

Université Mustapha Stambouli
Mascara



جامعة مصطفى اسطمبولي
معسكر

كلية: العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم: علم الاجتماع.
مخبر: البحوث الاجتماعية والتاريخية.

أطروحة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث

تخصص: علم اجتماع الاتصال.
فرع: علوم اجتماعية

العنوان:

العمل الخيري ومواقع التواصل الاجتماعي
دراسة سوسيولوجية لبعض الجمعيات الخيرية

يوم:.....

تقديم الطالبة: يطو إيمان

لجنة المناقشة:

جامعة معسكر	رئيسا	أستاذ التعليم العالي	- سولمية نورية
جامعة معسكر	مشرفا ومقررا	أستاذ التعليم العالي	- جيلاني كوبيبي معاشو
جامعة معسكر -	مناقشا	أستاذ محاضر أ	- عبيد محمد
جامعة معسكر	مناقشا	أستاذ محاضر أ	- صدراتي كلثوم
جامعة سيدي بلعباس	مناقشا	أستاذ محاضر أ	- سهالي محمد
جامعة وهران 02	مناقشا	أستاذ محاضر أ	- العراجي عبد الكريم

السنة الجامعية: 2025 / 2026

