة من أي وقت مضى، فهي الآن أعلى صوتا وأكثر صراحة ولا تخاف مؤسسات الدولة من مشاركتها على غرار ما قام به وزير الشباب والرياضة يوم الثلاثاء 2021 سيد علي خالدي على إطلاق مشروع محاربة العنف ونشر خطاب الكراهية في مواقع التواصل الاجتماعي وقد جمعت الشراكة بين الوزارة المعنية وجمعية سيدرة وحتى منظمة يونيسكو لدور الشباب مع الجمعيات الشبابية هذا المشروع يؤسس لمرحلة جديدة من المشاركة بين وزارة الشباب والرياضة والحركة الجمعوية كواحدة من أهم مخرجات ومحاور المخطط الوطني للشباب 2020-2024 تشمل هذه العملية المرحلة الأولى قبل تعميمها إسناد تسيير 25 دار شباب إلى الجمعيات الشباب من مختلف الولايات تم اختيارها على أساس دعوة للمشاريع أطلقتها وزارة الشباب والرياضة خلال شهري أكتوبر ونوفمبر 2020 عرفت مشاركة 622 جمعية محلية وطنية وتوجت بتمويل 92 مشروع شبابي في دور الشباب الهدف المتوخى من هذا المشروع هو إصلاح وعصرنة دور الشباب لتصبح عن حق فضاءات للمواطنة والتنمية قدرات وتحرير المواهب والطاقات الشبابية في كل المجالات من جهة وترفيه الحركة الجمعوية بمنحها فضاءات للنشاطات الجمعوية والشبابية من جهة أخرى. (صفحة وزير الشباب والرياضة على الفيسبوك)

❖ إن العامل الأول المحدد للفعل التطوعي هو البعد الجغرافي، إذ إن ما يميز التطورات التي نعيشها اليوم، هو عولمة الميدان التطوعي أو عولمة الفعل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها مليارات البشر آنيا وآليا وبالتالي هنا تم "إعادة إنتاج مجال جغرافي افتراضي" لنشاط الجمعيات يقضي على الحيز الجغرافي الفيزيقي المحدود الذي تنشط فيه الجمعية ليصبح نشاطها معروفا عبر كامل تراب الوطن.

❖ أما العامل الثاني المحدد للفعل التطوعي هو البعد الزمني ويتمثل هذا البعد الزمني أساسا في تطور التعامل مع الأحداث ونشاط الجمعيات بصفة حينية لحظية مباشرة مما يزيد النشاط التطوعي تعقيدا ويجعل مواقع التواصل الاجتماعي فضاء عاما سهل النفاذ أمام الفرد الافتراضي لتمير ما شاء من المعلومات والصور والإشاعات "المعلومة

هي المصورة" مثل ندوات التي قدمت في المجال العمل التطوعي مع جائحة كورونا أصبحت تقدم بواسطة تطبيق زوم مباشرة والمشاركة من جميع أقطار الوطن وحتى العالم مباشرة.

❖ إن التحولات الهامة في توظيف الرقمي لفائدة المجال التطوعي الإنساني تجعلنا نتحدث عن بروز صنف جديد في التفاعل التطوعي يمكن تسميته مثلاً "فعل تطوعي إلكتروني" والقائم بالفعل التطوعي "مناضل الإنساني الإلكتروني" ويتحرك هذا المناضل الجديد ضمن فضاء تطوعي مستجد تحكمه تكنولوجيات المعلومات والاتصال إعادة إنتاج شكل جديد للجمعيات الخيرية "ونقلها من شكلها التقليدي إلى "شكلها الإلكتروني السيبري" فأصبح للجمعية إميل خاص بما قد فتحت به صفحاتها على الفيسبوك وشعار الجمعية وعدد المشاركين في الصفحة فكل جمعية تختلف عن الأخرى من خلال متابعيها والمعجبين وهنا "ظهرت الهوية الافتراضية للجمعيات الخيرية" تتميز بما عن باقي الجمعيات الأخرى من خلال عدد متابعيها وبريدها الخاص أصبحت الجمعيات الخيرية بفعلها التطوعي التجاري هذا النسق "تكنولوجيا المعلومات" فبرزت على الساحة "جمعيات خيرية افتراضية" جديدة وأعمال تطوعية جماعية حتى فردية تمتلك القدرة على القيام بالفعل التطوعي وتحريك الجموع البشرية وتكوين "رأس مال اجتماعي افتراضي" هذا المصطلح الجديد الذي تم إعادة إنتاجه مع هذا التطور التكنولوجي .

❖ لقد نقلت مواقع التواصل وتحديد شبكة الفيسبوك العمل التطوعي في الجزائر من المحلية إلى العالمية وهذا ما قامت به جمعية الشباب المثقف أثناء الحراك الشعبي بتعاون مع بعض الجمعيات بإعداد أكبر مائدة إفطار كبيرة للشباب المشارك في الحراك وكانت قناة الجزيرة السباقة في تغطية مثلها مثل جمعية سيدرا وبالتالي تم "نقل الفعل التطوعي من المحلي إلى العالمي" وإعطائه نوعاً من "الانتشار والشمولية"، لقد لعبت الجمعيات الخيرية واقعيًا وعبر مواقع التواصل الاجتماعي دور المنسق والمنظم أيام ازدياد جائحة كورونا من خلال تقديم مساعدات والدعم النفسي للأطباء والمرضى "إعادة إنتاج مراكز قوة جديدة" تتجاوز قوة السلطة الحاكمة ليس من حيث انتقال القوة فقط بل من حيث انتشارها أيضا مثل حملت جمع مكثفات الأكسجين من قبل الجالية الجزائرية في المهجر.

❖ أنتجت ثورة المعلومات ومواقع التواصل الاجتماعي مجالات واسعة لنشاط العمل الجمعي الخيري مثل "التسويق الاجتماعي الإلكتروني" لأنشطة الجمعيات الخيرية.

❖ إن العامل الثالث المحدد للفعل التطوعي هو البعد الميداني يزيد هذا البعد من تشعب الواقع الجديد ويتمثل فيما يعيشه الفضاء السمعي البصري من انفتاح على المستوى الدولي بعد أن تعددت الأطراف المتداخلة فيه ووجدت

الجمعيات في مواقع التواصل الاجتماعي ميدانا خصبا للتطور في المجال الخيري والإنساني من خلال الاطلاع على جميع التجارب الإنسانية بلا حدود جغرافية، أفرز هذا الواقع التطوعي الرقمي الجديد "منافسة إلكترونية" بين الجمعيات المختلفة حيث أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي ساحة للمنافسة بأحسن المشاريع ويكون مصير كل جمعية إما الشهرة والسمعة الجيدة أو العكس صحيح مثل "مشروع شارك" الذي أطلقتها جمعية سيدرا بتعاون مع بعض الجمعيات من أجل التواصل وتبادل الخبرات مع بعضها البعض وحتى مع المجتمع المدني ومؤسساته من خلال التعريف بأهم أنشطتها ومجالات تخصصها وهذا ما يسمى بالتفاعل "والتعارف الافتراضي" على العكس ما كانت عليه الجمعيات يكون مجال التعرف عليها محصورا في مكان نشاطها هذا البعد الميداني الذي قدمته مواقع التواصل الاجتماعي للجمعيات "أعدت إنتاج ثقة بين الأفراد والجمعيات وبين الجمعيات ومؤسسات الدولة" وهذا ما قام به وزير الشباب والرياضة كمؤسسة من مؤسسات الدولة بالإعلان عن صياغة المخطط الوطني للشباب بالمشاركة مع الشباب والحركة الجمعوية الشبابية ويشكل هذا اللقاء محطة من محطات المقاربة التشاركية التي تبناها المخطط الوطني للشباب والتي تشمل إلى جانب تسيير دور الشباب بالمشاركة مع الجمعيات الشبابية فكان التضامن الرقمي الافتراضي بإنشاء المنتدى الرقمي للشباب الجزائري والمركز الوطني لتنمية الشباب وهذا بمناسبة اليوم العالمي للشباب يوم 12 أوت 2020 والتي ترمي إلى جعل الشباب والجمعيات الشبابية الشريك الفعلي في السياسات العمومية لهم وقد تجسد التفاعل الافتراضي في مشروع شارك الذي يضم ويعترف بأكثر من 70 جمعية شبابية شاركت وانضمت إلى هذا البرنامج افتراضيا على غرار جمعية الشباب المثقف وجمعية سيدرة، وإعادة إنتاج الثقة لم يقتصر على المؤسسات بل تغلغل حتى للأسرة الجزائرية وأصبحت المرأة عنصر مهم في العمل الخيري ومشاركتها في أغلب الأعمال التطوعية ونشر صورها عبر صفحات الفايسبوك وهذا بقبول أسرتها ومجتمعها وهذا نتيجة "إعادة إنتاج الرأس المال المعرفي" للمجتمع الجزائري .

❖ قامت مجموعة من الجمعيات الخيرية بالانخراط في مشروع شارك على منصة التواصل الاجتماعي من أجل التواصل مع بعضها البعض وحتى المجتمع المدني والحكومة من خلال التعريف بأهم أنشطتها ومجالات تخصصها وهذا ما يسمى "بالتفاعل والتعارف الافتراضي" على العكس ما كانت عليه الجمعيات تعرف فقط في مكان نشاطها ومن خلال هذا التعريف الافتراضي دخلت الجمعيات الخيرية المنخرطة في مشروع شارك بالتعامل مع وزارة الشباب والرياضة في منتدى الشباب الافتراضي.

❖ تحولت الانترنت إذن إلى عنصر مجدد للفعل التطوعي، وعامل حسم في المجال الإنساني لمن يحسن استخدامه وتوظيفه بشكل دقيق ذكي ولمن يتقن تحديد زمن وطريقة تقديم المعلومة المصورة لنشاط الجمعية، أبرزت الانترنت عاملا الكترونيا جديدا هي "الحملات التطوعية الالكترونية الافتراضية" ويتم بطابعه التكنولوجي الحركي التفاعلي، يتم من خلاله عرض برنامج الجمعية اليومي "صفحة الجمعية" على تطبيقات المعلوماتية المبرمجة عبر شبكة الانترنت مثل "الفايسبوك" و "تويتر" وتطبيقات عرض الصور وأنشطة الفيديو على الخط وتمكين الزائر من إقناعه وبالتالي التأثير .

❖ ساعد الفعل التطوعي الرقمي الجمعيات التحرر من الضوابط الثقافية المشددة، وإعادة إنتاج رأس مال ثقافي مقترن بإعادة إنتاج ثقة قوية وتوزيعها بين المجتمع والدولة وبين الفرد والدولة والمؤسسات من خلال السماح بمشاركة المرأة في العمل التطوعي وانخراطها في جمعيات وحتى السماح لها بنشر صورها ضمن نشاط الجمعية، وسمحت المعلومة التي تعرضها الجمعيات على صفحاتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي تحويل الناس العاديين إلى مصادر فاعلة ومؤثرة في إنتاج الحقيقة السياسية والاجتماعية عبر هذه المواقع مثل ما قامت به الدولة الجزائرية بتكليف رؤساء بعض الجمعيات المشاركة في تقديم اقتراحات في المجال الاجتماعي وحتى المشاركة السياسية مثل ما قام به نزيه بن رمضان وبالتالي انتقال من الفعل التطوعي الجمعي العمودي ذي الاتجاه الواحد إلى الفعل التطوعي الجمعي الأفقي القائم على مبدأ التشارك الشبكي.

❖ يبدو أن دور الجمعيات الخيرية في الجزائر لعبت دورا مهما في الحراك الشعبي 2019 ومع جائحة كورونا وكانت منصات التواصل الاجتماعي هي ساحة عرض مجمل أنشطتها وإعادة إنتاج قوة للجمعيات والاعتماد عليها في المجتمع التسويق الاجتماعي.

❖ ظهور المدون الذي يهتم بنشاط كل جمعية وأصبح من الضروري أن يكون لكل جمعية مدون ينشر كل أنشطتها وفي المدة الأخيرة ركزت كل جمعية أن يكون المدون متمكنا من تكنولوجيات الاتصال وهنا تكون المشاركة الافتراضية.

❖ أعاد مواقع التواصل الاجتماعي إنتاج إدارة إلكترونية للجمعيات الخيرية والهدف منها تحسين جودة العمليات الداخلية بالجمعيات الخيرية عن طريق إدارة العمل الخيري والتطوعي وتوفير نظم للمعلومات تساعد في كفاءة التخطيط والتنظيم والرقابة وذلك بأساليب التقليدية والرقمية الالكترونية، وهي تساعد قيادات العمل الخيري والتطوعي لاتخاذ إجراءات معالجة جوانب القصور.

الفصل السادس مواقع التواصل الاجتماعي و إعادة إنتاج الفعل التطوعي (الجمعي)

❖ إعادة إنتاج مجال إلكتروني افتراضي نشط للجمعيات الخيرية يمكن الاستفادة منه في التسويق للعمل الخيري الإلكتروني عن طريق شبكة الانترنت وتقنيات الهاتف المحمول.

❖ أعادت إنتاج مواقع التواصل الاجتماعي استقطابا جديدا يكون إلكترونيا ويكون لجميع الشرائح ومن جميع الأنحاء كل يساهم بما يستطيع ويتم التواصل بين المتطوع والجمعية الإلكترونية.

❖ إعادة تكوين جديد في مجال تكنولوجيا المعلومات إما واقعا أو افتراضيا.

❖ تخصيص لجان مختصة بالنشاط التكنولوجي.

❖ أصبح للجمعيات نظم معلومات يهتم بجمع وتوصيل وتخزين واستعادة وتحليل المعلومات الخاصة بالعمل الخيري التطوعي.

❖ إعادة إنتاج علاقات متشعبة وفرصة لتنمية مستدامة. (كردي، 2011، ص: 02)

❖ ظهر مصطلح جديد وهو الهجمات الخيرية ويكون عن طريق اختراق البيانات

السرية للجمعيات إما من طرف أشخاص أو حتى جمعيات منافسة لمعرفة مصادر تمويلها مثل ما حدث مع منظمة أوكسفام الخيرية الاسترالية أنها تعرضت لاختراق بياناتها بعدما تحصل طرف ثالث ضار على أصول غير مصرح به إلى قاعدة بيانات المؤسسات الخيرية. (سناح، 2021، ص: 02)

❖ ومن الناحية السلبية استخدمت بعض الجمعيات الخيرية مواقع التواصل الاجتماعي لنشر الفكر الإرهابي وتغطيته بأنشطة إنسانية خيرية فأصبحت إحدالوسائل التي تحقق أغراض المتطرفين والإرهابيين وظهور العمل التطوعي الإرهابي وانحرفت عن دورها الإنساني إلى دعم العنف والتطرف واستقطاب الشباب مثل جمعية قطر وهذا ما أشار إليه المركز الدولي لدراسة التطرف أن الدوحة استخدمت منظمة قطر الخيرية لتمويل أكثر من 138 مشروع إرهابي في أوروبا. (سكاي نيوز العربية، 2020، ص: 03)

❖ ترتبط الجمعيات الخيرية مع بعضها البعض ومتتبعيها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسوك) في شبكة أفقية من المجتمعات.

❖ قدمت مواقع التواصل الاجتماعي للجمعيات الخيرية الشفافية لن تتمكن الجمعيات الخيرية من بعد الآن من قطع وعود زائفة لا يمكن التحقق من صحتها أي المعلومة هي الصورة .

❖ إن الاتصال المتناسق والمتكرر لتعزيز هوية الجمعية وتموضعها هو عامل أساسي لنجاح الجمعية، إن الفعل التطوعي التقليدي للجمعية قد لا يكون كافيا بعد اليوم، فوجود التكنولوجيات وتغير الاتجاهات بسرعة بات على الجمعيات الخيرية إن تكون ديناميكية إلى درجة كافية للتصرف بأساليب معينة وفقا لحالات معينة ولكن ما ينبغي أن يظل ثابتا هو شخصية الجمعية الحقيقية إن شخصية الجمعية الحقيقية هي السبب الحقيقي لوجودها وعندما يظل جوهر الجمعية مخلصا لجذورها فإن الصورة الخارجية لها قد تكون مرنة .

❖ يتطور مفهوم التفاعل في العصر الرقمي من الترويج المعياري إلى الترويج الديناميكي مثل مساهمة الأحداث ومشاركة التجارب الأجنبية الأخرى.

❖ كما أن مفهوم الترويج للجمعيات الخيرية أيضا تطور في السنوات الأخيرة، فتقليديا كان الترويج الجمعيات لأنشطتها يكون من جانب واحد حيث يكون النشاط محصورا على نشاط الجمعية أما اليوم فإن انتشار وسائل التواصل الاجتماعي يمكن متصفح من موقع الجمعية من الاستجابة مع نشاط الجمعية كما أنه يتيح لهم التحدث عن طريق رسائل أو نقل مباشر لنشاط الجمعية الإجابات على استمارات وقد تختلف جمعية عن أخرى من خلال متابعتها عبر صفحاتها.

❖ من عمليات خدمة المواطنين إلى الرعاية التشاركية مثل مشروع شارك اشترك الجمعيات مع بعضها البعض خلال هذا التطبيق. (فيليب واخرون، 2017، ص: 62)

❖ استراتيجية العملة الرقمية والتقنية لتبرعات الجمعيات الخيرية اتبعت الدول المتقدمة سياسة العملات الرقمية المشفرة، والسبب هو إعطاء للعمل الجمعي نوعا من الشفافية والثبات، ويسهل على الجمعيات الاستفادة من الدفع بالعملات المشفرة وأدرجت مؤخرا منظمات الأمم المتحدة مثل اليونيسف تكنولوجيا البلوكشين في العديد من عملها وحملات جمع الأموال، وقد تكلم "الكيس ويلسون" صاحب منصة تخصص في مساعدة المؤسسات الخيرية على قبول التبرعات المشفرة "The Giving Block" وصرح أن عام 2020 سيكون حقا نقطة تحول للتبني غير الربحي للعملات المشفرة " وقال ويلسون "إنه في السنوات القليلة الماضية بلغ إجمالي تبرعات الكريبتو مئات الملايين من الدولارات وذلك عندما يكون أداء السوق جيدا تتلقى المؤسسات الخيرية المزيد من تبرعات العملات المشفرة، وأشار ذات المتحدث أنه في عام 2020 وما بعده سترتفع تبرعات الكريبتو لأن أولئك الذين يحملون

العملات المشفرة، بشكل عام من جيل الألفية، وأن المؤسسات الخيرية تريد أن تبدأ في بناء علاقات مدى الحياة مع المتبرعين الأصغر سنا الذين هم في العشرينيات والثلاثينيات من العمر، تنفيذ إحصائيات بوجود 20% من جيل الألفية يمتلكون عملة مشفرة، فهذا مثير حقا لهم لأنهم يكافحون حقا للتواصل مع المتبرعين الشباب وقد صرح "رفاييل مازيت" من شركة "Alice" وهي شركة بلوكشين موجهة نحو التأثير الاجتماعي بأن البلوكشين والعملات

المشفرة لها مستقبل مشرق في القطاع الخيري. (دليمي، 2020، ص: 03، 02)

مع التطور الهائل في التكنولوجيا هناك فرص تقنية يجب أن تستفيد منها الجمعيات الخيرية وهي:

- التطور السريع للتقنيات وسهولة أساليب الاستفادة منها.
- المشاركة مع رواد الأعمال وابتكاراتهم في السوق المحلي والعالمي.
- المبادرات التقنية في الأعمال الخيرية بأساليب جديدة Blockchain/Fintech/AI and others.
- الريادة والإبداع في فرص المشاركة وتطويع في المجال التطوعي والخيري. Distribution/ Innovations.
- بناء المحتوى المحلي والعالمي Big Data المعرفة ومتابعة وخدمة المستفيدين والمتطوعين والداعمين والشركاء.
- ابتكار طرق جديدة لتطوير العمل الخيري.
- استخدام الخدمات والمنتجات الرقمية.
- تشجيع رواد الأعمال والمبشرين المحليين والعالميين للتفكير في المجال الخيري.
- استضافة هاكتوانز للريادة والإبداع والأفكار.
- تطبيق المسابقات التقنية محليا وعالميا للرقى بالعمل التطوعي.
- المشاركة مع الحاضنات والمسرعات المحلية والدولية.
- الاستثمار المباشر والغير المباشر مع المتبرعين والمستثمرين في الأفكار الجديدة.
- حكومة السياسات والاستراتيجيات ومؤشرات الأداء. (العربي، 2020، ص: 11، 10)

هذا الشكل (10) من إعداد الباحث كيف يتشكل رأس مال إجتماعي

يكون استخدام الجمعيات لمواقع نتيجة الاعتراف

الاعتراف يكون في ثلاث نقاط مهمة وهي....

مواقع التواصل الاجتماعي

حب الدولة للدور الذي تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي وثقته بها وحب الجمعيات الخيرية وثقتها بمثل هذه المهام القيمة

الاعتراف القانوني لاستخدام مثل هذه المواقع في العمل الخيري وتخصيص وزارة خاصة بتكنولوجيا المعلومات

تضامن الجمعيات الخيرية فيما بينها ومؤسسات الدولة حول أهمية مواقع التواصل الاجتماعي وتضامن افتراضيا مثل مشروع شارك الرقمي

الحب

الحق

التضامن

الجمعيات الخيرية

الحب وهو العلاقة التي تجمع أعضاء الجمعية فيما بينهم وثقتهم في الرسالة التي يقدمونها في المجتمع وحب المجتمع لدور الجمعيات ينتج عنه

الحق هو الاعتراف القانوني وإعادة إنتاج قوانين تساعد عمل الجمعيات

التضامن كل المجتمع ومؤسسات الدولة مع الجمعيات الخيرية وتضامن الجمعيات فيما بينها

نتيجة هذا الاعتراف بالدور الذي تقوم به الجمعيات الخيرية الذي يكون مبني عن الحب والحق والتضامن من الداخل والخارج النسق وحتى الاعتراف بأهمية إدراج العمل التطوعي في مجال مواقع الاجتماعية نتج عنه

الشكل رقم(11) إعادة إنتاج الفعل التطوعي

إعادة إنتاج الفعل التطوعي للجمعيات

ظهور مجالات جديدة في العمل التطوعي تسويق
الاجتماعي الافتراضي (حملات تطوعية افتراضية)
وانتقال التفاعل الرقمي للتطوع من الترويج المعياري إلى
الديناميكي

إنشاء مواقع للجمعيات الخيرية على مواقع التواصل
الاجتماعي مثل مدونات ومنتديات وظهور ما يسمى
المدون (الهوية الافتراضية)

إعادة إنتاج ثقة بين الجمعيات الخيرية من خلال التشاركية
في بعض المشاريع وكذلك إعادة إنتاج الثقة بين الجمعيات
الخيرية والمجتمع وهذا بقبول دخول المرأة للعمل التطوعي

تحويل منصة الانترنت إلى منصة تشغيل للعمل بدلا من
كونها موقع فقط

إنشاء إدارة إلكترونية للجمعيات الخيرية وهو مجال جديد

أصبح هناك جمهور إلكتروني أو ما يسمى رأس المال
الافتراضي (الهوية العددية)

أصبح هناك نظام معلومات للجمعيات الصورة هي المعلومة

انتقال من العمل التطوعي الأفقي المفتوح ذي اتجاه واحد
إلى العمل التطوعي الأفقي المفتوح للجميع عالمي انتشار

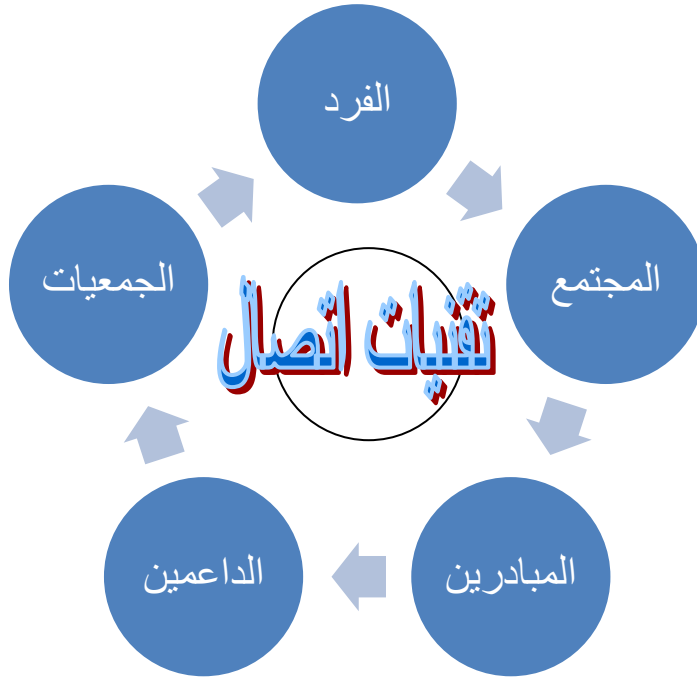
ظهور مصطلحات جديدة في المجال الخيري التطوع الإلكتروني
الهجمات الإلكترونية العملة الإلكترونية أصدقاء التعارف
الإلكتروني الافتراضي

أصبح هناك مجال جغرافي افتراضي

ظهور عملة إلكترونية للجمعيات الخيرية

ظهور الاستقطاب الإلكتروني للشباب

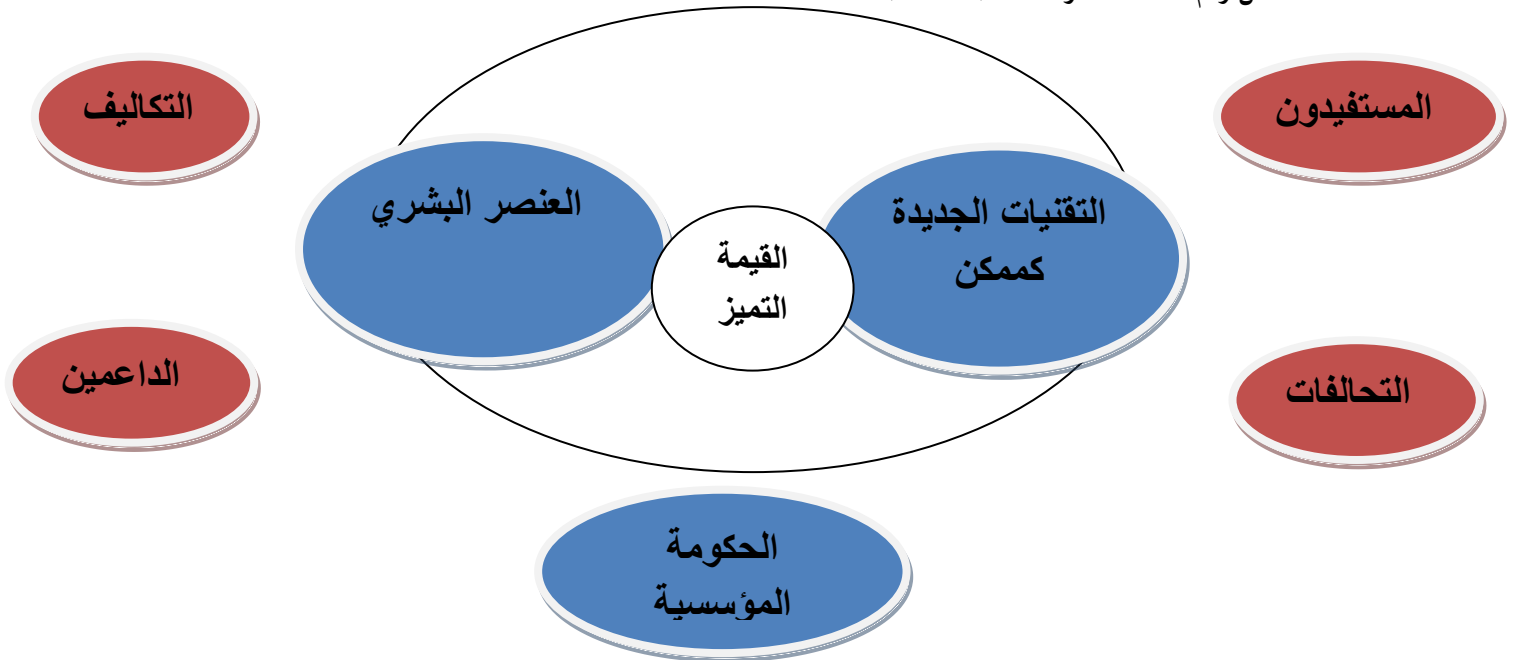
أصبح هناك تواصل إلكتروني البريد الإلكتروني
المحادثات الفورية الهوية الحركية



الشكل رقم: 12 يوضح عناصر تفاعل الجمعية ونشاط الجمعية (عبد الرحمان

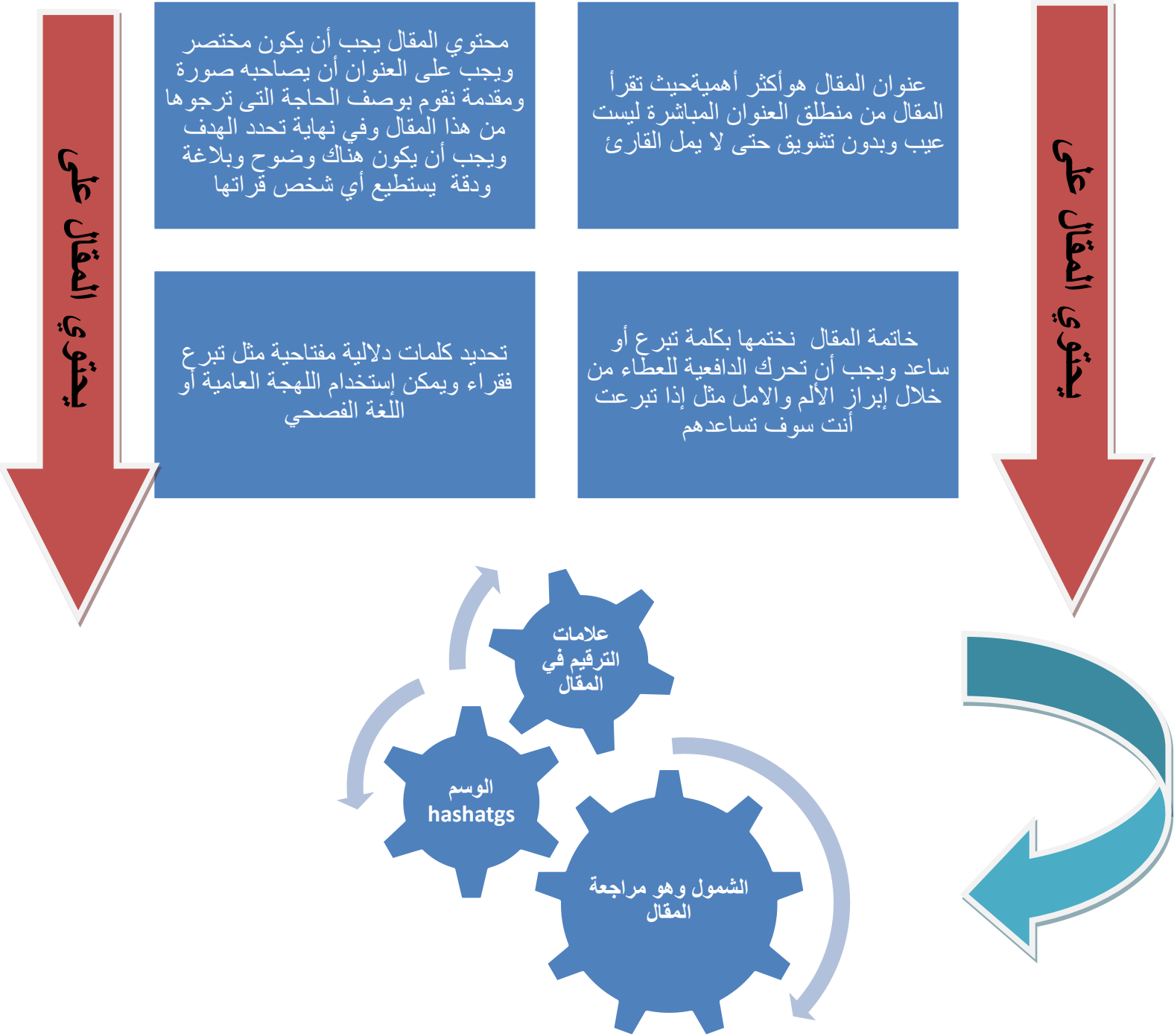
العربي: 12) <https://www.itu.int/en/ITU-D/Regional>

الشكل رقم: 13 العناصر الأساسية للجمعية



(عبد الرحمان العربي ، ص 13)

الشكل (14) معايير SEO التي يكتب بها المحتوى الخيري على الفيسبوك:



(طارق عبد الراشد، 2019 ، ص 01)

مخطط من إعداد الطالب

الخلاصة:

خلاصة الكلام هذا الانتقال التقني للجمعيات الخيرية صاحبه طريق للمعلومة سريع زاد من انتشارها، وانتقل فيه العمل التطوعي إلى الفضاء السيبري وأصبح هناك مجال جديد تنشط فيه الجمعيات الخيرية وأعيدت إنتاجه بطريقة جديدة فأصبح ما يسمى بالعمل التطوعي الرقمي أعطاها هوية افتراضية تميزها عن باقي الجمعيات من خلال اسم وشعار الجمعية والبريد الإلكتروني المخصص لها وعدد المتابعين لها، كل هذا عن طريق الازدواجية بين التقنية والاتصال، يعتمد على الإعلام الشبكي الذي يشجع في توفير جو خصب من التفاعل بين المتعاملين مع شبكة المعلومات خاصة الشباب منهم، وسهل على كل جمعية متابعة أرقامها متابعة فورية مما فرض على كل جمعية تكوين رأس مال بشري وكوادر مؤهلة تستطيع التحكم في هذه الوسائل والاستعانة بخبراء ومختصين لوضع السياسات والتخطيط، هذا الوسط الافتراضي تنوعت فيه الوسائط واختلفت فهناك جمعيات تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي من "فيسبوك" "تويتر" "وانستغرام" حتى توصل رسالتها أو الإذاعة والتلفزيون والفضائيات اليوتيوب وغيرها حتى تكون لها مصداقية بنقل الصوت والصورة وبسرعة هذا الأخير أعاد إنتاج ثقة جديدة بين الجمعيات والمجتمع وتمثلت في قبول المجتمع الجزائري لمشاركة المرأة الجزائرية في العمل التطوعي الجموعي ونشر صورها عبر الشبكات الاجتماعية وبين الجمعيات والدولة وخير دليل على ذلك ما خصصته الدولة من مكانة في الدستور للجمعيات ومؤسسات المجتمع المدني من خلال التشاركية بين مؤسسات الدولة في نقل انشغالات المواطنين، وما قامت به وزارة الشباب والرياضة من خلال اللقاء الافتراضي للوزير مع الجمعيات الخيرية وتكليفها بتسيير المؤسسات الشبابية وهنا أعيد إنتاج مجالات جديدة للجمعيات الخيرية خاصة بعد الحراك الشعبي في 2019 وأزمة جائحة كورونا في 2020.

الجانب التطبيقي

الفصل السابع

الفصل السابع: الإجراءات المنهجية للدراسة

تمهيد

أولاً: مجالات الدراسة

1. المجال المكاني.

2. المجال الزمني.

3. المجال البشري.

ثانياً: منهج الدراسة

ثالثاً: مجتمع الدراسة

رابعاً: عينة الدراسة وخصائصها

خامساً: أداة الدراسة

سادساً: الدراسة الاستطلاعية

سابعاً: دراسة الخصائص السيكومترية لأداة الدراسة

ثامناً: الأساليب الإحصائية

خلاصة

تمهيد:

يعتبر الجانب المنهجي بداية للدخول في الجانب الميداني، عبر الخطوات والإجراءات المنهجية المتبعة في هذه الدراسة، وذلك من خلال تحديد مجالات الدراسة، والمنهج المتبع، وأدوات جمع البيانات وعينة الدراسة وخصائصها، بالإضافة للأساليب المعالجة الإحصائية المعتمدة.

وفي ضوء هذا الفصل تناول الباحث، بداية مجالات الدراسة الثلاثة المتعارف عليها في منهجيات البحث الاجتماعي، وهي المجال المكاني، الزمني والبشري، ثم منهج الدراسة الذي اتبعته وكذلك تحديد الأدوات المستخدمة فيه، ثم عرض عينة الدراسة، وأساليب المعالجة الإحصائية التي استخدمت في عرض وتحليل البيانات الميدانية.

الإجراءات المنهجية:

يقدم لنا الواقع الميداني مجموعة الحقائق التي نكون بصدد البحث عنها في الواقع الاجتماعي، وعليه يرى "إحسان محمد الحسن" : إن البحوث الميدانية والتطبيقية هي البحوث التي تعتمد على دراسة الواقع الاجتماعي والظروف الموضوعية المحيطة به، بدراسة متجردة مشتقة من طبيعة الظروف والملابسات والمشكلات قيد الدراسة والبحث، وغير متأثرة بالأهواء والنزاعات والمواقف...، والاتجاهات الباحث أو العالم الذي ينوي القيام بدراسة أن يراعي كل المراحل العلمية النظامية للدراسة الميدانية. (إحسان ، 1986، ص: 05) وعليه من أجل وضع هذه الدراسة في المسار الصحيح،

أولاً- مجالات الدراسة:

1- المجال المكاني:

بما أن موضوع الدراسة يتمحور حول التعريف بالدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في إعادة إنتاج الفعل التطوعي، وتخصيص إجراء الدراسة في مؤسسة من مؤسسات المجتمع المدني وهي الجمعيات الخيرية النشطة عبر الفايبرسوك في أربع أقاليم مختلفة من قطر الجزائر كمجال للدراسة الميدانية، غرب الجزائر وهران جمعية الشباب المثقف، الوسط جمعية سيدرا جزائر العاصمة، الشرق جمعية إنصاف في (سطيف)، وجمعية التوعية والتكامل (بجاية)، وقد تأثر هذا الاختيار بالعديد من الاعتبارات تتمثل أبرزها في:

- طبيعة نشاط الجمعيات وهو طابع خيري تطوعي.
- انخراط هذه الجمعيات في برنامج شارك على منصات التواصل الاجتماعي الذي أطلقته جمعية سيدرا.
- الدور الذي لعبته هذه الجمعيات في جائحة كورونا الذي حدث في الجزائر وخروج الجمعيات بأنشطة مختلفة.
- جميع أسماء الجمعيات المذكورة في مجال الدراسة هي منخرطة في برامج وطنية ولها تشاركية مع مؤسسات الدولة.

جمعية الشباب المثقف هي المسؤولة على تكوين للجمعيات في منطقة الغرب والملفت للانتباه في هذه الجمعية هو زواج قرابة 30 فتاة منخرطة مع شباب منخرط في الجمعية وتشكيل أسرة وهذا مؤشر على زيادة الثقة بالجمعيات ، كذلك المعدل العمري

للمشاركين في الجمعية أقل من 23 سنة وجمعية، ولديها علاقة جيدة مع الجمعيات الأخرى ولها نشاط مخيم التطوع وهو مشروع وطني يضم جميع المتطوعين والجمعيات الخيرية في الجزائر أما جمعية إنصاف فهي مسؤولة عن تكوين الجمعيات على مستوى شرق الجزائر ولديها شراكة مع منظمة اليونيسيف وتهتم بالتكوينات والتربصات للشباب، وجمعية سيدرا هي المسؤولة على تكوينين في منطقة الوسط وصاحبة مشروع شارك ولديها عدد كبير من المنخرطين، ولديها شراكة مع اليونيسكو واليونيسيف، تقدم مشاريع وصلت للعالمية مثل مشروع الأرض السعيدة التي تقوم به الجمعية وبالتنسيق مع وزارة البيئة والاتصال والطاقة من أجل إطفاء الطاقة لمدة ساعة من أجل التوعية بالحفاظ على البيئة وإرشاد المستهلكين، كما شاركت في إطلاق مشروع بنك إطعام الجزائر الذي حقق 100 ألف قفة وشاركت في ندوات وتربصات خارج الوطن ورئيسها دكتور في التكنولوجيا، أما جمعية التوعية والتنمية والتكامل بجاية فقد اخترتها لثلاثة أسباب وهي: رئيس الجمعية يعيش في فرنسا وهو معاق ويقوم بتسييرها عن بعد، وثانيا هي جمعية تهتم بفئة المعاقين في منطقة القبائل والشباب بصفة عامة، وثالثا هو عدد المنخرطين كبير جدا وخاصة النساء نتيجة طبيعة المجتمع القبائلي الذي يجب العمل الجماعي التوزيعا، كذلك قدمت هذه الجمعية مشروع يشبه التجربة الكندية في التعليم والذي يساعد المعوق على الدراسة عن بعد من خلال الانترنت أما الشكل العام الذي جعلني اختار هذه الجمعيات الأربع هو الدور الهائل الذي لعبته في محاربة جائحة كورونا، والجهود المبذولة من قبلها والتي جعلت منها تختار من قبل وزير الشباب والرياضة لمناقشة قانون القطاع واختيار بعض الشباب منها في المجلس الأعلى للشباب، كما أن رؤسائها شباب وأصحاب شهادات عليا.

● وعليه فقد تم إجراء الدراسة في ولايات مختلفة من الجزائر وهران (غرب الجزائر)، سطيف (شرق الجزائر)،

الجزائر العاصمة (الوسط)، بجاية (القبائل) وكلها منخرطة في برنامج شارك وحتى في المخطط الوطني الذي

وضعه وزير الشباب والرياضة في المجال التشاركي.

وبما أن الدراسة الميدانية تمت بولايات مختلفة فقد تم اختيار الجمعيات الخيرية الواقعة بالمجال المكاني المحدد، فيما يأتي جدول

توضيحي يعرف لنا الجمعيات الخيرية مجتمع الدراسة.

الجدول رقم (03) يوضح الجمعيات الخيرية مجال الدراسة الميدانية:

رمز الجمعية	بطاقة تعريفية عن الجمعية	اسم الجمعية	الرقم
	<p>هي جمعية اجتماعية تم إنشاؤها في عام 2013 من قبل مجموعة من الشباب لتطوير قدرات الشباب ليصبحوا مواطنين إيجابيين في المجتمع من خلال ثقافة العمل التطوعي و أيضا تعزيز روح المواطنة وأهدافها هو تفعيل دور الشباب في مجال التضامن الاجتماعي وحماية الأطفال والنساء ونشر ثقافة الإسعافات الأولية ورعاية الأشخاص بدون مأوى وإنشاء الأندية التعليمية للأطفال المساهمة في إعادة دمج السجناء وحماية البيئة ومساعدة الأشخاص الذين بدون مأوى وهي تغطي الولاية أما مجال نشاطها اجتماعي وثقافي تضامني والفئة المستهدفة الأشخاص ذو إعاقة والشباب والطفولة والنساء المشرف على الاتصال مهدي كلوم هو رئيس الجمعية.</p> <p>البريد الإلكتروني aajioran@gmail.com</p> <p>إنخراط الجمعية في مشروع شارك. قيام الجمعية بمشاريع تشاركية مع مؤسسات الدولة خاصة اثناء جائحة كورونا مع وزارة الصحة و</p>	<p>جمعية الشباب المثقف ولاية وهران</p>	01
		سبب الاختيار	

الشباب والرياضة، كما كان للجمعية دور في تكوين جمعيات في منطقة غرب الجزائري، كما شاركت الجمعية بمشروع المنبر الحر الذي نتجت عنه عريضة للشباب الوهراني أثناء الحراك، كما أن الجمعية فيها رأس مال بشري نسوي بقوة والملفت للانتباه هو زواج أقرب من 30 شاب من الجمعية بفتيات منخرطات في الجمعية وعلاقة الجمعية بمجتمعها الوهراني قوي جدا وأهم نقطة هو الدور الذي لعبته الجمعية أثناء جاحة كورونا من مساعدت العائلات المتضررة من الكوفيد والدور الذي لعبته في استقطاب الشباب إلكترونيا خاصة مع مشروع مخيم التطوع.




جمعية سيدرة هي جمعية شبانية لولاية الجزائر العاصمة وهدفها الرئيسي هو تشجيع المشاركة الفعالة للمواطنين من الشباب والشابات يجعلهم فاعلين في التنمية المستدامة في الجزائر جمعية سيدرة هي منظمة يقودها الشباب وتقوم بتطوير مشاريع لصالح الشباب إنه يعزز قدرات العشرات من الجمعيات على العديد من الموضوعات المتعلقة بإدارة الجمعيات تقنيات الاتصال والمرافعة وغيرها من مجالات التنمية المجتمعية وهي تنشط على

جمعية سيدرة الجزائر

العاصمة

	<p>مستوى الولاية وتختص بالشباب والفئة المستهدفة الشباب.</p> <p>البريد الإلكتروني</p> <p>contact.sharek@sharek-algerie.com</p> <p>هي صاحبت مشروع شارك الرقمي الخاص بالجمعيات، كما هي مسؤولة على تكوين جميع الجمعيات المنخرطة في مشروع شارك، كما أن صاحب الجمعية لديه دكتوراه تخصص في تكنولوجيايات الاتصال وصاحب مشاريع وطنية وعالمية مثل مشروع بنك الطعام الذي كان عبارة عن قفة رمضان واصبح يسمى بنك الطعام ولديه ممولين أساسيين يقدم المساعدة للعديد من الجمعيات عبر كامل تراب الوطني، كما لديه شراكة مع وزارة الشباب والرياضة في التكوين والتأطير ومع منظمة اليونيسكو ورأس مالها البشري كبير وأغلبهم شباب.</p> <p>جمعية إنصاف بولاية سطيف هي جمعية اجتماعية ثقافية تنشط في ولاية سطيف منذ عام 2014 وهدفها تعزيز روح المواطنة الفعالة عند الشباب والأطفال ودعم الشباب وبناء قدراتهم في عدة</p>	<p><u>سبب الاختيار</u></p>	<p>02</p> <p><u>جمعية إنصاف</u></p>
--	---	----------------------------	-------------------------------------

	<p>مجالات وتعزيز والدفاع عن حقوق الطفل ومجال النشاط هو الشباب، بيئة، تربية، تضامنية، ثقافة وتراث، أما الفئة المستهدفة الشباب، الطفولة، النساء من أجل التواصل عادل بورقازن هو متلقى اتصالات.</p> <p>البريد الإلكتروني insafsetif@hotmail.com</p> <p>هي مشاركة في برنامج الرقمي شارك ومسؤولة على تكوين الجمعيات المشاركة في برنامج شارك في منطقة الشرق ولديها شراكة مع وزارة الشباب والرياضة واليونيسف واغلب منخرطين فيها شباب ولديها مشاريع وطنية كما لديها رأس مال بشري معتبر.</p> <p>تأسست جمعية التوعية التكامل والتنمية التابعة لبلدية أفبوجاية في يوليو 2013، وهي جمعية اجتماعية وثقافية، وهي جمعية للشباب تدعو إلى إتباع نهج مختلف إزاء الإعاقة تعزيز حقوق الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة وتعزيز مشاركتهم الاجتماعية لإخراجهم من المساعدة.</p> <p>البريد الإلكتروني Handi-sid@outlook.fr</p>	<p><u>سطيف</u></p> <p><u>سبب الاختيار</u></p> <p><u>جمعية التوعية والتكامل والتنمية</u></p>	<p>03</p>
---	--	---	-----------

	<p>هي مشاركة في برنامج الرقمي شارك ومسؤولة على تكوين الجمعيات المنخرطة في برنامج في منطقة القبائل كما هي مهتمة بفئة المعاقين التي استفادت من برامج تعليمية عبر الانترنت ولديها رأس مال بشري محترم ومن الأسباب الأخرى التي جعلتني أهتم بها هي سفر رئيس الجمعية لفرنسا واعتماده على تسيير الجمعية عن بعد.</p>	<p><u>سبب الاختيار</u></p>	
--	---	----------------------------	--

المصدر: بيانات الجدول مأخوذة من برنامج شارك للجمعيات [/https://sharek-algerie.com](https://sharek-algerie.com)

1. 2-المجال الزمني: أجريت الدراسة خلال الموسم الجامعي 2018 إلى غاية 2021، بدء من 2018-12-24،

حيث قسمت الدراسة إلى قسمين: الجانب النظري، حيث تم الاطلاع على التراث النظري الذي كتب عن موضوع الدراسة المعنون بدور مواقع التواصل الاجتماعي في إعادة إنتاج الفعل التطوعي، والمواضيع المشابهة له، والتي قدمت تصورا عام حول موضوع الدراسة، كما تم زيارة المكتبة والاضطلاع على البحوث العلمية والمشاريع البحثية بالجامعة، ومحاولة أخذ صورة أولية عن الجمعيات الخيرية والعمل التطوعي وكل المعلومات المتعلقة بهذا المجال، والتي تخدم هذه الدراسة، أما فيما يتعلق بالجانب الميداني فتم على مرحلتين:

المرحلة الأولى: لقد تمت الزيارة الاستطلاعية لمقر الجمعيات الأربعة (وهران، بجاية، سطيف، الجزائر عاصمة)، والتي كانت بتاريخ 2019/01/4 للحصول على المعلومات حول مجتمع الدراسة، منها تعداد أعضاء الجمعيات والتي قدمت من طرف إدارة الجمعية، كما تم زيارة موقع الرسمي للجمعية عبر صفحة الفيسبوك المخصص لكل جمعيات لمعرفة ماذا تروج الجمعيات وطريقة الترويج، مما سهل معرفة وضبط مجتمع البحث، كما أجريت بعض المقابلات مع رؤساء الجمعيات، لمحاولة معرفة مساهمة الفيسبوك في إعادة إنتاج الفعل التطوعي وإعادة تشكيل هوية افتراضية عددية ونشطة وتصريحية، وكيف يمكن لمواقع التواصل

الاجتماعي(الفايسبوك) أن تعيد إنتاج ثقة بين الأفراد والجمعيات، وكيف استخدمت الجمعيات الخيرية هذه المواقع في تحفيز الشباب، وماهي المجالات الجديدة التي أعيدت إنتاجها جراء استخدام هذه المواقع.

المرحلة الثانية: مرحلة إنجاز استمارة الاستبيان والتي بدأت بعدما تم تصميم استمارة تحليل مضمون وتحديد فئاتها المختلفة صممت فقرات استمارة الاستبيان ووزعت على بعض أعضاء الجمعيات، وذلك بوضع مجموعة من الفقرات للإجابة عنها، حيث هدفت لمعرفة مدى تناسب فقرات الاستبيان من حيث السهولة والوضوح في الطرح، ومدى تلاؤم هذه الفقرات مع محاور الدراسة، كما عرض الاستبيان على الأستاذ المشرف وبعض المحكمين، وتم تعديله وتغيير بعض الفقرات، وبعدها ضبط بشكله النهائي، ووزع الاستبيان على عينة الدراسة التي تضمنت 443 عضوا من أربع جمعيات المختارة مسحا شاملا.

3-المجال البشري:ويقصد به مجتمع الدراسة أو وحدات العينة التي ستجرى عليها الدراسة، وفي دراستنا هذه يتجسد المجال البشري في بعض الجمعيات الخيرية النشطة عبر مشروع شارك في مناطق مختلفة وهي جمعية الشباب المثقف (وهران)، جمعية سيدرا(جزائر العاصمة)، جمعية إنصاف(سطيف)، جمعية التوعية والتكامل والتعاون(بجاية)، يشير المجال البشري إلى مجموع المنخرطين الدائمين بجمعيات الأربعة، حيث قدر عدد أعضاء جمعية الشباب المثقف بوهران على 186 عضو دائم، وعدد أعضاء جمعية التوعية والتكامل بجاية ب681 عضو، وعدد أعضاء جمعية إنصاف بسطيف فقدر ب 50 عضو دائم، أما أعضاء جمعية سيدرا فقدر بجوالي 1000 عضو دائم.

الجدول رقم (04) يبين تعداد أعضاء المنخرطين في الجمعيات الأربعة:

اسم الجمعية	عدد أعضاء
جمعية الشباب المثقف (وهران)	186
جمعية التوعية والتكامل (بجاية)	681
جمعية إنصاف (سطيف)	50
جمعية سيدرا (جزائر العاصمة)	1000

ثانياً: منهج الدراسة: يعد المنهج بصفة عامة مجموع خطوات منظمة التي يكون من واجب الباحث اتباعها في إطار

الالتزام بتطبيق قواعد معينة تمكنه من الوصول إلى نتيجة المسطرة ويعرفه محمد طلعت بأنه "وسيلة يمكن عن طريقها الوصول إلى

الحقيقة (السيد أحمد، 2002، ص 166)

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية المستندة إلى المنهج المسح باستخدام أسلوب التحليل الكمي ونوعي، والدراسة الوصفية

هي التي تصف واقع المشكلات والظواهر في الدراسات بدون تغيرات ويحدد المعايير التي يجب على الصورة المخرجة وتتم الأبحاث

الوصفية بالظروف والعلاقات القائمة والممارسات الشائعة والمعتقدات ووجهات النظر والاتجاهات والقيم عند الناس.

(البياتي وآخرون، 2015، ص 227)

يري "موريس" إن منهج البحث الميداني طريقة تعالج مواضيع البحث باتباع إجراءات تقمص مطبقة على مجتمع بحث وفي غالب

الأحيان يطبق على مجتمعات الكبيرة. (أنجوس، 2004، ص 106)

تم المنهج المستخدم في هذه الدراسة هو المنهج الوصفي الذي نسعى من خلاله إلى وصف ظاهرة وهو يستخدم في غالب الأحيان

في دراسة الظواهر الآنية التي نعيشها في حياتنا اليومية خاصة على المجموعات الكبيرة من السكان. يسهل لنا هذا المنهج دراسة

طرق العمل والتفكير والإحساس لدي هذه المجموعات. (أنجوس، 2004، ص: 106)

ويندرج ضمن هذا المنهج منهجين رئيسيين وهما: المنهج الكمي والمنهج الكيفي.

➤ المنهج الكمي: تهدف هذه المناهج إلى قياس الظاهرة موضوع الدراسة. وقد تكون هذه القياسات من الطراز الترتيبي

مثل: "أكثر من أو أقل من" أو عددية وذلك باستعمال الحساب. إن أغلبية البحوث في العلوم الإنسانية تستعمل القياس

وكذلك الأمر حينما يتم استعمال المؤشرات، النسب، المتوسطات أو الأدوات التي يوفرها الإحصاء بصفة عامة.

➤ المنهج الكيفي: يعتمد هذا المنهج معني الأقوال التي تم جمعها أو السلوكيات التي تمت ملاحظتها لهذا يركز الباحث أكثر

على الدراسة. (أنجوس، 2004، ص: 100)

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية المستندة إلى المنهج المسح باستخدام أسلوب التحليل الكمي والنوعي والدراسة الوصفية

هي التي تصف واقع المشكلات والظواهر في الدراسات بدون تغيرات ويحدد المعايير التي يجب على الصورة المخرجة وتتم الأبحاث

الوصفية بالظروف والعلاقات القائمة والممارسات الشائعة والمعتقدات ووجهات النظر والاتجاهات والقيم عند الناس. (البياتي وآخرون، 2015، ص: 227).

وكذلك يهتم هذا المنهج بوصف الوضع الراهن، أو الحادثة فهو يصف خصائصها، ومركباتها، ويصف العوامل التي تؤثر عليها، والظروف التي تحيط بها، كما يحدد العلاقات الارتباطية بين المتغيرات التي تؤثر على تلك الظاهرة، وعليه يمكن التنبؤ والاستنتاج بالأوضاع المستقبلية التي ستؤول إليها الظاهرة. (خلفاوي، 2022، ص: 158)

لقد اعتمدت الدراسة الراهنة على هذا المنهج، محاولة وصف الظاهرة الاجتماعية في الحقل العلمي، والمتمثلة في كيفية مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في إعادة إنتاج الفعل التطوعي، وكيف يمكن للفيسبوك أن يساهم في إعادة إنتاج هوية افتراضية للجمعيات الخيرية في الجزائر وقد تكون عبارة عن هوية عددية أو النشطة والمصرح بها، وكيف تساهم هذه الهوية في إعادة إنتاج ثقة بين الأفراد والجمعيات الخيرية الذي انعكس بدوره في ظهور مجالات جديدة أعطت انتشارا وشمولية للعمل التطوعي في الجزائر، زيادة إلى ذلك أنه استخدم الفيسبوك من قبل الجمعيات الخيرية لتحفيز الشباب وكسب ثقتهم، كل هذا من أجل الإلمام بأبعاد الظاهرة.

ثالثا: مجتمع الدراسة:

يعرف مجتمع البحث على أنه: "هو المجتمع الذي يشمل جميع عناصر ومفردات المشكلة أو الظاهرة قيد الدراسة، ويتكون مجتمع عادة من عناصر ومفردات" (عليان، غنيم، 2011، ص: 155)

مجتمع الدراسة هو كل الجمعيات المنخرطة في مشروع شارك كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (05) يوضح (مجتمع البحث) عدد الجمعيات المنخرطة في مشروع شارك حسب المنطقة.

النسبة المئوية	التكرار	مجتمع الدراسة برنامج شارك الجمعيات حسب المنطقة
54	40	الوسط
52.65	39	الشرق
39.15	29	(الغرب)
17.55	13	الجنوب
18.9	14	منطقة القبائل
%100	135	المجموع

رابعا: عينة الدراسة وخصائصها:

يعتبر أسلوب المعاينة هو الأسلوب المعتمد في أغلب الدراسات، وتعتبر العينة من أهم الخطوات المنهجية التي تنقل البحث من إطاره النظري إلى إطاره التطبيقي وتكون ضمنه نتائج البحث. وطريقة اختيارها تختلف من بحث لآخر. والعينة التي لا تمثل المجتمع تمثيلا صادقا وحقيقيا لا يمكن تعميم نتائجها على كل مفردات المجتمع.

يعرفها موريس أنجرس " أنها مجموعة فرعية من عناصر مجتمع البحث" كما أنها ذلك الجزء من المجتمع التي يجري اختيارها وفق قواعد وطرق علمية بحيث تمثل المجتمع تمثيلا صحيحا.

لقد تم اختيار العينة بطريقة عمدية أو يطلق عليها الغرضية ويعتبر هذا النوع من العينات الغير احتمالية أو الغير عشوائية، ويكون اختياره بطريقة حرة وحسب طبيعة البحث يختاره من أجل تحقيق أهداف الدراسة المطلوبة فلقد اخترنا أنشط الجمعيات التي هي منتمة لبرنامج شارك ومسؤولة على تكوين الجمعيات فجمعية الشباب المثقف هي مسؤولة على تكوين الجمعيات على مستوى

الغرب الجزائري والملفت للانتباه في هذه الجمعية هو زواج أقرب من 30 فتاة منخرطة مع شباب منخرط في الجمعية وتشكيل أسرة وهذا مؤشر على زيادة الثقة بالجمعيات ، كذلك المعدل العمري للمشاركين في الجمعية أقل من 23 سنة وبالتالي هي شبانية،ولديها علاقة جيدة مع الجمعيات الأخرى ولها نشاط مجيم التطوع وهو مشروع وطني يظم جميع المتطوعين والجمعيات الخيرية في الجزائر ولها علاقة جيدة بالأخص مع جمعية سيدرا المؤسسة لمشروع شارك،أما جمعية إنصاف فهي مسؤولة عن تكوين الجمعيات على مستوى شرق الجزائر ولديها شراكة مع منظمة اليونيساف،تتم بالتكوينات والتربصات للشباب وجمعية سيدرا هي صاحبة فكرة مشروع شارك والمسؤولة على تكوين الجمعيات في جميع الجزائر وبالأخص منطقة الوسط ولديها شراكة مع اليونيسكو واليونيساف، تقدم مشاريع وصلت للعالمية مثل مشروع الأرض السعيدة التي تقوم به الجمعية وبالتنسيق مع وزارة البيئة والاتصال والطاقة من أجل إطفاء الطاقة لمدة ساعة من أجل التوعية بالحفاظ علي البيئة وإرشاد المستهلكين، كما شاركت في إطلاق مشروع بنك إطعام الجزائر الذي حقق 100 الف قفة وشاركت في ندوات وتربصات خارج الوطن ورئيسها دكتور في تكنولوجيا، أما جمعية التوعية والتكامل فقد اخترتها لثلاث أسباب وهي رئيس الجمعية يعيش في فرنسا وهو معاق ويقوم بتسييرها عن بعد وثانيا هي جمعية تهتم بفئة المعاقين في منطقة القبائل والشباب بصفة عامة، وثالث سبب هو عدد المنخرطين كبير جدا وخاصة النساء نتيجة طبيعة المجتمع القبائلي الذي يجب العمل الجماعي التوزيع، كذلك قدمت هذه الجمعية مشروعا يشبه التجربة الكندية في التعليم والذي يساعد المعوق على الدراسة عن بعد من خلال الانترنت أما الشكل العام الذي جعلني أختار هذه الجمعيات الأربع هو الدور الهائل الذي لعبته في محاربة جائحة كورونا والجهود المبذولة من قبلها والتي جعلت منها تختار من قبل وزير الشباب والرياضة لمناقشة قانون القطاع واختيار بعض الشباب منها في مجلس أعلى للشباب، كما أن رؤسائها شباب وأصحاب شهادات عليا.

وفيما يخص الاختيار القصدي لمجتمع الدراسة فقد أضع لعدة شروط هي:

- انخراط الجمعيات في مشروع شارك.
- قيام الجمعيات المختارة بمشاريع تشاركيه مع مؤسسات الدولة.
- استفادتي من تكوين بعض الجمعيات في مجال عملي.
- التنسيق الجيد بين الجمعيات الأربعة.
- النشاط الفعلي في الميدان، لأنه توجد بعض الجمعيات غير النشطة.
- الدور الذي لعبته هذه الجمعيات أثناء جائحة كورونا.

الجدول رقم (06) يوضح عينة الدراسة

عدد الإناث المجيب على الاستمارة	عدد الذكور المجيب على الاستمارة	عدد الذكور	عدد الإناث	عدد المنخرطين	عينة الدراسة الجمعيات
20	61	96	90	186	ج.ش المثقف (وهران)
10	22	30	20	50	ج. إنصاف (سطيف)
17	74	507	493	1000	ج. سيدرا(جزائر)
50	89	294	387	681	ج.التوعية التكامل والتنمية (بجاية)

بعد وضع الحدود المكانية والزمانية للمجتمع الأصلي الذي يشمل عدد الجمعيات المنخرطة في مشروع شارك تم إختيار العينة والتي هي أربع جمعيات خيرية و بطريقة غرضية قصدية عن طريق أسلوب المسح الشامل والذي قدر عدد الاجمالي لمنخرطين فيها ب1917 منخرط موزعة على أربع جمعيات وهي جمعية الشباب المثقف الذي قدر الإجمالي ب(186)منخرط ومنخرطة)،(90) فتاة و(96) شاب وجمعية التوعية والتكامل والتعاون الذي قدر الإجمالي ب(681)منخرط ومنخرطة)،(387) فتاة و(294) شاب وجمعية سيدرا الذي قدر الإجمالي ب(1000) منخرط ومنخرطة)،(507) شاب و(493) فتاة وجمعية إنصاف الذي قدر الإجمالي ب(50) منخرط ومنخرطة)،(30)شاب و(20) فتاة وحتى تسير العملية بطريقة سهلة قام الباحث بتصميم 440 أستمارة إلكترونية وورقية وتوزيعها على مجموعات رقمية خاصة بكل جمعية ومن خلال هذا تم استرجاع إجابات من(61) شاب و(20) فتاة تمثل جمعية الشباب المثقف، أما جمعية التوعية والتكامل والتعاون تم استرجاع إجابات من(89) شاب و(50) فتاة، أما جمعية إنصاف فقد قدر عدد الاجابات ب (22) شاب و(10) فتاة وفي الاخير جمعية سيدرا قدر عدد الاجابات المسترجعة ب (74) شاب و(17) فتاة وهنا يقدر عدد الاجمالي للاجابات ب343 إجابة والتي تمثل عينة الدراسة .

خامسا أداة الدراسة:

إن البحث العلمي يسعى بصفة أساسية للإجابة على التساؤلات التي يطرحها الباحث أو الفروق المحددة سلفا والمتعلقة بمختلف جوانب البحث، فإن ذلك لا يتم أو يتيسر إلا عن طريق جمع معلومات معينة بهدف التعرف على الحقائق المرتبطة بموضوع البحث، ثم معالجة هذه المعلومات والحقائق بأسلوب علمي للخروج بالنتائج المنطقية التي يسعى الباحث للوصول إليها.

(نوال و خيرة، 2017، ص:25)

استخدمت هذه الملاحظة، المقابلة واستمارة تحليل مضمون، والاستبيان كأدوات لجمع البيانات.

- **الملاحظة المباشرة (Direct Observation):** هي من بين الأساليب التي يستخدمها الباحث وهي تعتمد على أسلوب مراقبة والمعاينة على الأفراد الذي تجري عليهم الدراسة، في أثناء تأدية أعمالهم اليومية المعتادة، وكذلك حضور مناسبات العامة تقوم بها بعض الجمعيات الخيرية إما في المناسبات الوطنية والدينية أو الكوارث الطبيعية والصحية مثل ما حدث في جائحة كورونا، ورصد الحركات والتصرفات، وتسجيل ما يجدر تسجيله من حوارات وما إلى ذلك من التعبيرات التي يبديها الأفراد في هذه المناسبات، كما أن الملاحظة بالمشاركة تمد الباحث باستبصارات لازمة لتصميم الاستمارات والاختيارات السيكولوجية، وغيرها من الوسائل البحثية الأخرى المتخصصة. كما أن الملاحظة مهمة لاختيار المعلومات الحقلية اللازمة لتقييم الشواهد التي جمعت بالوسائل الأخرى. (الشماس، 2004، ص: 175) وسبب استعمالنا لهذه التقنية راجع لكوني مربّي رئيسي في وزارة الشباب والرياضة ونشط في المجال الإنساني واختلاطي بالجمعيات الخيرية منذ الصغر كوني كنت نشطا في الكشافة الإسلامية، فهذه المدة الكافية والطويلة نسبيا، سمحت لي بمشاهدة ومعاينة الظاهرة المدروسة المعبرة عن شدة استخدام الأفراد لوسائل التواصل الاجتماعي وتطور هذا حتى لمؤسسات المجتمع المدني وعلى رأسها الجمعيات الخيرية التي أصبح لديها مجال تفاعلي افتراضي على صفحات الفايسبوك ونتيجة لانتشار هذه الظاهرة وتفاعلها عن طريق منشورات بصوت والصورة قررنا رصد تحركات هذه الجمعيات عبر ربوع الوطن واختيار جمعية من الشرق وجمعية من الوسط وجمعية من الشمال وجمعية من منطقة القبائل، وملاحظة التغيرات والتحويلات البارزة التي ينتجها ويعيد إنتاجها مواقع التواصل الاجتماعي في مجال العمل الخيري التطوعي عن طريق تقديم المعلومة المصورة لمجمل الأنشطة الاجتماعية والثقافية والطبية والسياسية..... الخ، إلا أن المشروع الفعلي في استخدامنا كان منذ تسلمي

للموضوع والبحث فيه. وكان الهدف الأساسي في تصفح جميع صفحات الجمعيات النشطة بكثرة في منطقتها والتي يغلب عليها الطابع الإبداعي في المواضيع والابتكار في الأفكار مما تطلب منا ملاحظة كل الصور والفيديوهات والملصقات والمناشير بطريقة جد حذرة. وهذا ما يسميها "بن خلدون" ب الحيطه و"غاستون باشلار" باليقظة والحيطه أثناء الملاحظة مما تطلب منا مراعاة جائحة كورونا التي ظهر فيها العمل التطوعي للجمعيات بقوة وبالتالي اضطرت إلى إجراء تحليل محتوى لصفحات الجمعيات عبر الفايسبوك من أجل الحصول على أكبر كمية ممكنة من المعلومات التي تساعدنا في تدعيم بحثنا وإثرائه وتصميم استمارة استبيان تناسب الموضوع، لأن صحة المعلومات تعمل على إثبات الفرضية أو نفيها، قمنا بتسجيل أهم الملاحظات التي لاحظناها أنها مهمة بالنسبة لنا وهذا عن طريق تدوينها في دفتر خاص، ومن ثمة بناء نموذج لشبكة الملاحظة.

- **المقابلة:** إن المقابلة على اختلاف أشكالها، تتميز بتنفيذ عمليات أساسية في الاتصال والتفاعل، من خلالها يستخرج الباحث معلومات وعناصر فكرية غنية، وهي تتميز بالاحتكاك المباشر بين الباحث ومحادثيه، وعليه يقوم مبدئياً بتبادل حقيقي، يعبر فيه المستجوب عن إدراكاته لحدث، أو وضع، وعن تفسيراته أو تجاربه، وذلك من خلال طرح الباحث لمجموعة من الأسئلة مفتوحة، لكي يصل إلى أقصى درجة من العمق والصدق. (كيفي، 1997، ص: 229)

كما تعتبر المقابلة عملية تقصي علمي تقوم على مسعى اتصالي كلامي، من أجل الحصول على بيانات لها علاقة بهدف البحث. (خلفاوي، 2022، ص: 160)

اعتمدت الدراسة على المقابلة النصف الموجهة كأداة ثانوية لجمع المعلومات، بغية تدعيم إجابات المتحصل عليها عن طريق الاستبيان، والحصول على معلومات معمقة من عينة الدراسة لاستغلالها في عملية التفسير، تم الاستعانة بهذه المقابلة مع أربع مديري الجمعيات الخيرية المختارة، والذي قدر عددهم أربعة.

وهي مقابلة يقوم بها الباحث بتحديد مجموعة من الأسئلة بغرض طرحها على المبحوث، مع احتفاظ الباحث بحقه بطرح أسئلة من حين لآخر، دون خروجه على الموضوع، وتمتاز الأسئلة بالمرونة في الطرح، وتستخدم الأسئلة المفتوحة، وفي بعض الأحيان الأسئلة المغلقة، وقد قام الباحث بإجراء مقابلات مع بعض رؤساء الجمعيات الأربعة التي هي عينة الدراسة، بغية الحصول على معلومات متعمقة، ومدعمة للبيانات الحصل عليها عن طريق الاستبيان، لمعرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفايسبوك في إعادة إنتاج الفعل التطوعي، وكيف تمت إعادة إنتاج هوية افتراضية

للجمعيات، ومعرفة ماهي المجالات الجديدة التي تم إعادة إنتاجها من قبل مواقع التواصل الاجتماعي أعطت انتشار وشمولية للعمل التطوعي، وكيف تم إعادة إنتاج الثقة بين الجمعيات والأفراد ومؤسسات الدولة، ومعرفة الطرق التي تستخدمها الجمعيات الخيرية لتحفيز الشباب.

وتضمنت المقابلة أربع محاور التالية:

المحور الأول: يتضمن البيانات الشخصية.

المحور الثاني: المتعلق حول مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفايسبوك في إعادة إنتاج هوية افتراضية للجمعيات الخيرية في الجزائر.

المحور الثالث: المتعلق كيف تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في إعادة إنتاج ثقة بين الأفراد والجمعيات.

المحور الرابع: المتعلق أن الفايسبوك ساعد الجمعيات في إعادة إنتاج مجالات جديدة أعطت انتشار وشمولية للعمل التطوعي.

المحور الخامس: المتعلق أن مواقع التواصل الاجتماعي (فايسبوك) دور في تحفيز الشباب على العمل التطوعي في الجزائر.

- **استمارة تحليل المضمون:** هو منهج كمي نشأ في ميدان الإعلام والعلوم السياسية، أطلق عليها بعض المتخصصين بتسمية تحليل المحتوى لاهتمامها بتحليل مضامين وسائل الاتصال الجماهيري والمضامين السياسية. ويعتمد هذا المنهج على التحليل الكمي والكيفي لوحداث البحث. (أبوبكر وآخرون، 2007ص:45) يعتبر تحليل المضمون أو تحليل المحتوى (analyse de contenu) من التقنيات التي ما فتئت تستخدم بكثافة في العلوم الإنسانية، استخدم بداية بغية تحليل المواد الإعلامية، مهما كانت طبيعتها: مكتوبة، سمعية، أو سمعية بصرية. (نفوسي، 2016، ص:52) وقد ساعدتنا استمارة تحليل مضمون من تصميم استمارة استبيان من خلال متابعتنا لكل ما تنشره الجمعيات الأربعة على صفحاتها في الفايسبوك وتروج له اجتماعيا استطعنا ضبط أسئلة .

- **الاستبيان:** ويعتبر أداة لجمع المعلومات من خلال استمارة، تضمنت مجموعة من الأسئلة، بغية جمع البيانات من الباحثين، وتنظيمها وتحليلها، واستخلاص النتائج، ويعتبر الاستبيان إحدى طرق جمع المعلومات، من الباحثين، بواسطة أسئلة مكتوبة، على استمارة، يقدمها الباحث للمبحوثين، لجمع البيانات التي تتعلق بموضوع بحثه للوصول إلى حقائق جديدة، أو التأكد من معلومات متعارف عليها لكنها غير مدعمة بحقائق. (عمر، 2002، ص:242)

واعتمدت الدراسة على الاستبيان كأداة أساسية لجمع البيانات، ويعد تحديد نوع البيانات التي تهدف إلى جمعها من خلال هذا استبيان حسب مقياس ليكرت الخماسي، وهو مقياس الاتجاهات، يقوم بدراسة الاتجاهات والميول والقيم، حيث يوافق المستجيب أو يعترض على معتقدات أو أفكار معينة بدرجات متفاوتة عبر فقرات محددة، تتراوح بين الموافقة التامة أو المعارضة الشديدة. (السعدي، 2010، ص: 84)، يتم تنقيط الباحثين عبر إجاباتهم المقدمة، بإعطائهم درجات من 1-5، تتضمن فئات الاستجابة التالية: موافق بشدة، موافق، محايد، لا أوافق، لا أوافق بشدة. ويهدف هذا المقياس إلى معرفة درجة مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في إعادة إنتاج للفعل التطوعي في: تشكيل هوية افتراضية، إعادة إنتاج مجالات جديدة، وإعادة إنتاج ثقة بين الأفراد والجمعيات وحتى مؤسسات الدولة، وكيف ساهمت في تحفيز الشباب للعمل التطوعي، فقد حددت مؤشرات الدراسة عن طريق مجموعة من الفقرات، فقسمت حسب المحاور التالية:

- المحور الأول: تضمن البيانات الشخصية.
 - المحور الثاني: تضمن البيانات المتعلقة بدرجة مساهمة الفيسبوك في إعادة إنتاج هوية افتراضية.
 - المحور الثالث: تضمن البيانات المتعلقة بدرجة مساهمة الفيسبوك في إعادة إنتاج ثقة بين الأفراد والجمعيات.
 - المحور الرابع: تضمن البيانات المتعلقة بدرجة مساهمة الفيسبوك في إعادة إنتاج مجالات جديدة أعطت انتشار وشمولية للعمل التطوعي في الجزائر.
 - المحور الخامس: تضمن البيانات المتعلقة بدرجة مساهمة الفيسبوك في تحفيز الشباب على العمل التطوعي.
- وتم عرض الاستبيان على المشرف ومجموعة من المحكمين، وإجراء الاختبارات اللازمة للتحقيق من صدق أداة الاستبيان وثباتها من خلال معاملي الصدق والثبات.

سادسا الدراسة الاستطلاعية

❖ التعريف الميداني للدراسة:

تعتبر الدراسة الاستطلاعية أساس المرحلة التحضيرية للبحث، حيث يعتمد عليها الباحث من أجل اكتشاف المجتمع وسيره وكذلك من أجل اختيار وملائمة الأداة بالإضافة إلى تفادي الوقوع في أخطاء نتيجة عدم التوقع أو الصدفة أو أي عامل آخر، لذلك قام الباحث بالدراسة الاستطلاعية من أجل جملة من أهداف تتمثل في مايلي:

قمنا بتتبع المراحل المنهجية التالية:

1- المرحلة الاستكشافية:

تتضمن المرحلة الاستكشافية حسب رأي "ريمون كيفي" للاستعلام من الأبحاث المعمولة سابقا حول الموضوع ولتحديد المساهمة الجديدة التي ننوي تقديمها قياسا على هذه الأبحاث وبالتالي هي تتطلب القراءة والمقابلات الاستكشافية، وبعض المناهج التي تكملها وترتبط بها ارتباطا وثيقا. أن اطلاع على التراث الأدبي والاطلاع عليه يهدف بصورة أساسية إلى ضمان التوعية في طرح الأسئلة. بينما تلعب المقابلات والمناهج المتممة الباحث خصوصا على الاحتكاك بالواقع كما يعيشه الفاعلون الاجتماعيون.

(كيفي، كمبهود، 1997، ص: 59)

أ البحث البيليوغرافي: وهي حسب ريمون كيفي، هي عبارة عن قراءات الاستكشافية تساعد على تتبع الأبحاث المعمولة سابقا حول الموضوع، ولتحديد المساهمة الجديدة التي ينوي الباحث تقديمها قياسا على هذه الأبحاث، وبفضل قراءاته سيتمكن الباحث أيضا من إبراز المنظور الذي يبدو له أكثر تلاؤما مع موضوع بحثه. (كيفي، كمبهود، 1997، ص: 105)

وكل هذا من أجل تحديد الإطار النظري وضبط إشكالية الدراسة. فكانت انطلاقة الباحث البيليوغرافي لهذه الدراسة من دراسات سابقة أجريت، وأخرى في سير الإجراء بمخبر السوسيوولوجي بجامعة ورقلة، بالإضافة إلى بعض المراجع القيمة التي كانت تتواجد بالمكتبة الجامعية. والمواقع الالكترونية العلمية التي ساعدتنا في أول الأمر في ضبط الإشكالية ووضع الموضوع في قالب سوسيوولوجي قابل للدراسة. ثم توجهنا فيما بعد إلى عدة مكاتب جامعية بالوطن. كالمكتبة الجامعية بجامعة غرداية، وجامعة تلمسان، وجامعة معسكر، وجامعة المدية.

ب المقابلات الاستكشافية: يري "ريمون كيفي" إن المقابلات الاستكشافية هي إتمام القراءات بطريقة مجدية، وهي تسمح للباحث بأن يعي جوانب من القضية قد لا تجعلها تجربته الخاصة و قراءاته وحدها محسوسة. ولا تستطيع المقابلات الاستكشافية أداء هذه الوظيفة إلا إذا كان التوجيه فيها ضئيلا لأن الهدف لا يركز على اختبار صلاحية الأفكار المعدة من قبل الباحث بل على تخيل ما يستجد منها. (كيفي و كمنهود، 1997، ص: 105)

وهي جزء مهم ويكمل نفسه علائقيا بالبحث لبيولوجرافي. لأن القراءات تمنح المقابلات الاستكشافية إطارا، والمقابلات تنير أذهاننا حول ملائمة هذا الإطار لموضوع البحث.

يسعي الباحث من وراء المقابلات الاستكشافية، هو اختصار الجهد والطاقة والوقت على صعيد بناء الفرضيات وإجراء المعائنات. (كيفي و كمنهود، 1997، ص: 100) وعليه فالمقابلات الاستكشافية لهذه الدراسة كانت بنمطين، النمط الأول: وهو استكشاف الميدان موضوع الدراسة والتأكد من فرد العينة- الجمعيات الخيرية النشطة عبر الفايسبوك- حاملا للظاهرة. وهذا من خلال استخدام التقنيتين العلميتين: الملاحظة والمقابلة الالكترونية.

النمط الثاني: فتمثل في استشارة ومناقشة الموضوع مع بعض الدكاترة والأساتذة في علم اجتماع وكذلك الاتصال أمثال دكتورة تومي فضيلة رئيسة قسم الإعلام والاتصال، كذلك قودة عبد العزيز رئيس قسم علم اجتماع، رباب رابع رئيس مشروع دكتوراه، عبيد عبد الرزاق دكتور وأستاذ في المعهد العالي لإطارات الشباب، دكتور عريف عبد الرزاق، دكتور عبان عبد القادر.

❖ أهداف الدراسة الاستطلاعية:

تهدف الدراسة الاستطلاعية في الأساس إلى تحضير للدراسة الميدانية الأساسية للبحث، فهي مرحلة مهمة لانجاز البحوث وسلامة معطياته، حيث تسمح لنا بالتعرف على الظروف والامكانيات المتوفرة في الميدان ومدى صلاحية ومصداقية أدوات جمع البيانات، وبناء على ذلك فقد قمنا بإجراء دراسة استطلاعية بهدف تحقيق ما يلي:

- ✓ استكشاف ميدان الدراسة الأساسية بصورة عامة.
- ✓ التعرف على مدى ملاءمة أداة الدراسة على العينة المختارة (مسح شامل لأعضاء والمنخرطين في الجمعيات الخيرية الأربعة المختارة).

✓ التعرف على مدي فهم عينة الدراسة لعبارات الاستبيان (دور مواقع التواصل الاجتماعي في إعادة إنتاج الفعل التطوعي) وإجراء التعديلات اللازمة لتطبيقها في الدراسة الأساسية.

✓ الوقوف على أهم العراقيل والصعوبات التي من الممكن أن تعترض سبيل الباحث لتفاديها وفي هذا يشير (أبو علام، 2011، ص:96) أنه قبل الاستقرار نهائيا على خطة الدراسة يفضل القيام بدراسة استطلاعية على عدد محدود من الأفراد، حيث تحقق الدراسة الاستطلاعية الأهداف التالية:

(1) توفر الفرصة للباحث لتقويم مدى مناسبة البيانات التي يحصل عليها للدراسة، كما يتأكد من صلاحية الأدوات التي يستخدمها لهذه الدراسة.

(2) تساعد الدراسة الاستطلاعية الباحث على اختيار أولي للفروض. (أبو علام، 2011، ص:97)

(3) التعرف وتحديد خصائص مجتمع الدراسة الأصلي.

(4) تطبيق مقياس الفعل التطوعي الافتراضي للجمعيات

(5) تحديد الخصائص السيكومترية لمقياس الدراسة، حتى يتسنى لنا استخدام مقياس للدراسة يتسم بقدر كافي من الصدق والثبات.

❖ **عينة الدراسة الاستطلاعية:** للتأكد من الخصائص السيكومترية لأداة الدراسة، قام الباحث بتطبيق أداة الدراسة (استبيان

دور مواقع التواصل الاجتماعي في إعادة إنتاج الفعل التطوعي) على عينة استطلاعية تم اختيارها بطريقة غرضيه قوامها

(30) متطوع من مجتمع الدراسة الأصلي والممثل في المنخرطين والمتطوعين ضمن الجمعيات المختارة الأربعة (جمعية

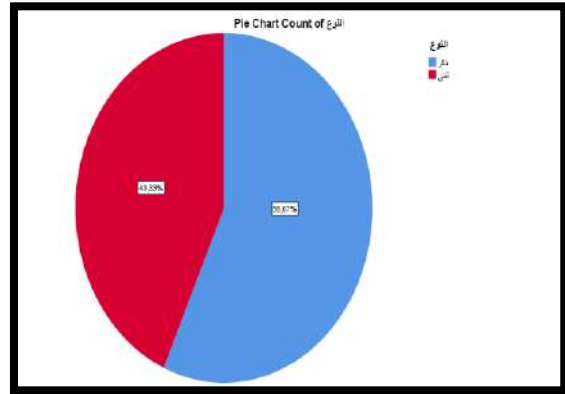
الشباب المثقف بوهان، جمعية سيدرا جزائر العاصمة، جمعية إنصاف سطيف، جمعية التوعية التكامل والتعاون بجاية) .

جدول رقم (07): يبين توزيع أفراد العينة الاستطلاعية حسب الجنس:

النسب المؤوية	التكرارات	الجنس
56.70	17	ذكور
43.30	13	إناث
100	30	المجموع

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (30)

شكل رقم (15): يبين توزيع أفراد العينة الاستطلاعية



فرداً، نلاحظ أن عدد الذكور بلغ (17) فرد بنسبة مئوية قدرت ب (56.70%) وقدر عدد الإناث ب(13) فرد بنسبة مئوية قدرت ب (43.30)، كما هو موضح من خلال الشكل التالي:

مقياس الدراسة:

تم تطبيق مقياس الفعل التطوعي الافتراضي للجمعيات في هذه الدراسة والذي يتكون من 04 محاور رئيسية هي:

1. المحور الأول: يتعلق بمساعدة الفايبروك الجمعيات الخيرية في إعادة إنتاج هوية افتراضية جديدة في الجزائر ويتكون هذا المحور من 30 فقرة وفق مقياس خماسي يتكون من الاستجابات الموزونة التالية:

جدول رقم (08): يبين مقياس درجات البدائل

البدائل	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
الدرجة	5	4	3	2	1

جدول رقم (09): يبين مستويات ودرجات المقياس

درجات المقياس	70 – 30	110 – 70	150 – 110
مستويات المقياس	درجة صغيرة	درجة متوسطة	درجة كبيرة

2- المحور الثاني: يتعلق بمساعدة الفاييسبوك الجمعيات الخيرية في إعادة إنتاج ثقة بين الأفراد والجمعيات ويتكون هذا المحور من

26 فقرة وفق مقياس خماسي يتكون من الاستجابات الموزونة التالية:

جدول رقم (10): يبين مقياس درجات البدائل

لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	البديل
1	2	3	4	5	الدرجة

جدول رقم (11): يبين مستويات ودرجات المقياس

130 - 96	95 - 61	60 - 26	درجات المقياس
درجة كبيرة	درجة متوسطة	درجة صغيرة	مستويات المقياس

3- المحور الثالث: يتعلق بمساعدة الفاييسبوك الجمعيات الخيرية في إعادة إنتاج مجالات جديدة أعطت انتشار وشمولية للعمل

التطوعي في الجزائر ويتكون هذا المحور من 20 فقرة وفق مقياس خماسي يتكون من الاستجابات الموزونة التالية:

جدول رقم (12): يبين مقياس درجات البدائل

لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	البديل
1	2	3	4	5	الدرجة

جدول رقم (13): يبين مستويات ودرجات المقياس

100 - 74	73 - 47	46 - 20	درجات المقياس
درجة كبيرة	درجة متوسطة	درجة صغيرة	مستويات المقياس

4- المحور الرابع: يتعلق بدور الفاييسبوك في تحفيز الشباب على العمل التطوعي في الجزائر ويتكون هذا المحور من 23 فقرة وفق

مقياس خماسي يتكون من الاستجابات الموزونة التالية:

جدول رقم (14): يبين مقياس درجات البدائل

لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	البديل
1	2	3	4	5	الدرجة

جدول رقم (15): يبين مستويات ودرجات المقياس

115 - 85	84 - 54	53 - 23	درجات المقياس
درجة كبيرة	درجة متوسطة	درجة صغيرة	مستويات المقياس

سابعا دراسة الخصائص السيكومترية لأداة الدراسة:

6-1- صدق المقياس: ويقصد به أن يقيس الاختبار أو الأداة ما وضعت لقياسه، وقد تم حساب معامل صدق الأداة كما يلي:

(أ) - صدق المحكمين: تم عرض هذا المقياس على مجموعة من الأساتذة المحكمين عددهم 04 أربعة وقد أبدوا الملاحظات التالية:

قام الباحث بصياغة فقرات الاستبيان اعتمادا على فرضيات الدراسة، ثم عرض الباحث الأداة في صورة تعدد الأولوية على عدد من المحكمين من أصحاب الخبرة والاختصاص العمل الخيري الإنساني وبعض الأساتذة الجامعيين المتخصصين في علم الاجتماع لتحكيم الأداة، والتأكد من أنها تقيس ما وضعت لقياسه، وتتوافق مع مجال العمل التطوعي، وقد أخذت وجهات نظرهم بعين الاعتبار من خلال تعديل أو حذف إضافة لبعض العبارات، واعتماد على عبارات التي اتفق عليها أكثر من (85%) من المحكمين ثم قام الباحث بحساب صدق الاتساق الداخلي والذي أفرزه حساب معاملات بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للاستبيان التي تراوحت في المحور الأول بين (0.41-0.86)، أما في المحور الثاني تراوحت بين (0.38-0.86)، أما في المحور الثالث تراوحت بين (0.47-0.86)، أما في المحور الرابع تراوحت بين (0.44-0.83) ومن خلال عينة حجمها (30) منخرط من مجتمع الدراسة.

ولحساب ثبات الأداة قام الباحث باحتساب ثبات الأداة بطريقتين:

1. ثبات الأداة عن طريق التجزئة النصفية، وقد بلغ معامل سبيرمان لثبات الكلي (0.96).
2. ثبات الأداة عن طريق معامل ألفا كرونباخ للتناسق الداخلي، وقد بلغت معامل ألفا كرونباخ للثبات الكلي للمحور الأول (0.93) أما المحور الثاني (0.95) أما المحور الثالث (0.94) أما محور الرابع (0.95).

بعد أن تم تأكيد من صدق الأداة وثباتها واطمئن الباحث لصلاحية تطبيقها النهائي على مجتمع الدراسة، وفيما يلي وصف الأداة لصورتها النهائية، فتضمنت الأداة جزأين:

- الجزء الأول: وكان عبارة عن تعليمية الاستبيان ومعلومات شخصية عن أفراد العينة يمثل متغير النوع الاجتماعي، المهنة، السنة، واللغة المفضلة.

- الجزء الثاني: عبارة عن استبيان مقسم إلى أربع أجزاء يساهم الفايسبوك بدرجة كبيرة في تشكيل هوية افتراضية للجمعيات مكون من (32) عبارة حذف رقم (02) ورقم (15) أصبحت (30)، أما الجزء الذي يتكلم عن مساهمة الفايسبوك في إعادة إنتاج ثقة فيتكون من (27) عبارة حذفنا واحدة رقم (9) أصبح العدد (26)، أما الجزء الثالث والذي يتكلم عن مساهمة الفايسبوك في إعادة إنتاج مجالات جديدة يتكون من (21) قمنا بحذف رقم (21) أصبح لدينا (20) عبارة، وأخيرا المحور الرابع والذي يتكون (24) عبارة حذفنا رقم (1) أصبح لدينا (23) عبارة.

الجدول رقم (16) يوضح أبعاد الاستبيان:

أرقامها	عدد العبارات	المحور
من 1 إلى 30	30	إعادة إنتاج هوية افتراضية للجمعيات الخيرية
من 31 إلى 56	26	إعادة إنتاج ثقة بين الجمعيات والأفراد
من 57 إلى 76	20	إعادة إنتاج مجالات جديدة للجمعيات
من 77 إلى 99	23	يساهم الفاييسبوك بدرجة كبيرة في تحفيز الشباب للعمل التطوعي

ب)- صدق الاتساق الداخلي: يعني الاتساق الداخلي أن كل فقرة من فقرات المقياس تسير في نفس المسار الذي يسير فيه المقياس ككل، ولذلك يتم حساب معامل الارتباط بيرسون بين درجة كل فرد في الفقرة مع مجموع درجاته في المحور الذي تنتمي إليه الفقرة كما يلي:

1- حساب صدق الاتساق الداخلي للمحور الأول:

جدول رقم (17): يبين نتيجة صدق الاتساق الداخلي للمحور الأول.

رقم الفقرة	قيمة الارتباط	مستوى الدلالة Sig
01	*0.54	0.002
02	*0.691	0.000
03	*0.53	0.003
04	0.288	0.122
05	*0.545	0.002
06	*0.545	0.002
07	*0.594	0.001
08	*0.711	0.000
09	*0.494	0.005
10	*0.676	0.000
11	*0.600	0.000
12	*0.694	0.000

0.000	*0.69	13
0.023	*0.414	14
0.400	0.159	15
0.007	*0.485	16
0.003	*0.519	17
0.000	*0.627	18
0.000	*0.665	19
0.001	*0.59	20
0.000	*0.646	21
0.000	*0.613	22
0.000	*0.69	23
0.003	*0.53	24
0.000	*0.86	25
0.000	*0.717	26
0.000	*0.608	27
0.000	*0.69	28
0.000	*0.60	29
0.000	*0.665	30
0.001	*0.565	31
0.001	*0.584	32

نلاحظ من خلال الجدول أن جميع الفقرات ارتباطها دال مع المحور الأول عند مستوى الدلالة 0.05 ما عدا الفقرتين (4 + 15)

ارتباطهما غير دال مع المحور الأول ما يستدعي حذفهما.

2- حساب صدق الاتساق الداخلي للمحور الثاني:

جدول رقم (18): يبين نتيجة صدق الاتساق الداخلي للمحور الثاني.

رقم الفقرة	قيمة الارتباط	مستوى الدلالة Sig
01	*0.506	0.004
02	*0.746	0.000
03	*0.602	0.000
04	*0.84	0.000
05	*0.867	0.000
06	*0.807	0.000
07	*0.785	0.000
08	*0.675	0.000
09	0.233	0.216
10	*0.651	0.000
11	*0.850	0.000
12	*0.768	0.000
13	*0.705	0.000
14	*0.722	0.000
15	*0.709	0.000
16	*0.381	0.038
17	*0.679	0.000
18	*0.709	0.000
19	*0.60	0.000

0.000	*0.656	20
0.001	*0.583	21
0.000	*0.728	22
0.005	*0.503	23
0.000	*0.601	24
0.000	*0.736	25
0.000	*0.682	26
0.001	*0.576	27

نلاحظ من خلال الجدول أن جميع الفقرات ارتباطها دال مع المحور الثاني عند مستوى الدلالة 0.05 ما عدا الفقرة (09) ارتباطها غير دال مع المحور الثاني ما يستدعي حذفها.

3- حساب صدق الاتساق الداخلي للمحور الثالث:

جدول رقم (19): يبين نتيجة صدق الاتساق الداخلي للمحور الثالث

رقم الفقرة	قيمة الإرتباط	مستوى الدلالة Sig
01	*0.542	0.002
02	*0.574	0.001
03	*0.724	0.000
04	*0.551	0.002
05	*0.664	0.000
06	*0.714	0.000
07	*0.840	0.000
08	*0.742	0.000

0.000	*0.756	09
0.000	*0.746	10
0.000	*0.738	11
0.000	*0.862	12
0.000	*0.666	13
0.000	*0.712	14
0.000	*0.798	15
0.000	*0.758	16
0.000	*0.740	17
0.000	*0.761	18
0.000	*0.799	19
0.008	*0.475	20
0.084	0.321	21

نلاحظ من خلال الجدول أن جميع الفقرات ارتباطها دال مع المحور الثالث عند مستوى الدلالة 0.05 ما عدا الفقرة(21)

ارتباطها غير دال مع المحور الثالث ما يستدعي حذفها.

4- حساب صدق الإتساق الداخلي للمحور الرابع:

جدول رقم (20): يبين نتيجة صدق الاتساق الداخلي للمحور الرابع.

رقم الفقرة	قيمة الإرتباط	مستوى الدلالة Sig
01	0.109	0.566
02	*0.542	0.002
03	*0.732	0.000

0.000	*0.835	04
0.015	*0.441	05
0.000	*0.68	06
0.001	*0.589	07
0.000	*0.807	08
0.000	*0.821	09
0.000	*0.795	10
0.000	*0.702	11
0.000	*0.801	12
0.000	*0.601	13
0.000	*0.671	14
0.000	*0.729	15
0.000	*0.779	16
0.000	*0.727	17
0.000	*0.756	18
0.000	*0.755	19
0.000	*0.791	20
0.000	*0.746	21
0.000	*0.696	22
0.001	*0.579	23
0.000	*0.654	24

نلاحظ من خلال الجدول أن جميع الفقرات ارتباطها دال مع المحور الرابع عند مستوى الدلالة 0.05 ما عدا الفقرة (01) ارتباطها غير دال مع المحور الرابع ما يستدعي حذفها.

(ج)- الصدق التمييزي (صدق المقارنة الطرفية): الذي يهدف إلى قياس طريقي الدرجات، حيث تم أخذ ما نسبته 33 % من درجات أفراد العينة الاستطلاعية، بعد ترتيبها بشكل تصاعدي من أكبر درجة إلى أقل درجة وأخذ الدرجات الدنيا والدرجات العليا وإجراء المقارنة بينهما من خلال استخدام اختبار T لعينتين مستقلتين كما هو موضح بالجدول التالي:

جدول رقم (21): يبين نتيجة معامل الصدق التمييزي للمقياس.

الدرجات	N	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T	Sig	مستوى الدلالة	درجة الحرية	إتخاذ القرار
الدنيا	10	397.90	25.83	-8.33	0.000	0.05	18	دال
العليا	10	485.80	21.12					إحصائيا

- يتبين لنا من خلال الجدول أن قيمة إختبار T دالة عند مستوى 0.05 لأن قيمة Sig أقل منها، ما يؤكد أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بن درجات المبحوثين الدنيا والعليا ما يثبت أن المقياس صادق لما أعد له.

6-2- ثبات المقياس: ثبات المقياس يعني أن يعطي نفس النتائج في حالة ما إذا تم إعادة تطبيق المقياس مرات ومرات مختلفة، هذا

وقد تم استخدام معامل ألفا كرونباخ وأسلوب التجزئة النصفية لحساب معامل الثبات للمقياس كما يلي:

(أ)- ألفا كرونباخ: تم حساب معامل ألفا كرونباخ من خلال إستخدام برنامج SPSS فوجدناه يساوي:

1- حساب ألفا كرونباخ للمحور الأول:

جدول رقم (22): يبين نتيجة ألفا كرونباخ للمحور الأول.

عدد الفقرات	ألفا كرونباخ
30	0.939

قيمة معامل ألفا كرونباخ يساوي 0.939 وهو يدل على أن معامل ثبات المحور الأول مرتفع جدا.

2- حساب ألفا كرونباخ للمحور الثاني:

جدول رقم (23): يبين نتيجة ألفا كرونباخ للمحور الثاني.

عدد الفقرات	ألفا كرونباخ
26	0.951

قيمة معامل ألفا كرونباخ يساوي 0.951 وهو يدل على أن معامل ثبات المحور الثاني مرتفع جدا.

3- حساب ألفا كرونباخ للمحور الثالث:

جدول رقم (24): يبين نتيجة ألفا كرونباخ للمحور الثالث.

عدد الفقرات	ألفا كرونباخ
20	0.946

قيمة معامل ألفا كرونباخ يساوي 0.946 وهو يدل على أن معامل ثبات المحور الثالث مرتفع جدا.

4- حساب ألفا كرونباخ للمحور الرابع:

جدول رقم (25): يبين نتيجة ألفا كرونباخ للمحور الرابع.

عدد الفقرات	ألفا كرونباخ
23	0.954

قيمة معامل ألفا كرونباخ يساوي 0.954 وهو يدل على أن معامل ثبات المحور الرابع مرتفع جدا.

(ب) - التجزئة النصفية: يتم حساب معامل الثبات وفق طريقة التجزئة النصفية وذلك من خلال تقسيم فقرات المقياس إلى نصفين، نصف يحتوى على الفقرات التي تحمل التقييم الفردي، والنصف الثاني يحتوى على الفقرات التي تحمل التقييم الزوجي، ثم بعدها تم حساب معامل الارتباط بيرسون بين نصفي المقياس وتصحيحه بمعامل سبيرمان - براون كما يلي:

جدول رقم (26): يبين قيمة معامل الارتباط بين نصفي المقياس

معامل الارتباط قبل التصحيح	تصحيح معامل الارتباط بمعادلة سبيرمان - براون	
0.937	0.967	قيمة معامل الثبات

يتبين من خلال الجدول أن قيمة معامل الارتباط تساوي 0.967 وهي قيمة مرتفعة ما يبين أن معامل ثبات المقياس مرتفع جدا.

طريقة تصحيح الاستبيان:

بناء على التعليمات الخاصة بالاستبيان والتي تبين للمستجيب كيفية الإجابة، فإنها يجب على المستجيب أن يختار الإجابة التي تتفق معه ويضع علامة (X) حسب ما يتفق مع مشاعره واتجاهاته وتصرفاته في المواقف التي تتعلق به.

جدول رقم (27) طريقة التصحيح الاستبيان باعتماد على مقياس ليكرت الحماسي معيارا للإجابة.

لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	البديل العبارات
1	2	3	4	5	جميع عبارات الاستبيان

7 التطبيق النهائي لأداة الدراسة:

التوزيع والاسترجاع: وزع الباحث 440 نسخة من الاستبيان موزعة بين النسخة الورقية والالكترونية على أفراد العينة في الفترة الممتدة من (15 فيفري 2022 إلى غاية جوان 2022) وذلك باستخدام أسلوب اتصال المباشر والغير المباشر من خلال وسائط رقمية حتى تسهل العملية، وقد قام الباحث بشرح كيفية تعبئة الاستبيان وكيفية الإجابة مع التوضيح الغرض منها وتأکید استخدام المعلومات التي يدلون بها لتحقيق أهداف الدراسة وتحفيزهم على المشاركة والتعاون مع هذه الدراسة وتم استرجاع جميع النسخ خلال هذه الفترة.

تامنا الأساليب الإحصائية:

تمت معالجة البيانات وتحليلها باستخدام الحاسب الآلي من خلال برنامج spss الحزمة الإحصائية في العلوم الاجتماعية وتمثل في الأساليب الإحصائية التالية:

- ✓ معامل ألفا كرومباخ لحساب ثبات الاستبيان.
- ✓ معامل سبيرمان براون لحساب الثبات بطريقة التجزئة النصفية.
- ✓ التكرارات والنسب المئوية لإعطاء صورة سريعة عن عينة الدراسة بشكل مختصر مبسط بعد عرضها على هيئة جداول.

خلاصة:

التنسيق بين أجزاء هذه الدراسة سعي الباحث حضور هذا الفصل الأساس الذي تناول فيه منهجية البحث والإجراءات الميدانية المختلفة، بداية من الدراسة الاستطلاعية التي تم فيها التأكد من الخصائص السيكومترية لأداة الدراسة، ثم وصف منهج الدراسة، فحدود الدراسة، فمجتمع الدراسة، فالعينة وخطوات اختبارها، فحجمها وخصائصها، ثم أداة الدراسة، التطبيق النهائي لأداة الدراسة، وأخيرا المعالجة الإحصائية لبياناتها وهذا لكي تترجم النتائج الرقمية التي نتحصل عليها إلى دلالات لفظية ذات معنى.

إذن تم التركيز على كل هذه الأمور لان قيمة وأهمية أي بحث علمي تكمن في التحكم في المنهجية المتبعة فيه.

الفصل الثامن

الفصل الثامن: عرض وتفسير ومناقشة بيانات ونتائج الدراسة

تمهيد

أولاً: عرض وتفسير البيانات المتعلقة بالاستبيان.

ثانياً: عرض وتفسير البيانات المتعلقة بالمقابلة مع مديري الجمعيات الخيرية الأربعة.

ثالثاً: عرض وتفسير البيانات المتعلقة بوصف الصفحة وتحليل محتوى منشورات الجمعيات الأربعة

رابعاً: اختبار فرضيات الدراسة .

خامساً: مناقشة النتائج المتعلقة بالفرضيات.

- 1) مناقشة النتائج المتعلقة بالفرضية الفرعية الأولى.
- 2) مناقشة النتائج المتعلقة بالفرضية الفرعية الثانية.
- 3) مناقشة النتائج المتعلقة بالفرضية الفرعية الثالثة.
- 4) مناقشة النتائج المتعلقة بالفرضية الفرعية الرابعة.

خلاصة الفصل

خاتمة

اقتراحات البحث والافاق

تمهيد:

يتناول هذا الفصل عرض وتحليل ومناقشة وتفسير النتائج التي أسفرت عنها هذه الدراسة واستخلاص ما تتضمنه، فضلا عن المقترحات، وآفاق البحث.

وقبل عرض وتحليل ومناقشة النتائج لا بد من التحقق من شرط التوزيع الطبيعي للمتغير محل الدراسة، من أجل تحديد الأسلوب الإحصائي المناسب لاستخدامه، ومنه الخروج بنتيجة نهائية لهذه الدراسة.

أولاً: عرض وتفسير البيانات المتعلقة بالاستبيان

(1)- عرض وتحليل بيانات المحور الأول الخاص بالبيانات الشخصية للعينة.

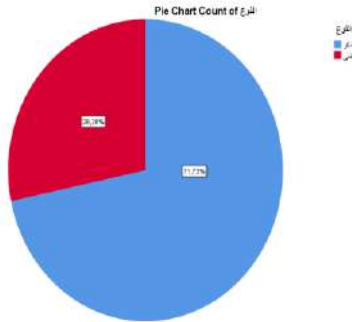
وقصد التعرف على خصائص عينة الدراسة التي تضمنت المتغيرات الشخصية كما هو موضح في الجداول التالية:

يتم تحليل بيانات متغيرات الدراسة كما يلي:

1- متغير النوع الاجتماعي:

جدول رقم (28): يبين توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير النوع الاجتماعي

	التكرارات	النسبة المئوية
ذكر	246	71,7
أنثى	97	28,3
المجموع	343	100,0



شكل رقم (16): يبين توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير النوع الاجتماعي

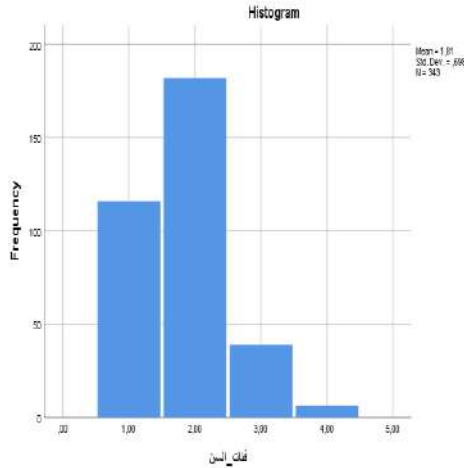
يبين الجدول رقم (28) المتعلق بتوزيع العينة حسب النوع الاجتماعي، أن أغلب مفردات العينة من الذكور بنسبة 71.7%، مقابل 97 من الإناث بنسبة 28.28%، وهو ما يدل على هيمنة الذكور على الأنشطة التطوعية وخاصة الانخراط في الجمعيات الخيرية وهذا راجع لكون الجزائر مجتمع شرقي محافظ، كما أن الذكور المتطوعين والمنخرطين في جمعيات أكثر تفرغا للأعمال التطوعية الخيرية مقارنة بالنساء المنخرطات والمتطوعات في جمعيات لما لها من التزامات داخل الجمعية وخارجها فهي أم تحتاج الاهتمام بأولادها وبيتها أو هي أخت لديها التزامات أو طالبة تدرس، كما أن بعض الأعمال التطوعية تحتاج لمتابعة مستمرة خارج

وفي أوقات مختلفة وبما أننا مجتمع الشرقي لا يجذب الزوج أو الأخ خروج أخته أو زوجته بعد صلوات المغرب، كما أن هذه الأفضلية التي يتمتع بها الذكور لا تعكس حقيقة دخول المرأة إلى عالم الخيري والانخراط في جمعيات خيرية وخاصة أن المرأة معروفة ببنائها كما استطاعت شبكات التواصل الاجتماعي أن تقدم فرصة للمرأة للتطوع والانخراط في جمعيات والمساهمة من بيتها أو من مكان عملها في تفعيل نشاط الجمعية مثلا في حرائق التي أصابت بعض الولايات تواصلن بعض النساء من خلال مواقع التواصل الاجتماعي في جمع تبرعات لبعض الأسر التي احترق بيتها كما تعود البصر الرجل الجزائري مشاهدة صور بعض النساء المتطوعات في جمعيات خيرية خارج البلد يقمن بأعمال خيرية مثلا الطبخ في شهر رمضان.. الخ فأصبحت ثقافة مشاركة المرأة وانخراطها نوعا ما مقبولة في المجتمع الجزائري فقد تم إعادة إنتاج رأس مال ثقافي جديد في المجتمع.

متغير العمر:

جدول رقم (29): يبين توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير العمر.

النسبة المئوية	التكرارات	من 17 إلى 26
33,8	116	من 17 إلى 26
53,1	182	من 27 إلى 36
11,4	39	من 37 إلى 46
1,7	6	من 47 إلى 56
100,0	343	المجموع



شكل رقم (17): يبين توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير العمر.

يبين الجدول رقم (29) المتعلق بتوزيع العينة حسب السن أن الفئة العمرية المحصورة ما بين (27-36) وهي الأكبر بنسبة 53.1%، تليها الفئة المحصورة ما بين (17-26) بنسبة 33.8%، في حين تأتي الفئة العمرية (37-46) بنسبة 11.4%، ثم فئة (47-56) بنسبة 1.7%.

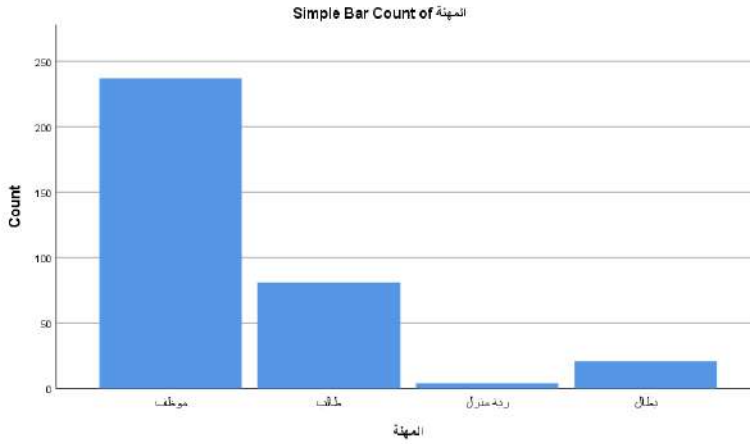
إن أكبر فئة مشاركة ومنخرطة في الجمعيات الأربعة هي ما بين (27-36)، وثاني أكبر فئة كذلك فئة ما بين (17-26) وهو مؤشر على امتلاك الجمعيات الخيرية متطوع و فاعل اجتماعي شاب يمكن أن يدعم العمل الخيري التطوعي، بما يتوافق مع أهداف الجمعية ومتطلبات الاجتماعية والأحداث المتسارعة بغية تحقيق أكبر وأحسن المشاريع التطوعية وجمع التبرعات، كما أن هذا يبين أن الجمعيات الخيرية استطاعت أن تعيد إنتاج ثقة بينها وبين الشباب من خلال اختيار أكثر وسيلة استعمالا لدى الشباب (الفيسبوك) في توصيل رسائل تحفز الشباب وتجعله ينظر للجمعيات الخيرية والعمل التطوعي أهم جزء مهم وفعال في المجتمع و الملفت للانتباه أن الكثير من الشباب تزوج من فتيات منخرطات وأصبح لديهم أسرة وهذا مؤشر لثقة الشباب بالجمعية والمنخرطين فيها.

2- متغير المهنة:

جدول رقم (30): يبين توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير المهنة.

	التكرارات	النسبة المئوية
موظف	237	69,1
طالب	81	23,6
ربة منزل	4	1,2
بطل	21	6,1
المجموع	343	100,0

شكل رقم (18): يبين توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير المهنة.



يبين الجدول رقم (30) المتعلق بتوزيع العينة حسب متغير المهنة أن 69.1% من عينة الدراسة هم موظفين أما 23.6% هم طلاب جامعيين، و 6.1% هم بطالين، و 1.2% هن ربات منزل.

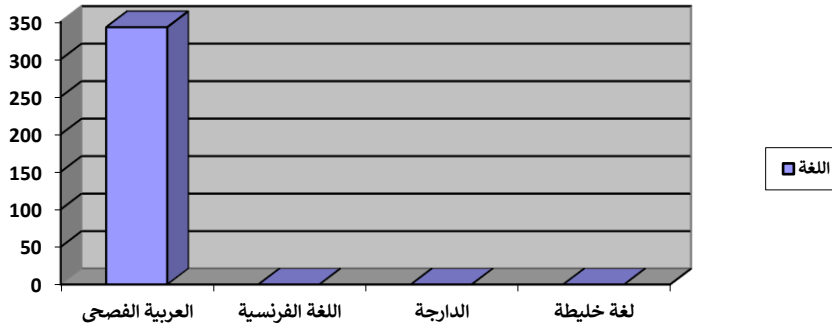
إن أكبر فئة مشاركة ومنخرطة في الجمعيات الأربعة هي فئة الموظفين ب 69.1% ومن هنا نستنتج أن الجمعيات الخيرية تستقطب رأس مال بشري شاب مثقف عامل ولديه خبرة في التسيير، كما أن مواقع التواصل الاجتماعي وقمرس الشباب في استخدامها سهل من عملهم الرسمي وعملهم في الجمعيات كمتطوعين فأحيانا يقوم بعمل الجمعية من مكان عمله وبدون أن يضطر للتنقل إلى مقر الجمعية أو خارجها مما قد يسبب له مشكل في العمل ممكن يسرح بسببه ومن هنا يصبح الشباب يكره العمل التطوعي يقول

بسببه أصبحت بطال، كما أن الجامعة كنسق يقوم بتكوين رأس مال بشري مثقف استطاعت أن تغرس في الشباب حب العمل التطوعي والانخراط في جمعيات وهذا بسبب النوادي المنتشرة في الجامعة والتي تقوم بأعمال تطوعية أصبح الشاب متعودا عليها، والملفت للانتباه حتى البطالين تجدهم منخرطين في جمعيات حتى يتجنب الفراغ الذي قد يجعله ينحرف ويصبح شخص ناقما على المجتمع ويوجد الكثير من البطالين نتيجة انخراطهم في الجمعية أصبح لديهم عمل إما داخل الجمعية في الإدارة أو حارس مقر الجمعية أو من خلال علاقات رئيس الجمعية (الرأس المال البشري) استطاع أن يوفر له عمل، كما قدمت مواقع التواصل الاجتماعي فرصة لربات المنزل أن يشاركن في عمل الجمعيات.

4- متغير اللغة المفضلة في المنشور:

جدول رقم (31): يبين توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير اللغة المفضلة في المنشور.

التكرارات	النسبة المئوية
العربية الفصحى	100
اللغة الفرنسية	00
الدارجة	00
لغة خليطة	00
المجموع	100



شكل رقم (19): يبين توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير اللغة المفضلة في المنشور.

يبين الجدول رقم (31) المتعلق بتوزيع العينة حسب متغير اللغة المفضلة في المنشور، حيث بلغت نسبة اللغة العربية فصحي 100% .

ويعود ذلك لاعتبارهم اللغة العربية هي اللغة السائدة التي تتميز بسهولة الفهم والبساطة وتدخل ضمن رأس ما هم الثقافي الذي ينحدر من دينهم وعروبته، ورغم ثقافة الشباب ودراساتهم في الجامعة واستخدامهم للإنترنت وتكنولوجيات الحديثة التي تجعلهم يستعملون لغات أجنبية على غرار الإنجليزية إلا أنهم يفضلون اللغة العربية في المناشير لسهولة استخدامها وفهمها.

5- تحليل فقرات المحور الأول: يساهم الفايسبوك بدرجة كبيرة في إعادة إنتاج هوية افتراضية

جديدة للجمعيات الخيرية في الجزائر: الجدول رقم (32) بتحليل كل فقرة من فقرات المحور الأول كما يلي:

رقم الفقرة	التكرارات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	إتجاه العينة	رتبة الفقرة
01	ni	110	216	12	05	00	4.26	0.59	85.2	أوافق	10
	Fi%	32.1	63	3.50	1.50	00				0	
02	ni	103	224	08	08	00	4.23	0.60	84.6	أوافق	12
	Fi%	30	65.3	2.30	2.30	00				0	
03	ni	178	154	06	05	00	4.47	0.61	89.4	أوافق	01
	Fi%	51.9	44.9	1.70	1.50	00				0	
04	ni	162	159	22	00	00	4.41	0.61	88.2	أوافق	03
	Fi%	47.2	46.4	6.40	00	00				0	

04	أوافق	86.2	0.62	4.31	00	04	17	192	130	ni	05
	بشدة	0			00	1.20	05	56	37.9	0	
14	أوافق	84	0.75	4.20	00	13	29	176	125	ni	06
	بشدة	0			00	3.80	8.50	51.3	36.4	0	
02	أوافق	88	0.54	4.40	00	00	09	188	146	ni	07
	بشدة	0			00	00	2.60	54.8	42.6	0	
08	أوافق	85.4	0.73	4.27	00	13	18	174	138	ni	08
	بشدة	0			00	3.80	5.20	50.7	40.2	0	
09	أوافق	85.4	0.74	4.27	00	12	24	166	141	ni	09
	بشدة	0			00	3.50	07	48.4	41.1	0	
16	أوافق	83.8	0.79	4.19	00	12	44	155	132	ni	10
	بشدة	0			00	3.50	12.8	45.2	38.5	0	
19	أوافق	82.4	0.80	4.12	04	15	22	198	104	ni	11
	بشدة	0			1.20	4.40	6.40	57.7	30.3	0	
28	أوافق	68.8	1.15	3.44	08	91	53	123	68	ni	12

		0			2.30	26.5	15.5	35.9	19.8	Fi%	
						0	0	0	0		
20	أوافق	81.2	0.74	4.06	00	16	37	202	88	ni	13
		0			00	4.70	10.8	58.9	25.7	Fi%	
							0	0	0		
15	أوافق	83.8	0.73	4.19	00	13	26	188	116	ni	14
		0			00	3.80	7.60	54.8	33.8	Fi%	
								0	0		
22	أوافق	80.8	0.79	4.04	00	16	53	176	98	ni	15
		0			00	4.70	15.5	51.3	28.6	Fi%	
							0	0	0		
13	أوافق بشدة	84	0.70	4.20	04	00	33	192	114	ni	16
					1.20	00	9.60	56	33.2	Fi%	
									0		
21	أوافق	81.2	0.81	4.06	04	17	28	200	94	ni	17
		0			1.20	05	8.20	58.3	27.4	Fi%	
								0	0		
18	أوافق	82.8	0.60	4.14	00	08	17	236	82	ni	18
		0			00	2.30	05	68.8	23.9	Fi%	
								0	0		
23	أوافق	79.4	0.79	3.97	00	24	41	199	79	ni	19
		0			00	07	12	58	23	Fi%	

07	أوافق	85.6	0.60	4.28	00	04	16	204	119	ni	20
	بشدة	0			00	1.20	4.70	59.5	34.7	Fi%	
11	أوافق	84.8	0.61	4.24	00	09	06	221	107	ni	21
	بشدة	0			00	2.60	1.70	64.4	31.2	Fi%	
25	أوافق	78.6	0.80	3.93	00	20	61	184	78	ni	22
	بشدة	0			00	5.80	17.8	53.6	22.7	Fi%	
24	أوافق	79	0.88	3.95	04	24	46	179	90	ni	23
	بشدة	0			1.20	07	13.4	52.2	26.2	Fi%	
26	أوافق	77.6	0.77	3.88	00	25	50	208	60	ni	24
	بشدة	0			00	7.30	14.6	60.6	17.5	Fi%	
27	أوافق	76	0.89	3.80	04	29	66	177	67	ni	25
	بشدة	0			1.20	8.50	19.2	51.6	19.5	Fi%	
17	أوافق	83	0.66	4.15	00	08	29	208	98	ni	26
	بشدة	0			00	2.30	8.50	60.6	28.6	Fi%	
06	أوافق	85.8	0.72	4.29	04	04	17	180	138	ni	27

	بشدة	0			1.20	1.20	05	52.5	40.2	Fi%	
								0	0		
05	أوافق	85.8	0.61	4.29	00	03	20	195	125	ni	28
	بشدة	0			00	0.90	5.80	56.9	36.4	Fi%	
								0	0		
/	أوافق	82.8	10.67	116.0	المحور ككل						
		9		5							

(*) دال إحصائيا عند مستوى الدلالة $\alpha=0.05$

التحليل الكيفي:

1- الفقرة رقم (03) والتي تمثل (يقدم الفاييسوك للجمعيات الخيرية فرصة للتصريح بنوع النشاط الجمعيات ومكانها) تحصلت على المرتبة 01 بمتوسط حسابي قدره 4.47 وانحراف معياري يساوي 0.61 حيث نرى بأن نسبة 89.40% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الفاييسوك يقدم للجمعيات الخيرية فرصة للتصريح بنوع النشاط الجمعيات ومكانها وهذا ما يعطي للجمعية هوية تصريحية يذكر فيها اسم الجمعية ونوع نشاطها ومكان نشاطها والفئة المستهدفة.

2- الفقرة رقم (04) والتي تمثل (يساهم الفاييسوك بإظهار عدد المعجبين بصفحة الجمعية) تحصلت على المرتبة 02 بمتوسط حسابي قدره 4.41 وانحراف معياري يساوي 0.61 حيث نرى بأن نسبة 88.20% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الفاييسوك يساهم في إظهار عدد المعجبين بصفحة الجمعية وهذا ما يعطي للجمعية هوية عددية للجمعية تميزها عن باقي الجمعيات الأخرى افتراضيا وتبين الرأس مالها البشري المعجب بصفحة الجمعية وهذا مؤشر على ثقتهم بالجمعية .

3- الفقرة رقم (07) والتي تمثل (يساهم الفاييسوك في إعطاء فرصة للتعريف بأهداف الجمعية افتراضيا) تحصلت على المرتبة 03 بمتوسط حسابي قدره 4.40 وانحراف معياري يساوي 0.54 حيث نرى بأن نسبة 88% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الفاييسوك يعطي فرصة للجمعية تعرف بأهداف الجمعية افتراضيا،

أصبحت الجمعيات الخيرية تستغل مواقع التواصل الاجتماعي للتعريف بأهدافها من خلال كتابة مختصرة تضع فيها أهم أهدافها، كما أن التسويق الاجتماعي لمجمل أنشطة الجمعية (صور وفيديوهات) يبين إذا كانت الجمعية تجسد أهدافها في أرض الواقع كل هذا يعطي للجمعية هوية تصريحية.

4- الفقرة رقم (05) والتي تمثل (يساهم الفيسبوك في تقديم فرصة للنشاط وانخراط الجمعيات في مجموعات إلكترونية تعطيها هوية عددية نشطة ومختلفة) تحصلت على المرتبة 04 بمتوسط حسابي قدره 4.31 وانحراف معياري يساوي 0.62 حيث نرى بأن نسبة 86.20% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الفيسبوك يعطي فرصة للجمعية انخراط في مجموعات إلكترونية تعطيها هوية عددية نشطة ومختلفة، يسهل الفيسبوك للجمعيات تشكيل مجموعات رقمية يتبادلون فيها أفكار تخص الجمعية والعمل التطوعي وأهم المشاريع التي يريدون تقديمها، فكلمة انخرطت الجمعية في مجموعات رقمية كلما زاد ونمى رأس مالها البشري الذي يعطيها هوية عددية تميزها عن باقي الجمعيات، فالمجموعات الإلكترونية تعرف بأهداف الجمعية.

5- الفقرة رقم (28) والتي تمثل (رقم الهاتف النقال المصروح به عبر صفحة الجمعية يكون رئيس الجمعية أو نائبه) حصلت على المرتبة 05 بمتوسط حسابي 4.29 وانحراف معياري 0.61 حيث نرى بأن نسبة 85.80% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أنه رقم الهاتف المصروح به في صفحة الجمعية يحمل مفتاح الولاية، أصبحت الجمعيات تقوم بتدوين رقم هاتف النقال لرئيس الجمعية ونائبه فهما يشكلان هوية الجمعية الحقيقية من أجل اتصال أو استفسار أو تقديم مساعدات وجمع تبرعات.

6- الفقرة رقم (27) والتي تمثل (يتيح الفيسبوك كتابة رقم الهاتف الأرضي للجمعية والذي يحمل مفتاح الولاية تحصلت على المرتبة 06 بمتوسط حسابي 4.29 وانحراف معياري 0.72 حيث نرى بأن نسبة 85.80% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أنه رقم الهاتف المصروح به في صفحة الجمعية يحمل مفتاح الولاية، تقوم الجمعيات بكتابة رقم هاتف الأرضي أو المحمول عبر صفحتها على الفيسبوك ومن الطبيعي رقم الهاتف الأرضي يحمل مفتاح الولاية التي تنشط فيها مثل جمعية إنصاف تنشط في سطيف مفتاح هاتف أرضي 036 أما جمعية الشباب المثقف بوهان مفتاح هاتف أرضي 041 أما جمعية التوعية تنشط في بجاية مفتاح هاتف أرضي 034 أما

جمعية سيدرا تنشط في جزائر العاصمة ومفتاح هاتف الأرضي 021 ومن هنا نستنتج أن لكل جمعية هوية تصريحية مختلفة عن باقي الجمعيات الأخرى.

7- الفقرة رقم (20) والتي تمثل (يساهم الفيسبوك في إظهار الرابط الخاص بصفحة الجمعية). (هوية تصريحية) تحصلت على المرتبة 07 بمتوسط حسابي قدره 4.28 وانحراف معياري يساوي 0.60 حيث نرى بأن نسبة 85.60% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الفيسبوك يساهم في إظهار الرابط الخاص بصفحة الجمعية للمتصفح، يقدم الفيسبوك للجمعيات فرصة لظهور الرابط الخاص بالجمعية الذي يعطيها هوية تصريحية مختلفة عن باقي الجمعيات كما أن تداوله بين المتصفحين يزيد من نمو رأس المال البشري للجمعية، فكل جمعية لها رابط خاص بها وهو جزء من هويتها الافتراضية.

8- الفقرة رقم (08) والتي تمثل (يساهم الفيسبوك في إعطاء فرصة للانفراد بشعار مميز ومنفرد للجمعية عن باقي الجمعيات) تحصلت على المرتبة 08 بمتوسط حسابي قدره 4.27 وانحراف معياري يساوي 0.73 حيث نرى بأن نسبة 85.40% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الفيسبوك يساهم في إعطاء فرصة للانفراد بشعار مميز ومنفرد للجمعية عن باقي الجمعيات، تحاول الجمعيات أن تخلق لنفسها هوية بصرية من خلال تصميم شعار للجمعية وتصرح به من خلال صفحتها على الفيسبوك يحاكي هويتها الحقيقية فقد تجدد في شعار اسم الجمعية ورمز يدل على الجمعية.

9- الفقرة رقم (09) والتي تمثل (يسهل الفيسبوك للجمعيات الخيرية استخدام واجهة مميزة ومختلفة تحمل هوية الجمعية إما صورة أو رمز أو كلمة) تحصلت على المرتبة 09 بمتوسط حسابي قدره 4.27 وانحراف معياري يساوي 0.74 حيث نرى بأن نسبة 85.40% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الفيسبوك يساهم في إعطاء فرصة من أجل صنع واجهة تحاكي هوية الجمعية إما وضع صورة أعضاء الجمعية أو كلمة تحمل اسم الجمعية أو رمزا يبين الفئة المستهدفة من قبل الجمعية.

10- الفقرة رقم (01) والتي تمثل (يساهم الفيسبوك بإعطاء اسم مستخدم منفرد للجمعيات الخيرية) تحصلت على المرتبة 10 بمتوسط حسابي قدره 4.26 وانحراف معياري يساوي 0.59 حيث نرى بأن نسبة 85.20% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الفيسبوك يساهم في إعطاء اسم مستخدم منفرد للجمعية، وقد يكون في الإجمال

اسم المستخدم يحمل اسم الجمعية أو المكان الذي توجد فيه وهو مشابه لهويتها الحقيقية وهذا ما يعطيها هوية تصريحية، كما أن عدد الأحرف والأرقام المكونة لاسم مستخدم مختلفة مما تعطيه هوية عددية.

11- الفقرة رقم (21) والتي تمثل (يتيح الفيسبوك تقديم وصف مختصر للجمعية مما يعطيها هوية تصريحية منفردة). تحصلت على المرتبة 11 بمتوسط حسابي قدره 4.24 وانحراف معياري يساوي 0.61 حيث نرى بأن نسبة 84.80% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الفيسبوك يساهم في إعطاء فرصة للجمعية لتقديم وصف وتعريف مختصر عن الجمعية مما تشكل هوية تصريحية للجمعية، التعريف المختصر بالجمعية يسهل على المتابع معرفة نوع الجمعية والفئة التي تستهدفها والسنة التي تأسست فيها.

12- الفقرة رقم (02) والتي تمثل (يساهم الفيسبوك بإعطاء كلمة دلالية منفردة للجمعيات الخيرية) تحصلت على المرتبة 12 بمتوسط حسابي قدره 4.23 وانحراف معياري يساوي 0.60 حيث نرى بأن نسبة 84.60% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الفيسبوك يساهم في إعطاء كلمة دلالية منفردة للجمعيات الخيرية، ومتابع صفحات الجمعيات عبر الفيسبوك يلاحظ أن لكل جمعية كلمة دلالية مختلفة عن أخرى مما يعطيها هوية تصريحية مختلفة.

13- الفقرة رقم (16) والتي تمثل (يتيح الفيسبوك للجمعيات الخيرية تقاسم ذكريات في نفس اليوم من السنوات السابقة لأهم أنشطتها) تحصلت على المرتبة 13 بمتوسط حسابي قدره 4.20 وانحراف معياري يساوي 0.70 حيث نرى بأن نسبة 84% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الفيسبوك يتيح للجمعيات الخيرية تقاسم ذكريات في نفس اليوم من السنوات السابقة لأهم أنشطتها، يقدم الفيسبوك للجمعيات فرصة لتذكر أهم أنشطة سابقة قامت بها في نفس اليوم ولكن مختلفة في السنة وهذا ما يجعل كل جمعية تتميز عن أخرى مما يعطيها هوية نشطة مختلفة.

14- الفقرة رقم (06) والتي تمثل (يساهم الفيسبوك بتقديم حيز للتصريح بمكان الجمعية افتراضيا ويكون مطابقا لتواجدها في الواقع) تحصلت على المرتبة 14 بمتوسط حسابي قدره 4.20 وانحراف معياري يساوي 0.75 حيث نرى بأن نسبة 84% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الفيسبوك يتيح للجمعيات الخيرية حيزا للتصريح بمكان نشاطها، وهنا يجب على الجمعية أن تكون صادقة ودقيقة في تحديد مكان تواجد الجمعية وكثيرا من الجمعيات تقوم بتحديد مكان الجمعية عن طريق خاصية تحديد الأماكن على الفيسبوك، كما أنه توجد بعض الجمعيات ضمن تطبيق جيبيراس وبالتالي يكون من السهل الوصول إليها.

15- الفقرة رقم (14) والتي تمثل (يحتوي شعار الجمعية عبر الفايسبوك على رموز وكتابات تعبر عن هوية الجمعية المصريح بها) تحصلت على المرتبة 15 بمتوسط حسابي قدره 4.19 وانحراف معياري يساوي 0.73 حيث نرى بأن نسبة 83.80% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن يحتوي شعار الجمعية عبر الفايسبوك على رموز وكتابات تعبر عن هوية الجمعية، عند تتبع شعار الجمعيات الأربع نلاحظ أن جميع شعارات تحمل اسم الجمعية أو رمز عن نوع نشاطها مما يعطيها هوية بصرية تصريحية وبصرية.

16- الفقرة رقم (10) والتي تمثل (يساهم الفايسبوك في التواجد اليومي للجمعية) تحصلت على المرتبة 16 بمتوسط حسابي قدره 4.19 وانحراف معياري يساوي 0.79 حيث نرى بأن نسبة 83.80% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الفايسبوك يساهم في تواجد الجمعية يوميا، يعطي الفايسبوك للجمعيات الخيرية فرصة أن تكون متواجدة بأنشطتها يوميا مع متابعيها وهذا ما يزيد التعلق بها واحترامها وهذا ما ينعكس على زيادة رأس مالها البشري.

17- الفقرة رقم (26) والتي تمثل (يسهل الفيسبوك في معرفة عدد المعجبين والمشاركين بصورة تعريف الجمعية) تحصلت على المرتبة 17 بمتوسط حسابي قدره 4.15 وانحراف معياري يساوي 0.66 حيث نرى بأن نسبة 83% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الفيسبوك يسهل على المتابع معرفة عدد المعجبين والمشاركين بصورة تعريف الجمعية، أصبح المتابعين والمعجبين بصورة تعريف الجمعية يعطوها هوية عددية مميزة ومختلفة عن باقي الجمعيات الأخرى.

18- الفقرة رقم (18) والتي تمثل (يسهل الفيسبوك في استخدام والتصريح بصورة غلاف مميزة وتحمل هوية الجمعية وتختلف عن باقي الجمعيات) تحصلت على المرتبة 18 بمتوسط حسابي قدره 4.14 وانحراف معياري يساوي 0.60 حيث نرى بأن نسبة 82.80% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الفيسبوك يسهل في استخدام والتصريح بصورة غلاف مميزة وتحمل هوية الجمعية، تحاول الجمعيات وضع صورة غلاف تبرز هويتها الحقيقية وقد تكون صورة أحد أعضاء الجمعية أو اسم الجمعية.. الخ وهذا يعطيها هوية تصريحية.

19- الفقرة رقم (11) والتي تمثل (يساهم الفايسبوك في إظهار عدد المعجبين بصورة واجهة الجمعية) تحصلت على المرتبة 19 بمتوسط حسابي قدره 4.12 وانحراف معياري يساوي 0.80 حيث نرى بأن نسبة 82.40% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الفيسبوك يساهم في إظهار عدد المعجبين بصورة واجهة الجمعية، وهذا ما يعطي للجمعية هوية عددية مختلفة عن باقي الجمعيات.

20- الفقرة رقم (13) والتي تمثل (محتوي إمايل الجمعية عبر الفيسبوك يحمل هوية الجمعية إما في الاسم أو الرقم) تحصلت على المرتبة 20 بمتوسط حسابي قدره 4.06 وانحراف معياري يساوي 0.74 حيث نرى بأن نسبة 81.20% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن محتوى إمايل الجمعية عبر الفيسبوك يحمل هوية الجمعية إما في الاسم أو الرقم، من الملاحظ في إمايل جميع الجمعيات تجده معبرا عن هويتها الحقيقية إما من خلال اسم الجمعية أو مكان تواجدها من خلال ترقيم الولائي مما يعطيها هوية تصريحية مختلفة عن جمعيات الأخرى.

21- الفقرة رقم (17) والتي تمثل (يتيح الفيسبوك للجمعيات الخيرية البقاء في اتصال مع أشخاص المعروفين وغير المعروفين لديها) تحصلت على المرتبة 21 بمتوسط حسابي قدره 4.06 وانحراف معياري يساوي 0.81 حيث نرى بأن نسبة 81.20% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الفيسبوك يقد للجمعيات الخيرية فرصة للبقاء في اتصال مع أشخاص المعروفين وغير معروفين لديها، والمقصود به هنا هو الانفتاح على جميع الأجناس والأديان والعادات والتقاليد داخل وخارج الوطن.

22- الفقرة رقم (15) والتي تمثل (يتيح الفيسبوك للجمعيات الخيرية استخدام رقم سري مركب ومنفرد يحافظ على هوية الجمعية من السرقة) تحصلت على المرتبة 22 بمتوسط حسابي قدره 4.05 وانحراف معياري يساوي 0.79 حيث نرى بأن نسبة 80.80% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الفيسبوك يتيح للجمعيات الخيرية استخدام رقم سري يحافظ على هوية الجمعية من السرقة، تحاول الجمعيات الاستعانة بأشخاص يفهمون بعالم الواب أثناء فتح صفحة واختيار رقم سري صعب حتى لا تسرق خصوصيات الجمعية أو تخترق.

23- الفقرة رقم (19) والتي تمثل (يساهم الفيسبوك في تسهيل ومعرفة عدد مرات تغيير صورة غلاف الجمعية) تحصلت على المرتبة 23 بمتوسط حسابي قدره 3.97 وانحراف معياري يساوي 0.79 حيث نرى بأن نسبة 79.40% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الفيسبوك يسهل لنا معرفة كم هي عدد المرات التي غيرت الجمعية صورة غلافها، هذا العدد التغيير يعطي للجمعية هوية نشطة تميزها عن غيرها من الجمعيات وفي نفس الوقت هوية عددية تتمثل عدد مرات تغيير الذي بدوره يعطي للجمعية انفراد واختلاف.

24- الفقرة رقم (23) والتي تمثل (يتيح الفيسبوك للجمعيات تصميم شكل الشعار الجمعية بأشكال هندسية مختلفة يعطيها هوية تصريحية منفردة.) تحصلت على المرتبة 24 بمتوسط حسابي قدره 3.95 وانحراف معياري يساوي 0.88 حيث

نرى بأن نسبة 79% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الفيسبوك يتيح للجمعيات تصميم شعار بأشكال مختلفة يعطيها هوية تصريحية منفردة، تختار الجمعيات لنفسها شعار بأشكال هندسية مختلفة يعطيها هوية بصرية منفردة ويرسخ في أذهان المشاهدين والمتابعين لصفحة الجمعية.

25- الفقرة رقم (22) والتي تمثل (عدد الأحرف والأرقام والرموز المشككة لإمايل الجمعية والمصرح بها عبر صفحتها يعطيها هوية عددية منفردة عن باقي الجمعيات) تحصلت على المرتبة 25 بمتوسط حسابي قدره 3.93 وانحراف معياري يساوي 0.80 حيث نرى بأن نسبة 78.60% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن عدد الأحرف والأرقام والرموز المشككة لإمايل الجمعية تعطيها هوية عددية منفردة عن باقي الجمعيات الأخرى، يحمل في العادة إمايل الجمعيات والمصرح به من قبل الجمعية (الهوية التصريحية)، أرقام وأحرف ورموز عدد هذه الحروف والرموز يعطيها هوية عددية مختلفة تميزها عن باقي الجمعيات.

26- الفقرة رقم (24) والتي تمثل (يسهل الفيسبوك على الجمعيات استخدام وتغيير في ألوان خلفية) تحصلت على المرتبة 26 بمتوسط حسابي قدره 3.88 وانحراف معياري يساوي 0.77 حيث نرى بأن نسبة 77.60% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الفيسبوك يسهل للجمعية تغيير لون الخلفية، يقدم الفيسبوك للجمعيات العديد من الامتيازات منها تغيير لون الخلفية كما يشاء مسؤول على الصفحة ويدخل هنا ميول الشخص.

27- الفقرة رقم (25) والتي تمثل (يتيح الفيسبوك للجمعيات الخيرية من خلال شفافية الصفحة معرفة عدد مرات تغيير اسم الصفحة) تحصلت على المرتبة 27 بمتوسط حسابي قدره 3.80 وانحراف معياري يساوي 0.89 حيث نرى بأن نسبة 76% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الفيسبوك يتيح لنا معرفة عدد مرات التي غيرت فيه الجمعية اسم الصفحة، هذا امتياز الذي تقدمه إدارة الفيسبوك من خلال شفافية الصفحة يجعلنا نعرف كم من مرة غيرت الجمعية اسم الصفحة مما يعطيها هوية نشطة تبين نشاط الجمعية وتجديدها، كما أن عدد المرات التي غيرت فيها الجمعية اسم الصفحة يعطيها هوية عددية.

28- الفقرة رقم (12) والتي تمثل (تمتع الجمعيات الخيرية بحرية في اختيار اللغة المناسبة للترويج لمحمل أنشطتها عبر الفيسبوك) تحصلت على المرتبة 28 بمتوسط حسابي قدره 3.44 وانحراف معياري يساوي 1.15 حيث نرى بأن نسبة 68.80% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الفيسبوك يتيح لنا استخدام اللغة التي نحبها، توجد حرية

للجمعيات في استخدام اللغة أثناء النشر من خلال صفحاتها ولكن الجمعية الذكية هي التي تنوع بين اللغة العربية والأجنبية حتى تصل إلى جميع الشرائح ولا ننسي أن هناك شريحة من كبار السن كان تكوينهم الأكاديمي باللغة الفرنسية وبالتالي إذا استخدمنا لغة عربية ممكن لا تصل رسالة الجمعية إليهم.

29- تحليل فقرات المحور الثاني: يساهم الفايسبوك بدرجة كبيرة في إعادة إنتاج ثقة بين الأفراد والجمعيات: نقوم في

الجدول رقم (33) بتحليل كل فقرة من فقرات المحور الثاني كما يلي:

رقم الفقرة	التكرارات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	إتجاه العينة	رتبة الفقرة
01	ni	120	200	10	13	00	4.24	0.69	84.8	أوافق	08
	Fi%	35	58.3	2.90	3.80	00				بشدة	
02	ni	109	201	18	11	04	4.17	0.76	83.4	أوافق	18
	Fi%	31.8	58.6	5.20	3.20	1.20				بشدة	
03	ni	139	144	29	28	03	4.13	0.94	82.6	أوافق	23
	Fi%	40.5	42	8.50	8.20	0.90				بشدة	
04	ni	107	182	35	15	04	4.09	0.83	81.8	أوافق	24
	Fi%	31.2	53.1	10.2	4.40	1.20				بشدة	
05	ni	109	185	37	12	00	4.14	0.74	82.8	أوافق	22
	Fi%	31.8	53.9	10.8	3.50	00				بشدة	

15	أوافق	84	0.72	4.20	00	12	24	190	117	ni	06
	بشدة				00	3.50	07	55.4	34.1	Fi%	
10	أوافق	84.6	0.66	4.23	00	08	21	199	115	ni	07
	بشدة	0			00	2.30	6.10	58	33.5	Fi%	
07	أوافق	85	0.61	4.25	00	05	16	210	112	ni	08
	بشدة				00	1.50	4.70	61.2	32.7	Fi%	
14	أوافق	84.2	0.72	4.21	00	10	30	182	121	ni	09
	بشدة	0			00	2.90	8.70	53.1	35.3	Fi%	
06	أوافق	85.2	0.68	4.26	00	09	20	187	127	ni	10
	بشدة	0			00	2.60	5.80	54.5	37	Fi%	
01	أوافق	86.8	0.56	4.34	00	04	03	209	127	ni	11
	بشدة	0			00	1.20	0.90	60.9	37	Fi%	
09	أوافق	84.8	0.72	4.24	00	13	18	186	126	ni	12
	بشدة	0			00	3.80	5.20	54.2	36.7	Fi%	
04	أوافق	85.8	0.59	4.29	00	04	12	206	121	ni	13

	بشدة	0			00	1.20	3.50	60.1	35.3	Fi%	
								0	0		
11	أوافق	84.6	0.71	4.23	04	05	16	201	117	ni	14
	بشدة	0			1.20	1.50	4.70	58.6	34.1	Fi%	
								0	0		
03	أوافق	86	0.61	4.30	00	09	01	212	121	ni	15
	بشدة				00	2.60	0.30	61.8	35.3	Fi%	
								0	0		
19	أوافق	83	0.63	4.15	00	08	21	224	90	ni	16
					00	2.30	6.10	65.3	26.2	Fi%	
								0	0		
21	أوافق	82.8	0.66	4.14	04	05	16	233	85	ni	17
		0			1.20	1.50	4.70	67.9	24.8	Fi%	
								0	0		
25	أوافق	81.2	0.78	4.06	04	16	23	213	87	ni	18
		0			1.20	4.70	6.70	62.1	25.4	Fi%	
								0	0		
17	أوافق	83.6	0.62	4.18	00	04	27	214	98	ni	19
		0			00	1.20	7.90	62.4	28.6	Fi%	
								0	0		
05	أوافق	85.2	0.56	4.26	00	00	20	213	110	ni	20
	بشدة	0			00	00	5.80	62.1	32.1	Fi%	

								0	0		
12	أوافق بشدة	84.4 0	0.49	4.22	00	00	12	243	88	ni	21
					00	00	3.50	70.8	25.7	Fi%	
								0	0		
20	أوافق	82.8 0	0.62	4.14	00	05	30	220	88	ni	22
					00	1.50	8.70	64.1	25.7	Fi%	
								0	0		
13	أوافق بشدة	84.4 0	0.70	4.22	00	04	42	171	126	ni	23
					00	1.20	12.2	49.9	36.7	Fi%	
								0	0		
02	أوافق بشدة	86.4 0	0.53	4.32	00	00	11	211	121	ni	24
					00	00	3.20	61.5	35.3	Fi%	
								0	0		
16	أوافق	83.6 0	0.59	4.18	00	03	24	223	93	ni	25
					00	0.90	07	65	27.1	Fi%	
									0		
/	أوافق بشدة	84.1 6	10.75	105.2 0	المحور ككل						

(*) دال إحصائيا عند مستوى الدلالة $\alpha=0.05$

التحليل الكيفي:

1- الفقرة رقم (11) والتي تمثل (يعزز التواجد اليومي للجمعيات الخيرية عبر صفحاتها من ثقة الأفراد بها) تحصلت على

المرتبة 01 بمتوسط حسابي قدره 4.34 وانحراف معياري يساوي 0.56 حيث نرى بأن نسبة 86.80 % من أفراد

عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن التواجد اليومي للجمعيات من خلال صفحاتها يعزز ثقة الأفراد بها، التواجد اليومي للجمعية يبين للفرد والمجتمع درجة اهتمامها في تطبيق أهدافها وفي نفس الوقت التكرار يرسخ في ذهن المتابعين مما يزيد ثقتهم بالجمعية والذي ينعكس في زيادة رأس مالها البشري .

2- الفقرة رقم (24) والتي تمثل (قيام الجمعيات الخيرية بحوارات قصيرة من خلال بث مباشر يعزز الثقة بها) تحصلت على المرتبة 02 بمتوسط حسابي قدره 4.32 وانحراف معياري يساوي 0.53 حيث نرى بأن نسبة 86.40% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن تواجد الجمعية من خلال بث مباشر وإجراء حوارات قصيرة يزيد من ثقة الأفراد والمجتمع بالجمعية، يسهل الفيسبوك لمستخدميه النقل المباشر الذي يوفره فهو بالتالي دليل موثق من قبل الجمعية في حرصها على تطبيق أهدافها ومشاريعها وهذا ما يزيد الثقة بها والذي ينعكس في زيادة رأس مالها البشري، كما ثقافة النقل المباشر هي رأس مال ثقافي جديد جاء مع مواقع التواصل الاجتماعي.

3- الفقرة رقم (15) والتي تمثل (يتيح الفيسبوك للجمعيات الخيرية تقديم وصف مختصر عن الجمعية يعيد إنتاج الثقة بين الجمعية والأفراد والمجتمع بمؤسساته المختلفة) تحصلت على المرتبة 03 بمتوسط حسابي قدره 4.30 وانحراف معياري يساوي 0.61 حيث نرى بأن نسبة 86% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الوصف المختصر عن الجمعية يعيد إنتاج ثقة بينها وبين الأفراد والمجتمع، لقد استخدمت الجمعيات فيديو قصير عبر الفيسبوك تعرف بالجمعية ومشاريعها وأهدافها هذا النوع من الترويج يزيد من ثقة الأفراد والمجتمع بها كما يعرف بها مما ينعكس في نمو رأس مالها البشري إن هذا النوع التعريف يعزز ثقة الدولة بالجمعية.

4- الفقرة رقم (13) والتي تمثل (النمو المتكرر لرأس المال البشري للجمعية عبر الفاييسبوك هو مؤشر على ثقة الجمهور بأهدافها وأنشطتها وما تروج له) تحصلت على المرتبة 04 بمتوسط حسابي قدره 4.29 وانحراف معياري يساوي 0.59 حيث نرى بأن نسبة 85.80% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن النمو المتكرر لرأس المال البشري للجمعية هو مؤشر على ثقة الجمهور بأهدافها وأنشطتها وما تروج له، مع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي ظهر مصطلح المتابعين وكرتهم فأصبح لكل جمعية رأس مالها البشري المتابع الذي يبين درجة ثقته بالجمعية ويعطيها هوية عديدة منفردة عن الجمعيات الأخرى إذا قلنا جمعية لديها 1000 متابع أو معجب ليس كجمعية لديها 340250 متابع مثلا هذا التمايز العددي أساسه الثقة بالجمعية.

5- الفقرة رقم (20) والتي تمثل (استخدام الجمعية لبيانات إحصائية دقيقة يعيد إنتاج ثقة بها) تحصلت على المرتبة 05 بمتوسط حسابي قدره 4.26 وانحراف معياري يساوي 0.56 حيث نرى بأن نسبة 85.20% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن استخدام الجمعية لبيانات إحصائية دقيقة يعيد إنتاج ثقة بالجمعية، فكل شيء تقوم الجمعية بنشره هي مسؤولة و تحاسب عليه وبالتالي يجب أن تراعي الدقة في المحتوى المنشور حتى تزيد من ثقة متابعيها الذي بدوره ينعكس في زيادة رأس مالها البشري والعكس صحيح.

6- الفقرة رقم (10) والتي تمثل (يقدم الفايسبوك فرصة للجمعيات من أجل التعريف بأهداف الجمعية ومشاريعها والذي ينعكس بدوره في كسب الثقة الفرد والمجتمع) تحصلت على المرتبة 06 بمتوسط حسابي قدره 4.26 وانحراف معياري يساوي 0.68 حيث نرى بأن نسبة 85.20% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الفايسبوك يقدم فرصة لتعريف بمشاريع الجمعية والهدف منها والذي ينعكس بدوره في كسب ثقة الفرد والمجتمع، جل الجمعيات تستخدم صفحة الفايسبوك تسويق لمشاريعها مثل مشروع بنك الطعام الجزائري الذي أطلقتته جمعية سيدرا و الذي نال استحسان المجتمع الجزائري وقام بكسب ثقة رجال الأعمال والمؤسسات المختلفة لدعمه فالدعم الذي تتلقاه المشاريع والتبرع هو مؤشر الثقة بالجمعية ومشاريعها.

7- الفقرة رقم (08) والتي تمثل (تكريم الجمعية الخيرية الممثلة برئيسها هو دليل على ثقة الفرد والمجتمع وبما تروج له عبر صفحاتها) تحصلت على المرتبة 07 بمتوسط حسابي قدره 4.25 وانحراف معياري يساوي 0.61 حيث نرى بأن نسبة 85% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن تكريم الجمعية الممثلة برئيسها هو ثقة الفرد والمجتمع بما تروج له عبر صفحاتها، إن تكريم الجمعية يزيد من ثقة أعضائها بأنفسهم ورسالتهم كما أنه دليل على ثقة أفراد المجتمع بها وما تسوق له كما أن الثقة تزيد من رأس المال البشري.

8- الفقرة رقم (01) والتي تمثل (يساهم الفيسبوك في إعطاء فرصة للجمعيات لقياس درجة ثقة الأفراد بها من خلال التعليقات والمشاركات والإعجابات بمنشوراتها) تحصلت على المرتبة 08 بمتوسط حسابي قدره 4.24 وانحراف معياري يساوي 0.69 حيث نرى بأن نسبة 84.80% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الفايسبوك يعطي فرصة للجمعيات لقياس درجة الثقة الأفراد بها من خلال التعليقات والمشاركات والإعجابات بمنشوراتها، التفاعل مع منشورات الجمعية ومشاركتها والإعجاب عليها يساعد في قياس درجة الثقة بالجمعية.

9- الفقرة رقم (12) والتي تمثل (يتيح الفاييسبوك للجمعيات الخيرية فرصة استخدام وسائط سمعية بصرية تزيد من كسب ثقة الأفراد والمجتمع) تحصلت على المرتبة 09 بمتوسط حسابي قدره 4.24 وانحراف معياري يساوي 0.72 حيث نرى بأن نسبة 84.80% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الفاييسبوك يتيح للجمعيات استخدام وسائط سمعية بصرية تزيد من كسب ثقة أفراد والمجتمع، تحاول الجمعيات استخدام الصور والفيديوهات والملصقات لأنشطتها أو أفكار أخرى عن العمل التطوعي تزيد من كسب ثقة الأفراد والمجتمع مثلاً تجارب دول أخرى، أو إنجازاتها التي هي دليل على نشاطها..الخ.

10- الفقرة رقم (07) والتي تمثل (يساعد الفاييسبوك الجمعيات الخيرية على الوصول لكسب ثقة عدد كبير من رأس المال البشري وهذا ما يطلق عليه عدد متابعي الصفحة). تحصلت على المرتبة 10 بمتوسط حسابي قدره 4.23 وانحراف معياري يساوي 0.66 حيث نرى بأن نسبة 84.60% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الفاييسبوك يساعد في كسب عدد كبير من رأس مال البشري وهذا ما يطلق عليه عدد متابعين الصفحة، إن زيادة عدد متابعي صفحة الجمعية دليل على ثقتهم بها وتشابه اتجاهاتهم وهي تختلف من جمعية إلى أخرى.

11- الفقرة رقم (14) والتي تمثل (يتيح الفيسبوك للجمعيات الخيرية فرصة لتقديم عروض مغرية للشباب من أجل إبراز قدراتهم الفنية والعلمية وكسب ثقتهم). تحصلت على المرتبة 11 بمتوسط حسابي قدره 4.23 وانحراف معياري يساوي 0.71 حيث نرى بأن نسبة 84.60% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الفاييسبوك يتيح للجمعيات فرصة لتقديم عروض مغرية من أجل إبراز قدراتهم الفنية والعلمية وكسب ثقتهم، تحاول الجمعيات الخيرية كسب ثقة الشباب من أجل إبراز قدراتهم الفنية والعلمية.

12- الفقرة رقم (21) والتي تمثل (عرض الجمعيات لحالات و رواية قصص عبر صفحاتها يعيد إنتاج ثقة). تحصلت على المرتبة 12 بمتوسط حسابي قدره 4.22 وانحراف معياري يساوي 0.49 حيث نرى بأن نسبة 84.40% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن عرض الجمعية لحالات إنسانية ورواية قصص عبر صفحاتها يعيد الإنتاج الثقة بها، أن عرض تجارب من أرض الواقع وحكاية قصص تثير استعطف المتابعين وتزيد من ثقتهم بالجمعية.

13- الفقرة رقم (23) والتي تمثل (تقديم الجمعيات لعروض عبر صفحاتها وتحميدها في أرض الواقع يزيد الثقة بها). تحصلت على المرتبة 13 بمتوسط حسابي قدره 4.22 وانحراف معياري يساوي 0.70 حيث نرى بأن نسبة 84.40% من

أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن العروض التي تقدمها الجمعية من خلال صفحاتها وتحتها في أرض الواقع يزيد الثقة بها، إن إنجاز الجمعيات الخيرية لمشاريعها التي سوقت لها يزيد الثقة بها مما ينعكس في نمو رأس مالها البشري.

14- الفقرة رقم (09) والتي تمثل (يقدم الفاييسوك للجمعيات الخيرية فرصة في كسب ثقة الشباب وتصحيح نظرهم الخاطئة للجمعيات من خلال استمالات عقلية وعاطفية حول العمل التطوعي) تحصلت على المرتبة 14 بمتوسط حسابي قدره 4.21 وانحراف معياري يساوي 0.72 حيث نرى بأن نسبة 84.20% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن تستخدم الجمعيات الخيرية استمالات عقلية وعاطفية من أجل كسب ثقة الشباب وتصحيح نظرهم الخاطئة حول العمل التطوعي، تستخدم الجمعيات منشورات تثير الجانب العقلي والعاطفي لمتابعيها مثل عرض حالات إنسانية أو نصائح وإرشادات مثل جائحة كورونا وحرائق الغابات.

15- الفقرة رقم (06) والتي تمثل (يتيح الفاييسوك للجمعيات الخيرية فرصة المشاركة في أنشطة تشاركه مع مؤسسات الدولة وكسب ثقتها مثل وزارة الصحة، ووزارة الشباب والرياضة.. الخ.) تحصلت على المرتبة 15 بمتوسط حسابي قدره 4.20 وانحراف معياري يساوي 0.72 حيث نرى بأن نسبة 84% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الفاييسوك يتيح فرصة في كسب الثقة مؤسسات الدولة ومشاركتها في أنشطة، لقد استطاعت بعض الجمعيات أن تثبت مكانها وخاصة أثناء الأزمات والمشاكل مما عزز ثقة مؤسسات الدولة بها ومشاركتها في بعض الأنشطة مثل مشروع ساعة الأرض الذي قامت به جمعية سيدرا والذي أصبح يوماً بعد يوم مدعوم من وزارة الطاقة ووزارة البيئة كما لا ننسى المشاركة مع قطاع الشباب والرياضة في تسيير جزئي للمشاريع.

16- الفقرة رقم (25) والتي تمثل (أنشطة الجمعية المعلن عنها في صفحاتها لمحاربة جائحة كورونا عزز ثقة الدولة والأفراد بها) تحصلت على المرتبة 16 بمتوسط حسابي قدره 4.18 وانحراف معياري يساوي 0.59 حيث نرى بأن نسبة 83.60% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الأنشطة التي قامت بها الجمعيات لمحاربة جائحة كورونا زاد من ثقة الدولة والأفراد بها لقد برزت العديد من الجمعيات في ساحة التطوع من خلال أنشطتها لمحاربة جائحة كورونا فجعلها محل ثقة.

17- الفقرة رقم (19) والتي تمثل (الاستعانة بشهادات المتطوعين عبر صفحتها يعزز ثقة الأفراد بها.) تحصلت على المرتبة 17 بمتوسط حسابي قدره 4.18 وانحراف معياري يساوي 0.62 حيث نرى بأن نسبة 83.60% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الاستعانة بشهادات المتطوعين عبر صفحة الجمعية يعزز ثقة الأفراد بها، وهذا ما قامت به الجمعيات على غرار جمعية الشباب المثقف بنشر شهادات متطوعين أثناء أزمة الأوكسيجين وإطلاقها حملة ساهم تحتهم على التبرع وقد حدث تجاوب كبير مع الحملة.

18- الفقرة رقم (02) والتي تمثل (عدم التطابق بين الصورة والمنشور المروج له عبر صفحة الجمعية يقلل من درجة الثقة.الأفراد بها.) تحصلت على المرتبة 18 بمتوسط حسابي قدره 4.17 وانحراف معياري يساوي 0.76 حيث نرى بأن نسبة 83.40% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن عدم التطابق بين الصورة والمنشور المروج له عبر صفحة الجمعية يقلل درجة ثقة الأفراد بها، تحرص الجمعيات على نشر حقائق قامت بها حتى تزيد من رأس مالها البشري ولكن في حال كان هناك كذب هذا يقلل من رأس مالها البشري.

19- الفقرة رقم (16) والتي تمثل (تساعد الصور التي تنشرها الجمعيات الخيرية عبر صفحتها على كسب ثقة الأسرة الجزائرية.) تحصلت على المرتبة 19 بمتوسط حسابي قدره 4.15 وانحراف معياري يساوي 0.63 حيث نرى بأن نسبة 83.40% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن تساعد الصور التي تنشرها الجمعيات لأنشطتها في كسب ثقة الأسرة الجزائرية، التواجد اليومي للجمعية عبر صفحتها و الترويج لأنشطتها وخاصة التي تكون موجهة للعائلات مثل مشروع حقيبة الطفل أو قفة رمضان تزيد من ثقة بالجمعية.

20- الفقرة رقم (22) والتي تمثل (استعانة الجمعيات الخيرية بخبراء وأطباء أثناء جائحة كورونا عبر صفحتها عزز ثقة الأفراد بها.) تحصلت على المرتبة 20 بمتوسط حسابي قدره 4.14 وانحراف معياري يساوي 0.62 حيث نرى بأن نسبة 82.80% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن استعانة الجمعيات بخبراء وأطباء أثناء جائحة كورونا عزز من ثقة الأفراد بها، حاولت الجمعيات أثناء جائحة كورونا كسب ثقة الأسرة الجزائرية بتقديم مساعدات للعائلات المتضررة ماديا ونفسيا فقد استعانة بأطباء نفسانيين للأطفال المحجورين حتى الأطباء المتخصصين لتقديم النصح والارشاد .

21- الفقرة رقم (17) والتي تمثل (عرض الجمعيات لحالات و رواية قصص عبر صفحاتها يعيد إنتاج ثقة). تحصلت على المرتبة 21 بمتوسط حسابي قدره 4.14 وانحراف معياري يساوي 0.66 حيث نرى بأن نسبة 82.80% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن عرض حالات إنسانية يزيد من ثقة الأفراد بالجمعية خاصة أثناء جائحة كورونا وحرائق الغابات.

22- الفقرة رقم (05) والتي تمثل (يتيح الفيسبوك للجمعيات الخيرية فرصة في إعادة إنتاج ثقة مع الممولين لمشاريع الجمعية) تحصلت على المرتبة 22 بمتوسط حسابي قدره 4.14 وانحراف معياري يساوي 0.74 حيث نرى بأن نسبة 82.80% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن ساعد الجمعيات في إعادة إنتاج ثقة مع الممولين وكسب ثقتهم مثل جمعية سيدرا التي تمتلك أكبر عدد من الممولين.

23- الفقرة رقم (03) والتي تمثل (يساهم الفيسبوك في إعطاء فرصة للجمعيات الخيرية في كسب ثقة الأفراد من أجل جمع أكبر عدد ممكن من التبرعات) تحصلت على المرتبة 23 بمتوسط حسابي قدره 4.13 وانحراف معياري يساوي 0.94 حيث نرى بأن نسبة 82.60% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الفيسبوك يساعد الجمعية في كسب ثقة الأفراد وجمع أكبر عدد من المساعدات، وهذا ما حدث لجمعية سيدرا أثناء حملة جمع التبرعات أثناء حرائق، وحملة ساهم التي أطلقتها جمعية شباب مثقف لشراء مكثفات أكسجين.

24- الفقرة رقم (04) والتي تمثل (أتاحت المعلومة المصورة التي تنشرها الجمعيات الخيرية عبر صفحاتها إلى إعادة إنتاج ثقة الفنانين والمؤثرين ورجال الأعمال) تحصلت على المرتبة 24 بمتوسط حسابي قدره 4.09 وانحراف معياري يساوي 0.83 حيث نرى بأن نسبة 81.80% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن المعلومة المصورة التي تنشرها الجمعيات من خلال صفحاتها إعادة إنتاج ثقة الفنانين والمؤثرين ورجال الأعمال، وهذا ما لاحظناه عند جمعية الشباب المثقف التي استعانة بممثلين في تنشيط حملتها فبمجرد مشاركتهم مع الجمعية هم يثقون بها.

25- الفقرة رقم (18) والتي تمثل (أنشطة الجمعية المعلن عنها في صفحاتها محاربة جائحة كورونا عززت ثقة الدولة والأفراد بها) تحصلت على المرتبة 25 بمتوسط حسابي قدره 4.06 وانحراف معياري يساوي 0.78 حيث نرى بأن نسبة 81.20% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن أنشطة الجمعية المعلن عنها في صفحاتها محاربة جائحة كورونا عززت ثقة الدولة والأفراد بها، ساعدت الجمعيات الخيرية الدولة والمجتمع أثناء جائحة كورونا بتقديم

مساعداً للعائلات المتضررة من الكوفيد والحرائق مما عزز ثقة الدولة والأسرة الجزائرية بهم وساعد على ذلك التسويق الجيد.

8- تحليل فقرات المحور الثالث: الجدول رقم (34) يساهم الفايبيوك بدرجة كبيرة في إعادة إنتاج مجالات جديدة أعطت

انتشار وشمولية للعمل التطوعي الجماعي في الجزائر: نقوم بتحليل كل فقرة من فقرات المحور كما يلي:

رقم الفقرة	التكرارات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	إتجاه العينة	رتبة الفقرة
01	Ni	107	223	12	01	00	4.27	0.53	85.40	أوافق بشدة	06
	Fi%	31.20	65	3.50	0.30	00					
02	Ni	129	205	05	04	00	4.34	0.57	86.80	أوافق بشدة	02
	Fi%	37.60	59.80	1.50	1.20	00					
03	Ni	132	194	17	00	00	4.34	0.57	86.80	أوافق بشدة	03
	Fi%	38.50	56.60	05	00	00					
04	Ni	110	211	17	05	00	4.24	0.61	84.80	أوافق بشدة	10
	Fi%	32.10	61.50	05	1.50	00					
05	Ni	97	203	35	04	04	4.12	0.72	82.40	أوافق بشدة	18
	Fi%	28.30	59.20	10.20	1.20	1.20					
06	Ni	104	184	43	12	00	4.11	0.75	82.20	أوافق بشدة	19
	Fi%	30.30	53.60	12.50	3.50	00					
07	Ni	102	199	30	12	00	4.14	0.71	82.80	أوافق بشدة	17
	Fi%	29.70	58	8.70	3.50	00					
08	Ni	104	195	44	00	00	4.17	0.63	83.40	أوافق بشدة	13

					00	00	12.80	56.90	30.30	Fi%	
12	أوافق بشدة	84.40	0.69	4.22	00	12	16	198	117	Ni	09
					00	3.50	4.70	57.70	34.10	Fi%	
04	أوافق بشدة	86.20	0.47	4.31	00	00	01	233	109	Ni	10
					00	00	0.30	67.90	31.80	Fi%	
05	أوافق بشدة	85.60	0.60	4.28	00	01	25	194	123	Ni	11
					00	0.30	7.30	56.60	35.90	Fi%	
20	أوافق	81.20	0.78	4.06	00	21	31	196	95	Ni	12
					00	6.10	09	57.10	27.70	Fi%	
16	أوافق	83	0.67	4.15	00	04	42	196	101	ni	13
					00	1.20	12.20	57.10	29.40	Fi%	
15	أوافق	83	0.63	4.15	00	04	33	212	94	ni	14
					00	1.20	9.60	61.80	27.40	Fi%	
01	أوافق بشدة	87	0.59	4.35	00	04	09	192	138	ni	15
					00	1.20	2.60	56	40.20	Fi%	
08	أوافق بشدة	85	0.62	4.25	00	04	21	202	116	ni	16
					00	1.20	6.10	58.90	33.80	Fi%	
07	أوافق بشدة	85.20	0.64	4.26	00	08	13	204	118	ni	17
					00	2.30	3.80	59.50	34.40	Fi%	
14	أوافق	83.20	0.81	4.16	04	12	29	178	120	ni	18

					1.20	3.50	8.50	51.90	35	Fi%	
09	أوافق بشدة	85	0.68	4.25	00	08	22	190	123	ni	19
					00	2.30	6.40	55.40	35.90	Fi%	
11	أوافق بشدة	84.60	0.59	4.23	00	04	18	216	105	ni	20
					00	1.20	5.20	63	30.60	Fi%	
/	أوافق بشدة	84.42	8.35	84.42	المحور ككل						

(*) دال إحصائيا عند مستوى الدلالة $\alpha=0.05$

التحليل الكيفي:

1- الفقرة رقم (15) والتي تمثل (يتيح الفيسبوك للجمعيات الخيرية فرصة للإعلان والإعلام عن أنشطتها أول بأول) (مجال

الترويج الاجتماعي)) تحصلت على المرتبة 01 بمتوسط حسابي قدره 4.35 وانحراف معياري يساوي 0.59 حيث نرى

بأن نسبة 87% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الفيسبوك يتيح للجمعيات الخيرية فرصة

للإعلان والإعلام وهنا يبرز مجال جديد للترويج أو التسويق الاجتماعي.

2- الفقرة رقم (02) والتي تمثل (يتيح الفيسبوك للجمعيات الخيرية استخدام وسائل متعددة للترويج الاجتماعي لمجال

أنشطتها من صور وفيديوهات وملصقات....الخ) تحصلت على المرتبة 02 بمتوسط حسابي قدره 4.34 وانحراف معياري

يساوي 0.57 حيث نرى بأن نسبة 86.80% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن

الفيسبوك يتيح للجمعيات الخيرية استخدام وسائل متعددة للترويج أنشطتها من صور وفيديوهات وملصقات، ومن هنا

برز مجال السمعي البصري وانتشر استخدامه من قبل الجمعيات ومجال التصميم.

3- الفقرة رقم (03) والتي تمثل (تحمل الصور والفيديوهات والملصقات التي تروج لها الجمعيات الخيرية لمسة إبداعية من قبل

أعضاء الجمعية و المتخصصين) تحصلت على المرتبة 03 بمتوسط حسابي قدره 4.34 وانحراف معياري يساوي 0.57

حيث نرى بأن نسبة 86.80% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الصور والفيديوهات

والمصنقات التي تنشرها جمعيات حتى تروج لأنشطتها تحمل لمسة إبداعية إما تضع فيها اسم الجمعية أو شعارها حتى تبين هويتها الحقيقية وهنا يبرز مجال المونتاج والفوتوغراف.

4- الفقرة رقم (10) والتي تمثل (يتيح الفاييسبوك للجمعيات الخيرية فرصة الانتشار والشمولية). (مشروع شارك) تحصلت على المرتبة 04 بمتوسط حسابي قدر 4.31 وانحراف معياري يساوي 0.47 حيث نرى بأن نسبة 86.20% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الفاييسبوك أعطى للجمعيات الخيرية انتشار وشمولية على غرار مشروع شارك الذي أطلقته جمعية سيدرا والذي يضم دليل الجمعيات النشطة والشبابية كما أصبحت الجمعيات معروفة وطنيا وحتى دوليا.

5- الفقرة رقم (11) والتي تمثل (يساهم الفيسبوك في إعطاء فرصة للجمعيات لاستقطاب الشباب إلكترونيا وإقناعهم بأهمية العمل التطوعي) تحصلت على المرتبة 05 بمتوسط حسابي قدر 4.28 وانحراف معياري يساوي 0.60 حيث نرى بأن نسبة 85.60% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الفاييسبوك يساهم في إعطاء فرصة للجمعيات لاستقطاب الشباب، وهنا ظهر مجال جديد هو الاستقطاب الإلكتروني تستخدمه الجمعيات حتى يزيد رأس مالها البشري وخاصة المثقف كما يساعد هذا في ازدهار الجمعية.

6- الفقرة رقم (01) والتي تمثل (تعتبر والوسائط التكنولوجية الحديثة وسيلة لتسيير الأنشطة الإدارية الداخلية والخارجية للجمعيات وخاصة عبر مواقع التواصل الاجتماعي فاكس، كومبيوتر، ناسخ الضوئي، طابعة، هاتف ذكي) تحصلت على المرتبة 06 بمتوسط حسابي قدر 4.27 وانحراف معياري يساوي 0.53 حيث نرى بأن نسبة 85.40% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الوسائط التكنولوجية من فاكس وهاتف ذكي جهاز، كومبيوتر، وناسخ ضوئي تستخدمها الجمعيات الخيرية في تسيير أنشطتها الإدارية الداخلية والخارجية وهنا نحن نتكلم عن مجال الإدارة الإلكترونية وما تحتاجه من معدات التي أصبحت تكنولوجية.

7- الفقرة رقم (17) والتي تمثل (يتيح الفيسبوك للجمعيات الخيرية إدارة العمل التطوعي عبر الانترنت) تحصلت على المرتبة 07 بمتوسط حسابي قدر 4.26 وانحراف معياري يساوي 0.64 حيث نرى بأن نسبة 85.20% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الفاييسبوك يساعد الجمعيات في إدارة العمل التطوعي.

- 8- الفقرة رقم (16) والتي تمثل (يساهم الفيسبوك في إعطاء فرصة للجمعيات الخيرية للقيام بالعمل التشاركي مع مؤسسات الدولة) تحصلت على المرتبة 08 بمتوسط حسابي قدره 4.25 وانحراف معياري يساوي 0.62 حيث نرى بأن نسبة 85% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الفيسبوك يساهم في إعطاء فرصة للجمعيات الخيرية القيام بأعمال تشاركية مع الدولة، نتيجة نشاط بعض الجمعيات والتسويق الجيد اجتماعيا قامت بالعديد من أعمال مثل تشاركية مع قطاع الشباب والرياضة في التسيير الجزئي للمؤسسات... الخ.
- 9- الفقرة رقم (19) والتي تمثل (يتيح الفيسبوك للجمعيات الخيرية الاستعانة بمصورين فوتوغرافيين حتى تقدم صورة جيدة) تحصلت على المرتبة 09 بمتوسط حسابي قدره 4.25 وانحراف معياري يساوي 0.68 حيث نرى بأن نسبة 85% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الفيسبوك يساهم في إعطاء فرصة للجمعيات الخيرية الاستعانة بمصورين حتى تقدم صورة جيدة، نتيجة المعلومة المصورة التي تقدمها الجمعيات ضمن التطور التكنولوجي الهائل.
- 10- الفقرة رقم (04) والتي تمثل (حتى تتميز الجمعيات الخيرية عن بعضها البعض تعتمد على متخصصين في تصميم الشعارات) تحصلت على المرتبة 10 بمتوسط حسابي قدره 4.24 وانحراف معياري يساوي 0.61 حيث نرى بأن نسبة 84.80% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الجمعيات تعتمد على متخصصين في تصميم شعارات حتى تصمم شعار جيد تضعه في صفحتها بحاكي هويتها.
- 11- الفقرة رقم (20) والتي تمثل (يتيح الفيسبوك للجمعيات الخيرية إنشاء مشاريع تصل للعالمية) تحصلت على المرتبة 11 بمتوسط حسابي قدره 4.23 وانحراف معياري يساوي 0.59 حيث نرى بأن نسبة 84.60% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الفيسبوك يساعد الجمعيات إنشاء مشاريع تصل للعالمية، كل سنة تقوم بعض دول خليج بتكريم أحسن مشاريع في عمل التطوعي و للمواقع التواصل الاجتماعي دور كبير في التعرف عليها مثل مشاركة جمعية سيدرا في مشروع ساعة الأرض في فرنسا.
- 12- الفقرة رقم (09) والتي تمثل (يساهم التطوع الإلكتروني من خلال مواقع التواصل الاجتماعي في تحطي عقبة الزمان والمكان للجمعيات الخيرية) تحصلت على المرتبة 12 بمتوسط حسابي قدره 4.22 وانحراف معياري يساوي 0.69 حيث نرى بأن نسبة 84.40% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الفيسبوك يساعد في تحطي عقبة الزمان والمكان وخاصة من خلال البث المباشر .

13- الفقرة رقم (08) والتي تمثل (يمكن للمتطوع الرقمي أن يكون عوناً في مجال التعبئة واحتواء أثناء جائحة كورونا) تحصلت على المرتبة 13 بمتوسط حسابي قدر 4.17 وانحراف معياري يساوي 0.63 حيث نرى بأن نسبة 83.40% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن المتطوع الرقمي يكون عوناً في مجال التعبئة أثناء جائحة كورونا، استطاعت الجمعيات الخيرية أن تحدث farkاً كبيراً من خلال تقديم مساعدات أثناء جائحة.

14- الفقرة رقم (18) والتي تمثل (يتيح الفيسبوك للجمعيات الخيرية فرصة وضع لمسات إبداعية في الفيديوهات قبل عرضها على صفحتها) تحصلت على المرتبة 14 بمتوسط حسابي قدر 4.16 وانحراف معياري يساوي 0.81 حيث نرى بأن نسبة 83.20% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الفيسبوك يتيح للجمعيات فرصة لمنتجة فيديوهات أنشطتها قبل عرضها وبالتالي تضع فيها لمستها الإبداعية.

15- الفقرة رقم (14) والتي تمثل (يتيح الفيسبوك للجمعيات الخيرية استخدام مجال لغوي جديد ومصطلحات جديدة) تحصلت على المرتبة 15 بمتوسط حسابي قدر 4.15 وانحراف معياري يساوي 0.63 حيث نرى بأن نسبة 83% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الفيسبوك يتيح للجمعيات استخدام مجال لغوي جديد على سبيل مثال المتابعين، المعجبين بصفحة الجمعية، متطوع رقمي، هاشتاغ... الخ كل هذه مصطلحات جديدة أعادة إنتاجها مواقع التواصل الاجتماعي.

16- الفقرة رقم (13) والتي تمثل (يساهم الفيسبوك في إعطاء فرصة للجمعيات الخيرية اهتماماً بمتخصصين في مجال مراقبة المحتوى الرقمي والتدقيق اللغوي) تحصلت على المرتبة 16 بمتوسط حسابي قدر 4.15 وانحراف معياري يساوي 0.67 حيث نرى بأن نسبة 83% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الفيسبوك أعطى فرصة لظهور مجال صناعة ومراقبة المحتوى الذي يحدث fark كبير بين جمعية وأخرى على سبيل مثال تجد بعض الجمعيات تنشر أنشطة الجمعية كما بعض الجمعيات تنشر نشاط شخصي لرئيس الجمعية.

17- الفقرة رقم (07) والتي تمثل (يتيح الفيسبوك للجمعيات الخيرية تعزيز مجال المواطنة الرقمية من خلال إحياء المناسبات الدينية والوطنية) تحصلت على المرتبة 17 بمتوسط حسابي قدر 4.14 وانحراف معياري يساوي 0.71 حيث نرى بأن نسبة 82.80% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الفيسبوك يتيح للجمعيات ممارسة مواطنتها رقمياً بإحياء المناسبات الدينية والوطنية وحتى العالمية.

18- الفقرة رقم (05) والتي تمثل (يتيح الفيسبوك للجمعيات الخيرية استخدام العمل التطوعي الالكتروني باستخدام شبكة الانترنت وجمع التبرعات)تحصلت على المرتبة 18 بمتوسط حسابي قدر4.12 وانحراف معياري يساوي 0.72 حيث نرى بأن نسبة 82.40% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الفيسبوك يستخدم في مجال العمل التطوعي الرقمي ويسهل هذا المجال للوصول إلى أكبر فئة .

19- الفقرة رقم (06) والتي تمثل (يتيح الفيسبوك للجمعيات خيرية اهتمام بمختصين في مجال تصميم مواقع الويب)تحصلت على المرتبة 19 بمتوسط حسابي قدر4.11 وانحراف معياري يساوي 0.75 حيث نرى بأن نسبة 82.20% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الفيسبوك يتيح للجمعيات الخيرية اهتمام بمختصين في مجال تصميم مواقع الويب، فكل صفحة جمعية تجد لها تصميم خاص يحمل لمستها.

20- الفقرة رقم (12) والتي تمثل (يتيح الفيسبوك للجمعيات خيرية اهتمام بمختصين في مجال الأمن السيبراني لحماية هوية الجمعية من السرقة)تحصلت على المرتبة 20 بمتوسط حسابي قدر4.06 وانحراف معياري يساوي 0.78 حيث نرى بأن نسبة 81.20% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الفيسبوك يتيح للجمعيات الخيرية اهتمام بمختصين في مجال الأمن السيبراني،ويكون هذا من خلال رقم سري صعب والتأمين على الصفحة.

8- تحليل فقرات المحور الرابع الجدول رقم (35): يساهم الفيسبوك بدرجة كبيرة في تحفيز الشباب على العمل التطوعي في الجزائر: نقوم بتحليل كل فقرة من فقرات المحور كما يلي:

رقم الفقرة	التكرارات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	إتجاه العينة	رتبة الفقرة
01	ni	117	198	24	04	00	4.25	0.63	85	أوافق بشدة	13
	Fi%	34.10	57.70	07	1.20	00					
02	ni	109	201	29	04	00	4.21	0.64	84.20	أوافق بشدة	19
	Fi%	31.80	58.60	8.50	1.20	00					
03	ni	115	210	14	00	04	4.26	0.64	85.20	أوافق بشدة	10
	Fi%	33.50	61.20	4.10	00	1.20					

05	أوافق	85.80	0.52	4.29	00	01	08	224	110	ni	04
	بشدة				00	0.30	2.30	65.30	32.10	Fi%	
06	أوافق	85.40	0.62	4.27	00	09	06	213	115	ni	05
	بشدة				00	2.60	1.70	62.10	33.50	Fi%	
22	أوافق	83.40	0.62	4.17	00	04	29	215	95	ni	06
					00	1.20	8.50	62.70	27.70	Fi%	
08	أوافق	85.20	0.54	4.26	00	00	16	221	106	ni	07
	بشدة				00	00	4.70	64.40	30.90	Fi%	
23	أوافق	83.20	0.59	4.16	00	00	37	215	91	ni	08
					00	00	10.80	62.70	26.50	Fi%	
20	أوافق	84	0.60	4.20	00	04	22	220	97	ni	09
	بشدة				00	1.20	6.40	64.10	28.30	Fi%	
07	أوافق	85.40	0.63	4.27	00	08	11	206	118	ni	10
	بشدة				00	2.30	3.20	60.10	34.40	Fi%	
18	أوافق	84.40	0.59	4.22	00	00	30	206	107	ni	11
	بشدة				00	00	8.70	60.10	31.20	Fi%	
16	أوافق	84.60	0.65	4.23	00	08	18	205	112	ni	12
	بشدة				00	2.30	5.20	59.80	32.70	Fi%	
01	أوافق	86.60	0.55	4.33	00	00	14	203	126	ni	13
	بشدة				00	00	4.10	59.20	36.70	Fi%	
03	أوافق	86.20	0.53	4.31	00	00	12	214	117	ni	14
	بشدة				00	00	3.50	62.40	34.10	Fi%	
09	أوافق	85.20	0.59	4.26	00	04	14	215	110	ni	15
	بشدة				00	1.20	4.10	62.70	32.10	Fi%	
11	أوافق	85	0.54	4.25	00	00	17	222	104	ni	16
	بشدة				00	00	05	64.70	30.30	Fi%	

04	أوافق	86	0.51	4.30	00	00	09	222	112	ni	17
	بشدة				00	00	2.60	64.70	32.70	Fi%	
12	أوافق	85	0.62	4.25	00	04	22	200	117	ni	18
	بشدة				00	1.20	6.40	58.30	31.10	Fi%	
21	أوافق	83.80	0.65	4.19	04	00	21	219	99	ni	19
	بشدة				1.20	00	6.10	63.80	28.90	Fi%	
17	أوافق	84.60	0.66	4.23	04	00	21	207	111	ni	20
	بشدة				1.20	00	6.10	60.30	32.40	Fi%	
14	أوافق	84.80	0.52	4.24	00	00	14	231	98	ni	21
	بشدة				00	00	4.10	67.30	28.60	Fi%	
15	أوافق	84.80	0.60	4.24	00	04	17	213	109	ni	22
	بشدة				00	1.20	05	62.10	31.80	Fi%	
02	أوافق	86.20	0.49	4.31	00	00	04	227	112	ni	23
	بشدة				00	00	1.20	66.20	32.70	Fi%	
/	أوافق	84.96	9.09	97.70	المحور ككل						
	بشدة										

(*) دال إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha=0.05$

التحليل الكيفي:

1- الفقرة رقم (13) والتي تمثل (عرض الجمعية من خلال صفحاتها فرص لخرجات سياحية هادفة محليا أو وطنيا وحتى دوليا

يزيد من تحفيز الشباب) تحصلت على المرتبة 01 بمتوسط حسابي قدر 4.33 وانحراف معياري يساوي 0.55 حيث

نرى بأن نسبة 86.60% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الخرجات السياحية التي تقوم

بها جمعيات وتعرضها من خلال صفحاتها على الفاييسبوك يزيد من تحفيز الشباب، تقوم الجمعيات بخرجات سياحية

تحفز الشباب حتى يكون عضوا فعال في الجمعية وتزيد من انتمائه وولائه .

2- الفقرة رقم (23) والتي تمثل (يتيح الفيسبوك للجمعيات الخيرية فرصة لترويج لشخصيات شبابية نشطة في العمل التطوعي) تحصلت على المرتبة 02 بمتوسط حسابي قدر 4.31 وانحراف معياري يساوي 0.49 حيث نرى بأن نسبة 86.20% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الفيسبوك يتيح للجمعيات الخيرية فرصة لترويج لشخصيات شبابية نشطة في العمل التطوعي، تقوم بعض الجمعيات بعرض صور منخرطها والنشطاء من أجل تقديم الشكر لهم وفي نفس الوقت تحفز الناس بأن جمعيتها جمعية شبابية هذا النوع من السلوكيات يحبه الشباب ويزيد من تحفيزهم للعمل لان الشباب يحب من يقول لهم شكرا.

3- الفقرة رقم (14) والتي تمثل (يتيح الفيسبوك للجمعيات الخيرية فرصة الشباب من أجل التنظيم والمشاركة في الأنشطة والمهرجانات الترفيهية) تحصلت على المرتبة 03 بمتوسط حسابي قدر 4.31 وانحراف معياري يساوي 0.53 حيث نرى بأن نسبة 86.20% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الفيسبوك يتيح للجمعيات الخيرية تقديم فرص للشباب من أجل المشاركة في الأنشطة والمهرجانات الترفيهية، مثل مخيم التطوع الذي تقوم به جمعية الشباب المثقف تستخدم صفحتها على الفيسبوك حتى تروج لنشاطها وتحفز الشباب للمشاركة ومهرجان البراءة.

4- الفقرة رقم (17) والتي تمثل (يتيح الفيسبوك للجمعيات الخيرية عرض فرص لاكتشاف مواهب شبابية وتقديم مشاريع تطوعية) تحصلت على المرتبة 04 بمتوسط حسابي قدر 4.30 وانحراف معياري يساوي 0.51 حيث نرى بأن نسبة 86% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الفيسبوك يتيح للجمعيات الخيرية عرض فرص لاكتشاف مواهب شبابية وتقديم مشاريع تطوعية جديدة.

5- الفقرة رقم (04) والتي تمثل (يساهم الفيسبوك في إعطاء فرصة للجمعيات الخيرية من أجل استطلاع رأي الشباب وتخصيص مكان للاتصال والتعليق والمشاركة) تحصلت على المرتبة 05 بمتوسط حسابي قدر 4.29 وانحراف معياري يساوي 0.52 حيث نرى بأن نسبة 85.80% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الجمعيات الخيرية تستخدم الفيسبوك في استطلاع رأي الشباب وتخصص مكان لهم من أجل الاتصال والتعليق والمشاركة.

6- الفقرة رقم (05) والتي تمثل (يتيح الفيسبوك للجمعيات الخيرية فرصة تحفيز الشباب على لعمل التطوعي عن طريق مجموعات إلكترونية) تحصلت على المرتبة 06 بمتوسط حسابي قدر 4.27 وانحراف معياري يساوي 0.62 حيث نرى

بأن نسبة 85.40% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الجمعيات الخيرية تقوم بإنشاء مجموعات إلكترونية تتكلم فيها عن العمل التطوعي مع الشباب وتتواصل معهم.

7- الفقرة رقم (10) والتي تمثل (تحفز الجمعيات الخيرية الشباب عبر صفحتها بتقديم عروض للمشاركة في أنشطة تطوعية ووضع استمارة إلكترونية للتسجيل) تحصلت على المرتبة 07 بمتوسط حسابي قدر 4.27 وانحراف معياري يساوي 0.63 حيث نرى بأن نسبة 85.40% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الجمعيات الخيرية تستخدم الفيسبوك في تقديم عروض للشباب من أجل المشاركة مثل استمارة المشاركة التي تضعها جمعية الشباب المثقف للمشاركة في مخيم التطوع.

8- الفقرة رقم (07) والتي تمثل (تحفز الجمعيات الخيرية الشباب بوضع رابط خاص بها من أجل الانخراط والتسجيل في معسكرات تطوعية تعليمية للشباب). تحصلت على المرتبة 08 بمتوسط حسابي قدر 4.26 وانحراف معياري يساوي 0.54 حيث نرى بأن نسبة 85.20% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الجمعيات تضع روابط للانخراط والتسجيل في معسكرات تطوعية تعليمية للشباب من أجل المشاركة.

9- الفقرة رقم (15) والتي تمثل (يتيح الفيسبوك للجمعيات الخيرية فرصة لتحفيز الشباب على المشاركة و احتواء جائحة كورونا بتقديم مساعدات وجمع التبرعات... إلخ) تحصلت على المرتبة 09 بمتوسط حسابي قدر 4.26 وانحراف معياري يساوي 0.59 حيث نرى بأن نسبة 85.20% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الفيسبوك يتيح للجمعيات الخيرية فرصة للمشاركة أثناء أزمة جائحة كورونا من أجل جمع تبرعات أو تقديم مساعدات، وهذا ما قامت به جمعية الشباب المثقف عندما أطلقت حملة لشراء مكثيفات أو أكسيجان للمستشفيات قدمت دعوة للشباب من أجل دعمهم مثلها مثل جمعية سيدرا أثناء الحرائق.

10- الفقرة رقم (03) والتي تمثل (تحفز الجمعيات الخيرية الشباب عبر صفحتها عن طريق عرض محتويات سمعية بصرية عن تجارب تطوعية محلية ووطنية وعالمية). تحصلت على المرتبة 10 بمتوسط حسابي قدر 4.26 وانحراف معياري يساوي 0.64 حيث نرى بأن نسبة 85.20% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الجمعيات تحفز الشباب من خلال عرض محتويات سمعية بصرية تتكلم عن تجارب عالمية.

11- الفقرة رقم (16) والتي تمثل (يتيح الفيسبوك للجمعيات الخيرية فرصة لتحفيز الشباب إجراء مسابقات في تخصصات مختلفة) تحصلت على المرتبة 11 بمتوسط حسابي قدره 4.25 وانحراف معياري يساوي 0.54 حيث نرى بأن نسبة 85% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الفيسبوك يتيح للجمعيات الخيرية فرصة لتحفيز الشباب من خلال إجراء مسابقات.

12- الفقرة رقم (18) والتي تمثل (يتيح الفيسبوك للجمعيات الخيرية عرض مجمل الحفلات الدينية والوطنية وتحفيز الشباب من أجل المشاركة فيها.) تحصلت على المرتبة 12 بمتوسط حسابي قدره 4.25 وانحراف معياري يساوي 0.62 حيث نرى بأن نسبة 85% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الفيسبوك يتيح للجمعيات الخيرية عرض حفل المناسبات الدينية والوطنية وتحفز الشباب من أجل المشاركة فيها.

13- الفقرة رقم (01) والتي تمثل (تحفز الجمعيات الخيرية عبر الفيسبوك الشباب دينياً باستخدام آيات قرآنية وأحاديث نبوية شريفة وملصقات دينية) تحصلت على المرتبة 13 بمتوسط حسابي قدره 4.25 وانحراف معياري يساوي 0.63 حيث نرى بأن نسبة 85% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الجمعيات الخيرية تستخدم الفيسبوك لتحفيز الشباب دينياً باستخدام آيات قرآنية وأحاديث نبوية شريفة وملصقات دينية .

14- الفقرة رقم (21) والتي تمثل (يتيح الفيسبوك للجمعيات الخيرية تحفيز الشباب على تقديم مساعدات عاجلة أثناء جائحة كورونا مثل حملة جمع المال لشراء مكثفات الهواء للمستشفيات) تحصلت على المرتبة 14 بمتوسط حسابي قدره 4.24 وانحراف معياري يساوي 0.52 حيث نرى بأن نسبة 84.80% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الفيسبوك يتيح للجمعيات الخيرية فرصة لتحفيز الشباب على تقديم مساعدات عاجلة أثناء جائحة كورونا وقد ساعد الفيسبوك في استنفار طاقات الشباب في جمع التبرعات في حملة ساهم التي أطلقتها جمعية الشباب المثقف لشراء مكثفات الاوكسيجن، وكذلك جمعية سيدرا.

15- الفقرة رقم (22) والتي تمثل (.يتيح الفيسبوك للجمعيات الخيرية فرصة لتحفيز الشباب على المشاركة و احتواء جائحة كورونا بتقديم مساعدات وجمع التبرعات... إلخ) تحصلت على المرتبة 15 بمتوسط حسابي قدره 4.24 وانحراف معياري يساوي 0.60 حيث نرى بأن نسبة 84.80% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الفيسبوك ساعد الجمعيات الخيرية في تحفيز الشباب من أجل احتواء جائحة كورونا وقد ساهم الشباب في حملات

تحسيسية في الشارع على غرار جمعية الشباب المثقف لتجنب العدو والذهاب إلى مصلحة الكوفيد في مستشفيات وتقديم وجبات الأكل ومساعدة العائلات المتضررة.

16- الفقرة رقم (12) والتي تمثل (.تقديم الجمعية جوائز للشباب المشارك في النشاط التطوعي يحفزهم على العمل التطوعي) تحصلت على المرتبة 16 بمتوسط حسابي قدر 4.23 وانحراف معياري يساوي 0.65 حيث نرى بأن نسبة 84.60% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن تقديم الجمعية جوائز للشباب المشارك في نشاطات تطوعية ونشرها عبر الفيسبوك يحفزهم على العمل التطوعي .

17- الفقرة رقم (20) والتي تمثل (يتيح الفيسبوك للجمعيات الخيرية تقديم مواضيع للشباب من أجل نقاش وتبادل أفكار واقتراحات جيدة.) تحصلت على المرتبة 17 بمتوسط حسابي قدر 4.23 وانحراف معياري يساوي 0.66 حيث نرى بأن نسبة 84.60% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الفيسبوك يتيح للجمعيات تقديم مواضيع للشباب من أجل نقاش وتبادل أفكار واقتراحات جيدة .

18- الفقرة رقم (11) والتي تمثل (اعتراف الجمعيات الخيرية عبر صفحتها بدور شباب المساهم في النشاط التطوعي خيري كتابيا بتقديم تشكرات يحفز الشباب للعمل التطوعي وينمي الرأس المال البشري.) تحصلت على المرتبة 18 بمتوسط حسابي قدر 4.22 وانحراف معياري يساوي 0.59 حيث نرى بأن نسبة 84.40% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على الاعتراف الكتابي من خلال تقديم تشكرات على صفحة الجمعية يحفز الشباب للعمل التطوعي مما ينعكس في نمو رأس المال البشري.

19- الفقرة رقم (02) والتي تمثل (تحفز الجمعيات الخيرية الشباب من خلال صفحتها إنسانيا عن طرق عرض حالات إنسانية) تحصلت على المرتبة 19 بمتوسط حسابي قدر 4.21 وانحراف معياري يساوي 0.64 حيث نرى بأن نسبة 84.20% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الجمعيات الخيرية تستخدم صفحتها على الفيسبوك من أجل عرض حالات إنسانية محتاجة لمساعدة، وتدخل ضمن استمالات عاطفية والمعروف عن الشعب الجزائري يتأثر جدا بالمواقف الإنسانية.

20- الفقرة رقم (09) والتي تمثل (تحفز الجمعيات الخيرية الشباب بعرض صور الشباب المنخرط في الجمعية عبر صفحتها) تحصلت على المرتبة 20 بمتوسط حسابي قدر 4.20 وانحراف معياري يساوي 0.60 حيث نرى بأن نسبة 84% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الجمعيات الخيرية تقوم بتحفيز شبابها بعرض صورها على الفيسبوك، وهذا ما تقوم به خاصة جمعية الشباب المثقف بعرض صور شبابها المنخرط والتعريف وهذا يقدم داعم نفسي ويعطيه مكانة محترمة في المجتمع.

21- الفقرة رقم (19) والتي تمثل (يتيح الفيسبوك للجمعيات الخيرية فرصة للاستعانة بشباب متخصصين في مجالات مختلفة سمعية بصرية، إدارة إلكترونية، الأمن الصبراني، العلاقات العامة، القانون... الخ) تحصلت على المرتبة 21 بمتوسط حسابي قدر 4.19 وانحراف معياري يساوي 0.65 حيث نرى بأن نسبة 83.80% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الفيسبوك يتيح للجمعيات الخيرية الاستعانة بشباب متخصصين وتحفيزهم لممارسة هواياتهم المختلفة في مجال السمع البصري، والإدارة الإلكترونية والأمن السيبراني والقانون.

22- الفقرة رقم (06) والتي تمثل (تحفز الجمعيات الخيرية الشباب عبر الفيسبوك عن طريق نشر أبحاث ودراسات حول فوائد العمل التطوعي) تحصلت على المرتبة 22 بمتوسط حسابي قدر 4.17 وانحراف معياري يساوي 0.62 حيث نرى بأن نسبة 83.40% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الفيسبوك يتيح فرصة لتحفيز الشباب عن طريق نشر أبحاث ودراسات حول فوائد العمل التطوعي، يعتبر أغلب شباب الجمعيات هم جامعين أو طلبة معاهد وبالتالي طبقة مثقفة تثيرها الدراسات الحديثة وتحفزها للعمل التطوعي.

23- الفقرة رقم (08) والتي تمثل (تحفز الجمعيات الخيرية الشباب بعرض محتويات تعليمية عبر صفحة الفيسبوك الخاص بها) تحصلت على المرتبة 22 بمتوسط حسابي قدر 4.16 وانحراف معياري يساوي 0.59 حيث نرى بأن نسبة 83.20% من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على أن الفيسبوك يتيح فرصة لتحفيز الشباب عن طريق عرض محتويات تعليمية حول العمل التطوعي، وتكون على شكل أيام دراسية وملتقيات وندوات ومحيمات ومعسكرات.

ثانياً: عرض وتفسير البيانات المتعلقة بالمقابلة مع مديري الجمعيات الخيرية الأربعة.**المحور الخاص بالبيانات الشخصية**

الحالة رقم 01: جنسه ذكر، عمره 25 سنة، يعمل في شركة الأدوية الصيدلانية، ولديه خبرة في المجال الخيري حوالي 7 سنوات، وهو متحصل على شهادة ماستر في الكيمياء، هو رئيس جمعية الشباب المثقف من حوالي 3 سنوات، و انخرط في مشروع شارك سنة 2017.

بخصوص المحور الأول: المتعلق حول مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك في إعادة إنتاج هوية افتراضية للجمعيات الخيرية في الجزائر، فقد اعتبر المبحوث أن هناك هوية عددية افتراضية أعادت إنتاجها مواقع التواصل الاجتماعي تميز كل جمعية عن أخرى يفرضها منطق الرقم فبمجرد زيارة الشخص لصفحة الجمعية على الفيسبوك والضغط على زر الإعجاب أو المتابعة يزيد من رأس مالها البشري الافتراضي ويسجل ويدون ويصرح به عبر صفحاتها وهو قابل للزيادة المستمرة، وقد وافق رئيس الجمعية أن هذا العدد يخلق تمايز عددي بين الجمعية و الأخرى وهذا ما يطلق عليه عدد المعجبين وعدد المتابعين لصفحة الجمعية، كما أكد لي السيد مهدي رئيس الجمعية أن الهوية العددية هي نقطة قوه وأهمية للجمعية في مجال نشاطها الجغرافي وخارجه ودليل على أنها تسير في الطريق الصحيح، وهذا ما قدمه لنا مشروع شارك في الزيادة في الهوية العددية من خلال المشاركة مع أهم و أنشط الجمعيات الخيرية الشبانية في الجزائر التي لديها متابعين، وقد وافق السيد مهدي على أن التواجد اليومي للجمعية والذي يخبرنا به الفيسبوك يظهر معدل التفاعل اليومي وحتى عدد المرات التي غيرت فيه الجمعية لصورة الواجحة والصورة التعريفية وشعارها وسنة انخراطها يعطيها هوية نشطة مختلفة عن باقي الجمعيات الأخرى، كما وافق السيد مهدي أن الجمعية لما يصبح لها حساب عبر الفيسبوك يصبح لزاما عليها أن تصرح بمكانها وإما يلها الخاص ونوع نشاطها ومكانه ورقم الهاتف كل هذا يلخص في هوية تصريحية أي تصرح به لعامة الناس حتى تزيد من ثقتهم وتنمي رأس مالها البشري .

بخصوص المحور الثاني: المتعلق كيف تساهم مواقع تواصل الاجتماعي في إعادة إنتاج الثقة بين الأفراد والجمعيات لقد وافق رئيس الجمعية القول أن النمو المتكرر والمستمر للرأس المال البشري للجمعية هو دليل قاطع على الثقة بما تروج له الجمعية اجتماعيا، كما عزز لي الفكرة من خلال قوله أنهم يقومون باجتماعات دورية لتحسين الإستراتيجية من أجل توسيع في الشرائح المستهدفة مثل برامج للأطفال والشباب والكهول نساء وتعتبر المرأة على حسب قول رئيس الجمعية عنصر فعال في الجمعية ولقد وافقني القول على أن

تواجد الفتاة في الجمعية هو مؤشر على الثقة الأسرة الجزائرية والوهرانية بالتحديد بالجمعية وما تقوم به، بل ذهب أكثر من هذا لقد أخبرني أن أكثر من 30 فتاة منخرطة تزوجت من متطوعين شباب وأصبح لهم بيت من خلال العمل التطوعي، كما أكد أن للفيسبوك دور كبير في تغير الصورة النمطية عن التفكير السلبي حول دور الجمعية بل أصبح الأب والأخ والزوج يعرف أن أخته وزوجته ذاهبة لمكان محترم للقيام بشيء طيب ودليل على ذلك مائدة الرحمان في شهر رمضان أغلبهم فتيات من عائلات محترمة فيهم المتزوجات والطبيبات والمعلمات كلهن تجاوزوا مع الجمعية والإعلان الذي قامت بنشره قبيل شهر رمضان، بل ذهب أكثر من هذا قال لي أن بعض النساء جعلت من العمل الخيري التطوعي منهاجا لتربية أبنائها حول الخير وفعله.

لقد وافق السيد مهدي القول أن الرفع من وتيرة العمل التشاركي وخاصة أيام الأزمات مع قطاعات مختلفة على غرار وزارة الصحة والشباب والرياضة هو مؤشر قاطع على الثقة الدولة والمجتمع بما تقوم به الجمعيات وما تروج له، كما عزز الفكرة بالقول أن للفيسبوك دور مهم وفعال في نقل الصورة عن طريق المعلومة المصورة التي أكدت مجهودات هذه الجمعيات في أرض الواقع مثل مشروع المنبر الحر الذي أطلقته جمعية الشباب المثقف لتفادي مشكلة الحراك في المجتمع الوهراني والتي ذهب صداها حتى لكامل التراب الوطني ومبادرة جمع مال لشراء مكثفات الاوكسيجين للمصابين بالكوفيد في المستشفيات.

لقد وافق السيد مهدي القول أن الفيسبوك ساهم في تقوية العلاقات بين الجمعيات وقال خاصة لدي دخولنا في مشروع شارك أصبحنا مثل عائلة واحدة ومع تقريبا 100 جمعية موزعة في الجزائر نتشارك الأنشطة مثل مشروع مخيم التطوع الذي تقوم به الجمعية كل سنة يضم جميع الجمعيات الخيرية المنتشرة والموزعة عبر كامل التراب الوطني ضمن برنامج تربوي ثقافي سياحي علمي وأخوي كما تكلم عن الأنشطة التشاركية مع الجمعيات خاصة أثناء جائحة كورونا وفيضانات جاناة وحرائق تيزي وزو وأخبرنا رئيس الجمعية أن مشروع شارك قدم للجمعية فرصة لتكوين الجمعيات في منطقة الغرب الجزائري وإعطائهم المهارات الميدانية والنظرية في العمل التطوعي... الخ

كما وافق السيد مهدي على أن الفيسبوك كان له دور كبير في استقطاب الشباب وكسب ثقتهم من خلال أنشطة تثير اهتمامهم وتتماشي مع ميولهم واتجاهاتهم وحتى قدراتهم العلمية والمهاراتية كما صرح أن المعدل العمري في الجمعية هو أقل من 25 سنة وأغلبهم طلبة جامعيين كما قال نحن دائما نقدم تحفييزات للشباب من أجل الانخراط وكسب مهارات وهذا من خلال وضع استمارة إلكترونية للتسجيل والانخراط.

كما تكلمنا عن منهجية الجمعية في جمع التبرعات قال لي ساعد الفيسبوك الجمعية كثيرا في جمع التبرعات ولكن سياسة الجمعية تحبذ التبرع حسب الحاجة مثلا مشروع الحقيبة المدرسية نحبذ أن تقدم لنا مساعدات أدوات مدرسية أحسن من المال ولكن قمنا بجمع المال فقط أثناء أزمة الأوكسيجين التي أصابت المستشفيات أثناء جائحة كورونا والملفت للانتباه في هذه المرحلة قدوم فتاة صغيرة نجحت في شهادة التعليم الابتدائي بالتبرع بقرطها الذهبي فرحة وحبا لمساعدة الجمعية وهذه شهادة نعتر بها كجمعية، كما قال لي قمنا في مرحلة الجائحة الاستعانة بمشاهير في الفن التمثيلي والمسرحي والغنائي للمساعدة في جمع التبرعات والتأثير في الأشخاص وكانت ناجحة وقمنا بعرض يومي للمبلغ الذي تم جمعه حتى نضع المتبرع في الصورة ونكسب ثقته وكانت الاستعانة بإمام المسجد للمنطقة التي توجد فيها الجمعية وأغلب المتبرعين والمساعدين في جمع التبرعات هم شباب من المجتمع الوهراني منخرطين وحتى الغير منخرطين فقط تجاوبوا مع منشورات الجمعية عبر الفيسبوك وأصبحوا أعضاء.

بخصوص المحور الثالث المتعلق أن الفيسبوك ساعد الجمعيات في إعادة إنتاج مجالات جديدة أعطت انتشارا وشمولية للعمل التطوعي

وافق كذلك سيد وهدى أن دخول الجمعيات للعالم الافتراضي كان لزاما على الجمعية أن تهتم بطاقات شبانية تجيد بعض المجالات مما فتح المجال لبعض التخصصات وكان أول تخصص ركزت عليه الجمعية هو مجال السمي البصري الذي يعطي المعلومة المصورة إما بالتصوير الفوتوغرافي أو الفيديو الذي يعطي صورة جيدة عن الجمعية ويعيد إنتاج ثقة بالجمعية من خلال شفافية الصورة لمجمل أنشطتها فاستعانة الجمعية بشباب هاوي أو متخصص في مجال التصوير الفوتوغرافي و المونتاج حتى تسير هذا التطور التكنولوجي وتضع لمستها الاحترافية في منتجاتها التي تروجها، كما أكد رئيس الجمعية أنهم استعانوا بمختصين في تصميم الويب والأمن السيبراني حتى تحمي جمعيتها من السرقة وتضع إمالا للجمعية منفرد وصعب الاختراق وهذا من أجل حماية هويتها الافتراضية من السرقة وقال أن لديه العديد من الشباب متخصص في الإعلام الآلي والكترونيك يسهر على حماية صفحة الجمعية، كما وافق رئيس الجمعية أن الجمعية أصبحت تهتم بالاستقطاب الإلكتروني للشباب وهو مجال يتماشى مع التطورات الحديثة من خلال تصميم استمارات إلكترونية موجهة للشباب حتى تحفزهم وتستقطبهم حسب مهارات التي يجيدها أو يريد تقويتها، كما وافق سيد مهدي القول أن استخدام الجمعية للمعلومة المصورة من خلال الفيديو والصورة أظهر مجال جديد هو التسويق الاجتماعي دخل وأصبح ضمن الرأس المال الثقافي للجمعية وهو التفاعل اليومي والتواجد ضمن شبكات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) والترويج لكل أنشطتها أولا بأول وحتى من خلال تقنية المباشر التي يوفرها الفيسبوك لتتخطى حيز الزمان والمكان، كما تكلم سيد مهدي

ووافق أن الجمعية تكلف أشخاص ذوي مستوي علمي حتى يتم مراقبة محتوى الجمعية لتفادي المحتوى الغير الجيد وحتى يكون هناك تطابق بين الصورة المنشورة وما هو مكتوب لكسب ثقة المتابعين والمعجبين بصفحة الجمعية، كما تكلمنا عن المجال التشاركي للجمعية قال للفايسبوك دور كبير في خلق مجال تشاركي خاصة مع برنامج شارك الذي أطلقته سيدرا الذي أتاح فرصة للعمل التشاركي من خلال التكوينات والتربصات الميدانية التي كانت الجمعية تعلن عليها مسبقا زيادة على ذلك الإشراف على الجمعيات النشطة في الغرب الجزائري، كما قال لي مهدي أن الجهد المبذول من قبل الجمعية في الميدان والذي كانت تنقله الصورة عبر صفحة الجمعية جعل بعض مؤسسات الدولة تثق فيها مثل قطاع الشباب والرياضة الذي اختارها حتى ترافق مجمل أنشطتها مثل المشاركة في المصادقة على القانون الجمعيات في قطاع الشباب والرياضة كذلك اختيرت الجمعية ممثلة برئيسها ضمن اللقاء الأسبوعي الافتراضي مع وزير الشباب والرياضة السابق عبد القادر خالدي أثناء جائحة كورونا من أجل مساعدة الشباب في جميع الميادين، وافق السيد مهدي القول أن الجمعيات الخيرية حتى تسير نشاطها بأحسن وجه عليها أن تجمع بين الجانب الورقي والالكتروني أي تدخل ضمن الإدارة الالكترونية وما تحتاجه من معدات تسهل عمل الجمعية من جهاز كومبيوتر، وهاتف ذكي، وماسح ضوئي، وطابعة. إلخ، كما قال سيد مهدي أن الجمعية حاولت أن تنفرد بشعار يميزها عن باقي الجمعيات وقد استعانة بمختصين لتصميمه وهم موجودون في الجمعية، وقال كذلك أن مجال التعبئة أثناء جائحة كورونا كان لزاما علينا مواجهته وقد استخدمنا كل الطرق من أجل التعبئة أثناء جائحة كورونا إما جمع التبرعات أو حملات تحسيسيه حول الفيروس أو تقديم مساعدات للعائلات المتضررة من الكوفيد وفي هذا المجال قال أن الجمعية مستعدة دائما لتضع خطة حتى تحارب هذه الأزمات مثل الزلازل أو الكوارث الطبيعية، وقال نحاول ضمن صفحتنا أن نحتفل بالمناسبات الوطنية والدينية وحتى العالمية بعرض صور وملصقات وهذا يجسد مجال المواطنة الرقمي وحبنا وانتمائنا لهذا البلد.

بخصوص المحور الرابع المتعلق أن مواقع التواصل الاجتماعي (فايسبوك) دور في تحفيز الشباب على العمل التطوعي في الجزائر تكلم السيد مهدي على سياسة الجمعية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز الشباب للعمل التطوعي وهذا بتخصيص جزء في صفحتها للاتصال والاستفسار على أي نشاط تقوم به الجمعية أو تريد القيام به وحسب ما قال السيد مهدي أن دور الجمعية هو السماع والاستماع للشباب وحل مشاكل، كما قال أن الجمعية دائما من خلال صفحتها تعرض مادة علمية تحكي عن دور العمل التطوعي وفوائده في المجتمع ، كما وافق أن الجمعية تعرض على الشباب فرص للمشاركة وإنعاش العمل التطوعي للجمعية كل بقدرته وجهده وعلمه وهذا من خلال استمارات إلكترونية تحفز الشباب للمشاركة مثل المخيم الوطني للتطوع الذي تقوم به

الجمعية كل سنة يكون من خلال التسجيل عن طريق الاستمارة الالكترونية والمشاركة وكسب مهارات وعرض مواهب والتعرف عليها، قال السيد مهدي أن الجمعية تحفز الشباب دينيا من خلال عرض حديث نبوي شريف أو آيات قرآنية تتكلم عن العمل التطوعي والأجر منه في الإسلام وهذا مفيد لتحفيز الشباب وتكلم السيد مهدي أن الجمعية تقوم بدورات تكوينية للشباب في مجالات مختلفة حول إدارة وتسيير المشاريع وحل المشكلات والمقاولاتية وغيرها من المجالات حتى تزود الشباب مهارات تساعده للعيش، أما في مجال التعبئة لمحاربة جائحة كورونا قامت الجمعية بإعطاء حيز للشباب كل شخص بمقدرته وقال رئيس الجمعية تحسنا جهد الشباب خاصة أثناء دخول جائحة كورونا في البدايات الأولى كما كان للشباب مجال للنشاط أثناء أزمة الأوكسيجين وسعي الشباب لجمع التبرعات لشراء المكتفات وكذلك مع حرائق الغابات في منطقة القبائل .

المحور الخاص بالبيانات الشخصية

الحالة رقم 02: جنسه ذكر، عمره 31 سنة، يعمل في شركة الحليب ومشتقاته، ولديه خبرة في المجال الخيري حوالي 10 سنوات، وهو متحصل على شهادة ماستر في الطاقة، هو رئيس جمعية SID منذ حوالي 10 سنوات ولكن كان عضوا فيها منذ سنوات، وسنة الانخراط في مشروع شارك سنة 2019 .

بخصوص المحور الأول المتعلق حول مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك في إعادة إنتاج هوية افتراضية للجمعيات الخيرية في الجزائر، فقد وافق المبحوث أن هناك هوية عديدة افتراضية تميز كل جمعية عن أخرى وقال ما نطلق عليه الجمهور المتبع والمعجب فالعدد المسجل على صفحة الجمعية هو دليل على الفارق بين كل جمعية وقال أن هناك من يتباهى بعدد المتابعين لصفحته، كما قال أن هوية الجمعية التي تصرح بما تختلف عن كل جمعية فنشاط جمعيتنا موجود في منطقة أقبو ولاية بجاية ونحن نتم بالشباب ولكن ما نصرح به أكثر هو للأشخاص المعاقين نقدم لهم تأهيل مادي ونفسي وعلمي ، كما قال أن شعارنا ميمز عن باقي الجمعيات يحمل كرسي متحرك يبرز الفئة التي هي أكثر اهتمام من قبلنا أما السنة التي أصبح لدينا الصفحة على الفيسبوك تختلف عن باقي الجمعيات الأخرى وهذا ما يعطينا هوية نشطة مختلفة عن باقي الجمعيات كما أخبرنا أن رئيس الجمعية من الفئة المعاقة التي تشكل هوية الجمعية الحقيقية ومن هذا نجد رئيس جمعية الشباب المثقف وجمعية SID يتشابهان في المواقف وخاصة في نقطة الهوية الافتراضية أما المشروع الذي تتميز به الجمعية هو تعليم المعاقين عن بعد من أجل دمجهم وهذا ما يعطيها هوية نشطة ومختلفة عن باقي الجمعيات الأخرى.

بخصوص المحور الثاني المتعلق كيف تساهم شبكات تواصل الاجتماعي في إعادة إنتاج ثقة بين الأفراد والجمعيات قال رئيس الجمعية أن خصوصية منطقة القبائل تهتم بالعمل التطوعي وتضع ثقته بالجمعيات وتكاثف معها، كما صرح بعدد المنخرطين فيها حوالي 600 وهذا رقم كبير وهو مؤشر على الثقة بأهداف الجمعية، و رئيس الجمعية يسيرها من الخارج فهو مقيم في فرنسا وهذا ما جعله يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك في التواصل وعقد الاجتماعات وتطبيق برامج الجمعية كما أن عدد الفتيات المنخرطات في الجمعية كبير جدا وهذا مؤشر كبير على ثقة المجتمع بالجمعية وأفرادها، قال أن الخراط الجمعية في مشروع شارك الرقمي فتح المجال لسكان منطقة أقبو حتى في الخارج لتقديم المساعدة وخاصة أثناء حرائق الغابات في منطقة تيزي وزو وجمع التبرعات لشراء مكثفات الأكسجين وقال طريقة التطوع قد تكون حسب الحاجة أو تقديم أموال إما التبرع بالعملة الالكترونية فهو غير موجود في الجمعيات الجزائرية، وقال أن الدولة تتق فينا من خلال الجهود المبذول من قبل جمعيتنا والذي زاد من الاعتراف بنا هو النافذة التي فتحها لنا الفيسبوك حتى نزيد من جمهورنا ونروج لأنشطتنا فأصبحنا من الجمعيات التي تشارك مؤسسات الدولة بمشاريع.

بخصوص المحور الثالث المتعلق أن الفاييسبوك ساعد الجمعيات في إعادة إنتاج مجالات جديدة أعطت الانتشار والشمولية للعمل التطوعي.

وافق رئيس جمعية التوعية التعاون والتكامل أن الفاييسبوك فتح فرصة لإعادة إنتاج مجالات جديدة وقال حتى تنقل جمعيتنا صورة جميلة وجيدة يجب على المحتوى السمعي البصري أن يكون جيد ولقد حاولت جمعيتنا استقطاب أشخاص في هذا مجال وخاصة إلكترونيا ونقوم بإجراء تكوينات ومنافسات في مجال التصوير والمونتاج مع قطاع الشباب والرياضة كما تم تصميم صفحة الجمعية وتشكيل إمايل كان من قبل شخص متحكم في الكمبيوتر ويجيد التأمين السيبراني، وأظاف أن كل ما نشره من خلال صفحتنا هو نقل وتسويق ما نقوم به في الواقع وهو يبقى ضمن أرشيف جمعيتنا، وقال الخراطنا في مشروع شارك زاد من علاقتنا مع جمعيات أخرى ورفع من متابعين صفحتنا وأعطانا صداقات داخل وخارج الوطن، كما تكلم مجال التعبئة في جائحة كورونا قال استخدمت جمعيتنا الفيسبوك في نشر الثقافة الصحية من خلال التوعية كذلك جمع التبرعات، كما قال رئيس الجمعية نحن ندقق في محتوى ما نشره حتى تزيد ثقة المتابعين بنا وأجاب أنه تستخدم جمعيتهم جميع المعدات التي تحتاجها الإدارة الالكترونية من جهاز كومبيوتر وهاتف ذكي وناسخ ضوئي وطابعة(تسيير الإداري الرقمي)، كما تكلم عن إحياء المناسبات الوطنية والدينية ونشرها من خلال صفحة الجمعية للاعتزاز والإحياء كل ما له علاقة بتراثنا وديننا.

بخصوص المحور الرابع المتعلق أن لمواقع التواصل الاجتماعي(فابيسوك) دور في تحفيز الشباب على العمل التطوعي في الجزائر تكلم السيد رئيس الجمعية أن جمعيتنا تسعى دائما للتواصل مع الشباب إما تحفيزا للانخراط أو محاولة حل مشاكلهم وخاصة المعاقين مثل توفير لهم كراسي متحركة أو زيارة طبيب وحرص على دمجهم في مجتمع كفئة فعالة ولها دور و تخصص لهم مكان للاتصال إما من خلال رقم الهاتف المصرح به عبر صفحتها والذي يكون في الغالب لرئيس الجمعية، كما قال رئيس الجمعية أن جمعيتهم تقوم بنشر محتويات تتكلم عن فوائد العمل التطوعي ومنشورات دينية تحفز الشباب دينيا وحتى أنها تقدم فرصا للشباب وخاصة أصحاب الهمم في إبراز طاقاتهم الفكرية والإبداعية وقال كثيرا من الشباب المعاق قدمنا له مساعدات أصبح عضوا في الجمعية، كما قامت الجمعية بتكوين بعض الشباب حتى يصبح مرافق للمعاق وتقديم له مساعدات وهذا ما يحفز الشباب ويجعلهم فعالين في المجتمع.

المحور الخاص بالبيانات الشخصية

الحالة رقم 03: جنسه ذكر، عمره 42 سنة، يعمل أستاذا، ولديه خبرة في المجال الخيري حوالي 6 سنوات، وهو خريج المدرسة العليا للأساتذة، هو رئيس جمعية إنصاف بسطيف منذ حوالي 4 سنوات ولكن كان عضوا فيها منذ سنوات، وسنة الانخراط في مشروع شارك سنة 2017 .

بخصوص المحور الأول المتعلق حول مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك في إعادة إنتاج هوية افتراضية للجمعيات الخيرية في الجزائر فقد وافق المبحوث أن كل معلومة تصرح بها الجمعية من خلال صفحتها هي من أرض الواقع وقال نحن كجمعية ولائمة نهتم بالشباب السطايفي خاصة والجزائري عامة والمعلومات المصرح بها في الصفحة هي حقيقية فمثلا رقم الهاتف المصرح به من خلال صفحتها هو لرئيس الجمعية أما الرقم الأرضي فهو لمقر الجمعية فلقد نقلنا هويتنا الحقيقية للعالم الافتراضي وصرحنا بها من أجل الاتصال والتواصل مع الشباب والمتطوعين والمتبرعين، وقال نحن لدينا الجمهور السطايفي يعرفنا ولكن الفيسبوك فتح لنا مجال أن تكون لنا هوية عددية ورأس مال بشري تخطي مجالنا الجغرافي وهو مصرح به عبر صفحتنا فعدد المعجبين وعدد المتابعين بصفحة الجمعية حقيقة أعطانا هوية عددية جيدة ومعتبرة ، كما وافق على أن معدل التفاعل اليومي يختلف من جمعية لأخرى هناك جمعيات تنشر يوميا وجمعيات يوم بعد يوم وأخرى أسبوع وهذا ما يعطيها هوية نشطة، وقد تبرز أيضا في عدد مرات تغير صورة تعريفية للجمعية وهذا ما يعطي كل جمعية هوية بصرية ترسخ في الأذهان.

بخصوص المحور الثاني المتعلق كيف تساهم شبكات تواصل الاجتماعي في إعادة إنتاج ثقة بين الأفراد والجمعيات الخيرية قال لي رئيس الجمعية يجب على الجمعية أن تكون صادقة من خلال ما تنشره ووافق على فكرة تطابق المنشور مع الصورة فهذا يزيد من ثقة أفراد الجمعية وتحرص الجمعية على نشر كل ماهو صادق ، كما قال لي رئيس الجمعية أن جمعيتهم أخذت في فتح مشاريع تدخل ضمن اهتمام المرأة وسوقت له من خلال صفحتها زاد من عدد الفتيات والنساء المنخرطات وخاصة كل ما تعلق بالطفل فقط أطلقت مشروع الطفل مواطن المستقبل كما تكفلت الجمعية بالطفل المسعف والأيتام، كما قال رئيس الجمعية أن الثقة التي وضعت في الجمعية و اختبرت على راية التكوين للجمعيات في منطقة شرق الجزائر، كما تكلم عن اختيار رئيس الجمعية في عمل تشاركي مع منظمة اليونيساف لحماية الطفولة والعمل مع وزارة الشباب والرياضة عن طريق التسيير الجزئي للمؤسسات، أما بخصوص طريقة التبرع فقال رئيس الجمعية نفضل التبرع حسب الحاجة مثلا مشروع قفة رمضان التبرع يكون معدات غذائية توزيع حقايب مدرسية على الأطفال، كما تكلم رئيس الجمعية أن معظم المنخرطين في الجمعية هم شباب وهذا يعتبر إنجازا فليس من السهل إقناع الشباب وكسب ثقته .

بخصوص المحور الثالث المتعلق أن الفايسبوك ساعد الجمعيات في إعادة إنتاج مجالات جديدة أعطت الانتشار والشمولية للعمل التطوعي .

قال رئيس الجمعية منذ استخدام جمعيتنا لمواقع التواصل في مجال الخيري أصبح لديها مجال إفتراضي جديد تروج من خلاله مجمل أنشطتها إما صورة أو فيديو ويقصد هنا مجال التسويق الاجتماعي، كما قال لنا أن الجمعية تستخدم هذه المواقع دوريا للاستقطاب الشباب من خلال وضع استمارة الكترونية قصد التسجيل والمشاركة، كما أكد أن الجمعية تؤمن صفحتها من خلال شباب موهوب في مجال الإعلام الآلي والأمن السيبراني وهذا مفروض علينا حتى نحافظ على خصوصية الجمعية، كما تكلم عن مجال صناعة المحتوى والتدقيق فيه من قبل الجمعية أصبح مهم وعلى كل جمعية أن تهتم به حتى تحافظ على مصداقيتها وصورتها أمام المجتمع، أما عن الفرص التي قدمها الفايسبوك للجمعيات قال لنا رئيس الجمعية لقد فتح لنا العالم الافتراضي فرصة للمشاركة مع الجمعيات ومؤسسات الدولة وخاصة مشروع شارك الذي قدم هذه الفرصة للجمعيات وأصبح لها دليل وطني، كما وافق رئيس الجمعية أن هذا التواجد الافتراضي للجمعية يحتاج إلى تسيير إداري رقمي بجميع معداته من جهاز كومبيوتر، هاتف ذكي، ناسخ ضوئي، طابعة، وفي جانب آخر تكلم رئيس الجمعية عن مجال التعبئة عبر الفايسبوك لمحاربة جائحة كورونا و التوعية وجمع التبرعات وخاصة أثناء أزمة الاوكسيجن وحرائق الغابات في منطقة القبائل والدور الذي لعبه الفايسبوك وفي الاخير سلط الضوء عن ممارسة

الجمعيات الخيرية للمواطنة الرقمية التي تكون في إحياء المناسبات الدينية والوطنية كيف تحتتم الفرصة من أجل جمع التبرعات وتقديم المساعدات مثل إفطار الصائم وكسوة العيد وغيرها من المناسبات.

بخصوص المحور الرابع المتعلق أن مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) دور في تحفيز الشباب على العمل التطوعي في الجزائر تكلم السيد رئيس الجمعية عادل بورقازن أن الركائز التي تقوم عليها الجمعية هم الشباب وتحاول الجمعية استقطاب شباب موهوب ولديه رغبة في العمل التطوعي ولقد استغلت الجمعية مواقع التواصل الاجتماعي وعلى رأسها الفيسبوك في تحفيز الشباب إما بعرض نماذج أعمال خيرية قام بها شباب ، أو من خلال عرض محتويات سمعية بصرية تتكلم عن إنجازات الجمعية تثبت تواجدها في الواقع وتزيد من ثقة متابعيها خاصة الشباب وتحفزهم للانخراط للجمعية، وتقدم فرصة للشباب من أجل المشاركة في دورات تكوينية للشباب.

المحور الخاص بالبيانات الشخصية

الحالة رقم 04:

جنسه ذكر، عمره 42 سنة، يعمل أستاذا في التطوير لدى منظمة اليونسكو، درس في المعهد العالي للتخطيط والإحصاء، انتقل إلى فرنسا وتحصل على ماستر في تكنولوجيا المعلومات ثم تحصل على دكتوراه في استخدام التكنولوجيا في التربية، عمل في الكشافة الإسلامية منذ الصغر، هو مؤسس جمعية سيدرا ، هو رئيسها منذ 9 سنوات.

بخصوص المحور الأول المتعلق حول مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك في إعادة إنتاج هوية افتراضية للجمعيات الخيرية في الجزائر: أثناء مقابلة رئيس الجمعية نسيم فلاحي في برنامج شباب تايم الذي تبثه قناة سيدرا على اليوتيوب تكلم عن معايير نجاح الجمعية وقال يجب أن تكون الجمعية واضحة الأهداف ولديها استراتيجية تمشي عليها وأهم عنصر في الاستراتيجية هو استغلال تكنولوجيا في التسيير الجموعي وفتح صفحة على مواقع التواصل الاجتماعي ونقل عملها من الفضاء الواقعي إلى الفضاء الافتراضي فتصرح بمكان نشاطها، والفئة المستهدفة، وأهدافها ، وإما يلها الذي أدخلها للعالم الافتراضي، ورقم الهاتف الجمعية وهذا ما يطلق عليه الهوية التصريحية أما الهوية النشطة في رأي رئيس الجمعية هو كل فعل تقوم به الجمعية لتحقيق المنفعة العامة وخاصة وتعتبر الأنشطة التي قامت بها الجمعية مثل مشروع بنك الطعام أو مشروع إيكو دزاي، منتدي النساء الرواد، أو مشروع الأرض السعيدة كل هذه الأنشطة تدخل ضمن هوية الجمعية أي الهوية النشطة وحسب رأي رئيس الجمعية هذه الأنشطة تقوم الجمعية بالتسويق لها واقعا

وافترضيا مما يزيد في كسب ثقة الناس بها و الذي ينعكس في نمو الرأس المالمها البشري و يعطيها هوية عددية افتراضية تجدها مصرح بها على صفحة الجمعية عدد المعجبين أو عدد المتابعين للصفحة بالمختصر التسويق الجيد من خلال شبكات التواصل الاجتماعي (التعريف الجيد بالجمعية مكان الجمعية إمائلها الفئة المستهدفة أهداف الجمعية (الهوية التصريحية)+ التسويق الجيد من خلال اختيار شعار جيد صورة التعريفية للجمعية نشر والتواجد اليومي لأهم إنجازات الجمعية (الهوية النشطة)= زيادة ثقة المتابعين الذي ينعكس بدوره في نمو رأس المال البشري للجمعية والذي نعرفه من خلال المعجبين أو المتابعين لصفحة الجمعية (الهوية العددية) .

بخصوص المحور الثاني المتعلق كيف تساهم شبكات تواصل الاجتماعي في إعادة إنتاج ثقة بين الأفراد والجمعيات الخيرية: قال لي رئيس الجمعية أن شبكات التواصل الاجتماعي ساعدت كثيرا الجمعية في كسب ثقة الشباب وخاصة الحي الشعبي الذي يعيش فيه حي بلوزداد من خلال برامج تخص الشباب وميولاتهم وتتماشي مع ديناميكيتهم مثل مشروع FEED BUCK صفحة خاصة بالشباب وتقديم استشارات لهم لحل المشاكل،ومشروع أكاديمية الشباب الجزائري الرائد التي توجه الشباب للاستثمار وتربطهم برجال أعمال معروفين كل هذه المشاريع روجت لها الجمعية من خلال مواقع التواصل الخاصة بها،وحسب رأي الجمعية حتى طريقة التبرع اختلفت فقدم لنا مثال على مشروع بنك الطعام الجزائري في بداياته الأولى كان عبارة عن مساعدات غذائية محتشمة ونتيجة مواقع التواصل الاجتماعي وعلى رأسهم الفايسبوك استطاعت الجمعية أن تكسب ثقة الممولين وعقد اتفاقيات مع ممولين وحققنا في رمضان السابق 100 ألف قفة رمضان و 500 شاب متطوع في يوم واحد، واستطاعت استقطاب فتيات من جميع الشرائح وتقديم لهم مشروع المرأة الرائدة وتعليم الفتيات من خلال القدوة،وحسب رئيس الجمعية فإن الجمعية لديها استقطاب متزايد للشباب فقدر عدد المتطوعين فيها أكثر من 1000 متطوع ومعدل العمري فيهم أقل من 23 سنة لقد كانت الجمعية في البداية الأولى مجرد مجموعة شباب والآن هي من أكثر الجمعيات لديها رأس مال بشري مثقف، كما قال رئيس الجمعية لقد طبقنا استراتيجية تسويق جيدة زادت من ثقة الدولة بنا وحتى على المستوى العالمي فقد تشاركنا مع منظمة اليونسكو لبناء مواطنة فعالة في الجزائر وقدمنا مشروع ساعة الأرض باتفاق مع وزارة الطاقة والبيئة.

بخصوص المحور الثالث المتعلق أن الفايسبوك ساعد الجمعيات في إعادة إنتاج مجالات جديدة أعطت انتشار والشمولية للعمل التطوعي: تكلم رئيس الجمعية على الفرص والمجالات التي تقدمها تكنولوجيا وعلى رأسها مواقع التواصل الاجتماعي أولها فرصة تشاركه مع مؤسسات الدولة خاصة وزارة الشباب والرياضة ومنظمة اليونسكو وحتى مجال التشاركي مع الجمعيات الخيرية من خلال مشروع شارك عبر مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك، كما تكلم رئيس الجمعية ومسؤول الإعلام والاتصال نحن نستغل

مجال السمعي البصري المحكم والمتقن من صور وفيديوهات تعرف بأنشطتنا من أجل التسويق الاجتماعي، كما تكلم رئيس الجمعية عن مجال تصميم الويب بحكم تخصصه في تكنولوجيا الذي درسها في فرنسا وجسدها في مشروع شارك دليل الجمعيات الخيرية في الجزائر الذي حاولت فيه استقطاب الجمعيات والشباب الكثرانيا والترويج الافتراضي ، كما أخبرنا أن الجمعية تراقب المحتوى وتسعى إلى تقديم محتوى جيد بالتالي تقدم فرصة للشباب يجيد لغة المحتوى الرقمي، كما تكلم عن كيفية استخدام الجمعية تكنولوجيا وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي في مجال التعبئة ومحاربة جائحة كورونا إما من خلال جمع تبرعات أو تقديم مساعدات للعائلات المحتاجة، كما تكلم على الصورة الذهنية التي قدمتها الجمعية من خلال اختيار اسم الجمعية وشكل شعارها قال اسم جمعية مأخوذ من القرآن الكريم سدرة المنتهى.

بخصوص المحور الرابع المتعلق أن مواقع التواصل الاجتماعي(فيسبوك) دور في تحفيز الشباب على العمل التطوعي في الجزائر: تكلم السيد رئيس الجمعية نسيم فلاي عن الفرصة التي قدمتها الجمعية للشباب من أجل التطوع في بنك الطعام الجزائري وقال تطوع 500 شاب في يوم واحد من خلال شبكات التواصل الاجتماعي والميديا تعتبران وسيلتان ضمن استراتيجية الجمعية، وهي تتجاوز مع الشباب من خلال تخصيص مكان للاتصال أو تصميم استمارات الكترونية للمشاركة مع الشباب، وتكلم عن مجال التحفيز للشباب واستخدام مواقع التواصل في تقديم عروض لدورات تكوينية وندوات تثقيفية للشباب في المجال الميداني والحياة العملية على غرار أكاديمية الشباب الجزائري الرائد، وتقوم الجمعية بتعزيز المواطنة الرقمية بإحياء المناسبات الدينية والوطنية وحث الشباب على المساعدة والانخراط مثل شهر رمضان والأنشطة التي تقوم بها الجمعية في هذا الشهر الفضيل والذي يتخللها ختان جماعي للأطفال وجمع كسوة العيد... الخ

ثالثا: عرض وتفسير البيانات المتعلقة بوصف الصفحة وتحليل محتوى منشورات

الجمعيات الخيرية الأربعة:

وصف صفحات الجمعيات:

وصف صفحة جمعية الشباب المثقف:



تعريف جمعية الشباب المثقف: هي جمعية اجتماعية تم إنشاؤها في عام 2013 من قبل مجموعة من الشباب لتطوير قدرات الشباب ليصبحوا مواطنين إيجابيين في المجتمع من خلال ثقافة العمل التطوعي وأيضاً تعزيز روح المواطنة، تهدف الجمعية في تفعيل دور الشباب في مجال التضامن الاجتماعي، وحماية الأطفال والنساء، كما تسعى لنشر ثقافة الإسعافات الأولية، ورعاية الأشخاص بدون مأوى، وإنشاء الأندية التعليمية للأطفال والمساهمة في دمج السجناء ومساعدة الأشخاص ذوي الإعاقة وحماية البيئة.

تحليل صورة جمعية الشباب المثقف: هي صورة صفحة الجمعية على صفحة الفايسبوك والتي لها علاقة بهوية الجمعية افتراضياً، وقد اخترنا هذه الصورة من خلال تصريح الجمعية بما عبر صفحتها الرئيسية وهي تحمل شعار الجمعية الدائري والتي حظيت بما يقارب 32571 معجبا.

المستوى التعييني: يظهر لنا صور شباب تقوم بأنشطة مختلفة وهم أعضاء الجمعية ومنخرطين، وصورة شمس تبدو مرسومة باليد وهي صفراء، يتخلل شعار الجمعية في الوسط يحمل خريطة الجزائر ويحمل اسم الجمعية جمعية الشباب المثقف متطوعون بلا حدود بالأحمر ويوجد ضمن الصورة عنوان صفحة الجمعية عبر تويتر، والفايسبوك والانستغرام.

ومن ناحية التنظيم الأيقوني فيبدو شعار واسم الجمعية في مقدمة الصورة مع صور المتطوعين بينما تظهر السماء خلفه أما بخصوص الألوان فيظهر اللون الأزرق للسماء التي هي خلفية صورة الجمعية، واللون الأصفر للشمس المرسومة، كذلك اللون الأخضر لخريطة الجزائر.

المستوى التضميني: يعتبر المستوى التضميني هو المستوى المهم الذي من خلاله نكتشف الأبعاد التي تحملها الرسالة البصرية، ومن خلال هذه الصورة برز صورة شباب يقومون بأنشطة مختلفة فوقهم شمس دلالة على الفكر والعلم الذي يعطي النور للشباب، كما نلاحظ أربع أيقونات، السماء، الشمس، الشباب، متطوعون بلا حدود والتي تعني أن هذا الشباب أساس نشاطه العلم والذي يوظفه في العمل التطوعي الخيري.

أما بخصوص الألوان الظاهرة في الصورة، فاللون الأزرق البارز في صفحة الجمعية وهي من الألوان الباردة، فهي دلالة على الهدوء، أما من الناحية النفسية فاللون الأزرق يساعد على التركيز والهدوء والدقة البصرية وله إيجابيات نفسية أخرى فهو مرتبط بالأمل والصفاء والتحفيز لأنه الأكثر برودة ويعطي الإحساس بالوقار والهدوء، أما اللون الأصفر فهو دلالة على النور .

أما دلالة الأشكال الشكل الدائري هو الغالب في الصورة.

الجدول رقم (36) وصف صفحة جمعية الشباب المثقف

البيان	تحليل المضمون
العنوان الالكتروني	<p>aajioran@gmail.com</p> <p>اللغة: الفرنسية</p> <p>الكلمات الدلالية: @aaji31</p>
الخلفية	<p>الموضع: أعلى الصفحة</p> <p>المحتوي: شعار الجمعية، كلمات دلالية، العنوان الالكتروني للجمعية.</p> <p>اللغة: الفرنسية، العربية.</p> <p>الكلمات الدلالية: تصرف كأنك قد حققت هدفك فعليا.</p> <p>لون الخلفية: ، أزرق.</p>

<p>عدد المعجبين: 32571</p> <p>عدد مرات تغيير: 03</p> <p>تحديد المكان: افتراضيا تقنية تحديد المكان</p> <p>تاريخ المشاهدة: الإثنين 2021/12/06 الساعة 09:45</p>	
<p>الموضع: أسفل يمين الخلفية.</p> <p>المحتوى: شعار الجمعية</p> <p>اللغة: العربية</p> <p>الكلمات الدلالية: الشباب المثقف.</p> <p>لون الخلفية: أصفر، أسود</p> <p>عدد المعجبين: 39</p> <p>المشاركين: 01</p> <p>عدد مرات تغيير: 08</p> <p>شكلها: دائري</p> <p>تاريخ الوضع: 2019/06/06</p> <p>تاريخ المشاهدة: الإثنين 2021/12/06 الساعة 22:00</p>	<p>صورة التعريف</p>
<p>المحتوى: معلومات عامة عن الصفحة.</p> <p>اللغة: الفرنسية، العربية</p>	<p>الجانب الأيمن من الصفحة</p>

<p>الكلمات الدلالية: منظمة خيرية، فنون</p> <p>عدد متابعين صفحة الجمعية: 33644</p> <p>شبكات تواصل الجمعية: فايسبوك، انستغرام</p> <p>تاريخ المشاهدة: الاثنين 2021/12/06 الساعة 22:00</p>	
<p>المحتوي: بترتيب زمني آخر موضوعات الصفحة</p> <p>اللغة : العربية،الفرنسية</p> <p>الكلمات الدلالية: aajioran</p> <p>تاريخ إنشاء الصفحة: 16 افريل 2013</p> <p>شفافية الصفحة: تغير أسم الصفحة 3مرات</p> <p>تاريخ المشاهدة : الإثنين 2021/12/06 الساعة 22:00</p>	<p>وسط الصفحة</p>
<p>المحتوى: جانب مخصص لموقع الفايسبوك إشهار،أصدقاء المتصفح.</p> <p>اللغة المستعملة: العربية، الفرنسية.</p> <p>تاريخ المشاهدة: الثلاثاء 2021/12/07 الساعة 18:00</p>	<p>الجانب الأيسر من الصفحة</p>

2- وصف صفحة جمعية سيدرا على موقع الفايسبوك



Association SIDRA

٤٦ (٣٣ وأ٥) - منظمة غير هادفة للربح - @sidralgerie



إرسال بريد إلكتروني

تعريف جمعية سيدرا: هي جمعية شبانية لولاية الجزائر العاصمة، تأسست سنة 2009 وهدفها الرئيسي هو تشجيع المشاركة الفعالة للمواطنين من الشباب والشابات يجعلهم فاعلين في التنمية المستدامة في الجزائر جمعية سيدرا هي منظمة يقودها الشباب وتقوم بتطوير مشاريع لصالح الشباب، إنه يعزز قدرات العشرات من الجمعيات على العديد من الموضوعات المتعلقة بإدارة الجمعيات تقنيات الاتصال والمراقبة وغيرها من مجالات التنمية المجتمعية.

تحليل صورة جمعية سيدرا: هي صورة من صفحة الجمعية على الفايسبوك والتي لها علاقة بهوية الجمعية افتراضيا، وقد اخترنا هذه الصورة من خلال تصريح الجمعية بما عبر صفحتها الرئيسية وهي تحمل شعار الجمعية نجمي والتي حظيت بما يقارب 35355 معجب.

المستوى التعميني: يظهر لنا صور شباب يرتدون قمصان متشابهة باللون الأخضر وهم أعضاء الجمعية ومنخرطين، وصورة جبل خلفهم .

ومن ناحية التنظيم الأفوني فيبدو شعار واسم الجمعية في مقدمة الصورة مع صور المتطوعين بينما يظهر الجبل خلفهم أما بخصوص الألوان فيظهر اللون الأخضر من خلال قمصان التي يرتادونها أما خلفية صورة الجمعية فهي جبل بلون أزرق فاتح يميل للبياض، أما شعار الجمعية فيه أشكال هندسية لأشخاص على شكل نجمة وبألوان أصفر، أخضر، أحمر، أزرق، بنفسجي.

المستوى التضميني: يعتبر المستوى التضميني هو المستوى المهم الذي من خلاله نكتشف الأبعاد التي تحملها الرسالة البصرية، ومن خلال هذه الصورة برز صورة شباب واقفين أمام بعضهم البعض بقمصان موحدة تحمل لون واحد وفيها اسم الجمعية وهنا تبين أنها جمعية شبابية خيرية واضحة الهدف .

أما بخصوص الألوان الظاهرة في الصورة، فاللون الأخضر بارز في صفحة الجمعية وهي من الألوان التي تدل على الخير أما الألوان التي تظهر في شعار الجمعية أصفر، أخضر، أحمر، أزرق، رمادي .

أما دلالة الأشكال الشكل نجمة هو الغالب في شعار الجمعية.

الجدول رقم (37) وصف صفحة جمعية سيدرا

البيان	تحليل المضمون
العنوان الالكتروني	<p>sidra.algerie@gmail.com</p> <p>الكلمات الدلالية: @sidralgerie</p> <p>اللغة: الفرنسية</p>
الخلفية	<p>الموضع: أعلى الصفحة</p> <p>المحتوى: شعار الجمعية، كلمات دلالية، العنوان الالكتروني للجمعية.</p> <p>اللغة: الفرنسية، العربية.</p> <p>الكلمات الدلالية: SIDRA est une organisation de jeunesse</p> <p>لون الخلفية: ، أبيض، أخضر.</p> <p>عدد المعجبين: 35355</p> <p>عدد مرات تغيير: 140</p> <p>تحديد المكان: غير موجود</p> <p>تاريخ المشاهدة: الثلاثاء 2021/12/07 الساعة 18:00</p>
صورة التعريف	<p>الموضع: أسفل يمين الخلفية.</p> <p>المحتوى: شعار الجمعية</p> <p>اللغة: فرنسية</p>

<p>الكلمات الدلالية: SIDRA/ALGERIE.</p> <p>لون الخلفية: أبيض، أسود، أخضر، أزرق، برتقالي، رمادي</p> <p>عدد المعجبين: 83</p> <p>المشاركين: 01</p> <p>شكلها: دائري</p> <p>عدد مرات تغير: 49 مرة</p> <p>تاريخ الوضع: 2015/01/01</p> <p>تاريخ المشاهدة: الثلاثاء 2021/12/07 الساعة 18:00</p>	
<p>المحتوى: معلومات عامة عن الصفحة.</p> <p>اللغة: العربية</p> <p>الكلمات الدلالية: منظمة غير هادفة للربح</p> <p>عدد المتابعين صفحة الجمعية: 36647</p> <p>شبكات التواصل الجمعية: فايسبوك، انستغرام، تويتر، يوتيوب.</p> <p>تاريخ المشاهدة: الثلاثاء 2021/12/07 الساعة 18:00</p>	<p>الجانب الأيمن</p> <p>من الصفحة</p>
<p>المحتوى: بترتيب زمني آخر موضوعات الصفحة</p> <p>اللغة: العربية، الفرنسية</p> <p>شفافية الصفحة: تغير أسم الصفحة 4 مرات</p>	<p>وسط الصفحة</p>

<p>تاريخ إنشاء الصفحة: 09 جوان 2010</p> <p>الكلمات الدلالية: @sidralgerie</p> <p>تاريخ المشاهدة : الثلاثاء 2021/12/07 الساعة 18:00</p>	
<p>المحتوى: جانب مخصص لموقع الفايسبوك إشهار،أصدقاء المتصفح.</p> <p>اللغة المستعملة: العربية، الفرنسية.</p> <p>تاريخ المشاهدة: الثلاثاء 2021/12/07 الساعة 18:00</p>	<p>الجانب الأيسر من الصفحة</p>

3- وصف صفحة جمعية إنصاف على موقع الفايسبوك



تعريف جمعية إنصاف: هي جمعية اجتماعية ثقافية نشط في ولاية سطيف منذ عام 2014 تهدف إلى تعزيز روح المواطنة الفعالة عند الشباب ودعم الشباب وبناء قدراتهم في عدة مجالات، وتعزيز الدفاع عن حقوق الطفل.

تحليل صورة جمعية إنصاف: هي صورة صفحة الجمعية على صفحة الفايسبوك والتي لها علاقة بهوية الجمعية افتراضيا، وقد اخترنا هذه الصورة من خلال تصريح الجمعية بما عبر صفحتها الرئيسية وهي تحمل شعار الجمعية الدائري والتي حظيت بما يقارب 14709 معجب.

المستوي التعييني: يظهر لنا صور شباب وشابات ضمن نشاط وزاري مشترك مع وزارة الشباب والرياضة مع مسؤول في الوزارة أما شعار الجمعية فيه مجسمات أشخاص فوق اسم الجمعية بلونين أزرق والبرتقالي وفيه اسم الجمعية بالعربية والفرنسية باللون الأحمر في وسط .

ومن ناحية التنظيم الأيقوني فيبدو شعار واسم الجمعية في مقدمة الصورة باللون الأحمر الفاقع باللغتين مع صور مجسمات أشخاص بينما يظهر صور أعضاء الجمعية في نشاط وزاري مشترك مع شخصية وزارية معروفة.

المستوى التضميني: يعتبر المستوى التضميني هو المستوى المهم الذي من خلاله نكتشف الأبعاد التي تحملها الرسالة البصرية، ومن خلال هذه الصورة برز صورة شباب واقفين أمام بعضهم البعض مع شخصية في وزارة الشباب والرياضة دليل على الشراكة بين وزارة الشباب والرياضة وجمعية إنصاف.

أما بخصوص الألوان الظاهرة في الصورة، فاللون الأزرق والبرتقالي الأحمر الأزرق الفاتح في صفحة الجمعية تظهر في شعار الجمعية. أما دلالة الأشكال الشكل دائرة هو شعار الجمعية.

الجدول رقم (38) وصف صفحة جمعية أنصاف

البيان	تحليل المضمون
العنوان الالكتروني	insafsetiforg@gmail.com الكلمات الدلالية: Insaf Association اللغة: الفرنسية
الخلفية	الموضع: أعلى الصفحة المحتوى: شعار الجمعية، كلمات دلالية، العنوان الالكتروني للجمعية. اللغة: الفرنسية، العربية. الكلمات الدلالية: Association insaf لون الخلفية: ، أبيض. عدد المعجبين: 14709

<p>عدد مرات تغيير: 136</p> <p>تحديد المكان: غير موجود</p> <p>تاريخ المشاهدة: الثلاثاء 2021/12/07 الساعة 18:00</p>	
<p>الموضع: أسفل يمين الخلفية.</p> <p>المحتوى: شعار الجمعية</p> <p>اللغة: فرنسية، العربية</p> <p>الكلمات الدلالية: Association insaf</p> <p>لون الخلفية: أسود، أحمر، أزرق، برتقالي، رمادي</p> <p>عدد المعجبين: 61</p> <p>المشاركين: 01</p> <p>شكلها: دائري</p> <p>عدد مرات تغيير: 08 مرة</p> <p>تاريخ الوضع: 2019/06/04</p> <p>تاريخ المشاهدة: الثلاثاء 2021/12/07 الساعة 18:00</p>	<p>صورة التعريف</p>
<p>المحتوى: معلومات عامة عن الصفحة.</p> <p>اللغة: العربية، فرنسية</p> <p>الكلمات الدلالية: مؤسسة مجتمعية</p>	<p>الجانب الأيمن</p> <p>من الصفحة</p>

<p>عدد متابعين صفحة الجمعية: 36647</p> <p>شبكات التواصل الجمعية: فايسبوك، انستغرام.</p> <p>تاريخ المشاهدة: الثلاثاء 2021/12/07 الساعة 18:00</p>	
<p>المحتوى: بترتيب زمني آخر موضوعات الصفحة</p> <p>اللغة : العربية،الفرنسية</p> <p>شفافية الصفحة: تغير أسم الصفحة 2 مرات</p> <p>تاريخ أنشاء الصفحة: 06 جوان 2015</p> <p>الكلمات الدلالية: مؤسسة مجتمعية</p> <p>تاريخ المشاهدة : الثلاثاء 2021/12/07 الساعة 18:00</p>	<p>وسط الصفحة</p>
<p>المحتوى: جانب مخصص لموقع الفايسبوك إشهار،أصدقاء المتصفح.</p> <p>اللغة المستعملة: العربية، الفرنسية.</p> <p>تاريخ المشاهدة: الثلاثاء 2021/12/07 الساعة 18:00</p>	<p>الجانب الأيسر من الصفحة</p>

4- وصف صفحة جمعية التوعية التكامل والتنمية بجاية على موقع الفاييسوك:



تعريف جمعية التوعية التكامل والتنمية بجاية: أنشئت جمعية التوعية التكامل والتنمية التابعة لبلدية أقبو بجاية في يوليو 2013 وهي جمعية اجتماعية وثقافية وهي جمعية للشباب تدعو إلى اتباع نهج مختلف إزاء الإعاقة تعزيز حقوق الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة وتعزيز مشاركتهم الاجتماعية لإخراجهم من العزلة.

تحليل صورة جمعية التوعية التكامل والتنمية بجاية: هي صورة صفحة الجمعية على صفحة الفاييسوك والتي لها علاقة بهوية الجمعية افتراضيا، وقد اخترنا هذه الصورة من خلال تصريح الجمعية بما عبر صفحتها الرئيسية وهي تحمل شعار الجمعية الدائري يوجد فيه شكل شخص يجلس على كرسي متحرك والتي حظيت بما يقارب 14709 معجب.

المستوى التعييني: يظهر لنا في الصورة اسم الجمعية باللغة الفرنسية ورقم هاتف أرضي وحساب الفاييسوك وامايل الجمعية بلونين الأسود والأبيض .

ومن ناحية التنظيم الأيقوني فيبدو شعار واسم الجمعية في مقدمة الصورة بالون الأخضر فاقع واللون الأزرق والبرتقالي مع صور شخص معاق أشخاص بينما يظهر صور اسم الجمعية باللغة الفرنسية.

المستوى التضميني: يعتبر المستوى التضميني هو المستوى المهم الذي من خلاله نكتشف الأبعاد التي تحملها الرسالة البصرية، ومن خلال هذه الصورة برز صورة شباب معاق في كرسي متحرك للدلالة على أن هذه الجمعية تهتم بفئة المعاقين. أما بخصوص الألوان الظاهرة في الصورة، هي الأخضر البرتقالي والأزرق. أما دلالة الأشكال الشكل دائرية هو شعار الجمعية.

الجدول رقم (39) وصف صفحة جمعية التوعية والتكامل والتنمية بجاية

البيان	تحليل المضمون
العنوان الالكتروني	<p>handi-sid@outlook.fr</p> <p>الكلمات الدلالية: @HANDISID</p> <p>اللغة: الفرنسية</p>
الخلفية	<p>الموضع: أعلى الصفحة</p> <p>المحتوى: شعار الجمعية، كلمات دلالية، العنوان الالكتروني للجمعية، رقم هاتف.</p> <p>اللغة: الفرنسية</p> <p>الكلمات الدلالية: * HANDISID /مجتمع</p> <p>لون الخلفية: ، أبيض.أسود</p> <p>عدد المعجبين: 14709</p> <p>عدد مرات تغيير: 33</p> <p>تحديد المكان: غير موجود</p> <p>تاريخ المشاهدة: الأربعاء 2021/12/08 الساعة 18:00</p>
صورة التعريف	<p>الموضع: أسفل يمين الخلفية.</p> <p>المحتوى: شعار الجمعية</p> <p>اللغة: فرنسية.</p>

<p>الكلمات الدلالية: asousiation/sonspilisation/intégration/développement</p> <p>لون الخلفية: أسود، أخضر، أزرق، برتقالي.</p> <p>عدد المعجبين: 28</p> <p>المشاركين: 3</p> <p>شكلها: مربع</p> <p>عدد مرات تغيير: 02 مرة</p> <p>تاريخ الوضع: 2013/09/20</p> <p>تاريخ المشاهدة: الأربعاء 2021/12/08 الساعة 18:00</p>	
<p>المحتوى: معلومات عامة عن الصفحة.</p> <p>اللغة: العربية، فرنسية</p> <p>الكلمات الدلالية: مجتمع، منظمة غير حكومية.</p> <p>عدد متابعين صفحة الجمعية: 4827</p> <p>شبكات التواصل الجمعية: فايسبوك.</p> <p>تاريخ المشاهدة: الأربعاء 2021/12/08 الساعة 18:00</p>	<p>الجانب الأيمن</p> <p>من الصفحة</p>

<p>المحتوى: بترتيب زمني آخر موضوعات الصفحة</p> <p>اللغة : العربية،الفرنسية</p> <p>شفافية الصفحة: لم يتغير اسم الصفحة.</p> <p>تاريخ إنشاء الصفحة:2013/09/20</p> <p>الكلمات الدلالية:مجتمع</p> <p>تاريخ المشاهدة : الأربعاء 2021/12/08 الساعة 18:00</p>	<p>وسط الصفحة</p>
<p>المحتوى: جانب مخصص لموقع الفاييسبوك إشهار،أصدقاء المتصفح.</p> <p>اللغة المستعملة: العربية، الفرنسية.</p> <p>تاريخ المشاهدة: الأربعاء 2021/12/08 الساعة 18:00</p>	<p>الجانب الأيسر من الصفحة</p>

خلاصة عامة: من خلال الوصف المقدم أعلاه نلاحظ وجود هوية افتراضية بصرية لكل صفحة جمعية على الفيسبوك وقد تظهر من خلال رموز كل جمعية والألوان التي تستخدمها والمعلومات تصرح بها وقد لخصنا هذا الوصف في جداول حتى نشرح بالتحديد ما نريد إيصاله لكم في نقاط التالية:

بخصوص المحور الأول المتعلق حول مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك في إعادة إنتاج هوية افتراضية للجمعيات الخيرية في الجزائر ولقد انصب جل اهتمامنا في هذا المحور حول دور الفاييسبوك في إعادة إنتاج هوية افتراضية للجمعيات الخيرية في الجزائر وقد قسمناها إلى (هوية العددية) و(الهوية النشطة) و(الهوية التصريحية) حسب تقسم العاملة.

الجدول رقم (40) الهوية العددية للجمعيات:

عدد المجموعات التي تنخرط فيها الجمعية	عدد المعجبين والمشاركين بصورة تعريف الجمعية	عدد ونوع شبكات تواصل التي تستخدمها	عدد المتابعين بصفحة الجمعية	عدد المعجبين بصفحة الجمعية	الهوية العددية الجمعيات	
01	01	39 فيسبوك انستغرام يوتيوب	03	33644	32571	ج.ش المثقف (وهران)
01	01	61 فيسبوك انستغرام	02	36647	14709	ج. إنصاف (سطيف)
06	01	83 فيسبوك توتير انستغرام يوتيوب	04	36647	35355	ج. سيدرا(جزائر)
03	03	28 فيسبوك	01	4827	14709	ج.التوعية التكامل والتنمية (بجاية)

يشير الجدول أعلاه إلى الهوية العددية التي تتمتع بها كل الجمعيات الخيرية إفتراضيا والتي أوضحت لنا أن هناك تباينا عدديا يعطي

لكل جمعية هوية افتراضية تميزها عن باقي الجمعيات من خلال خمس عناصر قمنا بتحديددها، أولا عدد متتبعي صفحة الجمعية فمن

خلال الجدول يتبين لنا أن جمعية إنصاف وجمعية سيدرا لديهم رأس مال بشري افتراضي واحد ومتشابه وقدر ب 36647 متابع

لصفحة ثم تليه جمعية الشباب المثقف والذي قدر عدد متابعيها 33644 متابع وأما جمعية التوعية التكامل والتنمية وقدر عدد الرأس المال البشري المتابع لصفحة الجمعية ب4827، ثانيا عدد المعجبين بصفحة الجمعية من خلال المعلومات المدونة على الجدول احتلت جمعية سيدرا المرتبة الأولى بعدد معجبين قدر ب35355 ثم تلتها جمعية الشباب المثقف ب 32571 معجب أما المرتبة الثالثة كانت متقاسمة بين جمعية إنصاف وجمعية التوعية التكامل والتنمية وقدر ب 14709، ثالثا عدد شبكات التواصل الاجتماعي التي تستخدمها الجمعيات الخيرية من أجل التسويق اجتماعيا وحتى تزيد من رأس مالها الاجتماعي فجاءت في المرتبة الأولى جمعية سيدرا والتي قدر عدد شبكات التواصل الاجتماعي التي تستخدمها الجمعية بأربع وسائل (الفايسبوك، تويتر، أنستغرام، يوتيوب) أما في المرتبة الثانية فجاءت جمعية الشباب المثقف بثلاث شبكات تواصل اجتماعي وهي (فايسبوك، أنستغرام، يوتيوب) وفي المرتبة الثالثة فجاءت جمعية إنصاف وقدر عدد شبكات التواصل التي تستخدمها الجمعية اثنين وهي (فايسبوك، أنستغرام) وفي المرتبة الرابعة فجاءت جمعية التوعية والتكامل والتنمية بشبكة واحدة وهي (الفايسبوك)، رابعا قدر عدد المعجبين والمشاركين بصورة التعريفية لصفحة الجمعية فقد حصدت الصورة التعريفية لصفحة جمعية سيدرا (83 إعجاب) و(01 مشارك) أما عدد المعجبين والمشاركين بصورة جمعية إنصاف قدر (61 معجب) و(01 مشارك) وفي المرتبة الثالثة قدر عدد المعجبين بصورة تعريفية لصفحة الجمعية الشباب المثقف (39 معجب) (01 مشارك) أما في المرتبة الرابعة فكانت لجمعية التوعية والتكامل والتنمية ب(28 معجب) و(03 مشارك)، خامسا قدر عدد المجموعات التي تنخرط فيها الجمعيات فقد حصدت جمعية سيدرا المرتبة الأولى (06 مجموعات) وتلتها جمعية التوعية والتكامل والتنمية بالمرتبة الثانية (03 مجموعات) ثم المرتبة الثالثة جاءت جمعية الشباب المثقف وجمعية إنصاف (01 مجموعة).

هذا التباين العددي الذي يظهر في كل صفحة جمعية نشطة عبر الفايسبوك والممثل في النقاط الأربعة (عدد متابعين صفحة كل جمعية، عدد المعجبين بصفحة الجمعية، عدد شبكات التواصل الاجتماعي التي تستخدمها الجمعية، عدد المعجبين والمشاركين بصورة التعريفية لكل جمعية، وعدد المجموعات التي تنخرط فيها الجمعيات أعطى لكل جمعية هوية افتراضية عديدة تميزها عن باقي الجمعيات وهي مرسخة ومدونة في كل صفة الجمعية أساسها رأس المال البشري الافتراضي، ومن خلال تتبع الجدول نلاحظ أن الجمعية الخيرية التي تنوع في شبكات التواصل الاجتماعي من أجل تسويق لأنشطتها يكون لها هوية عديدة أكثر انتشارا، أي نمو في رأس مال بشري افتراضي على غرار جمعية سيدرا قدر عدد المعجبين بصفحة الجمعية (35355) وعدد متابعين صفحة الجمعية قدر ب(36647) أما عدد شبكات التواصل الاجتماعي التي تستخدمها الجمعية هي أربعة

(فيسبوك، تويتر، يوتيوب، أنستغرام)، ثم تليها جمعية الشباب المثقف قدر عدد معجبيها بصفحة الجمعية (32571) وعدد متابعي صفحة الجمعية قدر ب(33644) أما عدد شبكات التواصل الاجتماعي التي تستخدمها الجمعية هي ثلاثة (فيسبوك، أنستغرام، يوتيوب)، أما جمعية إنصاف قدر عدد المعجبيها بصفحة الجمعية (14709) وعدد متابعي صفحة الجمعية قدر ب(36647) أما عدد شبكات التواصل الاجتماعي التي تستخدمها الجمعية هي اثنين (فيسبوك، أنستغرام)، وفي الأخير جمعية التوعية التكامل والتنمية قدر عدد المعجبيها بصفحة الجمعية (14709) وعدد متابعي صفحة الجمعية قدر ب(4827) أما عدد شبكات التواصل الاجتماعي التي تستخدمها الجمعية هي واحد (فيسبوك) ومن هنا نستنتج كلما تعددت مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمها الجمعيات لترويج والتسويق لأنشطتها يحدث نمو في رأس مال البشري الافتراضي وهذا ما يعطي لكل جمعية هوية عديدة تفرد بها عن باقي الجمعيات وهي مدونة في كل صفحة الجمعية عبر الشبكات المختلفة.

الجدول رقم (41) الهوية النشطة للجمعيات:

الهوية النشطة الجمعيات	عدد مرات تغيير الخلفية	صورة التعريف	تاريخ نشاط الجمعية عبر الفيسبوك	عدد مرات تغيير اسم صفحة الجمعية	تاريخ نشاط الجمعية في مشروع شارك
ج.ش المثقف (وهران)	03	08	2013/04/13	03	2017
ج. إنصاف (سطيف)	136	08	2015/06/06	02	2017
ج. سيدرا(جزائر)	140	49	2010/06/09	04	2017
ج.التوعية التكامل والتنمية (بجاية)	33	28	2013/09/20	لم تغير صفحة الجمعية	2021

يشير الجدول أعلاه إلى الهوية النشطة التي تتمتع بها كل الجمعيات الخيرية إفتراضيا والتي أوضحت لنا أن هناك تباينا من خلال نشاط كل جمعية وهو يعطي لكل جمعية هوية نشطة افتراضية تميزها عن باقي الجمعيات من خلال أربعة عناصر قمنا بتحديدنا أولا تاريخ نشاط الجمعية عبر الفيسبوك ويشير الجدول أن جمعية سيدرا كانت هي الأولى وذلك يوم 2010/06/09 أما في

المرتبة الثانية جمعية الشباب المثقف يوم 2013/04/13 وفي مرتبة الثالثة جمعية التوعية يوم 2013/09/20 وفي المرتبة الرابعة جمعية إنصاف يوم 2015/06/06، النقطة الثانية عدد مرات تغيير الخلفية الصفحة كانت في المرتبة الأولى جمعية سيدرا (140 مرة) أما في المرتبة الثانية جمعية إنصاف ب(136 مرة) وفي المرتبة الثالثة جمعية التوعية التكامل والتنمية ب(33 مرة) وفي المرتبة الرابعة و في الأخير جمعية الشباب المثقف ب(03 مرة) أما النقطة الثالثة فهي عدد مرات تغيير صورة التعريف احتلت جمعية سيدرا المرتبة الأولى ب(49 مرة) أما جمعية التوعية فكانت في المرتبة الثانية ب(28 مرة) وفي المرتبة الثالثة فقد تساوت فيها كل من جمعية الشباب المثقف وجمعية إنصاف ب(08 مرات)، النقطة الرابعة عدد مرات تغيير اسم الجمعية احتلت جمعية سيدرا المرتبة الأولى ب(04 مرات) ثم تليها المرتبة الثانية جمعية الشباب المثقف ب(03 مرات) أما المرتبة الثالثة فكانت جمعية إنصاف ب(02 مرات) وفي المرتبة الرابعة جمعية التوعية التكامل والتنمية لأنها لم تغير اسم صفحة الجمعية منذ نشاطها واستخدامها لصفحة الفيسبوك حتى تروج وتسوق لأنشطتها أما في النقطة الرابعة وهي سنة ولوج الجمعيات في مشروع شارك الذي يعتبر دليلا افتراضيا للتعريف بالجمعيات كانت جمعية سيدرا في المرتبة الأولى لأنها هي صاحبة المشروع وكان 2017 أما جمعية الشباب المثقف وجمعية إنصاف في نفس السنة 2017 وفي الأخير جمعية التوعية والتكامل والتنمية في 2019.

هذا التباين في الهوية النشطة الذي يظهر في كل صفحة جمعية عبر الفيسبوك والمتمثلة في النقاط الأربعة (تاريخ نشاط الجمعية عبر الفيسبوك، عدد مرات تغيير الخلفية الصفحة، عدد مرات تغيير صورة التعريف، عدد مرات تغيير اسم الجمعية، وتاريخ دخولها في مشروع شارك) أعطى كل جمعية هوية افتراضية نشطة تميزها عن باقي الجمعيات وكانت جمعية سيدرا هي المترتبة على عرش النشاط وذلك من تاريخ ولوجها للعالم الافتراضي بتخصيص صفحة افتراضية تحاكي ماهو في واقعها والذي كان يوم 2010/06/09 تقوم بحملات والتعبئة عبر الانترنت من خلال إدارة وإنشاء المواقع عبر الرسومات والتصوير الفوتوغرافي وإنشاء مقاطع فيديو، وقد تابعت جمعية سيدرا نشاطها وبروز هويتها النشطة من خلال تغيير خلفية الصفحة (140 مرة)، كما احتلت جمعية سيدرا المرتبة الأولى من خلال نشاطها في عدد مرات تغيير صورة التعريف لصفحة الفيسبوك للجمعية ب(49 مرة)، وواصلت الجمعية تقدم نشاطها من خلال تغيير اسمها إلى (04 مرات)، أما جمعية الشباب المثقف كان نشاطها الفعلي عبر الفيسبوك هو في 2013/04/13 مما يجعلها في المرتبة الثانية أما في عدد مرات تغيير الخلفية الصفحة كانت جمعية الشباب المثقف جعلها في المرتبة الثالثة ب(03 مرة)، أما عدد مرات تغيير اسم الجمعية احتلت المرتبة الثانية ب(03 مرة)، ثم تلتها جمعية إنصاف رغم ولوجها للعالم الافتراضي في يوم 2015/06/06 إلا أن عدد مرات تغيير الخلفية الصفحة كانت ب(136 مرة)

جعلها في المرتبة الثانية أما في عدد مرات تغيير صورة التعريف احتلت الجمعية في المرتبة الثالثة ب(08)، أما جمعية التوعية التكامل والتنمية كانت في ذيل القائمة رغم ولوجها للعالم الافتراضي يوم 2013/09/20 إلا أن نشاطها قسم واحتلت المرتبة الثالثة عدد مرات تغيير الخلفية الصفحة ب(33مرة)، عدد مرات تغيير صورة التعريف جمعية التوعية فكانت في المرتبة الثانية ب(28 مرة)، عدد مرات تغيير اسم الجمعية وفي المرتبة الرابعة جمعية التوعية التكامل والتنمية لأنها لم تغير اسم صفحة الجمعية منذ نشاطها واستخدامها لصفحة الفاييسوك وفي الأخير النقطة التي أحدثت اختلاف بين الجمعيات من خلال الأنشطة هي دخول الجمعيات في مشروع شارك دليل افتراضي للجمعيات الخيرية المدعوم من الاتحاد الأوروبي وبما أن جمعية سيدرا 2017 هي صاحبة المشروع كانت هويتها النشطة بارزة عن باقي الجمعيات ثم تلتها جمعية الشباب والمتقف وجمعية إنصاف في نفس السنة 2017 وفي الأخير جمعية التوعية التكامل والتنمية ومن هنا نستنتج أن هذا المشروع العالمي الافتراضي شارك من خلال الفاييسوك أعطى كل جمعية فرصة لتسويق لأنشطتها وبروز هويتها النشطة، هذا النشاط الذي أساسه المعلومة المصورة (صورة، فيديو) أعطاه انتشارا وشمولية وزاد من رأس مالها البشري.

الجدول رقم (42) الهوية التصريحية للجمعيات:

رقم الهاتف	فئة المستهدفة	مجال نشاط الجمعية	الكلمة الدلالية	البريد الالكتروني	الهوية التصريحية الجمعيات
0793126855 0558084713	شباب/طفولة/النساء أشخاص معاقين	اجتماعي/ثقافي/ تضامني	@aaji31 منظمة خيرية	aajioran@gmail.com	ج.ش المتقف (وهران)
036549635 0661048401	الشباب/الطفولة/ النساء	الشباب/بيئة/ تربية/تضامن/ ثقافة تراث	مؤسسة مجتمعية	insafsetiforg@gmail.com	ج. إنصاف (سطيف)
0560726586 0556509692	الشباب	الشباب	@sidralgerie	sidra.algerie@gmail.com	ج. سيدرا(جزائر)
0540643702	الشباب/الطفولة/ النساء/أشخاص معاقين	الشباب/ التضامنية	@HANDISID	handi-sid@outlook.fr	ج. التوعية التكامل والتنمية (بجاية)

يشير الجدول أعلاه إلى الهوية التصريحية التي تتمتع بها كل الجمعيات الخيرية من خلال صفحتها على الفيسبوك والتي أوضحت لنا أن هناك تباين في كل ما تصرح به كل جمعية والذي يعطيها هوية افتراضية تصريحية تميزها عن باقي الجمعيات من خلال أربع عناصر قمنا بتحديددها، أولاً البريد الإلكتروني المدون في صفحة الجمعية، ثانياً الكلمة الدلالية لكل جمعية، مجال نشاط الجمعية، الفئة المستهدفة المصرح به من قبل الجمعية، ورقم الهاتف المخصص للجمعية والمصرح به.

تصرح جمعية الشباب المثقف وهران عبر صفحتها في الفيسبوك ببيدها الإلكتروني (aaajoran@gmail.com) المكون من 17 حرف مدون باللغة الأجنبية يحمل اسم الجمعية ومكان تواجدها ونشاطها بالأحرف وهران، كما صرحت الجمعية بكلمتها الدلالية ب(@aaaji31 منظمة خيرية) بكلمتها وهي تجمع بين الأحرف العربية والأجنبية والأرقام كلها تدل على هويتها الحقيقية جمعية الشباب المثقف مختصرة باللغة الأجنبية ومكان تواجدها 31 وهي ولاية وهران الترقيم الإداري، ونوع المنظمة هي خيرية، أما مجال نشاط الجمعية المصرح به في صفحتها هو (اجتماعي، ثقافي، تضامني)، أما الفئة المستهدفة الذي صرحت به الجمعية هي (شباب، أطفال، نساء، أشخاص معاقين)، ورقم الهاتف المصرح به من قبل الجمعية عبر صفحتها هو (0558084713/0793126855)

كما صرحت جمعية إنصاف سطيف عبر صفحتها في الفيسبوك ببيدها الإلكتروني (insafsetiforg@gmail.com) المكون من 22 حرفاً مدوناً باللغة الأجنبية ويحمل اسم الجمعية ومكان تواجدها بالأحرف ولاية سطيف، كما صرحت الجمعية بكلمتها الدلالية ب (مؤسسة مجتمعية) ب وهي متواجدة ومصرح بها بالأحرف العربية عبر صفحتها وهي تدل على نوع نشاط المؤسسة وهي مؤسسة مجتمعية، أما مجال نشاط الجمعية المصرح به في صفحتها هو (الشباب، بيئة، تربية، تضامن، ثقافة تراث) أما الفئة المستهدفة (الشباب، الطفولة، النساء)، ورقم الهاتف المصرح به من قبل الجمعية عبر صفحتها هو (036549635)، (0661048401).

كما صرحت جمعية سيدرا وعبرت عن هويتها الافتراضية عبر صفحتها في الفيسبوك ببيدها الإلكتروني (sidra.algerie@gmail.com) المكون من 18 حرفاً مدوناً باللغة الأجنبية ويحمل اسم الجمعية ومكان تواجدها بالأحرف الجزائر، كما صرحت الجمعية بكلمتها الدلالية وهي (@sidralgerie) وهي متواجدة ومصرح بها بالأحرف الأجنبية عبر صفحتها تدل على اسم الجمعية ومكان نشاطها الجزائر أما مجال نشاط الجمعية المصرح به في صفحتها هو

(الشباب)، والفئة المستهدفة هي (الشباب)، ورقم الهاتف المصريح به من قبل الجمعية عبر صفحتها هو (0560726586)،
(0556509692).

كما صرحت جمعية التوعية والتكامل والتنمية بجاية وعبرت عن هويتها الافتراضية عبر صفحتها في الفيسبوك ببيدها الإلكتروني (handi-sid@outlook.fr) المكون من 18 حرفا باللغة الأجنبية يحمل اسم الجمعية باختصار والفئة المستهدفة، كما صرحت الجمعية بكلمتها الدلالية وهي (. @HANDISID مجتمع) وهي متواجدة ومصريح بها بالأحرف العربية والأجنبية عبر صفحتها تدل على الفئة التي تستفيد من الجمعية وهي المعاقين في المجتمع، أما مجال نشاط الجمعية المصريح به في صفحتها هو (الشباب/ التضامنية)، الفئة المستهدفة هي (الشباب/الطفولة/النساء/أشخاص معاقين) ورقم الهاتف المصريح به من قبل الجمعية عبر صفحتها هو لرئيس الجمعية 0794 625 496 .

نستنتج من خلال قراءة العناصر الأربعة المصريح بهم من قبل الجمعيات عبر صفحاتهم الرئيسية والمعبر عن هويتهم الافتراضية هناك اختلاف في الهوية المصريح بها لكل جمعية بدايتها من إمايل الجمعية المصريح به فكل إمايل يحمل اسم الجمعية ومكان تواجدها مثل جمعية الشباب المثقف aajjoran@gmail.com والذي مكون من 17 حرف يختصر بالأحرف اسم الجمعية ومكانها وهران أما جمعية إنصاف إمايلها المكون من 22 حرف insafsetiforg@gmail.com يحمل اسم الجمعية ومكان نشاطها سطيف، أما جمعية سيدرا إمايلها مكون من 18 حرف sidra.algerie@gmail.com ويحمل اسمها ومكان نشاطها العاصمة، وفي الأخير جمعية التوعية والتكامل والتنمية بجاية handi-sid@outlook.fr والمكون من 18 حرفا يحمل أحرف مختصرة لاسم الجمعية والفئة المستهدفة وهي فئة المعاقين هنا يظهر الاختلاف من خلال الهوية الافتراضية المصريح بها عبر إمايل كل جمعية ويعطيها انفرادا وتميزا عن باقي الجمعيات الأخرى.

أما الاختلاف الثاني المصريح به من قبل كل جمعية والمعبر عن هويتها لافتراضية المنفردة هي الكلمة الدلالية فجمعية الشباب المثقف تحمل كلمة @aaji31 منظمة تتكون من 12 رمز فيه رقمين (31) هو دليل على الولاية التي تقع فيها الجمعية وهي وهران أما الأحرف الأجنبية هي مختصر عن اسم الجمعية أما الأحرف العربية هي منظمة وهي تحدد نوع النسق أي منظمة خيرية كل هذه الخصائص تعطي للجمعية هوية تصريحية منفردة عن جمعية إنصاف والمصرحة في كلمة دلالية باللغة العربية مؤسسة مجتمعية مكونة من 12 حرف ، تليها جمعية سيدرا والتي تعبر عن هويتها التصريحية بكلمة دلالية مكونة من 12 حرفا باللغة الأجنبية @sidralgerie يحمل اسم الجمعية ومكان نشاطها، هذا يجعل جمعية التوعية والتكامل والتنمية بجاية تنفردها كذلك بهويتها

التصريحية عن الجمعيات الأخرى بكلمة دلالية هي @HANDISI@مجمع هي كلمة مكونة من 9 أحرف أجنبية @HANDISID وهي تعني اسم الجمعية باختصار و فئة المعاقين المستفيدة من الجمعية و5 أحرف عربية مجتمع والتي تعني تخص المجتمع.

أما الاختلاف الثالث المصرح به من قبل كل جمعية والمعبر عن هويتها لافتراضية التصريحية المنفردة هو مجال نشاط كل جمعية قد تلتقي مع الأخرى في بعض الأنشطة وتختلف في الأخرى على غرار جمعية الشباب المثقف فهي تنشط في المجال الاجتماعي،الثقافي،التضامني، أما جمعية إنصاف تنشط في مجال الشباب،بيئة، تربية،تضامن،ثقافة تراث فهي تلتقي مع جمعية الشباب المثقف في مجالين تضامني وثقافي وتفرد بخصوصيتها، تليها جمعية سيدرا فمجال نشاطها المصرح به هو الشباب فهي تلتقي مع جميع الجمعيات في نقطة الشباب، أما جمعية التوعية والتكامل والتنمية بجاية فمجال نشاطها الشباب و التضامنية ولكن رغم ذلك تلتقي مع الجمعيات في نشاط أو نشاطين .

أما اختلاف الرابع المصرح به من قبل كل الجمعية والمعبر عن هويتها الافتراضية المصرح بها هو الفئة المستهدفة قد تكون بعض الجمعيات موجهة لنفس الفئة فجمعية الشباب المثقف موجهة شباب،أطفال، نساء،أشخاص معاقين، المساجين، أما جمعية إنصاف فالقمة المستهدفة هي الشباب،الطفولة،النساء فهي تختلف عن جمعية الشباب المثقف في النساء،أما جمعية سيدرا هي موجهة للشباب وهي تلتقي مع الجمعيتين السابقتين، وأخيرا جمعية التوعية والتكامل والتنمية بجاية فهي تستهدف الشباب،الطفولة،النساء،أشخاص معاقين فهي تلتقي مع جميع الجمعيات ولكن رغم التشابه في بعض إلا أنه هناك فئات تميز الجمعيات فجمعية الشباب المثقف تستهدف المساجين، جمعية التوعية والتنمية والتكامل تستهدف المعاقين، جمعية سيدرا جميع الشباب، أما جمعية تستهدف الأطفال .

أخيرا اختلاف الخامس هو رقم الهاتف الذي تضعه كل جمعية وتصرح به عبر صفحتها والذي يعطيها هوية افتراضية تميزها عن باقي الجمعيات هو رقم الهاتف فبدايتها بجمعية الشباب المثقف التي تضع رقمين (0793126855، 0558084713) الأول لرئيس الجمعية والثاني للنائبة وهذا يظهر أن رئيس الجمعية ونائبه هما يجسدان هوية الجمعية الحقيقية وهذا مايعطي كل جمعية انفرادا عن باقي الجمعيات أما جمعية إنصاف تضع رقمين الأول أرضي يحمل ترقيم الولاية وهي ولاية سطيف ويسرح بمكان نشاطها 036549635 أما الثاني فهو لرئيس الجمعية الذي يعبر عن هوية الجمعية ويشكل رأس مالها البشري،0661048401،

وثالثا جمعية سيدرا تضع رقمين الأول لرئيس الجمعية والثاني لنائبه 0560726586، 0556509692 هما يمثلان الجمعية وهويتها الحقيقية، ونفس الشيء حدث مع جمعية التوعية و التكامل بجاية تضع رقم 0540643702.

الأول لرئيس الجمعية والثاني لنائبه يعتبر رقم الهاتف هو دليل على هوية افتراضية تصريحية منفردة لكل جمعية متمثل في كثير من الأحيان بشخص رئيس الجمعية ومساعدته.

❖ تحليل منشورات كل جمعية: لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن التساؤلات تم تصميم استمارة تحليل مضمون، وتعرف

هذه الأخيرة عبارة عن بطاقة فنية يدونها الباحث بصفة مختصرة يطرح فيها عنوان البحث والسؤال الجوهرى له، وتوضيح استعمال تحليل المحتوى، كما تضم هذه الورقة ما يريده الباحث معرفته عن الجمعيات الخيرية، وفي أسفل هذه الورقة يكتب اسم ولقب الباحث على اليمين، واسم ولقب المشرف على البحث على اليسار(،) وتم تحديد فئات تحليل بعد قراءة 56 منشور من صفحة كل جمعيات الأربعة (جمعية الشباب المثقف بوهرا، جمعية إنصاف سطيف، جمعية سيدرا الجزائر العاصمة، جمعية التوعية التكامل بجاية) كما اختار الباحث المدة الزمنية بطريقة مدروسة قسمها إلى مرحلتين مرحلة (من شهر جويلية وأوت 2021 كما اختار شهر ماي 2020) والسبب من اختيار الأول ماي 2020 هي البدايات الأولى من انتشار فيروس كورونا كما اخترنا شهر جويلية وأوت هو حدوث أزمة الأوكسيجين في المستشفيات واجتهاد الجمعيات الخيرية والمواطنين لحل الأزمة وأزمة الحرائق الغابات كما تم وضع التعريفات المنهجية الخاصة بكل فئة من فئات تحليل مضمون حتى يسهل عملية عددها وقياسها وضبطها وفي مايلي سوف نعرض الفئات.

❖ تعريف فئات تحليل مضمون: هي مجموعة من الفصائل والتصنيفات يقوم الباحث بإعدادها طبقا لنوعية المضمون ومحتواه

وصدق التحليل لكي يستخدمها في وصف المضمون وتصنيفه بأعلى نسبة ممكنة من الموضوعية والشمول وربما إمكانية التحليل واستخراج النتائج بأسلوب سهل وميسر.

التعريفات الإجرائية لوحدات وفئات التحليل:

إذ تم تحديد "20" فئات تحليل رئيسية يقوم الباحث على أساسها تحليل عينة الدراسة.

وتشمل هذه الفئات أجزاء:

الجزء الأول: هو فئات "ماذا قيل" وهي الفئات التالية (فئة الموضوع، فئة الأهداف، فئة الجمهور المستهدف، فئة القيم، فئة أساليب الإقناع، فئة الاستقطاب الإلكتروني للشباب، فئة مجال التعبئة والاحتواء أثناء جائحة كورونا والحرائق، فئة المواطنة الرقمية، فئة القطاعات ومشاهير التي تشارك الجمعية (المجال التشاركي)، فئة المونتاج والفوتوشوب، فئة تقديم فرص إبتكارية للشباب، فئة المشاريع والمبادرات الإنسانية باسم الجمعية، فئة أشكال الاعتراف بدور شباب الجمعية، فئة أهم ممولين لنشاط الجمعية، فئة عدد مشاركات المرأة حسب الصورة والفيديو المنشورة).

والجزء الثاني: هو فئات "كيف قيل" وهي كل الفئات التالية: (فئة اللغة المنشور، فئة شكل شعار الجمعية، فئة الوسائط المستخدمة في المنشور، فئة عدد إعجابات على منشور، فئة الإبداع في الصورة أو الفيديو، فئة تطابق بين المحتوى والمنشور، فئة عناصر التعريفية في الصورة المصغرة للصفحة الرسمية للجمعية، فئة العناصر التعريفية في صورة غلاف الصفحة الرسمية للجمعية).

أولاً: فئات الشكل

جدول رقم (43): يوضح حضور العناصر التعريفية في صورة غلاف الصفحة الرسمية للجمعيات الخيرية الأربعة

عناصر التعريفية	اسم الجمعية	شعار الجمعية	الهوية التصويرية	ألوان الجمعية
ج.ش المثقف (وهران)	+	+	+	
ج. إنصاف (سطيف)	+	+	+	+
ج. سيدرا (جزائر)	+	+	+	+
ج. التوعية التكامل والتنمية (بجاية)	+	+	+	+

يبين الجدول أعلاه حضور العناصر التعريفية في صورة غلاف الصفحة الرسمية للجمعيات الخيرية الأربعة، حيث نلاحظ أنه: ظهر

اسم الجمعية و شعارها والهوية التصويرية وهذا بالنسبة لجمعية الشباب المثقف بوهران، أما جمعية إنصاف سطيف فظهر فيها

العناصر التعريفية الأربعة مثلها مثل جمعية سيدرة وجمعية التوعية التكامل والتنمية لقد كانت صور غلاف الجمعيات في جميع الأحوال تتوفر على العناصر التعريفية التي تساعد على خلق تصور فعلي عن الجمعية صاحبة الصفحة لدي الزائرين، كما أنها تقوم بتسيخ وتأكيد شعار الجمعية في ذهن رأس مالها البشري، كما تقوم بشد وجذب الانتباه نحو الصفحة، إن صورة الغلاف هي واجهة الصفحة المعبرة عن هوية الجمعية التي تميزها عن غيرها من الجمعيات الخيرية الأخرى، فالجمعية لم تنشأ هذه الصفحة للترفيه والتسلية بل لعدة أغراض تعود عليها بالمنفعة كالترويج الاجتماعي لنشاطاتها، والتواصل مع جمهورها وتوسيع دائرة متابعيها ورأس مالها البشري.. إلخ لذا عليها أن تحسن صورة الغلاف كجزء من صفحتها الرسمية، وما تحمله من عناصر ومعاني ودلالات من جهة، وتهتم بالجانب الفني والإبداعي من جهة أخرى، باعتبارها عنصر اتصالي وظيفي يعبر عن الرسالة الاتصالية المراد إيصالها إلى الجمهور المستهدف، ويشكل الانطباع الأولي عنها لدى أي زائر، خاصة وأن أي تصميم يستند إلى عدة نظم أساسية من بينها الهوية للتعريف حول ماهية الأشياء أو من أين أنت (العناوين، الشعارات الجمعية، الكلمات الدلالية)، كما يبرز مجال جديد لم يكن موجودا من قبل وهو صناعة المحتوى وتصميم الشعارات ومن هنا نستنتج أن مواقع التواصل الاجتماعي أعادت إنتاج هوية افتراضية أظهرتها العناصر الأربعة في صورة غلاف الجمعية (عددية، تصريحية، نشطة) كما أعادت إنتاج مجالات جديدة مثل مجال التصوير والمونتاج وتصميم شعارات.

جدول رقم (44): يوضح العناصر التعريفية في صورة المصغرة للصفحة الرسمية للجمعيات الخيرية الأربعة

عناصر التعريفية	اسم الجمعية	شعار الجمعية	الهوية التصويرية	ألوان الجمعية
الجمعيات				
ج.ش المثقف (وهران)	+	+		+
ج. إنصاف (سطيف)	+	+		+
ج. سيدرا(جزائر)	+	+		+
ج.التوعية التكامل والتنمية (بجاية)	+	+		+

يبين الجدول أعلاه عناصر الصورة المصغرة للصفحة الرسمية للجمعيات الخيرية الأربعة، حيث نلاحظ أنها تتوفر على كل العناصر باستثناء الهوية البصرية.

من خلال الجدول رقم 1 و 2 يتضح لنا أن الهوية التصويرية لم تظهر في الصورة المصغرة لكل الجمعيات، أما في غلاف الصفحة لم تظهر ألوان لدى جمعية الشباب المثقف، رغم أهميتها في التعريف بهوية الجمعية وترسيخ العلامة في ذهن الجمهور، خاصة وأن مفهوم الهوية ارتبط منذ ظهوره بالتصميم الجرافيكي للصورة الرمزية التي تستخدمها الجمعيات كشعار لتقديم نفسها للجمهور العامون هنا نستنتج أن مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك أعادت إنتاج هوية افتراضية تصريحية للجمعيات الخيرية كما أعادة إنتاج مجالات جديدة في مجال التسويق الاجتماعي للجمعية عن طريق التصميم الجرافيكي والتصوير الفوتوغرافي.

الجدول رقم (45): يمثل لغة منشور

المزج بينهما	العامية	الفرنسية	العربية	لغة منشور الجمعيات
			56	ج.ش المثقف (وهران)
06		1	49	ج. إنصاف (سطيف)
56				ج. سيدرا(جزائر)
		54	02	ج.التوعية التكامل والتنمية (بجاية)

نلاحظ من خلال الجدول رقم (39) أن النصوص المنشورة من قبل جمعية الشباب المثقف كلها باللغة العربية وقدرت ب56 منشورا، أما جمعية سيدرة فتجمع بين العربية والفرنسية في جميع منشوراتها وقدرت ب56 منشور، أما جمعية إنصاف فقد عدد منشوراتها باللغة العربية ب49 منشور و6 من المنشورات تمزج بين اللغتين، أما الفرنسية استخدمت منشور واحد، أما جمعية التوعية التكامل والتنمية فقد ب54 من منشوراتها باللغة الفرنسية و 02 من منشورات باللغة العربية ويرجع سبب استخدام جمعية التوعية والتكامل والتنمية للغة الفرنسية هو مجال نشاطها الجغرافي وهي ولاية بجاية والتي يتكلم معظم سكانها القبائلية والفرنسية

والسبب الثاني يعود لرئيس الجمعية المقيم في فرنسا وهو من يدير صفحة الجمعية ويشرف عليها في نشر محتوياتها، أما جمعية سيدرة والتي استخدمت اللغة المزدوجة بين العربية والفرنسية هي نتيجة ثقافة رئيسها الذي درس في فرنسا والجزائر، وحسب تقديرنا أن الجمعيات التي اعتمدت على اللغة العربية الفصحى باعتبارها اللغة الرسمية في المجتمع الجزائري وذلك يزيد من أهمية وقيمة الأخبار والمعلومات واكتسابها الطابع السهل البسيط والمقروء أما بخصوص اللغة العامية انعدمت في المنشورات

الجدول رقم (46): يمثل شكل شعار الجمعية

هلال	مستطيل	نجمي	مربع	شكل شعار الجمعية الجمعيات
			1	ج.ش المتقف (وهران)
	1			ج. إنصاف (سطيف)
		1		ج. سيدرا(جزائر)
1				ج.التوعية التكامل والتنمية (بجاية)

نلاحظ من خلال الجدول أن لكل جمعية شكل شعار يميزها عن الأخرى ويعطيها هوية بصرية ورمزية تميزها عن باقي الجمعيات الأخرى فقد أخذت كل جمعية لنفسها شكل شعار منفرد فجمعية الشباب المتقف شكل شعارها مربع، أما جمعية سيدرا فشكل شعارها نجمي، أما جمعية التوعية التكامل والتنمية فشكل شعارها هلال، أما جمعية إنصاف فشكل شعارها مستطيل وهنا نستنتج أن لكل جمعية هوية بصرية تصريحية مختلفة عن باقي الجمعيات يعطيها هوية تصريحية تظهر من خلال بروز اسم الجمعية فيها وهوية نشطة تظهر من خلال الاجتهاد في تصميم محكم يعطي للجمعية هوية رمزية وهوية عددية تظهر من خلال عدد الإعجابات والمشاركات والتعليقات على المنشور.

الجدول رقم (47): يمثل الوسائط المستخدمة في المنشور.

وسائط المستخدمة	الفيديوهات	الصورة	نص+صورة	نص+فيديو
الجمعيات				
ج.ش. المثقف (وهران)			41	15
ج. إنصاف (سطيف)			40	16
ج. سيدرا (جزائر)			38	17
ج. التوعية التكامل والتنمية (بجاية)			29	27

نلاحظ من خلال الجدول أن نوع المنشورات التي تحمل "نص وصورة" أكثر عند كل الجمعيات فقدر عددها 41 منشورا لدى جمعية الشباب المثقف أما جمعية إنصاف 40 منشورا يحمل "نصا وصورة" وجمعية سيدرة قدر ب38 منشورا أما جمعية التوعية التكامل والتنمية فقددر ب29 منشورا، أما المنشورات التي تحمل "نص وفيديو" فكانت جمعية التوعية التكامل والتنمية هي المترتبة على العرش ب27 منشورا ثم تلتها جمعية سيدرة ب17 منشورا أما جمعية إنصاف فقددر عدد المنشورات التي تحمل نص وفيديو ب16 منشورا وفي الأخير جاءت جمعية الشباب المثقف ب15 منشورا، أما الصورة وحدها في المنشور أو الفيديو فانعدام استخدامها راجع لكونها غير كافية للفهم، تستطيع الصورة والفيديو مرفقة بكتابة أن تروي قصصا تعجز الكلمات عن شرحها في بعض الأحيان كما قد تسكن ذاكرة المتابعين أسرع من نصوص مطولة، ولا يقتصر ذلك على الصور الفوتوغرافية بل يمتد إلى الخرائط والرسوم البيانية والكاريكاتير، وحتى اللوحات الخطية ومن هنا نستنتج أن مواقع التواصل الاجتماعي أعادت إنتاج مجال جديد يخدم الجمعيات الخيرية يسمى "مجال السمعى البصري" وهذا حتى تعرف بنشاطها "وتسوق له اجتماعيا" وأساسه "المعلومة المصورة" أي "مجال التصوير الفوتوغرافي والتسجيل" وهذا ما قاله أستاذ التصوير الفوتوغرافي في جامعة "هارفارد" روبين كيلسي قوله "إن هذا الوقت فاصل نتقل فيه بعيدا عن التصوير، بصفته طريقة للتسجيل، وحفظ لحظة مضت، ويتحول فيها إلى وسيلة للاتصال".

الجدول رقم (48): فئة التطابق بين المحتوى والمنشور

غير متطابق	متطابق	تطابق بين محتوى ومنشور الجمعيات
00	56	ج.ش المثقف (وهران)
00	56	ج. إنصاف (سطيف)
00	56	ج. سيدرا (جزائر)
00	56	ج. التوعية التكامل والتنمية (بجاية)

نلاحظ من خلال الجدول أن جميع المنشورات التي قامت الجمعيات الخيرية الأربع بنشرها في فترات زمنية مختلفة والمقسمة إلى قسمين شهر ماي 2020 والذي ظهرت فيه جائحة كورونا وشهر جويلية وأوت 2021 الذي حدثت فيه أزمة الأوكسيجين والحرائق التي أصابت بعض الولايات والملفت للانتباه أن كل الجمعيات تسعى وتحرص أن يكون هناك تطابق بين المحتوى والمنشور وهذا ما يساعد في إعادة إنتاج ثقة بين الجمعيات والأفراد والعائلات وحتى مؤسسات الدولة و يزيد من رأس مالها البشري ويعطيها سمعة جيدة يظهر هذا التطابق أن الجمعيات الخيرية تراقب وتدقق في المحتوى وهذا مجال وتخصص لم يكن موجودا من قبل بل ظهر مع مواقع التواصل الاجتماعي وهو صناعة المحتوى ومن هنا نستنتج أن مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) أعادت إنتاج الثقة بين الجمعيات الخيرية والأفراد والأسرة ومؤسسات الدولة والمجتمع كافة وما ساعد على ذلك هو مجال صناعة المحتوى الجيد والدقيق أساسه الصدق في المعلومة وتناسب الصورة مع المنشور.

الجدول رقم (49): فئة الإبداع في صورة الواجهة.

لا تحمل لمسات إبداعية	تحمل لمسات إبداعية	الإبداع في صورة الواجهة الجمعيات
	+	ج.ش المثقف (وهران)
	+	ج. إنصاف (سطيف)
	+	ج. سيدرا (جزائر)
	+	ج. التوعية التكامل والتنمية (بجاية)

نلاحظ من خلال الجدول أن كل الجمعيات الخيرية التي تقوم بنشر محتوياتها السمعية البصرية تجري تعديلا على الصور والفيديوهات التي تنشرها وتضع لمستها الإبداعية من خلال وضع شعار الجمعية في الصورة أو الفيديو حتى تحافظ على خصوصيتها وتبرز هويتها البصرية و قدراتها ورأس مالها الثقافي والبشري ومن هنا نستنتج أن مواقع التواصل الاجتماعي أعادت إنتاج مجالات جديدة داخل النسق الجمعي حتى تسير التطور التكنولوجي ومن بين هذه التخصصات "الفوتوشوب" و"المونتاج" و"التصميم للملصقات" وكانت هذه الأخيرة بارزة خاصة في الإعلان عن حملات للتبرع أو مشروع جديد تريد أن تسوق له وكل جمعية لها بصمة في التصميم منفردة عن أخرى تعطيها "هوية نشطة" مختلفة وفي نفس الوقت تعطي فرصة للشباب حتى يبرز قدراته العلمية والتقنية وهذا ما نسميه "التحفيز المهاري للشباب" ويكون كذلك تفاعل مع الصورة أو الفيديو بالإعجاب والتعليق يعطيها هوية عددية.

الجدول رقم (50): فئة عدد الإعجابات على المنشور

عدد الإعجاب على منشور	(من 1 إلى 29)	(من 30 إلى 59)	(من 60 إلى 89)	(90 فما فوق)
ج.ش المثقف (وهران)	7	24	12	14
ج. إنصاف (سطيف)	30	20	4	2
ج. سيدرا (جزائر)	24	20	9	3
ج. التوعية التكاملي والتنمية (بجاية)	40	10		6

نلاحظ من خلال الجدول لفئة المعجبين أن جمعية الشباب المثقف قدر عدد الإعجابات على المنشورات في الفترة المختارة بـ 14 منشورا (90 فما فوق) و 12 منشورا من (60 إلى 89) و 24 منشورا من (30 إلى 59) و 7 منشورات من (1 إلى 29) أما بخصوص جمعية إنصاف قدر عدد الإعجابات على المنشورات خلال الفترة الزمنية المحددة بـ 2 منشورات من (90 فما فوق) و 4 منشورات من (60 إلى 89) و 24 منشورا من (30 إلى 59) و 30 منشورا من (1 إلى 29)، أما بخصوص جمعية سيدرا قدر عدد الإعجابات على المنشورات بـ 3 منشورات من (90 فما فوق) و 9 منشورات من (60 إلى 89) و 20 منشور من (30 إلى 59) و 24 منشورا من (1 إلى 29) وأخيرا جمعية التوعية التكاملي والتنمية فقد قدر عدد الإعجابات على المنشور بـ 6 منشورات من (90 فما فوق) و 10 منشورات من (30 إلى 59) و 40 منشورا من (1 إلى 29) أما خانة الإعجابات على منشور من (60 إلى 89) لم تكن موجودة ومن هنا نستنتج أن مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) أعادت إنتاج هوية افتراضية عديدة أي لكل جمعية هوية افتراضية عديدة تميزها عن باقي الجمعيات تظهر من خلال تفاعل الرأس مال البشري الافتراضي مع جل المنشورات إما إعجابا أو تعليقا أو مشاركة وهذا يبرز درجة ثقة الجمهور بما تم نشره مع الأحداث التي كانت متسارعة في فترات مختلفة من ظهور وباء كورونا في ماي 2020 وأزمة الأكسيجين في المستشفيات الجزائرية في جويلية وأوت 2021 وكذلك حرائق

الغابات في مناطق مختلفة في الجزائر ولهذا كان التفاعل في بعض الأيام قوي جدا مقارنة بالأيام الأخرى ومن هنا نستنتج أن هذا التفاعل الافتراضي مع ما تنشره الجمعيات أعطى لكل جمعية هوية عددية منفردة تميزها عن باقي الجمعيات وكلها كانت إعجابات إيجابية كما أن مواقع التواصل الاجتماعي إعادة إنتاج طريقة للتعبير تكون على شكل رموز قلب أو رمز الإعجاب.. إلخ تبين درجة ثقة الجمهور (رأس مال البشري) بالجمعية أي مقياس ثقة الجمهور بالجمعية وما تسوق له يستنتج من خلال أشكال المعبر عنها (قلب، إعجاب، أشكل)

أولا: فئات المضمون

الجدول رقم (51): يمثل موضوع المنشور.

ثقافية تربوي	دينية	سياسية	صحية	اجتماعيا	موضوع منشور الجمعيات
7	1	1	20	27	ج.ش المثقف (وهران)
7		3	22	24	ج. إنصاف (سطيف)
10	1	3	10	32	ج. سيدرا (جزائر)
1	1		24	30	ج. التوعية التكامل والتنمية (بجاية)

يبدو من خلال معطيات الجدول رقم 7 الذي يوضح طبيعة المضامين التي تناولتها الصفحات الأربعة للجمعيات الخيرية وكانت المواضيع الاجتماعية هي من استحوذت على نسب عالية احتلت جمعية سيدرا فيها المرتبة الأولى بـ 32 منشورا ثم تلتها جمعية التوعية التكامل والتنمية بـ 30 منشورا أما جمعية الشباب المثقف احتلت المرتبة الثالثة بـ 27 منشورا أما جمعية إنصاف المرتبة الأخيرة بـ 24 منشورا كما كانت للمواضيع الصحية نصيبا في منشورات الجمعيات الأربعة واستحوذت جمعية التوعية التكامل والتنمية على 24 منشورا أما في مرتبة الثانية جمعية إنصاف بـ 22 منشورا أما جمعية الشباب المثقف احتلت المرتبة الثالثة بـ 20 منشورا صحيا وفي الأخير جمعية سيدرا بـ 10 منشورات، أما بخصوص المواضيع التربوية الثقافية استحوذت جمعية سيدرا على المرتبة

الأول ب10 مناشير ثم تلتها جمعية الشباب المثقف وجمعية إنصاف ب7 مناشير لكل واحدة وفي الأخير جمعية التوعية التكامل والتنمية بمنشور واحد، أما المواضيع السياسية دخلت حيز نشاط الجمعيات فجمعية سيدرا وجمعية أنصاف ب3 مناشير سياسية أما جمعية الشباب المثقف ب1 منشور أما جمعية التوعية التكامل والتنمية لم تتناول المواضيع السياسية وحتى المواضيع الدينية كانت ضمن مناشير الجمعيات ثلاث وهي جمعية الشباب المثقف وجمعية سيدرا وجمعية التوعية التكامل والتنمية ب منشور واحد أما جمعية إنصاف لم تتناول أي موضوع ديني في هذه الفترة فقط.

ومن هنا نستنتج أن الغرض الأساسي الذي أنشأت من أجله الجمعيات الخيرية هو تقديم خدمات اجتماعية وقد اهتمت الجمعيات الخيرية في هذه الفترة بتقديم الوجبات الغذائية والمساعدات للعائلات المتضررة من جائحة كورونا وكذلك تقديم كسوة العيد للأطفال وحتى قفة رمضان ومساعدة العائلات التي خسرت منازلها في حرائق والملفت للانتباه معظم الأعمال كانت تشاركية مع جمعيات أخرى على غرار بنك الطعام الجزائري الذي صنعه جمعية سيدرا والذي كان مدعوما من شركات معروفة مثل جيزي و شركة شلومبارج .. الخ، أما المنشورات التي تهتم بالجانب الصحي كانت عبارة عن تقديم وجبات للطواقم الطبية أو تقديم توعية صحية لمحاربة جائحة كورونا، أما بخصوص المواضيع السياسية كانت وزارة الشباب والرياضة هي من القطاعات الأولى التي شاركت الجمعيات في وضع سياسة شبابية محكمة وكانت نتاجها عريضة شبابية ومنها اختبار بعض الشباب في المجلس الأعلى للشباب وهذا مجال فريد من نوعه ولم يكن معروف من قبل، أما المواضيع الثقافية التربوية كانت عبارة عن ندوات وأيام دراسية وقد اهتمت بها كثيرا جمعية إنصاف وجمعية الشباب المثقف، أما المناسبات الدينية كانت مناشير عن السنة الهجرية أو العيد، ملفت أن الجمعيات الخيرية الأربع أثناء جائحة كورونا والحرائق كيفت نشاطها مع الأحداث المتسارعة وغيرت من هويتها التصريحية مثلا جمعية الشباب المثقف هي جمعية شبابية تهتم بالشباب ثقافيا وتربويا مع جائحة كورونا جعلت نشاطها لجميع الشرائح المتضررة من كوفيد من أجل التعبئة وتقديم المساعدة، وقد زاد تلاحم بين الجمعيات من زيادة رأس المال البشري للجمعية من خلال مشاركة كل جمعية نشاط الأخرى وهذا الفعل وسع من هويتها النشطة ومن هنا نستنتج أن مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) أعادت إنتاج مجال جديد هو مجال التشاركي الذي يكون مبنيا على الثقة والذي استطاع الفيسبوك أن يحسن الثقة ويعيد إنتاجها بين الجمعيات ومؤسسات الدولة مثل وزارة الشباب والرياضة التي أصدرت قانون تسيير جزئي للمؤسسات الشبابية نتيجة صناعة محتوى جيد من قبل الجمعيات الخيرية والمسوق اجتماعيا (صورة+فيديو) بدقة.

الجدول رقم (52): يمثل هدف المنشور

الجمعيات	هدف منشور	الإعلان والإعلام	التواصل	التوعية	الترفيه	جمع عدد كبير من تبرعات
ج.ش. المثقف (وهران)	41	4	2	9		
ج. إنصاف (سطيف)	40	4	14	4		
ج. سيدرا (جزائر)	35	5	7	7	2	
ج.التوعية التكامل والتنمية (بجاية)	40	2	13		1	

تشير إحصائيات الجدول ان الهداف من منشورات الجمعية الأربعة التي تمثل عينة الدراسة أحتل الإعلان والإعلام المرتبة الأولى عند كل الجمعيات وكانت جمعية الشباب المثقف في المرتبة الأولى 41 منشورا ويليه جمعية إنصاف وجمعية التوعية التكامل والتنمية ب40 منشورا وفي الأخير جمعية سيدرا ب35 منشورا، وهذا راجع حسب تقديرنا أن تصدر المنشورات الإعلامية والإعلانية في فئة هدف المنشور بأنها تعد الركيزة الأساسية التي تقوم عليها الصفحات الأربعة التي يسعى القائمون على الصفحة إيصاها عبر تفعيل وإعادة إنتاج طرق جديدة ومبتكرة، خاصة مع الانتشار الكبير للوسائل التكنولوجية الحديثة التي تلغي الحواجز بين الأشخاص وتتجاوز الزمان والمكان ولمس كل شرائح المجتمع عن طريق مفهوم جديد أعيد إنتاجه وهو التسويق الاجتماعي، وبالتالي فهي تسهل على المريض الوصول إلى متبرع في ظرف وجيز من الزمن خاصة في الحالات الطارئة مثل مبادرة التي أطلقتها جمعية سيدرا "مبادرة مسافر واحد مكثف أكسجين واحد" وهذا مخصص للجالية الجزائرية في المهجر نتيجة استغلال التسويق الجيد عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الإعلان والإعلام حققت انتشارا وشمولية في جمع مال لشراء المكثفات الأوكسجين للجالية في جميع الدول خارج ومن هنا نستنتج أن مواقع التواصل الاجتماعي أعطت للفعل التطوعي انتشارا وشمولية، وفي نفس الوقت هذا ما يفسره زيادة عدد رأس المال البشري للجمعيات وتباين الهوية العددية لكل جمعية نتيجة استغلال الجيد للتسويق الاجتماعي الذي

أعدت إنتاجه مواقع التواصل الاجتماعي ويرى الباحث أن نشر الجمعيات على الصفحة الرسمية للتعريف بنشاطاتها له أبعاد أخرى لخصتها في الآتي:

1 التعريف بهوية الجمعية: إن هوية الجمعيات هي الشكل الذي يظهر به للعالم الخارجي، والذي يعكس ماهيتها، والواقع الذي ترغب في تقديمه للجمهور الخارجي عنها وعن أنشطتها، فمن خلال مثل نشرها لاهتمامها بتوعية وجمع تبرعات وتقديم المساعدات للعائلات المحتاجة، تؤكد دورها كمؤسسة مواطنة تهتم بمصلحة المجتمع، كما نشرها لصور أعضائها ومنحطيتها ومديرتها في البرامج الخيرية التطوعية وخاصة في المناسبات والأزمات يعكس جزءا من بيئتها الداخلية، وكل هذا يساهم في التسويق الاجتماعي للواقع الذي ترغب فعلا في تقديمه إلى جمهورها الخارجي وتشكيل هويتها وكسب الثقة من جهة أخرى.

2 رسم صورة إيجابية عن الجمعية: ترتبط صورة الجمعية بهويتها، فما تنقله عن هويتها بكل مصداقية وشفافية إلى جمهورها الخارجي يشكل لديهما صورة ذهنية معينة إما إيجابية أو سلبية، ويرى الباحث أن ما تنشره الجمعيات من نشاطات يساهم جدا في رسم الصورة الإيجابية عنها (تبرعات للعائلات المتضررة من جائحة كورونا والحرائق، حملات تحسيسية، جمع أموال.. الخ) حسب الباحث هي أهداف ظاهرة، ولكن الأهداف الكامنة والحقيقية وراء نشر هذا النوع من المواضيع هي (التقرب أكثر من الجمهور المتابع، زيادة التفاعل مع الجمهور، كسب المزيد من المعجبين لصفحة الجمعيات أي تنمية رأس مالها البشري، والتسويق الاجتماعي لكل جمعية داخل وخارج الوطن).

الجدول رقم (53): يمثل جمهور المستهدف.

جمهور المستهدف	الأطفال	الشباب	العائلات	المؤسسات	غير محددة للجميع
ج.ش المثقف (وهران)	1	25	7	12	11
ج. إنصاف (سطيف)	5	20	7	9	15
ج. سيدرا(جزائر)	5	20	13	13	10
ج.التوعية التكامل والتنمية (بجاية)		23	21	5	7

نرى من خلال الجدول أن الجمهور المستهدف من منشورات الجمعيات الأربعة هو الشباب عند كل الجمعيات ولكن جمعية الشباب المثقف احتلت المرتبة الأولى بـ 25 منشور موجه للشباب أما المرتبة الثانية لجمعية التوعية التكامل والتنمية بـ 23 منشورا أما المرتبة الثالثة تقاسمتها كل من جمعية إنصاف وجمعية سيدرا بـ 20 منشورا، ويرجع ذلك حسب تقديرنا إلى أن الشباب هو أكثر الفئات التي يظهر عندها المنشور نتيجة الاستخدام المكثف لمواقع التواصل الاجتماعي ليتفاعلوا مع المنشور شخصيا إذا استطاعوا تقديم المساعدة أو إرسال رسالة إلى أصدقائهم وتوسيع دائرة الاشتراك، فالصفحات تستهدف كل الشعب الجزائري البالغ من العمر 18 سنة فما فوق خاصة منهم الشباب الذين يمتلكون طاقة وحيوية كبيرة تجعلهم قادرين على تقديم المساعدات خاصة أثناء جائحة كورونا والحرائق التي أصابت بعض الولايات، كما استهدفت الصفحة الجمعيات الخيرية والمؤسسات المختلفة بالتعاون معها ودعمها وتشجيعها في جمع التبرعات من خلال توفير المتبرعين للاتصال بهم عبر موقع الصفحات، كما وجهت الصفحات منشوراتها للعائلات وخاصة المتضررة من جائحة كورونا والحرائق، كما توجد منشورات لعامة الناس وخاصة التي تهدف لتحسيس بمخاطر جائحة كورونا ومن هنا نستنتج أن مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) أعادت إنتاج ثقة الشباب وخاصة الطلاب بعدما كانت الأعمال التطوعية يقوم بها كبار السن والمتقاعدين وهذا نتيجة ذكاء الجمعيات في دراسة الفئة المستهدفة (الشباب)

واختيار أداة مناسبة لإيصال رسائلها بواسطة الإعلان والإعلام وتقديم مواضيع يهتم بها الشباب وتبرز قدراتهم مثل التصوير فقد حدث نوع من الانجذاب بين الشباب والعمل التطوعي وقامت بتحفيظهم من خلال ندوات وحملات تطوعية .

الجدول رقم (54): يمثل قيم المنشور

الجمعيات	قيم منشور	إنسانية اجتماعية	الروح الأخوية	قيمة حب و التعاون	قيمة التشاركية	قيمة الثقة وحسن النية	قيمة ثقافية تربوية
ج.ش المثقف (وهران)	3	16	12	16	5	4	
ج. إنصاف (سطيف)	2	15	18	21	1		
ج. سيدرا(جزائر)	2	20	17	10	3	4	
ج.التوعية التكامل والتنمية (بجاية)	3	26	18	9			

من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا أن قيمة المشاركة هي وقيمة الروح الأخوية وقيمة الحب والتعاون مثلوا أعلى النسب لدي الجمعيات الأربعة، حيث جاءت قيمة روح الأخوية عند جمعية الشباب المثقف في 16 منشور وفي جمعية إنصاف جاءت في 15 منشورا أما جمعية سيدرا في 20 منشورا وفي جمعية التوعية التكامل والتنمية جاءت في 26 منشورا، أما بخصوص قيمة الحب والتعاون جاءت عند جمعية الشباب المثقف في 12 منشورا أما في جمعية إنصاف جاءت في 18 منشورا أما في جمعية سيدرا جاءت في 17 منشورا وفي جمعية التوعية التكامل والتنمية جاءت في 18 منشورا، أما بخصوص قيمة تشاركية جاءت في 16 منشورا لدى جمعية الشباب المثقف أما جمعية إنصاف جاءت في 21 منشورا وجمعية سيدرا جاءت في 10 منشورات أما لدي جمعية التوعية التكامل والتنمية جاءت في 9 منشورات أما بخصوص قيمة إنسانية اجتماعية جاءت في 3 منشورات لدي جمعية الشباب المثقف أما جمعية إنصاف وسيدرا جاءت في 2 منشورات أما جمعية التوعية التكامل والتنمية جاءت في 3 منشورات، أما قيمة ثقافية تربوية فجاءت لدى ثلاث جمعيات جمعية الشباب المثقف وجمعية سيدرا ب4 منشورات وجمعية إنصاف جاءت في منشور واحد و لم توجد في منشورات جمعية التوعية التكامل والتنمية، وأخيرا قيمة الثقة وحسن نية وجدت في منشورات جمعيتين

فقط هي جمعية الشباب المثقف في 5 منشورات وفي جمعية سيدرا في 3 منشورات. ويعود سبب وجود قيمة تشاركية وقيمة الحب والتعاون وقيمة الروح الأخوية في منشورات الجمعيات هو بسبب الأوضاع المتسارعة في الجزائر من ظهور فيروس كورونا في 2020 و تزايد وتيرة الفيروس في صيف 2021 ثم تلتها الحرائق مما تعاون الجزائريين فيما بينهم وحتى الجمعيات الخيرية ومؤسسات الدولة المختلفة وظهرت روح الأخوية وروح التعاون في إطار تشاركي رسم أحسن صورة عن المجتمع الجزائري وهذا ما أكده أحمد عز في نظريته الحتمية القيمة فكلمنا استخدمت الجمعيات الخيرية منشورات سمعية بصرية تحث عن قيم أخوية تشاركية دينية وإنسانية زاد الرأس المال البشري للجمعية وحدث نوع من التكافل والتعاون والتشارك والثقة بين الشباب والجمعية كما أعادت شبكات التواصل الاجتماعي ظهور مصطلحات جديدة مثل الترانز مع الأحداث المتسارعة وهاشتاغ...الخ.

الجدول رقم (55): يمثل أساليب الإقناع في المنشور.

الجمع بينهما	استمالات عاطفية	استمالات عقلية	قيم منشور الجمعيات
47	7	2	ج.ش المثقف (وهران)
30	10	16	ج. إنصاف (سطيف)
35	9	12	ج. سيدرا(جزائر)
36	5	15	ج.التوعية التكامل والتنمية (بجاية)

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن أغلب منشورات الجمعيات الأربع هي تجمع بين الاستمالات العقلية والعاطفية فكانت جمعية الشباب المثقف المترتبة على عرش الاستمالات ب 47 منشورا ثم تلتها جمعية التوعية التكامل والتنمية ب36 منشورا ثم تلتها سيدرا ب35 منشورا وأخيرا جمعية إنصاف ب30 منشورا، أما الاستمالات العاطفية كانت جمعية إنصاف في مرتبة أولى ب10 منشورات ثم تلتها جمعية سيدرا ب9 منشورات أما جمعية الشباب المثقف ب7 منشورات وفي الأخير جمعية التوعية التكامل والتنمية ب5 منشورات، أما بخصوص الاستمالات العقلية كانت جمعية إنصاف ب16 منشور وجمعية التوعية التكامل والتنمية

ب15 منشور وجمعية سيدرا ب12 منشور وفي الأخير جمعية الشباب المثقف ب2 منشورات، من أجل التسويق الاجتماعي الجيد يجب أن تراعي الجمعيات الخيرية المزج بين الاستمالات العاطفية والعقلية وهو ما يمكن أن يعطي قيمة إضافية للإعلانات الجمعية وهذا ما يزيد ولاء الجمهور المتابع الصفحة ويخلق اتجاهها إيجابيا نحو الأنشطة المعلن عنها والتبرعات مما يزيد من رأس مال المادي والبشري للجمعية ومن هنا نستنتج أن استخدام الجمعيات الخيرية استمالات عاطفية وعقلية ضمن محتوياتها السمعية البصرية التي تسوقها اجتماعيا يزيد من رأس مالها البشري ويحقق الأهداف التي تسعى إليها الجمعية وفي مجملها إعادة إنتاج ثقة بينها وبين الأفراد والمؤسسات وجمع تبرعات.

الجدول رقم (56): يمثل مجال الاستقطاب الالكتروني للشباب.

عرض صور أعضاء الجمعية شباب	عرض باستمرار عن خطط المنظمة واحتياجاتها للشباب	نشر استمارات الكترونية للتسجيل	نشر كتب إلكترونية للتحميل عن العمل التطوعي و الجمعيات	عرض إنجازات المؤسسة مرثيا وما تم تحقيقه	الاستقطاب الالكتروني الجمعيات
5	12	1		35	ج.ش المثقف (وهران)
6	5	2		33	ج. إنصاف (سطيف)
5	4	5	3	33	ج. سيدرا (جزائر)
6	6	3		34	ج. التوعية التكامل والتنمية (بجاية)

من خلال الجدول أعلاه يتبين أغلب منشورات الجمعيات الأربع تحاول استقطاب الشباب الإلكترونيا وبعده طرق مختلفة ولكن أكبر النسب هي عرض إنجازاتها مرثيا هو الغالب على منشورات الجمعيات الأربع فقد نشرت جمعية الشباب المثقف 35 منشورا عن إنجازاتها ثم تلتها جمعية التوعية والتكامل والتنمية ب34 منشورا أما جمعية سيدرا وإنصاف ب33 منشورا، أما نشر الكتب الإلكترونية للشباب انفردت جمعية سيدرا بنشر كتب الكترونية وخاصة المهتمة بالعمل الجمعي، أما الاستثمارات الالكترونية فكل جمعية قامت بنشر استثمارات الكترونية للانخراط أو التسجيل في مسابقات مثل جمعية سيدرا نشرت 5 استثمارات أما جمعية التوعية التكامل والتنمية نشرت 3 استثمارات أما جمعية إنصاف نشرت استمارتين وجمعية الشباب المثقف استثمارا واحدة، كما قامت الجمعيات بعرض خططها واحتياجاتها للشباب فنشرت جمعية الشباب المثقف 12 منشور تحبر بأهم أنشطة التي تريد القيام بها أما جمعية التوعية التكامل والتنمية نشرت 6 منشورات وجمعية إنصاف نشرت 5 منشورات وجمعية سيدرا 4 منشورات، أما الاستقطاب من خلال عرض صور أعضاء الجمعية إما تعريفيا بهم أو تقديم لهم التهئة وحتى من أجل التعزية، عندما تنشر الجمعيات الخيرية إنجازاتها مرثيا يحدث نوع من التحفيز المرثي للشباب وتكسب ثقته مما يزيد رأس المال البشري الذي يقوم بالتعاون والتشارك لحل المشكلات وتجاوز الأزمات، كما قامت بعض الجمعيات بنشر كتب الكترونية من إنجازات الجمعية على غرار جمعية سيدرا وخاصة في تسيير الجمعيات وهذا لاستقطاب الشباب في العمل الجمعي، كما قامت الجمعيات الخيرية بتصميم استثمارات إلكترونية لاستقطاب الشباب ومعرفة ميوله وإعطائه فرصة لإبراز قدراته، و قامت الجمعيات بعرض خططها ومشاريعها إما بعرض صور أو ملصقات من تصميمها تحبر فيها عامة الناس لمشروعها وتسوق له كما تعبر فيه عن احتياجها لمتطوعين على غرار جائزة كورونا وأزمة الحرائق التي تكاثف فيها الشباب من أجل تقديم المساعدة وجمع التبرعات، كما قامت الجمعيات بعرض صور المنخرطين فيها إما تهنئة أو تعزية أو شكر هذا نوع من المنشورات يزيد من ثقة الشباب بالجمعيات ويجفهم للانخراط لأن الشباب لديهم رغبة وحب لمن يقدر جهدهم أو يعترف بهم يحدث نوع من الانجذاب وكسب الثقة الذي ينعكس على زيادة الإقبال والمشاركة في الأعمال التطوعية أو الانخراط مما يزيد من رأس مال البشري والمادي للجمعية.

الجدول رقم (57): يمثل مجال التعبئة والاحتواء أثناء جائحة كورونا والحرائق.

مجال التعبئة الالكترونية كورونا الجمعيات	تقديم وجبات للطاقم الطبي	تقديم مساعدات للعائلات المتضررة من الكوفيد والحرائق	جمع التبرعات	حملات تحسيسية وندوات علمية
ج.ش المثقف (وهران)	5	11	16	5
ج. إنصاف (سطيف)		4	3	25
ج. سيدرا(جزائر)		19	11	5
ج.التوعية التكامل والتنمية (بجاية)		14	3	6

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن مجال التعاون عبر مواقع التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا والحرائق الغابات خلق مجال جديد هو مجال التعبئة الالكترونية ولقد انقسمت أنشطت الجمعيات إلى أنشطة تطوعية مختلفة ولكن أكثرها هو تقديم مساعدات للعائلات المتضررة بالكوفيد والحرائق فقد تربعت جمعية سيدرا على الجمعيات الأخرى بـ19 منشورا ثم تلتها جمعية التوعية والتكامل بـ14 منشورا و جمعية الشباب المثقف بـ11 منشورا وفي الأخير جمعية إنصاف بـ4 منشور، أما في جمع التبرعات كانت جمعية الشباب المثقف مترتبة على عرش الجمعيات بـ16 منشورا وتلتها جمعية سيدرا بـ11 منشورا أما جمعية التكامل وسيدرا بـ3 منشورات أما في مجال الحملات التحسيسية والندوات العلمية تربعت جمعية أنصاف بـ25 منشورا أما جمعية التوعية التكامل والتنمية بـ6 منشورات، وفي الأخير جمعية الشباب المثقف وجمعية سيدرا بـ5 منشورات، أما بخصوص تقديم وجبات للطواقم الطبية في أقسام الكوفيد كانت جمعية الشباب المثقف هي الوحيدة المنفردة بهذه المبادرة الطيبة، مع فداحة الأزمة الصحية وضعت مرونة المجتمع المدني الجزائري وقدرته على المحك فعلى جناح السرعة خرجت مبادرات للجمعيات الخيرية من أجل التعبئة على مختلف المناطق الجزائرية وساهمت فورة تضامن استثنائية في تعبئة عدة جمعيات وفعاليات اقتصادية خاصة وشبكات الشباب غير الرسمية والمواطنين الأفراد مثل مبادرة في منطقة تيزي وزو تنظم مبادرة "أس أو أس القبائل (نداء استغاثة أنقذونا) بالتعاون مع

الشبيبة الرياضية لمنطقة القبائل، ومبادرة تدعى (التضامن الشعبي) أطلقتها منظمة كيرسور لآمان (القلب على اليد) توزيع الغذاء على العائلات في المناطق الأكثر تأثراً بالجائحة، وقد سعت الجمعيات إلى تنظيم عملية تضامنية من أجل تقديم مساعدة في إطفاء الحرائق ومنع وصولها إلى السكان المحليين وتفادي الأضرار الكبيرة التي كانت من الممكن أن تمس الممتلكات ومن هنا نستنتج أن لمواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) دور في إعادة إنتاج مجال جديد يسمى التعبئة الرقمية التي ساعدت في زيادة رأس المال البشري يساعد للخروج من الأزمات.

الجدول رقم (58): يمثل مجال المواطنة الرقمية

مجال المواطنة الرقمية الجمعيات	إحياء مناسبات دينية	إحياء مناسبات وطنية وعالمية	التعزية	تقديم الشكر و التهاني
ج.ش المثقف (وهران)	3	2	3	6
ج. إنصاف (سطيف)	3	4	6	2
ج. سيدرا(جزائر)	3	7	1	3
ج.التوعية التكامل والتنمية (بجاية)	3	3	1	

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن مجال المواطنة الرقمية كان بارزا من خلال صفحات الجمعيات الأربعة وقد برزت في إحياء مناسبات دينية ب3 منشورات لكل جمعية مثل عيد الفطر وعيد الأضحى والسنة الهجرية ولقد نشرت جميع الجمعيات ملصقات من تصميمها تحي هذه المناسبات فجميع الجمعيات نشرت 3 منشورات بالمناسبة، أما مجال إحياء المناسبات الوطنية والعالمية فقد اختلفت من جمعية إلى أخرى فقد نشرت جمعية سيدرا 7 منشورات بهذه المناسبات أما جمعية إنصاف فقد نشرت 4 منشورات أما بخصوص جمعية التوعية التكامل والتنمية ب3 منشورات أما جمعية الشباب المثقف فنشرت 2 منشور، أما بخصوص تقديم الشكر والتهاني فقد كان لها نصيب في منشورات الجمعيات فقد نشرت جمعية الشباب المثقف 6 منشورات وجمعية سيدرا 3 منشورات أما

جمعية إنصاف 2 مناشير وكانت لمناشير التعزية نصيب عبر صفحات الجمعيات الأربع فجمعية إنصاف ب6 مناشير أما جمعية الشباب المثقف ب3 مناشير وتقاسمت جمعية سيدرا وجمعية التوعية التكامل والتنمية ب1 منشور واحد، يعتبر مجال المواطنة الرقمية مجال توجيه وحماية، توجيه نحو منافع التقنيات الحديثة، وحماية من أخطارها وهذا ما تقوم به الجمعيات الخيرية في استغلال الفايبروك لتقديم منافع تعود على الفرد والدولة فالمواطنة الرقمية باختصار هي تعامل ذكي مع التكنولوجيا، كما أنها تزود الشباب والأطفال بمجموعة من المهارات مثل التعليم عن بعد للمعاقين وإكسابهم القدرة على استخدام بعض المواقع الالكترونية الشهيرة لغرض التعلم والدراسة وهذا مشروع أطلقته جمعية التوعية التكامل والتنمية، كما قامت الجمعيات بإحياء المناسبات الدينية والوطنية مثل عيد الأضحى وعيد الاستقلال، كما استغلت التكنولوجيا في تقديم مساعدات للمتضررين من الحرائق وجائحة كورونا وإعادة إنتاج مجال يسمى المواطنة الرقمية.

الجدول رقم (59): يمثل القطاعات ومشاهير التي تشارك الجمعيات (مجال تشاركي) .

مشاهير	الجمعيات	قطاع التربية	اليونيسف	اليونسكو	قطاع الشباب والرياضة	قطاع الصحة	قطاعات تشارك الجمعية الجمعيات
6	10				2	5	ج.ش المثقف (وهران)
	14		5	1	12	9	ج. إنصاف (سطيف)
1	11	2		2	2	4	ج. سيدرا(جزائر)
	3			1	1	3	ج.التوعية التكامل والتنمية (بجاية)

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن المجال تشاركي بين الجمعيات وقطاعات الدولة المختلفة فقد ساعدت المواقع التواصل الاجتماعي الجمعيات الخيرية في إعادة إنتاج مجال جديد هو مجال التشاركي وخاصة بعد انحراط الجمعيات في مشروع شارك فتح لها شراكة مع بعض الجمعيات في أعمال خاصة أثناء جائحة كورونا حين تأسس بنك الطعام الجزائري وتشاركت الجمعيات مع جمعية سيدرا في

تقديم المساعدات فقد قامت جمعية الشباب المثقف ب 10 أنشطة تشاركية مع الجمعيات الصديقة أما جمعية إنصاف قامت ب14 نشاطا تشاركيا أما جمعية سيدرا ب11 نشاطا وجمعية التوعية التكامل والتنمية قامت ب3 أنشطة تشاركية مع الجمعيات أما قطاع الشباب والرياضة الذي فتح مجال التشاركي في التسيير الجزئي للمؤسسات فقد كانت جمعية إنصاف أكثر شريكا ب12 نشاطا ثم تلتها كل من جمعية الشباب المثقف وجمعية سيدرا وفي الأخير جاءت جمعية التوعية التكامل والتنمية بمنشور واحد ، أما الشراكة مع قطاع الصحة برز عند كل الجمعيات وكانت جمعية إنصاف الأولى من خلال نشاطاتها ب9 أنشطة أما جمعية الشباب المثقف ب5 أنشطة ثم تلتها جمعية سيدرا ب4 أنشطة وفي الأخير جمعية التوعية التكامل والتنمية ب3 أنشطة، كما تشاركت بعض الجمعيات مع منظمة اليونيسكو فكانت جمعية سيدرا ب2 نشاطين أما جمعية إنصاف وجمعية التوعية بمنشور واحد، وانفردت جمعية إنصاف بشراكتها مع اليونيساف ب5 أنشطة وانفردت جمعية سيدرا بشركتها مع قطاع التربية بنشاطين، كما تشاركت بعض الجمعيات مع مشاهير حتى تسوق اجتماعيا لأنشطتها وتجمع التبرعات للمساعدة وكانت جمعية الشباب المثقف هي السبابة ب6 مناشير للمشاهير ثم تلتها جمعية سيدرا بمنشور واحد هذا المجال التشاركي أعادت إنتاجه مواقع التواصل الاجتماعي نتيجة المعلومة المصورة التي تنتشر بقوة وتسوق بفعالية كما أنها أعادت إنتاج ثقة بين الجمعيات ومؤسسات الدولة الذي كان نتاجه مجال تشاركي وسع من الرأس المال البشري والثقافي.

الجدول رقم (60): يمثل مجال المونتاج والفوتوشوب.

صورة		فيديو		مجال المونتاج والفوتوشوب الجمعيات
غير معدلة	معدلة	غير معدل	معدل	
	41		15	ج.ش المثقف (وهران)
	40		16	ج. إنصاف (سطيف)
	38		17	ج. سيدرا(جزائر)
	27		29	ج.التوعية التكامل والتنمية (بجاية)

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن الجمعيات الخيرية تضع لمستها على الصور والفيديوهات التي تنشرها إما تعديلا بوضع شعارها أو رمزا يبين هوية الجمعية وهذا ما نطلق عليه الفوتوشوب أو تعديلا على الفيديوهات وهذا ما نطلق عليه المونتاج فجمعية الشباب المثقف نشرت 15 فيديو و 41 صورة كلها تحمل لمستها، أما جمعية إنصاف نشرت 16 فيديو و 40 صورة و جمعية سيدرا نشرت 17 فيديو و 38 صورة وفي الأخير جمعية التوعية والتكامل نشرت 29 فيديو و 27 صورة كل هذا يبرز أن نشاط الجمعيات الخيرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي فرض عليها الاهتمام بمجالات جديدة لم تكن تهتم بها وهي مجال المونتاج والفوتوشوب حتى تسوق اجتماعيا وبطريقة جيدة وفعالة.

الجدول رقم (61): يمثل مجال تقديم فرص ابتكارية للشباب

مشاريع	تخصيص مكان من صفحة الجمعية للاتصال و الاستقبال إبداعات الشباب	ورشات وندوات تعليمية	مسابقات	مجال فرص ابتكارية الجمعيات
3	1	9		ج.ش المثقف (وهران)
4	1	13	2	ج. إنصاف (سطيف)
3	8	13	2	ج. سيدرا(جزائر)
1	1	4		ج.التوعية التكامل والتنمية (بجاية)

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن الجمعيات الخيرية تستغل مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك في تحفز الشباب عن طريق تقديم فرص ابتكارية و من خلال ورشات وندوات علمية تعليمية في إبراز مواهب الشباب من خلال مناقشات وحتى تزيد من المشاركين تسوق لهذه الأنشطة من خلال صفحتها على الفيسبوك حيث نظمت جمعية إنصاف وجمعية سيدرا 13 ورشة وندوة علمية أما جمعية الشباب المثقف نظمت 9 وجمعية التوعية التكامل والتنمية 4 كما خصصت جمعية سيدرا 8 منشور

للاتصال واستقبال إبداعات الشباب وتقاسمت كل من جمعية الشباب المثقف وجمعية إنصاف وجمعية التوعية والتكامل والتنمية منشور واحد للاتصال واستقبال إبداعات الشباب، كما نظمت كل من جمعية سيدرا وجمعية إنصاف مسابقات للشباب وخصصت جمعية الشباب المثقف 3 مشاريع أما جمعية التوعية التكامل والتنمية خصصت مشروع واحد وجمعية سيدرا قامت ب3 مشاريع للشباب أما جمعية إنصاف 4 مشاريع حاولت الجمعيات الخيرية استخدام الفيسبوك في تقديم فرص للشباب حتى يبرز مواهبه قد تكون على شكل مسابقات أو مشاريع يستفيد منها الناس وحتى الندوات والورشات تبرز قدرات الشباب وتعطيهم خبره ومهارات تجعلهم ينمون رأس مالهم الفكري والبشري وفي نفس الوقت تقوم باستقطاب الشباب إلكترونيا للانخراط في الجمعيات الخيرية.

الجدول رقم (62): يمثل عدد أسماء المشاريع ومبادرات إنسانية باسم الجمعية

اسم الجمعية	أهم مشاريعها ومبادراتها
جمعية سيدرة	مشروع شارك، بنك الطعام الجزائري، الطفل المواطن، ساعة الأرض، مبادرة مكثيفات الاوكسيجان، قافلة تضامنية لجمع التبرعات، مبادرة مسافر واحد مكثف أكسجين واحد، مشروع كرياتيفي،
جمعية الشباب المثقف	مهرجان البراءة، حملة ساهم، قافلة تضامنية، حقيبة الخير، حملة توزيع 10000 وجبة للطواقم الطبية كوفيد، مبادرة نتعاونوا31، قعدة متطوعين، مخيم التطوع
جمعية إنصاف	مشروع كن مبتكر، generation، ورشة لخياطة الكمادات وألبسة الطبية، مسابقة في الصحافة، تعقيم المساجد، توزيع قفة رمضان ، ختان جماعي، مشروع شباب الايجابي السطايفي، الطفل مواطن المستقبل.
جمعية التوعية والتكامل والتنمية	تعليم الرقمي للمعاقين عن بعد، مبادرة تكوين المرافقين للمعاقين، كرنفال صحي، قافلة صحية

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن لكل جمعية مشاريع ومبادرات يعطيها هوية افتراضية نشطة تميزها باقي الجمعيات كما يوجد بعض المشاريع تشاركية مع بعض الجمعيات على غرار مشروع شارك، ولقد احتلت جمعية سيدرا المرتبة الأولى بـ 9 مشاريع ومبادرات تطوعية، ثم تلتها جمعية الشباب المثقف بـ 8 مشاريع، ثم يليه جمعية إنصاف بـ 6 مشاريع، أما جمعية التوعية والتكامل والتنمية بـ 4 مشاريع، هذه المشاريع أبرزت هوية كل جمعية وزادت من رأس مالها البشري وأصبحت مرافقة لإسم الجمعية مثل مشروع بنك الطعام الجزائري الذي أطلقته جمعية سيدرا والذي يهتم بجمع كل ماله علاقة بالأكل وتوسع المشروع من جمع قفة رمضان إلى بنك طعام وزاد رأس ماله المادي والبشري وأصبح له ممولين، أما جمعية الشباب المثقف لديها مشاريع عدة ولكن مشروع مخيم التطوع الذي يقام كل سنة أصبح مرافق لإسم جمعية الشباب المثقف والذي يزيد عدد منخرطين كل سنة وأصبح له مكانة وطنية، أما جمعية إنصاف أطلقت مشروع الطفل مواطن الصغير بالتنسيق مع اليونيساف والذي جعل من جمعية إنصاف أكثر الجمعيات التي تهتم بالطفل والطفولة، أما جمعية التوعية والتكامل والتنمية أطلقت مشروع يشبه هويتها وهو مشروع تعليم الرقمي للمعاقين ويعطيهم فرصة للدراسة في البيت كما لا ننسى مشروع ساعة الأرض الذي أطلقته جمعية سيدرا وسنة بعد سنة أصبح له تأثير وقبول من السلطات الجزائرية وأصبحت جمعية سيدرا لها شراكة مع وزارة الطاقة والبيئة في رفع الوعي والإرشاد في استهلاك الطاقة وأصبحت الجمعية لها مكانة خارج الوطن تشارك في التظاهرات العالمية فكانت في البداية فكرة بسيطة ثم تطورت بإطفاء الضوء ساعة واحدة في مقام الشهيد وبعدها في بعض المناطق من العاصمة وهي تأمل في تعميم الفكرة في كامل الوطن وكل هذا بدعم من وزارة الطاقة وكانت للمعلومة المصورة التي قدمتها الجمعية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي دور كبير في إعادة إنتاج الثقة بين الجمعية ووزارة مما إنعكسي في دعم الدولة للجمعية في المشاركة في المحافل الدولية وتقديم كل التسهيلات من جوازات السفر للمشاركين والتأشيرات في وقتها وكل هذا راجع للتسويق عن طريق الصورة للجمعية وإدخال ثقافة جديدة للمجتمع الجزائري (الرأس المال الثقافي)

الجدول رقم (63): يمثل أشكال الاعتراف بدور الشباب الجمعية

اعتراف بدور الشباب الجمعيات	عرض صور وفيديوهات الشباب الجمعية وهو يقوم بنشاطه	اعتراف الجمعية من خلال تقديم تشكرات كتابية+صور عبر صفحتها	الاستعانة بالشباب وقت الأزمات والشدائد من أجل إبراز قدراته
ج.ش المثقف (وهران)	29	5	7
ج. إنصاف (سطيف)	30	4	3
ج. سيدرا(جزائر)	28	04	7
ج.التوعية التكامل والتنمية (بجاية)	26	5	6

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن للجمعيات الخيرية أشكال للاعتراف بدور الشباب في الجمعية يكون من خلال نشر أهم الأنشطة التي قاموا بها عبر صفحة الجمعية وقد كانت النسب متقاربة بين الجمعيات جمعية إنصاف نشرت 30 منشور وجمعية سيدرا 28 منشور وجمعية الشباب المثقف 29 منشور وجمعية التوعية التكامل والتنمية 26 منشور، كما استعانة الجمعية بالشباب من خلال تقديم منشورات من أجل المساعدة وجمع التبرعات أثناء أزمة كورونا وحرائق في بعض الولايات فخصصت جمعية سيدرا وجمعية الشباب المثقف 7 منشور تدعو فيها الشباب للمساعدة أما جمعية التوعية والتكامل والتنمية خصصت 6 منشور وفي الأخير جمعية إنصاف 3 منشور، أما الاعتراف من خلال تقديم تشكرات كتابية خصصت جمعية الشباب المثقف وجمعية التوعية والتكامل 5 منشورات لتقديم التشكرات أما جمعية إنصاف وسيدرا خصصت 04 منشور لتقديم تشكرات لأعضاء الجمعية، إن عرض صور شباب الجمعية وهو يقوم بنشاطه أو التعريف به وبمستواه العلمي يزيد من ثقته بالجمعية والولاء لها وهذا ضمن طبيعة الإنسان الذي يحب من يقدر جهده وهنا قد يساعد في جلب أصدقائه وأفراد أسرته وهذا ما يزيد من الرأس المال البشري للجمعية، كما أن الاستعانة الجمعيات بالشباب وقت الأزمات وخاصة أثناء جائحة كورونا والحرائق هو اعتراف صريح للجمعية

والمجتمع بأهمية الشباب في المجتمع مما يعطيه الثقة بنفسه أنه شخص فعال في المجتمع ويزيد من حبه لوطنه والعمل على تطويره، وإذا اعترفت الجمعية ونشرت تشكرات كتابية للشباب يخلق علاقة طيبة بين الشباب ويزيد ثقته بالجمعية ويساعد في نمو رأس مالها البشري.

الجدول رقم (64): يمثل أهم ممولين لنشاط الجمعية حسب منشور

الممولين	أسم الجمعية
Netaawno31، جيزي، مركز سبل الخيرات، شارك	جمعية الشباب المثقف (وهران)
مجمع تونسي، الشركة الجزائرية للتأمينات، بنك ناتيكييس، شركة جيزي، شركة الجي، رئيس بلدية بلوزداد، gigitalgen، airexpress، شركة شلونبارج، شركة بريل، شركة setram	جمعية سيدرة (الجزائر)
وزارة الشباب والرياضة، مجمع إسيا للصحافة الالكترونية، التكتل الوطني للإغاثة، الهيئة الوطنية لترقية الطفولة، شارك	جمعية إنصاف (سطيف)
Agir pour tenir، شارك	جمعية التوعية التكامل والتنمية (بجاية)

من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا أهم الممولين لأنشطة الجمعيات وكانت جمعية سيدرا هي أكثر الجمعيات التي تمتلك ممولين ب11 مول ثم تلتها جمعية إنصاف ب5 ممولين لنشاطها أما جمعية الشباب المثقف ب4 ممولين وفي الأخير جمعية التوعية التكامل والتنمية ب2 ممولين، لقد قدمت المعلومة المصورة التي تستخدمها الجمعيات الخيرية وتسوق لها اجتماعيا من إعادة إنتاج ثقة بين الجمعية ومؤسسة الدولة والممولين من خلال دعمها في مجمل أنشطتها مما أعطي كل جمعية هوية نشطة مختلفة عن أخرى (مشاريع وأنشطة الجمعية) وهوية عددية تتمثل في (عدد الممولين للجمعية) مثلا مشروع بنك الطعام الجزائري نتيجة تسويقه اجتماعيا عبر مواقع التواصل الاجتماعي الهوية النشطة) زاد من كسب عدد الممولين للمشروع (الهوية العددية) وعندما نقول ممولين يعني تم

كسب ثقتهم وبالتالي للمعلومة المصورة والمسوق لها اجتماعيا وبطريقة جيدة تعيد إنتاج ثقة بين الجمعية والممولين، وتفرض نوع هايتتوس مستوردة من الدول الأوروبية هو تمويل مشاريع من قطاع الخاص وحتى العام.

الجدول رقم (65): يمثل عدد مشاركات المرأة في نشاط حسب (الصورة أو الفيديو) المنشور

عدد مشاركات المرأة حسب (صورة أو الفيديو) المنشور	أسم الجمعية
41 من 56 منشور	جمعية الشباب المثقف (وهران)
47 من 56 منشور	جمعية سيدرة (الجزائر)
42 من 56 منشور	جمعية إنصاف (سطيف)
45 منشور	جمعية التوعية التكامل والتنمية (بجاية)

من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا عدد الصور والفيديوهات التي تظهر فيها المرأة ضمن نشاط الجمعية وتعتبر جمعية سيدرا أولي ب47 منشور ثم تليها جمعية التوعية التكامل والتنمية ب45 منشور أما جمعية إنصاف ب42 منشور وجمعية الشباب المثقف ب41 منشور الملفت للانتباه هو التغيير في رأس المال الثقافي للمجتمع الجزائري الذي أصبحت فيه المرأة عنصر مهم في مجال التطوعي الخيري وقد شاهدنا تواجدها في مناسبات الدينية مثل شهر رمضان الكريم وفي الأزمات وفي كل وقت ومن هنا نستنتج أن المعلومة المصورة المقدمة من قبل مواقع التواصل الاجتماعي إعادة إنتاج ثقة بين المجتمع الجزائري وبالتحديد الأسرة الجزائرية، كما أعطت المجتمع نوع من الاستعداد في تقبل دخول البنت أو الزوجة أو الأخت أو الأم للعمل التطوعي ونشر صورها دون أي مشكل وبالتالي تم إعادة إنتاج رأس مال ثقافي جديد في المجتمع الجزائري عن طريق تشبع بثقافات مختلفة ومستوردة من خارج فرضت نوع جديد من الهايتتوس هو الهايتتوس الافتراضي .

رابعاً إختبار فرضيات الدراسة:

1. إختبار الفرضية الأولى:

الفرضية الصفرية (H0): لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى مساعدة الفايسبوك للجمعيات الخيرية في إعادة إنتاج هوية افتراضية جديدة في الجزائر.

الفرضية البديلة (H1): يساعد الفايسبوك بدرجة كبيرة الجمعيات الخيرية في إعادة إنتاج هوية افتراضية جديدة في الجزائر.

جدول رقم (66) يبين كيفية إختبار الفرضية الأولى

درجة الحرية	الإنحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المتوسط الفرضي	مستوى الدلالة	مستوى المعنوية Sig	T
342	10.67	116.05	84	0.05	0.000	55.618

بما أن قيمة الدلالة المعنوية (Sig) لإختبار T لعينة واحدة تساوي 0.000 أقل من مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ فإننا نرفض الفرض الصفرى ونقبل الفرض البديل، ومنه نستنتج بأنه يساعد الفايسبوك بدرجة كبيرة الجمعيات الخيرية في إعادة إنتاج هوية افتراضية جديدة في الجزائر.

إن دخول الجمعيات الخيرية للعالم الافتراضي واستخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي وعلى رأسهم الفيسبوك، أعادة إنتاج هوية جديدة تسمى الهوية الافتراضية وهذه الأخيرة هي عبارة عن مجموعة من المعلومات والبيانات التي تخص الجمعية على وجه التحديد، ويمكن أن نطلق عليها بأنها الرابط التكنولوجي بين الكيان الحقيقي "الجمعية" والافتراضي واجهة الملف الشخصي profile أو الصفحة الرقمية، تظهر الهوية الافتراضية للجمعيات من خلال الفعل المتكرر لملا استمارات التسجيل في أي بيئة من بيئات المجتمع الافتراضي.

لقد تكلمت العاملة fanny georges عن الهوية الرقمية أو الافتراضية وقالت أنها تأخذ شكلين الأول حقيقي والثاني افتراضي (تومي، 2015) هذه الأشكال أعادت إنتاجها مواقع التواصل الاجتماعي كما أصبحت الجمعيات الخيرية تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) باعتباره شكلا من أشكال النشاط الاجتماعي لذا تعددت تمثلائهم الرقمية قد تجدهم لديهم

حساب في الانستغرام وفي يوتيوب وفي تويتر.. الخ كل هذا من أجل تسويق الذات وفي نفس الوقت تسويق اجتماعي لها، وتنمية رأس مالها البشري.

فحسب georges fanny هناك ثلاث أنواع من الهوية التصريحية والهوية النشطة والهوية العددية (تومي، 2015: 178). ومن هنا نستنتج أن مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) أعادت إنتاج ثلاث هويات للجمعيات الخيرية أولا الهوية التصريحية *Identité déclarative* وهي المصرح بها والمعلن عنها كما يقال لها السردية، ويقصد بها تمثلات الذات وهي معطيات أو معلومات المدونة مباشرة من طرف المستخدم (الجمعية) لموقع من مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك)، وبالتحديد في مرحلة التسجيل في الخدمة وتكون على شكل وصف مختصر عن الجمعية، واسم الجمعية، ايميل الجمعية، هاتف الجمعية، صورة الواجهة، شعار الجمعية وهي قريبة من الشخص الحقيقي، هنا يبرز الانفراد في الهوية التصريحية رغم وجود أسماء صفحات لجمعيات متشابهة إلا أن البريد الإلكتروني المصرح به يكون مختلفا أو رقم هاتف كذلك لأنه يمثل إما لرئيس الجمعية أو نائبه، وحتى شعار الجمعية المصرح به يكون مختلفا ويحمل لمسة إبداعية ورمز عن الجمعية والمنطقة التي هي تنشط فيها، وعنوان IPI كذلك مختلف، الكلمات الدلالية مختلفة، سنة النشاط أي تغيير في الهوية التصريحية لصفحة الجمعية يعطي إشعار.

أما الهوية النشطة *Identité agissante* تتكون من الرسائل المذكورة والمخزنة في نظام التشغيل هذا البرنامج، والتي تتمثل في نشاطات المستخدمين (الجمعيات) مثال العبارات الموجودة على الصفحات أي أنها مجمل الأحداث الواردة والمذكورة في السجل التاريخي للاستخدام مثلا على صفحات الفيسبوك قد تكون ذات صلة بتعديل الهوية التصريحية مثال المستخدم "أ" أو "ب" قام بتغيير أو تحديث صورته أو معلوماته الشخصية وهنا يظهر الاختلاف بين كل جمعية في الهوية النشطة التي تنعكس وتصبح هوية عددية تتمثل في عدد مرات تغيير صورته، فعلى سبيل المثال الفيسبوك تظهر على صفحاته الأحداث اليومية وكذا الأحداث السابقة، وفي خانة الخصوصية يظهر تجميع نشاطات كل الأصدقاء على حساب أو صفحة المستخدم، كما تظهر عدد طلبات الصداقة للمستخدمين والمجموعات التي تنشط فيها الجمعية.

الهوية المحسوبة *Identité calculée* أو المخطط لها تتكون من أرقام ومنتجات محسوبة من طرف نظام تشغيل هذه البرامج والمنتشرة في صفحات وحسابات المستخدمين مثل عدد الأصدقاء، عدد المجموعات، عدد المتابعين كما تعتبر الأحداث التي يتم الإشعار عنها بمثابة تغيير في الهوية المحسوبة مثل "فلان" أصبح صديق "فلان" فهذا يشكل ارتفاعا في عدد الأصدقاء وبالتالي تكوين هوية التي تعد نتاج تفسير كمي للتفاعلات كما أن هذه الأخيرة تتكون من متغيرات كمية وكيفية الموجودة والمتغلغلة داخل الإعدادات الرقمية المنتجة من طرف النظام.

خلاصة كلام بمجرد دخول الجمعيات الخيرية للفايسبوك وملاً استمارة مشاركة أصبح لديها إميل خاص واسم خاص وشعار خاص يميزها عن باقي الجمعيات ويعطيها هوية تصريحية مختلفة وأي تغيير أو تعديل في هوية تصريحية يمس اسم الجمعية أو واجهة الصفحة أو صورة تعريفية يعطيها هوية نشطة ومن خلال الإشعار الذي هو موجود في نظام يعطيها هوية عددية مثلاً زيادة عدد معجبين بصفحة الجمعية وزيادة عدد الأصدقاء، وهذا يبرر لنا سبب تمايز التصريحي والعددي والنشاط بين الجمعيات، مع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) أصبحت المتغيرات الكمية يعبر عنها بالأرقام أو الأعداد مثل عدد الأصدقاء، والمتغيرات الكيفية تظهر في التعبير (المستخدم مشغول غير متواجد، أو بعد 15 دقيقة سيكون على الخط، هناك بعض الجمعيات يقبلون صداقات أشخاص لا يعرفونهم من أجل تغذية رقم عدد الأصدقاء فقط بمعنى تغذية الهوية المحسوبة وهناك من يجعل هدفاً معيناً هو جعل صفحة جمعيته أكثر الصفحات زيارة والأكثر شعبية من خلال وضع استراتيجية محكمة ومدروسة.

2 اختبار الفرضية الثانية:

الفرضية الصفرية (H_0): لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى مساعدة الفايسبوك للجمعيات الخيرية في إعادة إنتاج مجالات جديدة أعطت انتشاراً وشمولية للعمل التطوعي في الجزائر.

الفرضية البديلة (H_1): يساعد الفايسبوك بدرجة كبيرة الجمعيات الخيرية في إعادة إنتاج مجالات جديدة أعطت انتشاراً وشمولية للعمل التطوعي في الجزائر.

جدول رقم (67) يبين كيفية اختبار الفرضية الثانية

درجة الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المتوسط الفرضي	مستوى الدلالة	مستوى المعنوية Sig	T
342	10.75	105.20	75	0.05	0.000	52.009

بما أن قيمة الدلالة المعنوية (Sig) لاختبار T لعينة واحدة تساوي 0.000 أقل من مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ فإننا نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل، ومنه نستنتج بأنه يساعد الفايسبوك بدرجة كبيرة الجمعيات الخيرية في إعادة إنتاج مجالات جديدة أعطت انتشاراً وشمولية للعمل التطوعي في الجزائر.

حتى تبرز الجمعيات الخيرية هويتها الافتراضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي كان لزاما عليها الاهتمام بمجال الإدارة الالكترونية الذي يحتاج إلى معدات أساسية منها جهاز كمبيوتر وهاتف ذكي وطابعة وناسخ ضوئي وفاكس والانترنت وهذا للقيام بالأمر الإداري في مركز الجمعية، كما اهتمت ببعض المجالات التي تعطيها انتشار وشمولية، لإعادة إنتاج مجالات جديدة تسير بها التحدي الذي ينقلها من الفلسفة التقليدية إلى الفلسفة الحديثة ، الذي يعتمد على تغذية الهوية العددية للجمعية (زيادة عدد المتابعين والمعجبين بالصفحة، مما جعلها تضع إستراتيجية هادفة تسير عليها حتى تحقق لها سمعة جيدة وفي نفس الوقت تضع أهدافها في طريق التجسيد، وأول خطوة هي الاستعانة بمختصين في مجال تصميم الويب والصفحات وكان أغلبهم من شباب الجمعية المنخرط الهاوي والأكاديمي لمثل هذه التخصصات على غرار جمعية الشباب المثقف التي تمتلك رأس مال بشري مثقف جدا وخاصة في تخصصات الرقمية وجمعية سيدرا الذي يعد رئيسها دكتور في مجال الرقميات، كل هذا من أجل أن يكون لها صفحة ترتقي لمستوي طموحها وتجعل منها أكثر مشاهدة وزيارة و انفرادية من حيث التصميم ويصعب اختراقها من خلال إميل مركب وصعب تقليده واختراقه ومؤمن جدا بكلمات سرية صعبة وهنا يكون استعانة بمجال الأمن السيبراني حتميا حتى تحمي هوية الجمعية من السرقة، ولكي تبرز هوية الجمعية افتراضيا يجب عليها تصميم شعار يشبه هويتها ويكون مميز يعطيها هوية تصريحية مختلفة و فريدة لي تصبح فيما بعد هوية عددية من خلال عدد الإعجابات والتعليقات على شكل ومحتوى الشعار وهنا يجب عليها الاستعانة بمختصين في مجال تصميم شعارات وأغلبهم من رأس مالها البشري المثقف المنخرط وهذا يدخل ضمن مجال الجرافكس، ولكي تبرز هوية الجمعية النشطة يجب عليها أن تهتم بمجال التسويق الاجتماعي لأنشطتها الذي يعتمد أساسه على المعلومة المصورة (صورة+فيديو) فالصور التي تقوم الجمعية بنشرها عن أنشطتها تحمل لمسة الجمعية إما من خلال وضع شعار الجمعية فيها أو اسم الجمعية فنحن هنا نتكلم على مجال التصوير الفوتوغرافي والفوتوشوب، أما الفيديوهات التي تنشرها الجمعيات لأنشطتها هي معدلة عن طريق المونتاج وهنا يظهر مجال المونتاج أما بخصوص مجال الاستقطاب الالكتروني لا تكتفي الجمعية بشباب المنطقة أو الحي بل هي تطمح لجمع أكبر عدد من شباب الولاية وحتى خارج الولاية عن طريق وضع استمارات إلكترونية من أجل الانخراط وجمع أكبر عدد ممكن من الرأس المال البشري ويكون أحيانا مسبوق بصبر أراء حتى تكيف أنشطتها مع الشباب وميولاته فتقوم بعرض محتويات سمعية بصرية تحفز الشباب للقيام بالعمل التطوعي والانخراط في جمعيات، وهنا يبرز مجال صناعة المحتوى الذي يجب على الجمعية أن تعطيه أهمية والذي يكون حول موضوع النشر وطريقة النشر والوقت المناسب للنشر، كما أن الجمعيات الخيرية تقدم مشاريع طبعت ضمن هويتها وأصبحت مرافقة لها مثل مشروع بنك الطعام الذي أطلقته جمعية سيدرا والذي كان عبارة عن قفة رمضان تخص حي بالوزداد حتى أصبح اسمه بنك الطعام ولديه سمعة وطنية يقدم الأكل لجميع

الولايات وخاصة المتضررة من الكوارث فنحن هنا نتكلم عن مجال تسيير مشاريع وتطبيقها في أرض الواقع، وعند ظهور أزمة كورونا والحرائق في مناطق الغابات اهتمت الجمعيات الخيرية بمجال التعبئة عبر مواقع التواصل الاجتماعي حتى يكون هناك تعاون وتكامل بين الجمعيات في الولاية الواحدة وخارج الولاية وحتى في دول الاغتراب في جمع التبرعات النقدية والعينية، كما اهتمت الجمعيات بمجال الاقتصاد وخاصة مع الجالية في الخارج وتخصيص بطاقة البايسترا وغيرها لجمع التبرعات خاصة لشراء مكثفات الاوكسيجن، وظهر مجال السياسي نتيجة تعزز الثقة بين الجمعيات ومؤسسات الدولة على غرار وزارة الشباب والرياضة التي قامت بنداوت رقمية مع أنشط الجمعيات و الخروج بعريضة شارك التي انبثق منها المجلس الأعلى للشباب والتسيير الجزئي للمؤسسات الشبانية كل هذا نتيجة المعلومة المصورة والمقدمة بطريقة مدروسة عززت الثقة وأظهرت المجال السياسي، وقد ساعدت مواقع التواصل الاجتماعي الجمعيات الخيرية في ممارسة مجال المواطنة الرقمية والذي يكون من خلال احتفال بالمناسبات الدينية والوطنية وحث الشباب على التطوع أو المساعدة في جمع التبرعات مثل قفة رمضان، إفطار الصائم، والأعياد وحتى مجال اللغوي أعيد إنتاجه بمصطلحات باتت تستخدمها الجمعيات ضمن مجالها السبيرياني مثل هاشتاغ نساعد إختوتنا في منطقة القبائل، هاشتاغ نحمي أنفسنا من كورونا، مجموعات إلكترونية، أصدقاء التطوع الرقمي التعاون الافتراضي..إلخ.

3 إختبار الفرضية الثالثة:

الفرضية الصفرية (H0): لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى مساعدة الفايسبوك للجمعيات الخيرية في إعادة إنتاج ثقة جديدة بين الأفراد والجمعيات في الجزائر.

الفرضية البديلة (H1): يساعد الفايسبوك بدرجة كبيرة الجمعيات الخيرية في إعادة إنتاج ثقة جديدة بين الأفراد والجمعيات في الجزائر.

جدول رقم (68) يبين كيفية إختبار الفرضية الثالثة

T	مستوى المعنوية Sig	مستوى الدلالة	المتوسط الفرضي	المتوسط الحسابي	الإنحراف المعياري	درجة الحرية
54.151	0.000	0.05	60	84.42	8.35	342

بما أن قيمة الدلالة المعنوية (Sig) لإختبار T لعينة واحدة تساوي 0.000 أقل من مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ فإننا نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل، ومنه نستنتج بأنه يساعد الفايسوك بدرجة كبيرة الجمعيات الخيرية في إعادة إنتاج ثقة جديدة بين الأفراد والجمعيات في الجزائر.

نتيجة التطور التكنولوجي الحديث الذي فرض نفسه في العديد من المجالات، ومارس نوع من العنف الرمزي عبر وسائله المختلفة والتي تعد المواقع التواصل الاجتماعي واحدة منه و من بين المؤسسات التربوية في عملية التنشئة غير أنها تبقى عملية ضمنية في تكوين شخصية الأفراد وتوحيد استعداداتهم الذهنية فالعالم الافتراضي يشتغل من وجهة نظرنا كما لو أنه مؤسسة اجتماعية غير ملموسة في الواقع، لكنها تساهم بطريقة معينة في إنتاج الاستعدادات التي لها تأثير عميق على طرائق التفكير والفعل الاجتماعي، أي إن العالم الافتراضي يساهم بطريقة غير مباشرة في تكوين ما يسمى بالهابتوس الافتراضي عبر بلورة طرائق جديدة في التفكير وقواعد للسلوك الاجتماعي، وذلك عن طريق ما يتلقاه الأفراد من معلومات وأفكار عبر التفاعل الذي يحدث من خلال أجهزة الاتصال المحمولة مثل الهاتف الذكي، طابليت، الحاسوب المحمول، وقد أصبح الفرد له استعداد للتأقلم مع هذا النوع من القيم الجديدة فظهرت علاقات عاطفية افتراضية، مدارس رقمية، تجارة رقمية، أما في المجال الخيري ظهر العمل التطوعي الرقمي وأصبحت هناك جمعيات خيرية لديها صفحات على الفيسبوك وتويتر وغيرها من الشبكات، بل تعدي ذلك وأصبح هناك إجبارية على الجمعيات أن تدخل ضمن المجال الافتراضي حتى تضمن تواجدها اليومي وتسوق اجتماعيا لأنشطتها عن طريق المعلومة المصورة هذا الهايتوس الافتراضي الذي تم إعادة إنتاجه تمخض عنه مشاركة المرأة في العمل التطوعي وتقبل المجتمع مشاركتها فقد استطاعت المعلومة المصورة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي و الحملة بقيم إنسانية واجتماعية أن تعيد إنتاج ثقة الأسرة الجزائرية بالجمعيات الخيرية والسماح للبنات والزوجة والأخت والأم من الانخراط والمشاركة في جمعيات ونشر صورها وهذه السلوكيات لم تكن موجودة من قبل فقد لاحظنا تواجد النساء في جميع المناسبات مثلا مائدة الرحمن توجد نساء متزوجات ويتطوعن في تقديم وجبة الصائم، وأكد لنا رئيس جمعية الشباب المثقف على أنه أزيد من 30 فناة منخرطة قد تزوجت من شباب منخرط في الجمعية وأصبح لديهم أطفال وهم يحاولون تربية أبنائهم على العمل التطوعي.

كما أن التغيير في النسق الجمعي وأساليبه برز في حرص الجمعيات الخيرية أن تقدم معلومات صادقة أثناء التصريح بهويتها من خلال صفحاتها فتجد أبايل صحيح وصادق يعبر عن هوية الجمعية رقم الهاتف المصرح به صحيح وصادق أهداف الجمعية والفئة المستهدفة، كما لو تمعن في جميع منشورات الجمعية والتي تعبر عن هويتها النشطة هناك تطابق بين الصورة والمنشور كل هذا من

أجل زيادة ثقة متابعين الجمعية وحتى طريقة تعبير عن الثقة قد تم إعادة إنتاجها تناسب مع هابيتوس الافتراضي وتكون عن طريق الإعجاب عن طريق رموز أو تعليق يكون إيجابي أو مشاركة منشور ويعني هذا تبني الفكرة المقدمة وهذا أعلى درجة الثقة.

وساعدت مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) في إعادة إنتاج ثقة بين الجمعيات ومؤسسات الدولة وهذا نتيجة الجهود المبذولة من قبل بعض الجمعيات أثناء جائحة كورونا وأزمة الحرائق في مناطق مختلفة من الجزائر وكيف كان التعاون والتشارك والأخوة والمواطنة، هذه الجهود أثبتتها المعلومة المصورة والصادقة وساعدت في إنشاء شراكة مع بعض مؤسسات الدولة فكانت وزارة الشباب والرياضة أولى القطاعات التي تعزز الشراكة مع الوزير السابق عبد القادر خالدي في تسيير جزئي للمؤسسات الشبابية ودخول مع بعض الجمعيات في أنشطة تشاركية، كما زادت المشاركة في ندوات رقمية مع أنشط الجمعيات على غرار جمعية سيدرا والشباب المثقف وإنصاف والتنمية والخروج بعريضة شارك التي تمخض عنها المجلس الأعلى للشباب، كما لا ننسى العمل التشاركي مع منظمة يونيسيف واليونيسكو ووزارة الصحة والتربية...إلخ.

كما ساعدت مواقع التواصل الاجتماعي في كسب ثقة الممولين للمشاريع، وغرس فكرة التمويل التي هي مستمدة من المجتمعات الغربية وغرس هابيتوس جديد يؤمن بالمشاريع الهادفة والجديدة وأصبح هناك رأس مال بشري مثقف يهتم بدعم وتمويل مشاريع الجمعيات فأصبح مؤشرا على ثقة بالجمعية ومبادئها هو كثرة الممولين للمشاريع مثل دعم مشروع بنك الطعام الذي أطلقته جمعية سيدرا من قبل العديد من الشركاء شركة شلومبارج وبنك وشركة جيزي...إلخ، أعادت إنتاج المعلومة المصورة ثقة الممولين وأصحاب المشاريع بالجمعيات.

ساعدت مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) الجمعيات الخيرية في إعادة إنتاج ثقة بينها وبين مؤسسات الإعلامية من صحافة مكتوبة وإذاعة وتلفزيون فقد أستقبل رؤساء الجمعيات أو ممثلين عن الجمعيات و أجريت معهم مقابلات ولقاءات نتيجة الجهود المبذولة من قبلهم في تقديم مشاريع مهمة للمجتمع ودورهم في محاربة جائحة كورونا.

4. اختبار الفرضية الرابعة:

الفرضية الصفرية (H0): لا يوجد دور للفايسبوك في تحفيز الشباب على العمل التطوعي الجماعي في الجزائر.

الفرضية البديلة (H1): للفايسبوك دور كبير في تحفيز الشباب على العمل التطوعي الجماعي في الجزائر.

جدول رقم (69) يبين كيفية اختبار الفرضية الرابعة.

T	مستوى المعنوية Sig	مستوى الدلالة	المتوسط الفرضي	المتوسط الحسابي	الإخلاف المعياري	درجة الحرية
58.458	0.000	0.05	69	97.70	9.09	342

بما أن قيمة الدلالة المعنوية (Sig) لاختبار T لعينة واحدة تساوي 0.000 أقل من مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ فإننا نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل، ومنه نستنتج بأنه للفيسبوك دور كبير في تحفيز الشباب على العمل التطوعي الجماعي في الجزائر.

قامت الجمعيات الخيرية بتطوير الممارسة الاجتماعية في حقل تكنولوجيا المجتمع الافتراضي فحاولت التأقلم مع الهايبتوس الافتراضي الذي جعل من جميع فئات المجتمع لا يفارق جسدها وسائل التواصل المختلفة من هاتف ذكي، تابلت، كومبيوتر محمول حتى ترسل رسائلها التي تحفز الشباب خاصة للعمل التطوعي وتغذي هويتها العددية والتي تظهر في نمو رأس مالها البشري، فاستخدمت العديد من الطرق حيث قامت بعرض محتويات سمعية بصرية تتكلم عن المشاريع والأنشطة التي قامت بها حتى تحفز شباب المنطقة للانخراط أو تقديم المساعدة وفي مربع البيانات الشخصية تضع الجمعيات صورة شباب يشاركون في أعمال تطوعية كواجهة لغلاف الصفحة في رسالة بصرية تحمل دلالات اجتماعية كون التركيز في الأعمال التطوعية على هذه الشريحة بهدف غرس سلوكيات إيجابية فيها وجعلها أكثر ارتباطا بالمحيط الذي تعيش فيه، كما قامت بتحفيز الشباب دينيا بعرض آيات قرآنية وأحاديث نبوية شريفة تتكلم عن العمل التطوعي والفوائد الروحية، وعرضت الجمعيات حالات إنسانية تحتاج مساعدة عاجلة وطلبت مساعدة الشباب في جمع التبرعات، كما خصصت الجمعيات مكان على صفحتها للاتصال وكذلك التعليق والمشاركة لمناشيرها، و عرضت الجمعيات محتويات سمعية بصرية عن تجارب وطنية وحتى دولية وخاصة جمعيات المنخرطة في برنامج شارك لمعرفة قيمة الشباب في نجاح العمل التطوعي، وحتى يزيد ترابطها مع الشباب فتحت مجموعات إلكترونية تتواصل فيها مع الشباب وتتبادل معهم الأفكار حول العمل التطوعي، ونشرت بحوث ودراسات والكتب عبر صفحاتها لتزيد من رأس مال الثقافي لمتابعيها والذي يزيد من نمو رأس مالها البشري وهذا ما قامت به جمعية سيدرا بعرض محتويات مفيدة على الفيسبوك واليوتيوب كما نشرت كتب من أجل التحميل،

كما نظمت الجمعيات معسكرات ومخيمات للتطوعية تعليمية مزودة باستمارات إلكترونية للتسجيل مثل مخيم التطوع الذي تنظمه جمعية الشباب المثقف كل سنة والذي عرف نمو في رأس مال بشري كل سنة وأصبح معروف وطنياً، وتقوم الجمعيات الخيرية بتحفيز الشباب فكرياً من خلال تنظيم ندوات ودورات تكوينية في تنظيم الإداري والمالي للجمعيات التي قامت بها جمعية سيدرا، واهتمت جمعية الشباب المثقف بعرض صور منخرطها من الشباب وهذا يزيد من تحفيزهم للانخراط والمشاركة، ومن خلال الاستمالات العاطفية التي تظهت في عبارات الثناء والمدح للمشاركين في أنشطة الجمعية تشجيعاً لهم من جهة ودعوة لبقية سكان الحي الذي تنشط في رقعته الجغرافية و للشباب المنخرط والمشارك في نشاط يزيد من حبهم وانتمائهم للجمعية والعمل التطوعي ويصبح كل واحد يحضر معه صديقه أو قريبه فيزيد رأس مال بشري للجمعية كما حملت صفحات الجمعيات الأربع على الفيسبوك منشورات في شكل نصوص مكتوبة مرفقة بصور وأحياناً بمقاطع فيديو حيث جاءت في شكل رسائل تحفيزية ومفعمة بالترغيب في الأنشطة الخيرية والتطوعية، ولكن أزمة كورونا وحرائق الغابات في منطقة القبائل أشعلت مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة للجمعيات التي أطلقت مبادرات ومشاريع حفزت الشباب الجزائري للانخراط والمشاركة مثل مبادرة ساهم التي أطلقتها جمعية الشباب المثقف لشراء مكثفات الأوكسجين عبر صفحتها على الفيسبوك واستقطبت شباب بقوة وحتى الممثلين وتجمع الشباب في الساحات والشوارع لجمع تبرعات، كما أن جمعية سيدرا أطلقت حملة لمساعدة الأسر المتضررة من حرائق في صفحتها حققت في 581 مشارك شاب في يوم واحد، وجمعية إنصاف أطلقت حملة لصناعة أقنعة الواقية والمعقمات .

- كشف نتائج الدراسة:

1. نتيجة الفرضية الأولى: من خلال اختبار هذه الفرضية تبين لنا بأنه يساعد الفيسبوك بدرجة كبيرة الجمعيات الخيرية في إعادة إنتاج هوية افتراضية جديدة في الجزائر.
2. نتيجة الفرضية الثانية: من خلال اختبار هذه الفرضية تبين لنا بأنه يساعد الفيسبوك بدرجة كبيرة الجمعيات الخيرية في إعادة إنتاج مجالات جديدة أعطت انتشاراً وشمولية للعمل التطوعي في الجزائر.
3. نتيجة الفرضية الثالثة: من خلال اختبار هذه الفرضية تبين لنا بأنه يساعد الفيسبوك بدرجة كبيرة الجمعيات الخيرية في إعادة إنتاج ثقة جديدة بين الأفراد والجمعيات في الجزائر.

4. نتيجة الفرضية الرابعة: من خلال اختبار هذه الفرضية تبين لنا بأن للفيسبوك دور كبير في تحفيز الشباب على العمل التطوعي الجماعي في الجزائر.

خامسا مناقشة النتائج المتعلقة بالفرضيات:

(1) تفسير ومناقشة نتيجة الفرضية الأولى: من خلال ما توصلت إليه نتائج دراستنا تبين لنا أنه بأنه يساعد الفيسبوك بدرجة كبيرة الجمعيات الخيرية في إعادة إنتاج هوية افتراضية جديدة في الجزائر، وتتفق هذه إلى ما توصلت إليه نتائج دراسة دراسة (تومي، 2015): الموسوم ب: " أثر شبكات التواصل على تشكيل الهوية الافتراضية دراسة ميدانية لتمثلات عينة من المستخدمين الجزائريين لمواقع FACEBOOK" أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال 2015، ففي الصفحة رقم 192 تكلمت عن التمثيل الرقمي للأفراد والمؤسسات عبر مواقع التواصل الاجتماعي نتيجة اعتبارها شكلا من أشكال النشاط الاجتماعي لذا تعددت تمثلاتهم الرقمية على هذه الشبكات التي أتاحت فرصا للتسويق الذات، فتكلمت عن تقسيم العالمة George fanny لثلاث أنواع من الهويات الرقمية، الهوية التصريحية Identité déclarative أو هي المعلن عنها أو السردية وهي المعلومات المدونة مباشرة من طرف المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي وخصوصا وبالتحديد في مرحلة التسجيل في الخدمة أي المعلومات مصرح بها من طرف أصحاب الحساب والهوية النشطة Identité agissante وهي تتكون من الرسائل المخزنة في نظام تشغيل البرنامج والتي تتمثل في نشاطات المستخدمين مثل تغيير اسم المستخدم، تغيير صورة الواجهة، الرقم السري وهي ذات صلة بتعديل الهوية مثل المستخدم "أ" أو "ب" قام بتغيير صورته أو معلوماته وأخيرا الهوية المحسوبة Identité calculée تعتبر الأحداث التي يتم الإشعار عنها بمثابة تغيير في الهوية المحسوبة مثل "أ" أصبح صديق "ب" وهذا يشكل ارتفاعا في عدد الأصدقاء وبالتالي تكوين الهوية المحسوبة التي تعد نتاج تفسير كمي للتفاعلات كما أن هذه الأخيرة تتكون من متغيرات كمية وكيفية الموجودة والمتغلغلة داخل الأعداد الرقمية المنتجة من طرف النظام ومن هنا نستنتج أن الفيسبوك ساعد الجمعيات الخيرية في إعادة إنتاج و تشكيل هوية افتراضية تجده في تصريح الجمعية باسمها وشعارها وإمابيلها ونشاطها وأهدافها (الهوية التصريحية) وأي نشاطها الذي قد يكون تغيير في إمابيل أو في اسم الصفحة وشعرها أو إضافة صديق جديد (هوية نشطة) يصاحبه إشعار يسجل يعطيها هوية عددية مثلا زيادة في عدد المتابعين الصفحة أي نمو في رأس مالها البشري.

(2) تفسير ومناقشة نتيجة الفرضية الثانية: من خلال ما توصلت إليه نتائج دراستنا تبين لنا أنه يساعد الفايسبوك بدرجة كبيرة الجمعيات الخيرية في إعادة إنتاج مجالات جديدة أعطت انتشارا وشمولية للعمل التطوعي في الجزائر، وتتفق إلى ما توصلت إليه نتائج دراسة دراسة (كوندة، 2018) الموسوم ب: " التسويق الاجتماعي للعمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي قراءة في صفحات الفيسبوك لبعض الجمعيات الخيرية الجزائرية تهتم هذه الدراسة لمعرفة التسويق الاجتماعي للعمل التطوعي عبر وسائل الإعلام الحديثة المتمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي حيث تم اختيار صفحات الفيسبوك لبعض الجمعيات الخيرية الجزائرية كنموذج وهنا هي تتكلم على مجال جديد قد تم إعادة إنتاجه أصبح لزاما على كل جمعية نشطة من خلال هذه المواقع أن تقوم به هو التسويق الاجتماعي الذي يكون عن طريق المعلومة المصورة تعرض فيها كل أنشطتها بدقة وصدق.

وهي تتفق كذلك مع دراسة (بوطقطوقة، 2019) الموسوم ب: " تحولات ثقافة التطوع في المجتمع الافتراضي " دراسة انثروبولوجية حول تأثير الافتراضي على التطوعي في الجزائر جامعة تبسة الجزائر الذي تكلم حول كيف حققت مواقع التواصل الاجتماعي ممثلة في الفيسبوك تغيرا كبيرا في المشهد التطوعي في البلاد لتمكنه من تقديم نموذج للعمل التطوعي جديد يحقق الاستقلالية وهو مجال العمل التطوعي الرقمي.

وتتفق مع دراسة (العلجوني، 2017) الموسوم ب: "أثر استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك على التمويل الجماعي في المؤسسات غير الربحية " تهتم هذه الدراسة حول استفادة المؤسسات غير الربحية من استخدام فايسبوك وهو أحد مواقع التواصل الاجتماعي عبر الانترنت لتحقيق التمويل الجماعي الخاص بما مشاريعها الإنسانية والإغاثة وكذلك التنمية وهنا نتكلم على مجال تسيير المشاريع، وجود أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية لاستخدام النص المنشور وقت للمنشور وتصميم المنشور حيث تبين أن للتصميم المرتبة الأولى وهنا نحن نتكلم على مجال التصميم الذي تهتم به الجمعيات الخيرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومجال وضع الاستراتيجيات باختيار نوع المنشور والوقت المناسب للنشر.

وتتفق مع دراسة (chernobrov، 2018) الموسومة ب: " Digital volunteer networks and humanitarian crisis reporting " التي تهتم بدراسة المتطوعين الرقميين يستطيعون الإبلاغ عن الأشياء التي يحتاجها المنكوبين خلال وقوع الأحداث أو الكوارث ونحن هنا نتكلم عن مجال التعبئة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة خلال الأزمات والكوارث الطبيعية.

Raul M.S laureano Adriano I Fernandes Sara Hassamo Braulio Alturas وتنفق مع دراسة
 case " face book satisfaction and its impactson fundraising a " الموسوم ب: بعنوان
 study at a bortuguese non-brofit organisations التي توصلت إلى أنه لا تستطيع المنظمات غير الحكومية
 التنازل عن التصوير الفوتوغرافي وملفات الفيديو والصوت لتوضيح أفضل وهنا نتكلم عن مجال التصوير الفوتوغرافي ومجال المونتاج
 نستنتج أن مواقع التواصل الاجتماعي أعادت إنتاج مجالات جديدة تهتم بها الجمعيات الخيرية حتى توسع من انتشارها وترفع من
 رأس مالها البشري من بينها مجال التطوع الرقمي ومجال التسويق الاجتماعي، ومجال السمع البصري، ومجال التعبئة، ومجال تسيير
 مشاريع، ومجال التخطيط ووضع استراتيجيات، ومجال تصميم ويب.

(3)تفسير ومناقشة نتيجة الفرضية الثالثة: من خلال ما توصلت إليه نتائج دراستنا تبين لنا بأنه يساعد الفايسبوك بدرجة كبيرة
 الجمعيات الخيرية في إعادة إنتاج ثقة جديدة بين الأفراد والجمعيات في الجزائر، وتنفق مع ما توصلت إليه نتائج دراسة Raul
 M.S laureano Adriano I Fernandes Sara Hassamo Braulio Alturas الموسوم ب:
 بعنوان " face book satisfaction and its impactson fundraising a case study at a
 bortuguese non-brofit organisations تسلط الضوء هذه الدراسة على موضوع تقييم للمنظمات غير الحكومية
 وعلاقة ملفها الشخصي في الفايسبوك بالاعتراف ويكون هذا الاعتراف مقاس بانتشارها من خلال تناقل الحديث وجمع التبرعات
 وقد توصلت الدراسة إلى أن الرضا عند نشر المعلومات المنظمة على صفحتها الفايسبوك يمكن أن يؤثر على تشكيل الكلمة
 الشفهية وقد تكون من خلال تعليقات وخاصة التي تكون إيجابية، والتصميم الجيد للملف الشخصي لصفحة الجمعية على
 الفايسبوك يزيد من ثقة الجمهور بها ويشكل الاعتراف الشفهي والسمعة الجيدة للجمعية وكذلك من خلال التعليقات الإيجابية
 ومشاركة المناشيرها والتبرع وهذا نوع من الافعال التعبيرية عن الثقة إعادة إنتاجه مواقع التواصل الاجتماعي.

وتنفق مع دراسة (Park وJohnston، 2017) دراستهما 2017 الموسوم ب: بعنوان " a Framework for
 analyzing digital volunteer contributions in emergent crisis response efforts التي تسلط
 الضوء على تحليل عمل المتطوعين الرقميين خلال أوقات الأزمات والتحديات، وكيفية إدارة وتوجيه شبكات التطوع الرقمي وكيفية
 تعزيز التعاون مع المنظمات الإنسانية التطوعية وبين المتطوعين الرقميين ويعتبر مجال التعاون والتشارك بين المنظمات الإنسانية

التطوعية والمتطوعين الرقميين هو نتيجة الثقة بالجمعية وما تقوم بنشره عبر صفحاتها لذا فإن المتطوعين الرقميين يتحركون تحت تأثير دوافع إنسانية وإستيمالات عاطفية وعقلية مثل القيم والإبثار والتضحية من أجل الآخرين.

كما تتفق مع دراسة (خلف الله يونس احمد، 2017): الموسوم ب: " المنظمات التطوعية ومدى استفادتها من وسائل التواصل الاجتماعي " 2017 أن تمنح مواقع التواصل الاجتماعي خاصية متابعة نشاطات الجمعية قبل وأثناء وبعد الانتهاء من الأنشطة مما يدعم ثقة المتتبعين في أعضاء الجمعية كما إن وسائل الإعلام تساهم في بناء علاقات بين المنظمة والمستفيدين وأيضا تساهم في نشر أهداف العمل الطوعي وبكل شفافية، وتتفق مع دراسة تومي فضيلة: الموسوم ب: " اثر شبكات التواصل على تشكيل الهوية الافتراضية دراسة ميدانية لتمثالات عينة من المستخدمين الجزائريين لمواقع FACEBOOK" أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال 2015 توصلت إلى نتيجة أن الفايسبوك أصبح مساحة لتجريب لدي الجنسين واستعراض وتقديم الذات على شكل المأمول وهذا مؤشر في إعادة إنتاج ثقة بين الأسرة الجزائرية والجمعيات الخيرية المتمثلة في مشاركة المرأة والتي أصبحت تمثل ذاتها دون خوف لا من عائلتها أو المجتمع.

وتتفق مع دراسة (بوترعة و بوقروز، 2017) الموسوم ب: " مواقع التواصل الاجتماعي والعمل التطوعي الشبابي " توصلت إلى النتائج 54.55% من شباب ناس الخير انضموا لشبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك منذ أكثر من خمس سنوات ونسبة 45.45% من ثلاث سنوات وهذا يدل على أن اهتمامهم تجاوزت الفيسبوك كوسيلة للحديث وتفرغ الشحنات العاطفية إلى استغلاله في مجالات أوسع لتعطيه قيمة اجتماعية ومن ضمن هذه المجالات العمل التطوعي، وتتفق مع دراسة دراسة (حفناوي يوسف، 2017، ص): الموسومة ب: "ثقافة العمل التطوعي التي يتضمنها موقع اليوتيوب 2017 التي تري ارتفاع نسبة مرحلة الشباب كأحد أهم المراحل العمرية التي تمارس العمل التطوعي ومن هنا نستنتج أن الجمعيات الخيرية إعادة إنتاج ثقة بينها وبين الشباب من خلال برامج تثير اهتمامهم واستخدام وسيلة أكثر استعمالا من قبلهم هي مواقع التواصل الاجتماعي وبالتالي لم يصبح العمل التطوعي مخصص لكبار السن فقط والمتقاعدين بل استطاعت الجمعيات تستثمر مواقع التواصل الاجتماعي في كسب ثقة الشباب الذي تعتمد عليه كليا في نشاط الجمعيات ومن هنا نستنتج أن الجمعيات الخيرية استطاعت أن تستفيد من مواقع التواصل الاجتماعي في إعادة إنتاج ثقة بينها وبين الجمعيات ومؤسسات الدولة من خلال العمل التشاركي كما استطاعت الجمعيات استغلال مواقع التواصل الاجتماعي التي هي أكثر وسيلة استعمال عند الشباب حتى تكسب ثقتهم للانخراط والقيام

بالعمل التطوعي، كما ساهمت في غرس ثقافة الثقة بين الأسرة الجزائرية والجمعيات لدرجة سماح لل بنت والأخت والزوجة الانخراط والمشاركة في أعمال تطوعية ونشر صورها دون خوف كما وفرت هذه المواقع متابعة المشاريع المقدمة وهذا ما يزيد من تعزيز الثقة.

4) **تفسير ومناقشة نتيجة الفرضية الرابعة:** من خلال ما توصلت إليه نتائج دراستنا تبين لنا بأنه للفيسبوك دور كبير في تحفيز الشباب على العمل التطوعي الجماعي في الجزائر، وهذا ما تتفق عليه نتائج دراسة (باعلي، 2018، ص) الموسوم ب: " دور الجمعيات الخيرية في تفعيل العمل التطوعي " مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع التنظيم والعمل وتوصلت إلى نتيجة أن الجمعيات الخيرية تقوم بتفعيل دور الشباب عن طريق تثقيفه وتوعيته بأهمية العمل التطوعي، كما أن الجمعيات الخيرية تقدم خدمات للشباب تحفزهم للمشاركة والانخراط وهذا ما تقوم به الجمعيات الخيرية التي هي عينة الدراسة من خلال عرض محتويات سمعية وبصرية توعي الشباب للعمل التطوعي أو من خلال ندوات وأيام دراسية، كما تقدم خدمات مثل مخيم التطوع الذي أطلقته جمعية الشباب المثقف أو بنك الطعام الذي أطلقته جمعية سيدرا ومسابقات تحاول فيها إبراز طاقات الشباب.

خلاصة:

ومن خلال ما تقدم، وبعد عرض نتائج الدراسة المتوصل إليها حول دور مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) في إعادة إنتاج الفعل التطوعي لدى بعض الجمعيات الخيرية النشطة عبر الفايسبوك - دراسة على عينة من المنخرطين في الجمعيات الأربعة، والتي تناولت إعادة إنتاج هوية افتراضية للجمعيات بمجرد دخولها للعالم الافتراضي، والذي يساعده في ذلك إعادة إنتاج مجالات جديدة تهتم بها الجمعيات حتى تبرز هويتها، وتعيد إنتاج ثقة بينها وبين الأفراد والمؤسسات والمجتمع وتحفز الشباب للعمل التطوعي والانخراط في الجمعيات ورفع من رأس مالها البشري.

أكدت نتائج الدراسة على أنه يساعد الفايسبوك بدرجة كبيرة الجمعيات الخيرية في إعادة إنتاج هوية افتراضية جديدة في الجزائر، وعليه كل جمعية خيرية لديها حساب على الفايسبوك يعطيها هوية افتراضية مختلفة عن الأخرى وقد تكون هوية تصريحية وهو ما تصرح به الجمعية أثناء تسجيل في استمارة التطبيق مثل إيميل خاص، وكلمة سرية، واسم مستخدم، وصورة التعريفية، مكان النشاط الجمعية، الكلمة الدلالية، وقد تكون هوية نشطة من خلال إضافة أصدقاء جدد أو تغيير صورة الواجهة أو تغيير اسم المستخدم أو الكلمة السرية كل هذا النشاط يصاحبه إشعار يعطي للجمعيات هوية عددية افتراضية تتمثل في عدد المتابعين وعدد الأصدقاء وعدد المعجبين، كما يساعد الفايسبوك بدرجة كبيرة الجمعيات الخيرية في إعادة إنتاج مجالات جديدة أعطت انتشارا وشمولية للعمل التطوعي في الجزائر حاولت الجمعيات في الجزائر الاهتمام ببعض المجالات حتى تبرز هويتها افتراضيا من خلال التركيز على بعض المجالات مثل مجال السمعي البصري والتصوير الفوتوغرافي حتى تقدم أحسن صورة عنها وتسوق لنفسها اجتماعيا حتى تنتشر وتتوسع وقامت باستقطاب الشباب مميز إلكترونيا من خلال استمارات إلكترونية، كما حاولت الجمعيات الاهتمام بمجال التعبئة عبر الفايسبوك من أجل محاربة فيروس كورونا والحرائق التي مست منطقة القبائل، مما تبين لنا بأنه يساعد الفايسبوك بدرجة كبيرة الجمعيات الخيرية في إعادة إنتاج ثقة جديدة بين الأفراد والجمعيات في الجزائر استطاع مجال السمعي البصري الذي استخدمته الجمعيات الخيرية من صورة وفيديوهات والتسويق الاجتماعي الجيد لذاها أن تعيد إنتاج الثقة بينها وبين الجمهور المتابع لها عبر صفحتها الرئيسية ودليل الثقة هو نمو الرأس المال البشري المتابع يوم بعد يوم والتعبير الشفهي الذي يكون من خلال التعليقات الإيجابية والمشاركة لمناسيرها والتبرع كما تعززت الثقة من خلال مشاركتها لبعض مؤسسات الدولة على سبيل المثال وزارة الصحة ووزارة الشباب والرياضة التي قدمت هذه الأخيرة امتيازات للجمعيات من خلال التسيير الجزئي لمؤسساتها كما تعززت الثقة بين الجمعيات والأسرة الجزائرية التي سمحت للمرأة المشاركة والانخراط في الأعمال التطوعية وحتى درجة نشر صورها

عبر الفاييسوك وأصبحت للجمعيات قناعة بأن الرأس المال البشري الشاب هو أساس نشاط الجمعية فحاولت استقطاب الشباب عبر الفاييسوك مما تبين أن للفاييسوك دور كبير في تحفيز الشباب على العمل التطوعي الجماعي في الجزائر وقد تمثل التحفيز في عرض محتويات سمعية بصرية تحث على العمل التطوعي وتقديم دورات تكوينية ومسابقات تبرز قدرات الشباب في مجال الخيري والاستعانة بهم وقت الأزمات.

صعوبات الدراسة:

إن أي مجهود علمي جاد إلا وتعرضه صعوبات وعراقيل تختلف من موضوع لآخر إلا أنه من الحري بالباحث عدم الاستكانة والخضوع لهذه الصعوبات، وإنما يجب مواجهتها بالصبر والعزيمة والإيمان بأن لكل عمل أجر وثواب من عند الله سبحانه وتعالى، وبما إن دراستنا الحالية شأنها شأن أي محاولة في سبيل المعرفة فلم تسلم من الصعوبات هي الأخرى ولعل من أهمها مايلي:

- إن أكبر تحدٍّ واجهناه في هذه دراسة هو بعد المسافة بين الجمعيات التي هي موزعة

عبر المناطق الأربعة في الجزائر شمال وسط وشرق والغرب ولكل منطقة خصوصية وطريقة تفكير أهل المنطقة وبالتالي يجب عليك أن تطور في آليات التواصل مع كل صاحب جمعية وإقناعه بفكرتك وماذا تريد إن تصل إليه

خاتمة:

انتشرت وتطورت وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة في الآونة الأخيرة، واستحوذت على الكثير من الأشخاص كوسيلة تعليمية ترفيهية على اختلاف أعمارهم، كما استحوذت هذه الوسائل على تفكير المتطوعين والمسيرين للجمعيات الخيرية بنشر وتنوع محتويات سمعية وبصرية توسع مدارك الأشخاص وتحفزهم للانخراط في جمعيات حتى ترفع من رأس مالها البشري، أو تمارس عليهم الصورة المسوق لها اجتماعيا عنفا رمزيا يجعلهم يتبرعون ويقدمون مساعدة للمحتاجين، ولكن مع تعدد وسائل التواصل الاجتماعي المتوفرة حاليا مثل فايسبوك والانستغرام وتويتير واليوتيوب وجوجل والسنا بشات، أصبح من الضروري على كل جمعية خيرية أن يكون لها حساب على هذه تطبيقات حتى تسوق لنفسها جيدا وتزيد من رأس مالها البشري، مع العلم أن كل تطبيق لديه رأس مال بشري مميز عن الآخر وثقافة تنظيمية مختلفة يجب على كل جمعية معرفتها، فمثلا الفايسبوك يوفر إمكانية التواصل مع الأصدقاء الذين يتم قبولهم فقط من قبل الجمعية مع قدرة مشاركة الصور والفيديوهات بالإضافة إلى إتاحة فرصة للتحميل هذه الصور والفيديوهات ويصل عدد رأس المال البشري المستخدم لهذا التطبيق إلى اثنين مليار شخص في أنحاء العالم، أما الانستغرام يقوم على سياسة التتبع إذ يقوم المرء بتتبع الأشخاص ليرى صورهم الخاصة وفيديوهاتهم ويمكن أن يعلق أو يعجب بالمشور ويستطيع صاحب الحساب على الانستغرام مشاركة منشور من على صفحة الانستغرام على الفايسبوك أو تويتير و الإشارة إلى أصدقائه من هذا المنشور، أما تويتير فهو تطبيق يختص بسهولة وصول الفرد إلى المعلومات السياسية ومشاركة الأشخاص كافة المعلومات الخاصة بهم مع سكان ولا يستطيع المرء إلا الكتابة على موقع تويتير فقط، ويعتبر اليوتيوب من أكثر منصات الفيديوهات استخداما على الصعيد العالمي حيث يتميز بتوفير عدد هائل من الفيديوهات المختلفة في جميع المجالات كما يمكن للمرء الحصول على الصور المتحركة منه بالإضافة إلى نشر رابط الفيديو على مختلف وسائل التواصل الاجتماعي كما يمكن تحميل الفيديو إضافة إلى لائحة المشاركة، أما السنا بشات ينفرد هذا التطبيق بالمراسلة بين الأشخاص مع مسح الرسائل تلقائيا بعد مرور عشر ثوانٍ من تلقي الشخص لها، ويتيح هذا التطبيق كتابة التعليقات على الصور، إذ أن مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفايسبوك لها دور كبير في تسهيل عمل الجمعيات الخيرية ورفع من رأس مالها البشري وترسيخ هويتها في أذهان المتابعين وتعطيها سمعة جيدة من خلال المتابعة الفورية للمشاريع منذ انطلاقتها كفكرة إلى تطبيقها في الواقع.

اقتراحات الدراسة:

في ضوء نتائج الدراسة الحالية يمكن تقديم الاقتراحات التالية:

- ❖ يجب على الجمعيات الخيرية أن تنوع من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التسويق لداثها اجتماعيا وحتى تزيد من رأس مالها البشري المنخرط.
- ❖ يجب أن تكيف سياسة الدولة في إقامة مهرجانات تكرم أحسن المبادرات التطوعية في الجزائر مثل دول الخليج حتى تحفز الشباب والجمعيات للعمل التطوعي (رأس مال ثقافي).
- ❖ يجب أن تدخل العملة الرقمية في سير عمل الجمعيات الخيرية في الجزائر.
- ❖ ضرورة على وزارة التربية والتعليم العالي بتطوير المناهج التربوية بما يخدم العمل التطوعي ويغرس رأس مال ثقافي جديد يحول البيئة المدرسية مريحة وآمنة تشجع على الحب والتعاون و عمل الخير.
- ❖ إطلاق مبادرات وتطبيقات تشبه برنامج شارك لتوحيد العمل التطوعي الجموعي في الجزائر خاصة أثناء الأزمات.
- ❖ إطلاق حملات التبرع للجمعيات عبر تطبيق التيك توك من أجل الوصول إلى أكبر عدد من رأس مال البشري

آفاق البحث:

من خلال هذه الدراسة والنتائج التي تم التوصل إليها يمكن تقديم بعض الآفاق التالية:

- ❖ إجراء هذه الدراسة بنفس المتغيرات على عينات أخرى من المنخرطين في جمعيات خيرية مختلفة.
- ❖ إجراء المزيد من الدراسات حول العمل التطوعي من جوانب مختلفة مثلا دور الفاشينبيستا في تفعيل العمل التطوعي.
- ❖ بناء برنامج تطوعي سنوي للجمعيات الخيرية في الجزائر من أجل تخفيف الأعباء على الدولة.
- ❖ إجراء دراسات حول كيفية استخدام تطبيق التيك توك في دعم العمل التطوعي نتيجة استخدامه بكثرة من قبل الشباب.

قائمة المصادر والمراجع

أولاً - المصادر:

1. القرآن الكريم.
2. الحديث النبوي الشريف.

ثانياً - المراجع:

1- الكتب:

1. أبو كمال حمدي (2014)، أصول التنظيم والإدارة في المؤسسات والجمعيات الخيرية، الطبعة الأولى، مكتبة عين الشمس للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.
2. أبوعلام رجاء (2011)، مناهج البحث في العلوم النفسية والتربوية، ط6، دار النور للجامعات، القاهرة، مصر.
3. إحسان محمد الحسن (1986)، الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي، الطبعة الثانية، دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت.
4. أحمد إبراهيم، حمزة (2015)، "العمل الاجتماعي التطوعي الواقع والمأمول". الطبعة الأولى، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
5. أحمد السيد كردي (2011)، مهارات إدارة العمل الخيري، مؤسسة الهادي للطباعة والنشر، القاهرة، مصر.
6. أحمد خشاب (1998)، علم الاجتماع الأسري، دار المعرفة الاسكندرية.
7. أحمد عصماني (2010)، أنيس المرابي في مؤسسة تنشيط الشباب، الطبعة الثانية.
8. أحمد مصطفى خاطر (2002)، طريقة الخدمة الاجتماعية في تنظيم المجتمع، مدخل لتنمية المجتمع المحلي، د.ط، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية.
9. أنجريس، موريس، ترجمة بوزيد صحراوي وأخرون (2004)، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، دار القصة للنشر، الجزائر.
10. بلال بوترع (2018)، المقابلات البحثية في العلوم الاجتماعية، تر: مناوي زاكي، سامي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى.
11. بوبكر بوخريسة (2017)، سوسيولوجيا بيير بورديو، تحليل في النظرية والمفاهيم والمنهج، ديوان المطبوعات الجامعية.
12. بوحوش عمار، تن: عباش عائشة، رانجة زكية، و آخرين (2019)، منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية، المركز الديمقراطي العربي برلين - ألمانيا.
13. بوخريص فوزي (2016)، سوسيولوجيا العمل الجمعي بالمغرب من التطوع إلى العمل المأجور، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان.
14. البياتي، عبد الجبار، خليفة، غاز جمال (2015)، طرق ومناهج البحث العلمي، الطبعة الثانية، عمان.

قائمة المصادر والمراجع

15. بيار بورديو وجان كلود باسرون(2007)، إعادة إنتاج في سبيل نظرية عامة لنسق التعليم، تر: ماهر تريمش، مركز دراسات الوحدة العربية، الطبعة الأولى، بيروت.
16. توفيق المدني(1997)، المجتمع المدني والدولة السياسية في الوطن العربي، الطبعة الأولى، منشورات إتحاد الكتاب، سوريا.
17. جمال سند السويدي(2014)، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية من القبيلة إلى الفيسبوك، ط4، الإمارات العربية المتحدة.
18. حسين سيد أبوبكر(1985)، طريقة الخدمة الاجتماعية في تنظيم المجتمع، القاهرة، مكتبة الأنجلو.
19. حمزة أحمد إبراهيم(بس)، العمل الاجتماعي التطوعي الواقع المأمول، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان.
20. رجي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم(2011)، أساليب البحث، النظرية والتطبيق، ط5، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن.
21. رحومة محمد الصادق(2008)، علم اجتماع الآلي مقارنة في علم اجتماع العربي والاتصال الحاسوب، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، عالم المعرفة، الكويت.
22. الرفاعي منصور(2007)، العمل الاجتماعي تطوع وعطاء، القاهرة، مركز الكتاب للنشر.
23. رمون كفي، لوك فان كمينهود(1997)، دليل الباحث في العلوم الاجتماعية، تر: يوسف الجباعي، الطبعة الأولى، المكتبة العصرية، بيروت.
24. سعد سلمان المشهداني(2014)، الصحافة العربية والدولية المفهوم الخصائص المشاكل الاتجاهات، الطبعة الأولى، الإمارات العربية المتحدة، دار الكتاب الجامعي.
25. السعدني، عبد الرحمان محمد(2010)، مدخل إلى البحث العلمي، دار الكتاب الحديث، القاهرة.
26. السيد أحمد مصطفى عمر(2002)، البحث العلمي إجراءاته ومناهجه، دط، مكتبة الفلاح، القاهرة.
27. صادق عباس مصطفى(2008)، "الإعلام الجديد المفاهيم والرسائل والتطبيقات"، الطبعة الأولى، الأردن: دار الشروق.
28. الطائي، حميد وأبوبكر، خير(2007)، مناهج البحث العلمي، دار الوفاء للطباعة والنشر، الاسكندرية.
29. طلعت مصطفى السروجي(2009)، رأس المال الاجتماعي، مكتبة الأنجلو المصرية، الطبعة الأولى.
30. عامر إبراهيم قنديلجي(2013)، الإعلام والمعلومات والانترنت، ط1، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
31. عبد الأمير الفيصل(2014)، دراسات في الإعلام الإلكتروني، دار الكتاب الجامعي للنشر والتوزيع، الإمارات.
32. عبد الرحيم الصابوني(1999)، تنمية المهارات المهنية والهندسية عبر الشبكة الحاسوبية، دمشق.

قائمة المصادر والمراجع

33. عبد الغني عماد(2002)،البحث الاجتماعي منهجيته مراحلته تقنياته، منشورات جروس برس، الطبعة الأولى، طرابلس، لبنان.
34. عبد الكريم بكار(2012)،ثقافة العمل الخيري كيف نرسخها وكيف نعممها، دار السلام للنشر، الطبعة الأولى.
35. عبد الله محمد عبد الرحمان، محمد علي البدوي(2002)،مناهج وطرق البحث الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، مصر.
36. عبد الهادي الجوهري وآخرون(1999)،دراسات في التنمية الاجتماعية مدخل إسلامي، الإسكندرية، المكتب الجامعي، الإسكندرية.
37. عزمي بشارة(2012)،المجتمع المدني دراسة نقدية، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، الطبعة السادسة، بيروت.
38. عزمي بشارة(2012)،المجتمع المدني دراسة نقدية، الطبعة السادسة، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت، لبنان.
39. علي خليل شقرة(2014)،الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
40. عيسى الشماس(2004)،مدخل إلى علم الإنسان: الانثروبولوجيا، منشورات اتحاد الكتاب العربي، دمشق.
41. فضل الله وائل مبارك خضر(2010)،أثر موقع الفيسبوك على المجتمع، الطبعة الأولى، السودان، دار شمس النهضة.
42. فهمي سامية وآخرون(1984)،طريقة الخدمة الاجتماعية في التخطيط الاجتماعي، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية.
43. فيليب كوتلر، هيروماوان، كارتاجيا وإيوان سيتياوان(2018)،الانتقال من التسويق التقليدي إلى الرقمي تر: عصام داود، الطبعة الأولى، عمان، الأردن.
44. لمياء مرتاض نفوسي(2016)،تحليل المحتوى في العلوم الانسانية أسس وتطبيقات، دار هومة.
45. ليلي احمد جرار(2012)،الشباب والفيسبوك، الطبعة الأولى، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
46. ماهر أبو المعاطي وآخرون(1999)،الممارسة العامة للخدمة الاجتماعية في مجال رعاية الشباب، مركز الكتاب الجامعي، جامعة حلوان، القاهرة.
47. ماهر عودة الشمالية، محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف كافي(2015)،الإعلام الرقمي الجديد، ط1 دار إعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
48. محمد عباس، منال(2016)،"العمل التطوعي بين الواقع والمأمول". د/ط، إسكندرية: دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع.

49. محمد عبد الكريم الحوراني(2013)، المجتمع المدني مقارنة البني المعيارية للمجتمع المرن، الطبعة الأولى، دار مجد لاوي، الأردن
50. محمد عبيدات، محمد أبونصار، عقلة مبيضين(1999)، منهجية البحث العلمي قواعد ومراحل وتطبيقات، ط2، دار وائل للنشر، الأردن.
51. مدحت محمد، أبو النصر(2016)، رؤية مستقبلية لتطوير العمل التطوعي في الوطن العربي، المكتب الجامعي الحديث.
52. المقدادي خالد يوسف(2013)، ثورة شبكات الاجتماعية، الطبعة الأولى، الأردن، النفائس للنشر والتوزيع.
53. موسي عبد الرافع(بس)، الجمعيات الأهلية والأسس القانونية التي تقوم عليها، الطبعة الثانية، دار النهضة العربية، القاهرة
54. مؤيد نصيف جاسم السعدي(2016) الوظيفة الاتصالية لموقع التواصل الاجتماعي دراسة في موقع الفيسبوك، ط1، ألفا للوثائق، فسنطينة، الجزائر.
55. وسام فاضل راضي ومهند حميد التميمي(2017)، "الإعلام الجديد"، الطبعة الأولى، الجمهورية اللبنانية، دار الكتاب الجامعي دولة دولة الإمارات العربية المتحدة.
- 2- المقالات والمجالات**
56. إبراهيمي بوداود(2019)، نظرية الحتمية القيمية لدي عبد الرحمن عزي بين النموذج النبوي والمقترح المونوغرافي، مجلة العلوم الإسلامية و الحضارة، المجلد04، العدد 02، غليزان، الجزائر.
57. إدريس بوحوت(2012)، العمل الاجتماعي ودوره في التنمية، مقال منشور في مجلة الوعي الإسلامي، العدد 565، الكويت. متوفر على الموقع الإلكتروني:
58. أسماء سلعة، حمدي زينب(2018)، التسويق الخيري ودوره في زيادة موارد الجمعيات الخيرية، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصاد، المجلد 07، العدد 04.
59. أسماء عبد الفتاح نصر عبد الحميد(2017)، تصور مقترح لتنمية ثقافة العمل التطوعي في مصر في ضوء بعض الاتجاهات العالمية المعاصرة، دراسات عربية في التربية وعلم النفس، العدد86، جامعة الأزهر.
60. بشري جميل الراوي(2012)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير، مقال منشور كلية الإعلام، العدد 18، جامعة بغداد .
61. بن صالح العامر، عثمان(2006)، ثقافة العمل التطوعي لدي الشباب السعودي، مقال منشور بمجلة الشريعة والدراسات الإسلامية، العدد 07، المملكة العربية السعودية.
62. بن ناصر بوطيب(2006)، النظام القانوني للجمعيات في الجزائر قراءة نقدية في ضوء القانون 06/12، دفاتر السياسة والقانون، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، العدد العاشر.

63. جوهر الجموسي، إشراق بن إسحاق (2019)، شبكات التواصل الاجتماعي تحولات في المجتمع والسياسة والإرهاب، المعهد التونسي للدراسات الإستراتيجية.
64. حدادي وليدة (2018)، التطوعي الإلكتروني عبر الشبكات الاجتماعية رؤية إستراتيجية إعلامية لتعزيز قيم المواطنة، مجلة السراج في التربية وقضايا المجتمع، العدد 07، سطيف، الجزائر.
65. حمدان خضر سالم، جاسم محمد شبيب (2018)، طرق مواجهة الشائعات في موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 41، جامعة بغداد.
66. د. ماجد دياب الزبير دياب. (2021). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تدعيم ثقافة الحوار لدي مصممي القرافيك السودانيين. مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع، مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع، العدد 65، جامعة جدة المملكة العربية السعودية.
67. رحاب فايز أحمد (2013)، العلوم الإنسانية وتفعيل دور مؤسسات العمل التطوعي في فترة من 9 إلى 10 أبريل 2013، مجلة كلية الآداب، المجلد الأول، العدد السابع والعشرون، جامعة بني سويف، مصر.
68. رحمة باحمد (2018)، الجمعيات الخيرية وسبل تطويرها (الموارد والأهداف)، مقال منشور مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 07، العدد 04.
69. زوقاي مونية، جمال معتوق (2021)، العمل التطوعي ودوره في تنمية المجتمع، مجلة الآداب والعلوم الإنسانية، العدد 02، البلدة، الجزائر.
70. زينة سعد نوشي، بيارق حسين جمعة الربيعي (2009)، شبكات التواصل الاجتماعي وحرية التعبير عن الحقوق الفردية والتنوع الاجتماعي الفيسبوك أمودجا، مقال منشور مجلة البحث الإعلامي، كلية الإعلام، العدد 38، جامعة بغداد.
71. ساحي علي، أمال كزينة (2017)، تأثير الفيسبوك في تشكيل هوية الأبناء بين الهوية الواقعية والهوية الافتراضية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد الثاني، مركز الجامعي تيندوف، الجزائر.
72. ساندي عبد الله العتوم، لبنى مخلد العضائيلة (2018)، الجمعيات الخيرية ودورها في الحد من الفقر، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الإنسانية، المجلد 26، العدد 02، كلية الأميرة رحمة، الأردن.
73. سلطان مسفر مبارك الصاعدي (1432)، "الشبكات الاجتماعية خطر أم فرصة"، بحث مقدم لشبكة الألوكة المسابقة الثانية للدراسات والأبحاث، مدينة منورة، مملكة العربية السعودية.
74. سميرة شيخاني (2010)، الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، العدد 01.02، دمشق. سوريا
75. سهير محمد حوالة (2013)، فلسفة العمل التطوعي والمسؤولية الاجتماعية في المؤسسات التربوية، مجلة العلوم التربوية، معهد الدراسات والبحوث التربوية، العدد 04، أكتوبر، جامعة القاهرة.
76. شيرين محمد كدواني (2018)، دور الفيسبوك في تشكيل رأس المال الاجتماعي، مجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد 23، أسيوط، مصر.

77. عادل خالدي. (2021). دور فيسبوك في الحراك الشعبي الجزائري، معهد الجزيرة للإعلام زمالة الجزيرة.
78. عائشة قرة، كتزة حامدي(2019)، تأثير النشاط النسوي الافتراضي على النساء عبر مواقع التواصل الاجتماعي دراسة تطبيقية، مقال منشور مجلة الدراسات الإعلامية مركز الديمقراطي العربي، العدد الثامن، برلين، ألمانيا.
79. عبد الباسط هويدي، فرحات حاج بلقاسم(2019)، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على الممارسة الإعلامية التقليدية في تغطية الحراك الاجتماعي بالجزائر، مجلة الإعلام والمجتمع، المجلد 03، العدد 02.
80. عبد الجبار أحمد عبد الله و فراس كوكيس عبد العزيز(2010)، دور شبكات التواصل الاجتماعي في الربيع العربي، مقال منشور بمجلة العلوم السياسية، العدد 44، كلية العلوم السياسية، جامعة بغداد.
81. عبد الرحمان روبينة(2018)، العمل التطوعي ودوره في الارتقاء بقيم المواطنة، مجلة السراج في التربية وقضايا المجتمع، العدد 7، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، الجزائر.
82. عبد العزيز بن سلمان الدويش(1436)، دور القيادات الأكاديمية بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية في تفعيل العمل التطوعي، مجلة العلوم التربوية، العدد الثاني رجب، قسم الإدارة والتخطيط التربوي، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، المملكة العربية السعودية.
83. عبد الكريم سعودي.(2014). إدمان الفيسبوك وعلاقته بالتوافق الأسري للطلاب الجامعي دراسة على عينة من طلبة جامعة بشار. دراسات نفسية وتربوية، مخبر تطوير الممارسات النفسية والتربوية، العدد 13، جامعة بشار.
84. عبد الله بن عمر باحسين بافيل، أسامة بن صادق طيب(1427)، المنظمات الأهلية والمجتمع المدني والمبادرات المدنية التطوعية، سلسلة دراسات يصدرها مركز الإنتاج الإعلامي، جامعة الملك عبد العزيز، الإصدار الثامن عشر.
85. عثمان بن عبد القادر، بن عومر محمد الصالح(2018)، دور الموقف العام في تمويل الجمعيات الخيرية، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصاد، المجلد 07، العدد 04.
86. عزاي حمزة(2015)، الحركة الجمعوية في الجزائريين الفاعلية وصورته الأداء التنموي، مجلة مخبر المجتمع ومشاكل التنمية المحلية في الجزائر، العدد 03، أدرار.
87. عصام بدري أحمد محمد(2021)، التدخل المهني لطريقة تنظيم المجتمع لتنمية اتجاهات مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي نحو التطوع الإلكتروني، مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية والعلوم الإنسانية، المجلد 1، العدد 53، جامعة أسبوط.
88. على محمد رحومة(2008)، علم الاجتماع الآلي، عالم المعرفة، العدد 347.
89. عماد نزال، وجمال حبش(2015)، تطوع الإلكتروني وسيلة معززة للعمل التطوعي، مجلة الجامعة العربية الأمريكية للبحوث.
90. فريدة، خروبي،(2016)، العمل التطوعي المؤسسي إشكالياته وآليات تفعيله، مقال منشور بمجلة العلوم الإنسانية، العدد 44، جامعة محمد خيضر، بسكرة.

قائمة المصادر والمراجع

91. فهد محمد الحارثي(2019)، العمل التطوعي الرقمي في الجامعات السعودية، مجلة جامعة أم القرى للعلوم التربوية والنفسية، المجلد 11، عدد1،السعودية.
92. قاسمي إبراهيم، بن طرمول عبد العزيز(2018)، واقع المجتمع المدني فاعليته في الدولة الجزائرية،مجلة آفاق فكرية، المجلد الرابع،العدد الثامن،وهران،الجزائر.
93. قرناي ياسين(2014)،قراءة تحليلية لنظرية الحتمية التكنولوجية والحتمية القيمة،مجلة العلوم الاجتماعية،العدد06، الأغواط، الجزائر.
94. كلثوم حمدي،خيرى حمدي(2018)،وسائل الإعلام الاجتماعي كآلية لزيادة مدا خيلاجمعيات الخيرية،مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية،المجلد 07،العدد04،مركز الجامعي، تامنغاست.
95. كمال منصور(2006)، المنظمات غير الحكومية ودورها في عوملة النشاط الخيري والتطوعي، مجلة العلوم الإنسانية، مجلة الكترونية تعني بالعلوم الإنسانية،العدد 30.
96. لبوسعيدي، راشد حمد بن حميد،(ربيع 2006)، العمل التطوعي في المجتمع العماني:الواقع واليات التفعيل - دراسة ميدانية ، مقال منشور بمجلة البحوث والدراسات، شؤون الاجتماعية، العدد 89،السنة 23،كلية الآداب والعلوم الاجتماعية،جامعة السلطان قابوس.
97. مبارك نوري البشير(2000)،نظرات في العمل التطوعي، مقال منشور في مجلة البيان، المنتدى الإسلامي،العدد 157.
98. محمد الدمرداش أبو الفتوح إبراهيم(2019)، دور المشاركة لمنظمات المجتمع المدني للوقاية من مخاطر المخدرات الرقمية، مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية والعلوم الإنسانية، المجلد 46، رقم 01،الجمهورية مصرية العربية.
99. محمد خلاف(2017)، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التسويق المعاصر منظور تحليلي، مقال منشور في الاكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد18،كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير،جامعة حسيبة بن بوعللي،الشلف.
100. محمد صالح جواد، مهدي،(تموز2012)، العمل الخيري دراسة تأصيلية تاريخية،مقال منشور بمجلة سر من رأي للدراسات الإنسانية،المجلد 08، العدد 30، كلية التربية،جامعة سمراء، العراق.
101. محمود بوسنة(2002)،الحركة الجمعوية في الجزائر نشأتها وطبيعة تطورها ومدى مساهمتها في تحقيق الأمن والتنمية، كلية العلوم الاجتماعية العدد 17 ، جامعة الجزائر.
102. محمود هشام الدحلة(2018)،دور صفحة وحدة مكافحة الجرائم الالكترونية على موقع الفيسبوك في التوعية الأمنية(دراسة تحليلية)
103. مدياني مصطفى(2018)، المقومات المالية لتمويل الجمعيات الخيرية، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 07 العدد04.
104. منصور القطري(1996)،العمل التطوعي ومعوقاته، مقال منشور في مجلة الكلمة،العدد 6، بيروت.

105. مهلول جمال الدين، ربيع زمام (2019)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في حراك 22 فبراير الفيسبوك من التنظير والتأطير إلى المرافقة والإشراف، مقال منشور مجلة الدراسات الإعلامية مركز الديمقراطي العربي، العدد الثامن، برلين، ألمانيا.
106. نبيل حميدشة (2012)، المقابلة في البحث الاجتماعي، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد الثامن.
107. نوال مجدوب، خيرة مجدوب (2017)، مزايا طرق جمع البيانات المختلفة وعيوبها ومتى يتم استخدام كل منها، مجلة السراج في التربية وقضايا المجتمع، العدد الأول.
108. هناء حنفاوي يوسف (2018)، ثقافة العمل التطوعي التي يتضمنها موقع يوتيوب، المجلة العلمية للبحوث الاذاعة والتلفزيون، العدد 13.
109. هيثم طالب الحسيني (2006)، دور واليات المجتمع المدني في مسار البناء الديمقراطي السليم للدولة العراقية، مجلة النبا العدد 84 .
110. يحيى تقي الدين (2017)، واقع الرأسمال الاجتماعي الافتراضي لدى الشباب المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي رؤية قيمية، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، المجلد 04، العدد 11، سعيدة، الجزائر
- 3- الرسائل والأطروحات الجمعيات**
- 111.
112. أحمد عيسي سند، زهراء، (2003)، معوقات مشاركة المرأة البحرينية في جهود العمل التطوعي، مذكرة ماجستير في العلوم الاجتماعية، جامعة بجرين، إشراف:
113. باعلى سعيدة (2017)، دور الجمعيات الخيرية في تفعيل العمل التطوعي، مذكرة ماجستير في علم اجتماع تخصص تنظيم وعمل، جامعة أوار الجزائر.
114. بغداد بن ديدة (2011)، الدور التربوي للقنوات الدينية لدى الشباب، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص علم اجتماع، جامعة عبد الحميد بن باديس، الجزائر
115. بن جديدي سعاد (2016)، علاقة مستوي النرجسية بالادمان على شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك لدى المراهق الجزائري، أطروحة دكتوراه الطور الثالث (ل.م.د)، علم نفس، تخصص علم نفس عيادي، جامعة خيضر بسكرة، الجزائر.
116. بوخنوفة ياقوت (2017)، الحركة الجمعوية والعمل التضامني بالجزائر، مذكرة ماجستير، تخصص علم الاجتماع السياسي، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، سطيف.
117. بياضي محي الدين (2012)، المجتمع المدني في دول المغرب العربي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية تخصص دراسات مغربية. بسكرة.

118. تومي فضيلة، (2015)، اثر شبكات التواصل على تشكيل الهوية الافتراضية دراسة ميدانية لتمثالات عينة المستخدمين لموقع face book أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في علوم إعلام واتصال، جامعة الجزائر.
119. حسين فخري إبراهيم أقطم (2014)، معوقات مشاركة المرأة في العمل التطوعي من وجهة نظر المتطوعين والعاملين في مؤسسات المجتمع المدني في محافظة نابلس، مذكرة الماجستير في دراسات المرأة، بكلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين.
120. حمايدية سارة (2015)، الطفل الجزائري وشبكات التواصل الاجتماعي ، رسالة الماجستير، علوم الإعلام والاتصال، تخصص إعلام والاتصال، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، الجزائر.
121. حنيش فيروز (2008)، إشكالية المجتمع المدني والتحول الديمقراطي في الجزائر 1989-2005، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، جامعة باتنة، الجزائر.
122. خديجة ياسين احمد مسودة (2017)، العمل التطوعي العمل التطوعي الالكتروني الافتراضي كما يدركه طلبة جامعة القدس وسبل تطويره
123. خلفاوي حسين (2022)، إسهام الرأس المال الاجتماعي للأستاذ الباحث في تشكيل معرفة العلمية ، أطروحة الدكتوراه، تخصص علم الاجتماع، جامعة ورقلة، الجزائر.
124. خلفه نادية (2005)، مكانة المجتمع المدني في الدساتير الجزائرية دراسة تحليلية قانونية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة باتنة. <https://drive.google.com/file>
125. داليا خلف الله يونس أحمد (2017)، المنظمات التطوعية ومدى استفادتها من وسائل التواصل الاجتماعي، رسالة ماجستير للعلوم والتكنولوجيا معهد تنمية الأسرة والمجتمع، خرطوم، جامعة السودان.
126. الدحدوح علاء (2012)، تصور مقترح لتوظيف الشبكة الاجتماعية فايسوك في الجامعات الفلسطينية، رسالة ماجستير منشورة كلية التربية، الجامعة الإسلامية، غزة
127. رشا أديب (2014)، آثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي للأبناء في محافظة طولكرم من وجهة نظر ربات البيوت، مذكرة للحصول بكالوريوس في كلية التنمية الاجتماعية والأسرية، تخصص خدمة اجتماعية، جامعة القدس المفتوحة، فرع طولكرم.
128. سعاد بن جديدي (2016)، علاقة مستوى النرجسية بالإدمان على شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك لدى المراهق الجزائري، أطروحة دكتوراه جامعة خيضر بسكرة، الجزائر.
129. سلمى حمدوك أحمد آدم (2018)، العلاقات العامة ودورها في العمل التطوعي دراسة حالة المنظمة الوقفية لرعاية الأيتام، مذكرة الماجستير، كلية علوم التكنولوجيا، تخصص إدارة العمل التطوعي، جامعة السودان.

130. سمر بنت محمد عزم الله المالكي (1431)، مدي إدراك طالبات العليا بجامعة أم القرى لمجالات العمل التطوعي للمرأة في المجتمع السعودي، مذكرة الماجستير في الأصول الإسلامية للتربية، كلية التربية، قسم التربية الإسلامية والمقارنة، مكة المكرمة.
131. شاوش أخوان جهيدة (2015)، واقع المجتمع المدني في الجزائر دراسة ميدانية لجمعية مدينة بسكرة أمودجا، تخصص علم اجتماع التنمية، جامعة بسكرة، الجزائر.
132. عبد العزيز بن محمد مسفر الغامدي (2009)، العمل الاجتماعي التطوعي من منظور التربية الإسلامية وتطبيقاته في المدرسة الثانوية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في التربية الإسلامية.
133. عبد الله بوصنوية (2011)، الحركة الجمعوية في الجزائر ودورها في ترقية طرق الخدمة الاجتماعية في مجال رعاية الشباب، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه.
134. عبد الله بوصنوية (2012)، الحركة الجمعوية في الجزائر ودورها في ترقية طرق الخدمة الاجتماعية في مجال رعاية الشباب، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم.
135. عبد الله ممدوح مبارك الرعود، (2012)، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، مذكرة ماجستير في الإعلام الشرق الأوسط، الأردن.
136. عديلة أمال (2011)، الفعل التطوعي في ظل التغيير الاجتماعي في الجزائر، رسالة الماجستير، علم اجتماع، تخصص التنظيم الديناميكيات الاجتماعية والمجتمع، جامعة ورقلة، الجزائر.
137. عوايشية نصر الدين (2016)، الحركة الجمعوية بين الفعل الثقافي والخدمة الاجتماعية دراسة أنثروبولوجية لجمعية الظهرة الثقافية بمارونة، تخصص أنثروبولوجية، جامعة وهران، الجزائر.
138. غمشي الزهرة (2018)، الرأس المال الاجتماعي الافتراضي قراءة في سوسيولوجيا العلاقات الاجتماعية في مواقع الشبكات الاجتماعية، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه طور الثالث ل.م.د، في الإعلام والاتصال تخصص دراسات في الإعلام الجديد.
139. محمد زينو، رنده، (2007)، العمل التطوعي في السنة النبوية، مذكرة ماجستير في الحديث الشريف وعلومه، كلية أصول الدين الجامعة الإسلامية، غزة، إشراف:
140. محمود هشام الدحلة (2018)، دور صفحة وحدة مكافحة الجرائم الالكترونية على موقع الفيسبوك في التوعية الأمنية (دراسة تحليلية)، مذكرة ماجستير في الإعلام، صحافة والإعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.
141. معلوي بن عبد الله، الشهراني، (2006)، العمل التطوعي وعلاقته بأمن المجتمع، مذكرة ماجستير في العلوم الاجتماعية، جامعة نايف للعلوم الأمنية، العربية السعودية، الإشراف:
142. مقدم زينب (2020)، العمل التطوعي ودوره في تعزيز قيم رأس المال الاجتماعي لدي فئة المتطوعين، أطروحة دكتوراه (ل.م.د) في العلوم الاجتماعية، تخصص علم اجتماع تنظيم وعمل، جامعة أدرار، الجزائر.

143. مونس أحمد (2018)، التأصيل الفلسفي لنظرية الاعتراف في الخطاب الغربي المعاصر أكسل نوهيث نموذجاً، أطروحة الدكتوراه، تخصص الفلسفة، جامعة وهران، الجزائر.
144. ناصر الحميد الأنصاري (2012)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في الانتخابات مجلي الأمة الكويتية الرابع عشر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الكويت.
145. نوي عمار (2010)، دور القيادة في إدارة العمل التطوعي الجماعي دراسة حالة لجمعيات، مذكرة الماجستير في تنمية الموارد البشرية بولاية برج بوعرييج، الجزائر.
146. وسام طایل البشاشة، (2013)، دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي وإشباعاتها (الفايسبوك وتويتر)، مذكرة ماجستير الصحافة والإعلام، جامعة البترا، الأردن.
147. وهابي كلثوم (2012)، التسويق في المنظمات غير الهادفة للربح، مذكرة الماجستير في العلوم الاقتصادية فرع تسيير المنظمات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس.
- 4- ملتقيات ومؤتمرات علمية
148. إبراهيم حسين (2001)، العمل التطوعي من منظور عالمي ورقة بحثية مقدمة في مؤتمر الثاني للتطوع حول المشاريع التنموية في المؤسسات الأهلية، الأولويات والتحديات يومي 23/24 جانفي 2001، الشارقة.
149. بركات وجدي (2005)، تفعيل الجمعيات الخيرية في ضوء سياسات الإصلاح الاجتماعي بالمجتمع العربي المعاصر، مداخلة مقدمة بالمؤتمر العلمي 18 حول الخدمة الاجتماعية وقضايا الإصلاح في المجتمع العربي المعاصر يومي 16-17 مارس 2005، كلية الخدمة الأبح، جامعة حلوان.
150. بشير سعد (2020)، الحكمة الدولية الدائمة تشارك، بحث وأوراق المؤتمر الأول للاستشراف العمل التطوعي في ظل التطور التكنولوجي و الرقمي، السعودية.
151. ديب محمد نجيب (1418)، التطوع مفهومه وأبعاده ومراميه وعلاقته بالرعايا الاجتماعية والعمل الاجتماعي والخدمة العامة (نظرة تحليلية وصفية)، أبحاث وأوراق عمل المؤتمر العلمي الأول للخدمات التطوعية بالمملكة العربية السعودية، المنعقدة بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
152. سمير جبوري (2020)، الشبكة السويدية تشارك في العمل التطوعي، أوراق بحث المؤتمر الأول الاستشراف العمل التطوعي في ظل التطور التكنولوجي والرقمي، السعودية.
153. سمير محمد عواودة (2014)، مواقع التواصل الاجتماعي الالكترونية الضوابط والآثار، مؤتمر وسائل التواصل الحديثة وأثارها على المجتمع ضمن محور الخامس، جامعة النجاح الوطنية.
154. طيبي أحمد، عزابي سميرة (2019)، المجتمع الافتراضي والعلاقات الأسرية، أوراق البحث المؤتمر الثاني حول المجالات التقليدية والحديثة وإنتاج الهوية الفردية والجماعية في المجتمع الجزائري.

155. عبد الله العلي النعيم(2000)،العمل الاجتماعي التطوعي مع التركيز على العمل التطوعي في المملكة العربية السعودية، أبحاث وأوراق مؤتمر العمل التطوعي والأمن 27 ألي 29 جمادي 1421هـ، الرياض، المملكة العربية السعودية.
156. عمار توفيق أحمد بدوي(2014)، أثر وسائل التواصل الحديثة على الدعوة(الفييسوك نموذجاً)، بحث مقدم لمؤتمر وسائل التواصل الحديثة و أثرها على المجتمع، كلية الشريعة بجامعة النجاح الوطنية.
157. عمر بن نصير البركاتي الششريف(1429)، العمل التطوعي وتأثيره في التنمية الاقتصادية، ندوة العمل التطوعي وتأثيره في التنمية الاقتصادية الرياض.
158. العمري علي أحمد، الصربصري(1997)، دخيل الله محمد، مفهوم الخدمة التطوعية ومجالاتها، أبحاث و أوراق عمل المؤتمر العلمي الأول للخدمات التطوعية، جامعة أم القرى، المملكة السعودية، مكة المكرمة.
159. محمد علي الصليبي(2014)، وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على المجتمع نظرة شرعية اجتماعية قانونية، مداخلة مقدمة بالمؤتمر العلمي الدولي السنوي الرابع لكلية الشريعة قسم الفقه والتشريع، وسائل جامعة النجاح الوطنية فلسطين.
160. مركز البحوث والدراسات بالغرفة(2003)، دور القطاع الخاص في تنمية وتطوير العمل التطوعي إدارة خدمة المجتمع بالغرفة التجارية الصناعية بالرياض نموذجاً، مداخلة مقدمة بالمؤتمر الرابع لجمعية متطوعي المنعقدة فترة23-24 مارس 2003 بإمارة الشارقة في دولة الإمارات العربية المتحدة.
161. نادية بن ورقلة(ب.س)، دور شبكات التواصل الاجتماعي وتنمية الوعي السياسي و الاجتماعي لدى الشباب العربي، محاضرة مقدمة، الجزائر، جامعة الجلفة.
162. وجدي محمد بركات(2005)، تفعيل الجمعيات الخيرية التطوعية في ضوء سياسات الإصلاح الاجتماعي بالمجتمع العربي المعاصر، أبحاث و أوراق المؤتمر العلمي الثامن عشر، كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان، مصر.
- 5- القواميس والمعاجم والموسوعات
<https://www.z-dz.com/>
163. إبراهيم مبيضين(2021)، فيسوك يتربع في الصدارة 2.8 مليار مستخدم في العالم ، مقال منشور في موقع الغد، متوفر على الموقع الإلكتروني: <https://alghad.com/> فيس- بوك- يتربع-في-الصدارة-2-8-مليار-مستخدم
164. ابن منظور أبو الفضل(1956)، لسان العرب، ط:3، دار صادر، بيروت.
165. ابن منظور، لسان العرب، المجلد11، دار بيروت للنشر والتوزيع، د/ط، د/س، ص.
166. أبي الفضل جمال الدين ابن منظور: لسان العرب، المجلد(8)، باب العين فصل الطاء، د.ط، دار صادر، بيروت لبنان، د.ث.

167. الاتحاد العربي للتطوع، ضمن الحملة العربية بيئتنا وطن لجنة اليونيسكو بمدرسة عالي الابتدائية للبنين بالبحرين تنفذ أنشطة توعبة حول البيئة،(2019)، مقال منشور في الاتحاد العربي للتطوع، متوفر على موقع:
168. أحلام(2019)، شارك تعزيز للمشاركة الفعالة والمستدامة، الجزائر، مقال منشور في موقع المساء، 02 أكتوبر 2019 متوفر على الموقع الإلكتروني: <https://www.el-massa.com/dz/>
169. أحمد أبي الحسين بن زكرياء بن فارس(1979)، معجم مقاييس اللغة، ج2، دار الفكر للطباعة والنشر، العراق.
170. أحمد السيد كردي(2012)، أهمية الاستفادة من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بمنظمات المجتمع المدني، مقال منشور ببوابة كنانة أو نلاين، متوفر على الموقع الإلكتروني <http://kenanaonline.com/users/ahmedkordy/>
171. أخبار الانترنت(2019)، آخر تحديثات الفايسبوك لعام 2019 حتى الآن ، مقال منشور 10 مارس، متوفر على الموقع الإلكتروني: <https://www.dimofinf.net/blog/>
172. أخبار اليوم (2020)، هذا عدد الجمعيات في الجزائر، مقال منشور في موقع أخبار اليوم، متوفر: <https://www.akhbarelyoum.dz/ar/200243/200300/287506-0>
173. إدريس، لارا(2017)، العمل التطوعي في بريطانيا .. واجب وطني، لندن: مقال منشور بجريدة العربي الجديدة، العدد ليوم 26 سبتمبر 2017، متوفر على الموقع الإلكتروني: <https://www.alaraby.co.uk/>
174. الإذاعة الجزائرية(2021)، مواقع التواصل الاجتماعي الوسيلة الأنجع للمرشحين لنشر برامجهم الانتخابية في ظل جائحة كورونا ، مقال منشور في موقع الإذاعة الجزائرية، متوفر على الموقع الإلكتروني: <https://www.radioalgerie.dz/news/ar/reportage/211839.html>
175. إيهاب خليفة(2020)، ملامح التحول الجيل الجديد للشبكات الاجتماعية ، مقال منشور في المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة ، في 12 ماي 2020 متوفر على الموقع الإلكتروني : <https://futureuae.com/ar-AE/Mainpage/Item/5580/generation9>
176. بلعربي غنية، زوقاي مونية (2020)، العمل التطوعي في ظل الأزمات أزمة كورونا نموذجاً، مقال منشور في المعهد المصري للدراسات، متوفر :
177. البيان، الواجب تشيد بتصدر الإمارات مؤشر الأداء البيئي عربيا ، (يونيو 2020)، مقال منشور على الموقع:
178. التطوع في أوروبا (2020)، تطوع وتعلم اللغة الرومانية مع منظمة ACT في رومانيا 2021 ، رومانيا: مقال منشور في موقع تطوع في أوروبا، 13 سبتمبر 2020 متوفر على موقع الإلكتروني: <https://www.tayark.com/2020/09/volunteer-in-Romania-with-ACT-Organization-in-2021.html>

179. التلفزيون الجزائري(2019)، المخطط الوطني للشباب لقاء لإثراء حوار وتبادل الأفكار بين وزير الشباب والرياضة والمنظمات الشبانية، مقال منشور في موقع التلفزيون الجزائري، متوفر على الموقع الإلكتروني: <https://www.entv.dz/>
180. الجزيرة نت، عشرات المبادرات العربية تنطلق لتخفيف آثار وباء كورونا، مقال منشور في الجزيرة نت، 2020/04/05، متوفر على موقع:
181. جمعية الشباب المتقف(2019)، المنبر الحر، الجزائر، منشور في صحة الجمعية الشباب المتقف، 2019 متوفر على الموقع الإلكتروني: [/https://www.facebook.com/aaji31](https://www.facebook.com/aaji31)
182. جوردون مارشال(2000)، موسوعة علم الاجتماع، المجلد الثاني، ترجمة محمد الجوهري، أحمد زايد، محمد محي الدين، محمود عبد الرشيد، عدلي السمرى، هناء الجوهري، الطبعة الأولى.
183. خليج أون لاين (2019)، إنفوجرافيك أحداث إحصائيات مستخدمي فيسبوك حول العالم 2019 ، مقال منشور على موقع خليج أون لاين، متوفر على الموقع: <https://alkhaleejonline.net/>
184. رندة محمد زينو(2020)، العمل التطوعي في السنة النبوية (دراسة موضوعية)، مقال منشور في مكتبة الألوكة، متوفر: <https://www.alukah.net/library/0/141737/>
185. رياض بن مهدي(2020)، نزيه برمضان تفعيل دور المجتمع المدني للتأسيس ديمقراطية تشاركية حققة، مقال منشور في الحياة العربية، 23 سبتمبر 2020 متوفر على الموقع الإلكتروني: <https://www.elhayatarabiya.net/ar/>
186. زاد دي زاد(2020)، استخدام الانترنت في الجزائر ، مقال منشور في موقع ZDZ في 26 فيفري 2020 متوفر على الموقع الإلكتروني :
187. سارة دبوسي(2018)، الصراع من أجل الاعتراف لأكسيل هونيث، مقال منشور في 1 ديسمبر 2018 متوفر على الموقع الإلكتروني: <https://couua.com/2018/12/01/6->
188. سالم الكتيبي(2020)، مستقبل وسائل التواصل الاجتماعي ، مقال منشور في صدي البلد ، في 19 افريل 2020 متوفر على الموقع الإلكتروني: <https://www.elbalad.news/4285309>
189. سالمى عبد المجيد، جهاد براهيمى(2019)، الترويج السياحي عبر وسائل التواصل الاجتماعي الفيسبوك نموذجاً ، مقال منشور في موقع ألفا متوفر على الموقع الإلكتروني: [https://aleph-](https://aleph-alger2.edinum.org/1706)
190. سكاى نيوز العربية(2020)، القطرية الخيرية ستار الدوحة، المفصوح لتمويل الإرهاب، مقال منشور في موقع سكاى نيوز العربية، متوفر :

191. سكاى نيوز(2020)،ماسنجر سلاح فيسبوك في محاربة كورونا، مقال منشور في 23/مارس/2020 على موقع سكاى نيوز العربية، متوفر على الموقع الإلكتروني: <https://www.skynewsarabia.com/technology>
192. سناح عبد الرحمان(2019) ،التطوع الرقمي،مقال منشور في موقع الاتصالات ومعلومات تكنولوجيا، 2019/11/18 متوفر على الموقع الإلكتروني: <https://titmag.net.ye/2019/11/18/6372>
193. الشرق، هيئة تنظيم الاتصالات تنفذ حملة خيرية لجمع الأجهزة الإلكترونية،(2019)،مقال منشور في شرق، متوفر على موقع:
194. شروق أونلاين(2021)، آخر إحصائيات مستخدمي الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر ، مقال منشور في موقع الشروق أونلاين متوفر على الموقع الإلكتروني: <https://www.echoroukonline.com/>
195. شنينو أماني (2018)، مبادرة عطاء تجربة تطوع رقمية للاحتذاء بها،السعودية: مقال منشور في شبكة الصحفيين الدوليين، 11 جوان 2018 متوفر على الموقع الإلكتروني: <https://ijnet.org/ar/story/>
196. شوقي دليمي(2020)، كيف ستغير العملات الرقمية المشفرة وجه التبرعات وعمل الجمعيات الخيرية، مقال منشور في بيتكوين العرب، في 2020/03/30، متوفر على الموقع الإلكتروني: <https://arab-btc.net/>
197. صحيفة الجزيرة السعودية(2013)، الإعلام التطوعي... وخدمة المجتمع، مقال منشور، متوفر على الموقع الإلكتروني <https://medadcenter.com/articles/4720>:
198. صوت المغرب (2020)، من كورونا إلى دستور في غياب الرئيس 10 أبرز أحداث شهدتها الجزائر في 2020 ، مقال منشور على موقع صوت المغرب، متوفر على الموقع: <https://www.maghrebvoices.com/algeria/2020/12/28/20>
199. عبد الرحمان العريبي،دور تقنيات المعلومات المتجددة في تمكين الجمعيات والهيئات الخيرية لإدارة الأزمات تحديات وفرص، متوفر على الموقع الإلكتروني: https://www.itu.int/en/ITU-D/Regional-Presence/ArabStates/Documents/events/2019/DRR/Dr%20Orainy_ARCO.pdf
200. عبد الرحمان سناح(2021)، هجمات الخيرية، مقال منشور في موقع تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، متوفر: <https://titmag.net.ye/2021/07/11/8446>
201. عبد الرزاق(2020)،رئيس الجمهورية يأمر بالتصدي للجرمة واللوبيات،مقال منشور في موقع الشروق اون لاين، 30 أوت 2020 متوفر على الموقع الإلكتروني: <https://www.echoroukonline.com/>

202. علي بن محمد الأنصاري(2019)، سياسة إدارة المتطوعين، مقال منشور في موقع الجمعية الخيرية بوادي فاطمة، متوفر: الجمعية الخيرية بوادي فاطمة.
203. علي عيسي، الوباري،(2020)، الوسائل الاجتماعية لاستقطاب المتطوعين (دراسة لوسائل استقطاب المتطوعين في الأعمال الاجتماعية التطوعية)، مقال نون بست، اليوم العالمي لمبادرات عربية ناجحة وثقافة بحاجة إلى تعزيز، مقال منشور في منتدى نون بوست، 05 ديسمبر 2018، متوفر على موقع:
204. عمر خليل(2018)، التطوع الإلكتروني ومستقبل العمل التطوعي، مقال منشور في موقع لينكد، متوفر على الموقع الإلكتروني:
205. عمرو بيومي (2019)، طلبة التقنية العليا ينفذون 1.2 مليون ساعة تطوع، الإمارات ،مقال منشور في موقع الإمارات اليوم، 25 مايو 2019 متوفر على موقع الإلكتروني: <https://www.emaratalyom.com/local-section/education/2019-05-25-A9>
206. عياش سنوسي(2019)، بوسم تحدي القمامة شاب جزائري ينتصر للبيئة ويحتاج العالم ، مقال منشور في موقع الجزيرة، متوفر على الموقع الإلكتروني: <https://www.aljazeera.net/news/miscellaneous/2019/3/28>
207. قانون 31-90 المتعلق بالجمعيات، المؤرخ في 17 جمادى الأولى 1417هـ الموافق ل 4 سبتمبر 1990، الجريدة الرسمية، العدد 53 سنة 1990.
208. كريستي بيربور(2020)، فيروس كورونا نصائح لحماية صحتك العقلية في ظل تفشي وباء، مقال منشور على قناة بي بي سي في 16 مارس 2020 ، متوفر على الموقع الإلكتروني: <https://www.bbc.com/arabic/science-and-tech-51901510>
209. كلثوم ببيمون(2020)، السياقات الثقافية الموجهة للهوية الرقمية في ضوء تحديات المجتمع الشبكي من التداول الافتراضي إلى الممارسة الواقعية، مقال منشور في على موقع مركز الدراسات الوحدة العربية، متوفر على الموقع الإلكتروني: <https://caus.org.lb/ar/>
- كمال المنشاوي(2021)، السياسة والإعلام والتواصل الاجتماعي تفاعل غير مسبوق مع الفلسطينيين في أمريكا ، مقال منشور في الجزيرة، متوفر على الموقع الإلكتروني: <https://www.aljazeera.net/news/politics/2021/5/21/>
210. مبارك نوري، البشير، (2009)، نظرات في العمل التطوعي، العربية السعودية، مقال منشور في منتدى لها اون لاين، العدد يوم: 12 أكتوبر 2009، متوفر على الموقع: <http://forum.lahaonline.com/showthread.php?t=103611>

211. محمد نور (2020)، إحصائيات استخدام السوشيل ميديا في الدول العربية 2020 ، مقال منشور على موقع الراج كوم، متوفر على الموقع:

212. مرزوقي عمر(2015)،المجتمع المدني والتحول الديمقراطي في الجزائر إشكالية الدور، مقال منشور في مركز الدراسات الوحدة العربية، متوفر على الموقع الإلكتروني: <https://caus.org.lb/ar/>

213. منتدى اللمة الجزائرية(2019)، أبردوب الجديد عملة رقمية من فيسبوك ، مقال منشور 02 سبتمبر، متوفر على الموقع الإلكتروني: <https://www.4algeria.com/forum/t/485378>

214. المنجد الأبجدي(1987)، دار النشر، الطبعة الخامسة، بيروت.

6- المواقع الإلكترونية

215. موقع العربي الجديد(2019)، من إنستغرام إلي تيك توك..... أبرز مواقع التواصل الاجتماعي المهيمنة هذا العقد، مقال منشور 31 ديسمبر، متوفر على الموقع الإلكتروني : <https://www.alaraby.co.uk>

216. موقع النجاح(2020)، إحصائيات مواقع التواصل الاجتماعي في عام 2020 ، مقال منشور في موقع النجاح ، في 16 فيفري 2020 متوفر على الموقع الإلكتروني : <https://www.annajah.net/>

217. نهار أون لاين (2018) ،سليمة سواكري تتكفل بذوي الاحتياجات الخاصة، مقال منشور في 2018/12/05 على موقع النهار أون لاين، متوفر على الموقع الإلكتروني: <https://www.ennaharonline.com>

218. وليد رشاد زكي(2015)، نظرية الشبكات الاجتماعية من الإيديولوجية إلى الميثودولوجية ، مقال منشور في موقع المنتدى العربي للعلوم الاجتماعية والإنسانية، متوفر على الموقع الإلكتروني: <https://socio.yoo7.com/t3886-topic>

يوسف حجازي(2017)، مدرسة فلسفة المجتمع المدني، مقال منشور في دنيا الوطن الفكر الاجتماعي في العصر الحديث، في 2017-03-28 الحلقة العشرون، متوفر على الموقع الإلكتروني: <https://pulpit.alwatanvoice.com>

219. <https://al-sharq.com/article/07/10/2019/->

220. <https://arabvu.org/index.php/afva/2019-10-15-08-54-19>

221. <https://eipss-eg.org>

222. <https://titmag.net.ye/2019/11/18/6372->

223. <https://www.albayan.ae/across-the-uae/news-and-reports/2020-06-06-1.3876771>

224. <https://www.aljazeera.net/news/miscellaneous/2020/4/5/>

225. <https://www.alrab7on.com/arabic-countries-social-media-statistics/>
226. <https://www.linkedin.com/pulse>
227. <https://www.noonpost.com/content/25761>
228. <https://www.skynewsarabia.com/middle-east/1399126->

7-المواقع باللغة الأجنبية

223.Sandy Adirondack ,Steve Simpson(2006),**just About Managing Effective Management for Voluntary ORGANIZATIONS AND COMMUNITY GROUPS,Routledge pub.**USA.

224.Marcel damesi (2009)**dictionary of media and communication** ME sharpe new york

225.chernobrov, dmitry (2018) "**digital volunteer networks and humanitarian crisis reporting**," digital journalism, 6(7).

226.Park, C. Johnstone, E.(2017). "**A framework for analyzing digital volunteer contributions crisis response efforts**" new media of society, 9(8).

ملاحق

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علم الاجتماع

استمارة استبيان

دور مواقع التواصل الاجتماعي في إعادة إنتاج الفعل التطوعي

إشراف الأستاذة /الدكتورة

بوزغاية باية

إعداد الطالب

بوخلخال فاروق

الزملاء والزميلات الكرام

تحية طيبة

يقوم الباحث بإعداد أطروحة دكتوراه بعنوان: دور مواقع التواصل الاجتماعي في إعادة إنتاج الفعل التطوعي عند الشباب- دراسة مسحية على عينة من المنخرطين ورؤساء الجمعيات الخيرية في الجزائر.

أرجو التكرم بالإجابة عن فقرات الاستبانة بموضوعية.. علما بأن كل ما يرد في إجاباتكم سيكون موضع احترام وتقدير وسوف يعامل بسرية تامة ولن يستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط.

ولكم جزيل الشكر والتقدير،،،،

الباحث

بوخلخال فاروق 2022

أولاً: البيانات الشخصية:

النوع الاجتماعي: ذكر أنثى

العمر:

المهنة:

اللغة المفضلة في المنشور: العربية فصحي اللغة فرنسية الدارجة لغة خليطه

المحور الأول: يساهم الفاييسبوك بدرجة كبيرة في إعادة إنتاج هوية افتراضية جديدة للجمعيات الخيرية في الجزائر.

رقم 1	الفقرات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
1-1	يساهم الفاييسبوك بإعطاء اسم مستخدم منفرد للجمعيات الخيرية (الهوية التصريحية).					
2-1	يساهم الفاييسبوك بإعطاء كلمة دلالية منفردة للجمعيات خيرية. (هوية تصريحية)					
3-1	يقدم الفاييسبوك للجمعيات الخيرية فرصة للتصريح بنوع النشاط الجمعية ومكانها.					
4-1	يصرح الفاييسبوك بشهر وسنة انخراط الجمعية. (الهوية التصريحية)					
5-1	يساهم الفاييسبوك بإظهار عدد متابعي صفحة الجمعية. (الهوية العددية)					
6-1	يساهم الفاييسبوك بإظهار عدد المعجبين بصفحة الجمعية. (الهوية العددية)					
7-1	يساهم الفاييسبوك في تقديم فرصة للنشاط وانخراط الجمعيات في مجموعات إلكترونية تعطيها هوية عددية نشطة ومختلفة.					
8-1	يساهم الفاييسبوك بتقديم حيز للتصريح بمكان الجمعية افتراضيا ويكون مطابق لتواجدها في الواقع. (هوية تصريحية)					
9-1	يساهم الفاييسبوك في إعطاء فرصة للتعريف بأهداف الجمعية افتراضيا.					
10-1	يساهم الفاييسبوك في إعطاء فرصة للإفتراد بشعار مميز ومنفرد للجمعية عن باقي الجمعيات.					
11-1	يسهل الفاييسبوك للجمعيات الخيرية استخدام واجهة مميزة ومختلفة تحمل هوية الجمعية إما صورة أو رمز أو كلمة.					
12-1	يساهم الفاييسبوك في التواجد اليومي للجمعية. (هوية نشطة)					
13-1	يساهم الفاييسبوك في إظهار عدد المعجبين بصورة واجهة الجمعية. (الهوية العددية)					
15-1	عدد مرات تغيير شعار الجمعية يعطيها هوية عددية منفردة عن باقي الجمعيات.					
16-1	تتمتع الجمعيات الخيرية بحرية في اختيار اللغة المناسبة للترويج لمجمل أنشطتها عبر الفاييسبوك.					
17-1	محتوي امایل الجمعية عبر الفاييسبوك يحمل هوية الجمعية إما في الاسم أو الرقم. (هوية تصريحية)					
18-1	يساهم الفاييسبوك في تقديم فرصة للجمعيات من أجل متابعة ونشر مجمل أعمالها أول بأول. (هوية النشطة)					
19-1	يحتوي شعار الجمعية عبر الفاييسبوك على رموز وكتابات تعبر عن هوية الجمعية المصرح بها.					
20-1	يتيح الفاييسبوك للجمعيات الخيرية استخدام رقم سري مركب ومنفرد يحافظ على هوية الجمعية من السرقة.					
21-1	يتيح الفاييسبوك للجمعيات الخيرية تقاسم ذكريات في نفس اليوم من السنوات السابقة لأهم أنشطتها. (هوية نشطة)					

					22-1	يتيح الفيسبوك للجمعيات الخيرية البقاء في اتصال مع أشخاص المعروفين وغير المعروفين لديها.
					23-1	يسهل الفيسبوك في استخدام والتصريح بصورة غلاف مميزة وتحمل هوية الجمعية وتختلف عن باقي الجمعيات.
					24-1	يساهم الفيسبوك في تسهيل ومعرفة عدد مرات تغيير صورة غلاف الجمعية. (الهوية العددية)
					25-1	يساهم الفيسبوك في إظهار الرابط الخاص بصفحة بالجمعية. (هوية تصريحية)
					26-1	يتيح الفيسبوك تقديم وصف مختصر للجمعية مما يعطيها هوية تصريحية منفردة.
					27-1	عدد الأحرف والأرقام والرموز المشككة لإمايل الجمعية والمصرح بها عبر صفحاتها يعطيها هوية عددية منفردة عن باقي الجمعيات.
					28-1	يتيح الفيسبوك للجمعيات تصميم شكل الشعار الجمعية بأشكال هندسية مختلفة يعطيها هوية تصريحية منفردة.
					29-1	يسهل الفيسبوك على الجمعيات استخدام وتغير في ألوان خلفية .
					30-1	يتيح الفيسبوك للجمعيات الخيرية من خلال شفافية الصفحة معرفة عدد مرات تغير اسم الصفحة. (هوية نشطة)
					31-1	يسهل الفيسبوك في معرفة عدد المعجبين والمشاركين بصورة تعريف الجمعية. (هوية عددية)
					32-1	يتيح الفيسبوك كتابة رقم هاتف الأرضي للجمعية والذي يحمل مفتاح الولاية. (هوية تصريحية)
					33-1	رقم الهاتف النقال المصرح به عبر صفحة الجمعية يكون رئيس الجمعية أو نائبه. (هوية تصريحية)

المحور الثاني: يساهم الفيسبوك بدرجة كبيرة في إعادة إنتاج ثقة بين الأفراد والجمعيات:

رقم 2	الفقرات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	أوافق	لا أوافق بشدة
1-2	يساهم الفيسبوك في إعطاء فرصة للجمعيات لقياس درجة ثقة الأفراد بها من خلال التعليقات والمشاركات والاعجابات بمنشوراتها.					
2-2	عدم التطابق بين الصورة والمنشور المروج له عبر صفحة الجمعية يقلل من درجة الثقة. الأفراد بها.					
3-2	يساهم الفيسبوك في إعطاء فرصة للجمعيات الخيرية في كسب ثقة الأفراد من أجل جمع أكبر عدد ممكن من التبرعات.					
4-2	أتاحت المعلومة المصورة التي تنشرها الجمعيات الخيرية عبر صفحاتها إلى إعادة إنتاج ثقة الفنانين والمؤثرين ورجال الأعمال.					
5-2	يتيح الفيسبوك للجمعيات الخيرية فرصة في إعادة إنتاج ثقة مع الممولين لمشاريع الجمعية.					
6-2	يتيح الفيسبوك للجمعيات الخيرية فرصة المشاركة في أنشطة تشاركية مع مؤسسات الدولة وكسب ثقته مثل وزارة الصحة، ووزارة الشباب والرياضة. الخ.					
7-2	يساعد الفيسبوك الجمعيات الخيرية على الوصول لكسب ثقة عدد كبير من رأس المال البشري وهذا ما يطلق عليه عدد متابعي الصفحة.					
8-2	تكريم الجمعية الخيرية الممثلة برئيسها هو دليل على ثقة الفرد والمجتمعما تروج له الجمعية عبر صفحاتها.					
9-2	دقة اختيار الجمعية لصورة تعريفية معبرة عن هويتها الافتراضية يزيد من ثقة الأفراد بها.					
10-2	يساهم الفيسبوك في إعطاء فرصة للجمعية أن تكرم وتستقبل في الإذاعة والتلفزيون نتيجة الجهود التي تروج لها عبر صفحاتها والتي هي من أرض الواقع.					
11-2	يقدم الفيسبوك للجمعيات الخيرية فرصة في كسب ثقة الشباب وتصحيح نظرهم الخاطئة للجمعيات من خلال استمالات عقلية					

					وعاطفية حول العمل التطوعي.
12-2					يقدم الفايسبوك فرصة للجمعيات من أجل التعريف بأهداف الجمعية ومشاريعها والذي ينعكس بدوره في كسب الثقة الفرد والمجتمع.
13-2					يعزز التواجد اليومي للجمعيات الخيرية عبر صفحاتها من ثقة الأفراد بها.
14-2					يتيح الفايسبوك للجمعيات الخيرية فرصة استخدام وسائط سمعية بصرية تزيد من كسب ثقة الأفراد والمجتمع.
15-2					النمو المتكرر لرأس المال البشري للجمعية عبر الفايسبوك هو مؤشر على ثقة الجمهور بأهدافها وأنشطتها وما تروج له.
15-2					يتيح الفايسبوك للجمعيات الخيرية فرصة لتقديم عروض مغرية للشباب من أجل إبراز قدراتهم الفنية والعلمية وكسب ثقتهم.
16-2					يتيح الفايسبوك للجمعيات الخيرية تقديم وصف مختصر عن الجمعية يعيد إنتاج الثقة بين الجمعية والأفراد والمجتمع بمؤسساته المختلفة.
17-2					تساعد الصور التي تنشرها الجمعيات الخيرية عبر صفحاتها على كسب ثقة الأسرة الجزائرية .
18-2					تساهم الفيديوهات التي تنشرها الجمعيات الخيرية فيتوعية المجتمع الجزائري بدور المرأة في العمل التطوعي وتعزز الثقة بها.
20-2					تعزز المنشورات الخاصة بحل المشاكل داخل المجتمع والتي تستخدمها الجمعيات من ثقة الفرد والمجتمع بها.
21-2					الاستعانة بشهادات المتطوعين عبر صفحاتها يعزز ثقة الأفراد بها.
22-2					استخدام الجمعية لبيانات إحصائية دقيقة يعيد إنتاج ثقة بها
23-2					عرض الجمعيات لحالات و رواية قصص عبر صفحاتها يعيد إنتاج ثقة.
24-2					استعانة الجمعيات الخيرية بخبراء وأطباء أثناء جانحة كورونا عبر صفحاتها عزز ثقة الأفراد بها.
25-2					تقديم الجمعيات لعروض عبر صفحاتها وتجسيدها في أرض الواقع يزيد الثقة بها.
26-2					قيام الجمعيات الخيرية بحوارات قصيرة من خلال بث مباشر يعزز الثقة بها.
27-2					أنشطة الجمعية المعن عنها في صفحاتها لمحاربة جانحة كورونا عزز ثقة الدولة والأفراد بها.

المحور الثالث: يساهم الفايسبوك بدرجة كبيرة في إعادة إنتاج مجالات جديدة أعطت انتشارا وشمولية للعمل التطوعي الجموعي في الجزائر

الرقم 3	الفقرات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	أوافق	لا أوافق بشدة
1-3	تعتبر الواسائط التكنولوجية الحديثة وسيلة لتسيير الأنشطة الإدارية الداخلية والخارجية للجمعيات وخاصة عبر مواقع التواصل الاجتماعي (فاكس، كومبيوتر، ناسخ الضوئي، طباعة، هاتف ذكي)					
2-3	يتيح الفايسبوك للجمعيات الخيرية استخدام وسائط متعددة للترويج الاجتماعي لمجمل أنشطتها من صور وفيديوهات وملصقات... الخ					
3-3	تحمل الصور والفيديوهات والملصقات التي تروج لها الجمعيات الخيرية لمسة إبداعية من قبل أعضاء الجمعية و المتخصصين.					
4-3	حتى تتميز الجمعيات الخيرية عن بعضها البعض تعتمد على متخصصين في تصميم الشعارات.					
5-3	يتيح الفايسبوك للجمعيات الخيرية استخدام العمل التطوعي الإلكتروني باستخدام شبكة الانترنت وجمع التبرعات .					
6-3	يتيح الفايسبوك للجمعيات خيرية اهتمام بمختصين في مجال تصميم مواقع الويب.(مجال تصميم)					

					7-3	يتيح الفيسبوك للجمعيات الخيرية تعزيز مجال المواطنة الرقمية من خلال إحياء المناسبات الدينية والوطنية. (مجال المواطنة الرقمية)
					8-3	يمكن للمتطوع الرقمي أن يكون عوناً في مجال التعبئة واحتواء أثناء جائحة كورونا. (مجال التعبئة)
					9-3	يساهم التطوع الإلكتروني من خلال مواقع التواصل الاجتماعي في تخطي عقبة الزمان والمكان للجمعيات الخيرية .
					10-3	يتيح الفيسبوك للجمعيات الخيرية فرصة الانتشار والشمولية. (مشروع شارك)
					11-3	يساهم الفيسبوك في إعطاء فرصة للجمعيات لاستقطاب الشباب إلكترونياً وإقناعهم بأهمية العمل التطوعي. (مجال استقطاب الإلكتروني)
					12-3	يتيح الفيسبوك للجمعيات خيرية اهتماماً بمتخصصين في مجال الأمن السيبراني وحماية هوية الجمعية من السرقة. (مجال الأمن السيبراني)
					13-3	يساهم الفيسبوك في إعطاء فرصة للجمعيات الخيرية اهتماماً بمتخصصين في مجال مراقبة المحتوى الرقمي والتدقيق اللغوي. (مجال مراقبة المحتوى)
					14-3	يتيح الفيسبوك للجمعيات الخيرية استخدام مجال لغوي جديد ومصطلحات جديدة. (مجال مصطلحات مواقع التواصل)
					15-3	يتيح الفيسبوك للجمعيات الخيرية فرصة للإعلان والإعلام عن أنشطتها أول بأول. (مجال الترويج الاجتماعي)
					16-3	يساهم الفيسبوك في إعطاء فرصة للجمعيات الخيرية للقيام بالعمل التشاركي مع مؤسسات الدولة. (مجال التشاركي)
					17-3	يتيح الفيسبوك للجمعيات الخيرية إدارة العمل التطوعي عبر الإنترنت. (الإدارة الإلكترونية)
					18-3	يتيح الفيسبوك للجمعيات الخيرية فرصة وضع لمسات إبداعية في الفيديوهات قبل عرضها على صفحاتها. (مجال مونتاج)
					19-3	يتيح الفيسبوك للجمعيات الخيرية الاستعانة بمصورين فوتوغرافيين حتى تقدم صورة جيدة. (مجال تصوير)
					20-3	يتيح الفيسبوك للجمعيات الخيرية إنشاء مشاريع تصل للعالمية (مجال تسيير المشاريع)
					21-3	يتيح الفيسبوك للجمعيات الخيرية فرصة أن يكون هناك أدمن متخصص في تصميم الويب والحماية من القرصنة.

المحور الرابع: يساهم الفيسبوك بدرجة كبيرة في تحفيز الشباب على العمل التطوعي في الجزائر.

الرقم 4	الفقرات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
1-4	يقدم الفيسبوك للجمعيات الخيرية فرصة تحفيز الشباب على مساعدة الآخرين من خلال الاطلاع على منشورات. السمععية البصرية حول فوائد العمل التطوعي.					
2-4	تحفز الجمعيات الخيرية عبر الفيسبوك الشباب دينياً باستخدام آيات قرآنية وأحاديث نبوية شريفة وملصقات دينية.					
3-4	تحفز الجمعيات الخيرية الشباب من خلال صفحاتها إنسانياً من خلال عرض حالات إنسانية.					
4-4	تحفز الجمعيات الخيرية الشباب عبر صفحاتها عن طريق عرض محتويات سمعية بصرية عن تجارب تطوعية محلية ووطنية وعالمية.					
5-4	يساهم الفيسبوك في إعطاء فرصة للجمعيات الخيرية من أجل استطلاع رأي الشباب وتخصيص مكان للاتصال والتعليق والمشاركة.					
6-4	يتيح الفيسبوك للجمعيات الخيرية فرصة تحفيز الشباب على					

				لعمل التطوعي عن طريق مجموعات إلكترونية.	
7-4				تحفز الجمعيات الخيرية الشباب عبر الفيسبوك عن طريق نشر أبحاث ودراسات حول فوائد العمل التطوعي.	
8-4				تحفز الجمعيات الخيرية الشباب بوضع رابط خاص بها من أجل الانخراط والتسجيل في معسكرات تطوعية تعليمية للشباب.	
8-4				تحفز الجمعيات الخيرية الشباب بعرض محتويات تعليمية عبر صفحة الفيسبوك الخاص بها.	
9-4				تحفز الجمعيات الخيرية الشباب بعرض صور الشباب المنخرط في الجمعية عبر صفحتها.	
10-4				تحفز الجمعيات الخيرية الشباب عبر صفحتها بتقديم عروض للمشاركة في أنشطة تطوعية ووضع استمارة إلكترونية للتسجيل.	
11-4				اعتراف الجمعيات الخيرية عبر صفحتها بدور شباب المساهم في النشاط التطوعي خيرى كتابيا بتقديم تشكرات يحفز الشباب للعمل التطوعي وينمي الرأس المال البشري.	
				تقديم الجمعية جوائز للشباب المشارك في النشاط التطوعي يحفزهم على العمل التطوعي.	
12-4				عرض الجمعية من خلال صفحتها فرص لخرجات سياحية هادفة محليا أو وطنيا وحتى دوليا يزيد من تحفيز الشباب.	
13-4				يتيح الفيسبوك للجمعيات الخيرية فرصة الشباب من أجل التنظيم والمشاركة في الأنشطة والمهرجانات الترفيهية.	
14-4				يتيح الفيسبوك للجمعيات الخيرية فرصة لتحفيز الشباب على المشاركة و احتواء جائحة كورونا بتقديم مساعدات وجمع التبرعات... الخ	
15-4				يتيح الفيسبوك للجمعيات الخيرية فرصة لتحفيز الشباب إجراء مسابقات في تخصصات مختلفة.	
16-4				يتيح الفيسبوك للجمعيات الخيرية عرض فرص لاكتشاف مواهب شبابية وتقديم مشاريع تطوعية.	
17-4				يتيح الفيسبوك للجمعيات الخيرية عرض مجمل الحفلات الدينية والوطنية وتحفيز الشباب من أجل المشاركة فيها.	
18-4				يتيح الفيسبوك للجمعيات الخيرية فرصة للاستعانة بشباب متخصصين في مجالات مختلفة سمعية بصرية، إدارة إلكترونية، الأمن الصيراني، العلاقات العامة، القانون... الخ	
19-4				يتيح الفيسبوك للجمعيات الخيرية تقديم مواضيع للشباب من أجل نقاش وتبادل أفكار واقتراحات جيدة.	
20-4				يتيح الفيسبوك للجمعيات الخيرية تحفيز الشباب على تقديم مساعدات عاجلة أثناء جائحة كورونا مثل حملة جمع المال لشراء مكثفات الهوائية للمستشفيات.	
21-4				يتيح الفيسبوك للجمعيات الخيرية نشر مواضيع وأخبار عن العمل التطوعي وحل المشكلات.	
22-4				يتيح الفيسبوك للجمعيات الخيرية فرصة لترويج لشخصيات شبابية نشطة في العمل التطوعي.	

الملحق رقم: 02

وزارة التعليم والبحث العلمي

جامعة قاصدي مرباح ورقلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علم الاجتماع

دليل المقابلة مع رئيس الجمعية

دور مواقع التواصل الاجتماعي في إعادة إنتاج الفعل التطوعي

إشراف الأستاذة /الدكتورة

بوزغاية باية

إعداد الطالب

بوخلخال فاروق

2022/2021

المحور الأول: البيانات العامة

1. المؤهل العلمي
2. سنة الانتماء إلي مشروع شارك
3. السن
4. جنس

المحور الثاني: تعرضنا في هذا المحور إلى كيف تساعد مواقع التواصل الاجتماعي في إعادة إنتاج هوية افتراضية للجمعيات الخيرية، الأمر الذي جعل الجمعيات الخيرية تتشكل لها هوية افتراضية ومن بين أنواع الهوية الموجودة:

1. الهوية العددية (عدد شبكات التواصل الاجتماعي التي تستخدمها الجمعية، عدد المجموعات التي تنخرط فيها الجمعية، عدد المنتسبين في صفحة الجمعية، أيام التي تقوم الجمعية بنشر وتسويق الجمعية لأنشطتها يوميا أسبوعيا شهريا، عدد المعجبين بصفحة الجمعية، عدد متابعين صفحة الجمعية، عدد المعجبين والمشاركين بصورة الجمعية.
2. الهوية النشطة (عدد مرات التي غيرت الجمعية شعارها، عدد مرات تغيير صورة الجمعية، التفاعل اليومي للجمعية في تسويق الاجتماعي لأنشطتها، مشروع تتميز به الجمعية، تصميم صفحة الجمعية، عدد المجموعات التي تنخرط فيها الجمعية، السنة التي انخرطت فيها الجمعية في مشروع شارك، عدد مرات تغيير الخلفية، سنة انخراط الجمعية عبر الفاييسبوك)
3. الهوية التصريحية (رقم الهاتف علي صفحة الجمعية، كلمات دلالية، تحديد الافتراضي لمكان الجمعية، كيفية كتابة امایل الجمعية، محتوى إمایل الجمعية، شكل شعار الجمعية، محتوى شعار الجمعية، مجال نشاط الجمعية، الفئة مستهدفة.

المحور الثالث: تعرضنا في هذا المحور إلى كيف تساعد مواقع تواصل الاجتماعي في إعادة إنتاج ثقة بين الأفراد والجمعيات:

1. زيادة عدد المنخرطين من جانفي 2020 إلى أوت 2021.
2. عدد الفتيات المنخرطين في الجمعية.
3. عدد ونوع الأنشطة التشاركية مع مؤسسات الدولة.
4. عدد الجمعيات المنخرطة مع الجمعية في أنشطتها.
5. ممولون لأنشطة الجمعية.
6. المعدل العمري للمنخرطين في الجمعية.
7. طريقة التطوع (مال، حسب الحاجة، العملة الالكترونية)

المحور الرابع: تعرضنا في هذا المحور إلى أن الفايسبوك ساعد الجمعيات في إعادة إنتاج مجالات جديدة أعطت انتشارا والشمولية للعمل التطوعي.

1. اهتمام الجمعية بمتخصصين في مجال السمعى البصرى والفوتوغرافى. (رسومات وتصوير فوتوغرافى، إنشاء مقاطع فيديو). أصبحت المعلومة مصورة لهذا قد تم تطور مجال السمعى البصرى والاهتمام به من قبل الجمعيات)
2. لجوء الجمعية لمتخصصين في المجال السيبراني حتى تحافظ على هويتها وخصوصيتها من السرقة.
3. الاستقطاب الالكتروني للشباب بمختلف الطرق .
4. التسويق الاجتماعى للجمعية.(مجال جديد)
5. طريقة التكوين خاصة مع جائحة كورونا (تكوين الافتراضى)
6. مجال التعاونى والتشاركى(مشروع شارك) .
7. مجال إدارة المواقع.
8. البرمجة وإنشاء رموز (تصميم رموز شعار الجمعية)
9. الحملات والتعبئة عبر الانترنت.
10. مجال الإدارة الالكترونية .

المحور الرابع: تعرضنا في هذا المحور إلى أن مواقع التواصل الاجتماعى(فايسبوك) دورا في تحفيز الشباب على العمل التطوعى فى الجزائر.

1. تخصيص الحيز للاتصال مع الشباب.
2. تقديم معلومات للشباب حول فائدة العمل التطوعى.
3. تقديم فرص للشباب من أجل إنعاش العمل التطوعى للجمعية.
4. طرق التحفيز الإيمانية للشباب.(قرآن الكرم، حديث النبوى الشريف)
5. تقديم تكوينات للشباب فى مجال العمل التطوعى..(أيام دراسية، مخيمات تطوعية،...الخ
6. الاستعانة بالشباب فى وقت الأزمات والكوارثجائحة كورونا.(إعطاء فرصة للشباب تقديم مساعدات مع جائحة كورونا)
7. عرض صور لشباب مشاركة فى أعمال تطوعية.

استمارة تحليل مضمون صفحة الجمعيات الخيرية في إعادة إنتاج الفعل التطوعي

ت	الفئات الرئيسية	الترميز	الفئات الفرعية	تقيس	لا تقيس	الملاحظة
1	فئة شعار الجمعية 4 فئة شكل شعار الجمعية	(1-01) (2-01) (3-01) (4-01)	دائري نجمة مربع هلال			
2	فئة لغة شعار الجمعية فئة الشكل لواجهة صفحة الجمعية فئة اللغة منشور	(1-02) (2-02) (3-02)	الفرنسية العربية فرنسية والعربية			
3	فئة العناصر التعريفية لصورة الغلاف	(1-3) (2-3) (3-3) (4-3)	العربية الفرنسية العامية ازدواجية اللغة			
04	فئة العناصر التعريفية في الصورة المصغرة للصفحة الرسمية للجمعية	(1-4) (2-4) (3-4) (4-4)	*إسم الجمعية *شعار الجمعية *الهوية التصورية *ألوان الجمعية			
05	فئة الابداع في صورة واجهة الجمعية	(1-5) (2-5) (3-5) (4-5)	*إسم الجمعية *شعار الجمعية *الهوية التصورية *ألوان الجمعية			
06	فئة الموضوعات	(1-6) (2-6)	*تحمل لمسات إبداعية *لا تحمل لمسات إبداعية			

					(1-7)		
				* اجتماعية	(2-7)	<u>فئة الأهداف</u>	07
				*ثقافية تربوية	(3-7)		
				*دينية	(4-7)		
				*صحية	(4-7)		
				سياسية	(1-8)	<u>فئة الجمهور المستهدف</u>	08
					(2-8)		
				*الإعلان والإعلام	(3-8)		
				*التواصل	(4-8)		
				*التوعية	(5-8)		
				*الترفيه		<u>فئة القيم</u>	
				*جمع عدد كبير من	(1-9)		
				المساعدات	(2-9)		09
					(3-9)		
				*أطفال	(4-9)		
				*الشباب	(5-9)		
				*العائلات			
				*المؤسسات			
				*غير محددة			
					(1-10)		10
					(2-10)		
				*إنسانية	(3-10)		
				اجتماعية	(4-10)	<u>فئة أساليب الإقناع</u>	
				*روح الأخوية	(5-10)		
				*قيمة حب	(6-10)		
				والتعاون			
				*قيمة التشاركية			
				*قيمة الثقة		<u>فئة الوسائط المستخدمة في</u>	
				وحسن النية		<u>المنشور</u>	11
				*قيمة ثقافية	(1-11)		
				تربوية	(2-11)		
					(2-11)		
				*إستمالات عقلية	(1-12)	<u>فئة عدد الإعجاب على</u>	
				*استمالات عاطفية	(2-12)	<u>منشور</u>	
				*استمالات عقلية و	(3-12)		12
				عاطفية	(4-12)		
				*فيديوهات	(5-12)		
				*صورة		<u>فئة عدد المشاريع الخيرية</u>	
				*نص		<u>باسم الجمعية</u>	
				*نص+صورة	(1-13)		13
				*نص+فيديو	(2-13)		
					(3-13)		
					(4-13)	<u>فئة عدد مشاركات المرأة في نشاط</u>	
				* (من 1 إلى 9)		<u>حسب الصورة والفيديو</u>	
				* (من 10 إلى		<u>المنشور</u>	
					(19)		14
				* (من 20 إلى	(1-28)	<u>فئة تطابق بين الصورة</u>	
					(2-28)	<u>والمنشور</u>	
				* (من 30 فما	(3-28)		
				فوق)	(4-28)		
					(5-28)		

						<u>فئة مجال استقطاب الإلكتروني للشباب للعمل التطوعي</u>	15
				* (من 1 إلى 9) * (من 10 إلى 19)	(1-15) (2-15) (3-15)		
				* (من 20 إلى 29)	(4-15)		
				* (من 30 فما فوق)	(1-16) (2-16)		16
				*41 من 56 منشور *47 من 56 منشور *42 من 56 منشور *45 من 56 منشور	(1-17) (2-17) (3-17) (4-17) (5-17)		17
				*متطابقة *غير متطابقة		<u>فئة مجال التعنية واحتواء أثناء جائحة كورونا</u>	
				*عرض إنجازات المؤسسة مرئيا وما تم تحقيقه *نشر كتب إلكترونيا للتحميل عن العمل التطوعي والجمعيات *نشر استمارات إلكترونيا للتسجيل. *عرض باستمرار عن خطط المنظمة واحتياجاتها للشباب. *عرض أعضاء الجمعية شباب	(1-18) (2-18) (3-18) (4-18) (5-18)	<u>فئة مجال الاعتراف الجمعية بدور الشباب</u>	18
				*تقديم وجبات للطاقم الطبي *تقديم مساعدات للعائلات المتضررة من الكوفيد والحراق *جمع التبرعات *حملات تحسيسية وندوات علمية	(1-19) (2-19) (3-19) (4-19) (3-19) (4-19)	<u>فئة تقديم فرص ابتكارية للشباب</u>	19
				*عروض صور وفيديو هاتشباب الجمعية وهو يقوم بنشاطه *إعتراف الجمعية من خلال تقديم تشكرات كتابية وصور عبر صفحتها *الاستعانة بالشباب وقت الأزمات والشدائد من أجل إبراز قدراته	(1-20) (2-20) (1-20) (2-20)	<u>فئة مجال المواطنة الرقمية</u>	20
				*مسابقات *ورشات وندوات تعليمية. *تخصيص مكان في	(1-21) (2-21)	<u>فئة الابداع في صورة الواجهة</u>	21
						فئة القطاعات والمشاهير	

				صفحة الجمعية للاتصال وأستقبال إبداعات الشباب. *مشاريع.	(1-22) (2-22) (3-22) (4-22) (5-22) (6-22)	التي تشارك الجمعيات	22
				فيديو وصورة معدلة فيديو وصورة غير معدلة	(1-23) (2-23)		23
				*إحياء مناسبات دينية *إحياء مناسبات وطنية وعالمية. *التعزية. *تقديم الكر والتنهاني	(1-24) (2-24) (3-24) (4-24) (4-24)		24
				تحمل لمسات إبداعية لا تحمل لمسات إبداعية			
				*قطاع الصحة *قطاع الشباب والرياضة. *اليونيسكو. *قطاع التربية. *الجمعيات. *مشاهير.			

الملحق رقم 04

الصدق والثبات: المحور الأول:

الاتساق الداخلي:

رقم الفقرة	قيمة الارتباط	مستوى الدلالة Sig
01	*0.54	0.002
02	*0.691	0.000
03	*0.53	0.003
04	0.288	0.122
05	*0.545	0.002
06	*0.545	0.002
07	*0.594	0.001
08	*0.711	0.000
09	*0.494	0.005
10	*0.676	0.000
11	*0.600	0.000
12	*0.694	0.000
13	*0.69	0.000
14	*0.414	0.023
15	0.159	0.400
16	*0.485	0.007

0.003	*0.519	17
0.000	*0.627	18
0.000	*0.665	19
0.001	*0.59	20
0.000	*0.646	21
0.000	*0.613	22
0.000	*0.69	23
0.003	*0.53	24
0.000	*0.86	25
0.000	*0.717	26
0.000	*0.608	27
0.000	*0.69	28
0.000	*0.60	29
0.000	*0.665	30
0.001	*0.565	31
0.001	*0.584	32

الملحق رقم 05

الصدق والثبات: المحور الثاني:

الاتساق الداخلي:

رقم الفقرة	قيمة الارتباط	مستوى الدلالة Sig
01	*0.506	0.004
02	*0.746	0.000
03	*0.602	0.000
04	*0.84	0.000
05	*0.867	0.000
06	*0.807	0.000
07	*0.785	0.000
08	*0.675	0.000
09	0.233	0.216
10	*0.651	0.000
11	*0.850	0.000
12	*0.768	0.000
13	*0.705	0.000
14	*0.722	0.000
15	*0.709	0.000
16	*0.381	0.038
17	*0.679	0.000
18	*0.709	0.000
19	*0.60	0.000
20	*0.656	0.000
21	*0.583	0.001
22	*0.728	0.000
23	*0.503	0.005
24	*0.601	0.000
25	*0.736	0.000
26	*0.682	0.000
27	*0.576	0.001

الملحق رقم 06

الصدق والثبات: المحور الثالث:

الاتساق الداخلي:

رقم الفقرة	قيمة الارتباط	مستوى الدلالة Sig
01	*0.542	0.002
02	*0.574	0.001
03	*0.724	0.000
04	*0.551	0.002
05	*0.664	0.000
06	*0.714	0.000
07	*0.840	0.000
08	*0.742	0.000
09	*0.756	0.000
10	*0.746	0.000
11	*0.738	0.000
12	*0.862	0.000
13	*0.666	0.000
14	*0.712	0.000
15	*0.798	0.000
16	*0.758	0.000
17	*0.740	0.000
18	*0.761	0.000
19	*0.799	0.000
20	*0.475	0.008
21	0.321	0.084

الملحق رقم 07

الصدق والثبات: المحور الرابع:

الاتساق الداخلي:

رقم الفقرة	قيمة الارتباط	مستوى الدلالة Sig
01	0.109	0.566
02	*0.542	0.002
03	*0.732	0.000
04	*0.835	0.000
05	*0.441	0.015
06	*0.68	0.000
07	*0.589	0.001
08	*0.807	0.000
09	*0.821	0.000
10	*0.795	0.000
11	*0.702	0.000
12	*0.801	0.000
13	*0.601	0.000
14	*0.671	0.000
15	*0.729	0.000
16	*0.779	0.000

0.000	*0.727	17
0.000	*0.756	18
0.000	*0.755	19
0.000	*0.791	20
0.000	*0.746	21
0.000	*0.696	22
0.001	*0.579	23
0.000	*0.654	24

الملحق رقم 08

الصدق التمييزي للمقياس:

الدرجات	N	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T	Sig	مستوى الدلالة	درجة الحرية	إتخاذ القرار
الدنيا	10	397.90	25.83	-8.33	0.000	0.05	18	دال إحصائيا
العليا	10	485.80	21.12					

الملحق رقم 09

معامل الارتباط بين نصفي المقياس:

معامل الارتباط قبل التصحيح	تصحيح معامل الارتباط بمعادلة سبيرمان - براون	
0.937	0.967	قيمة معامل الثبات

إختبار T للفرضية الاولى:

T	مستوى المعنوية Sig	مستوى الدلالة	المتوسط الفرضي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية
55.618	0.000	0.05	84	116.05	10.67	342

إختبار T للفرضية الثانية:

T	مستوى المعنوية Sig	مستوى الدلالة	المتوسط الفرضي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية
52.009	0.000	0.05	75	105.20	10.75	342

إختبار T للفرضية الثالثة:

T	مستوى المعنوية Sig	مستوى الدلالة	المتوسط الفرضي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية
54.151	0.000	0.05	60	84.42	8.35	342

إختبار T للفرضية الرابعة:

T	مستوى المعنوية Sig	مستوى الدلالة	المتوسط الفرضي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية
58.458	0.000	0.05	69	97.70	9.09	342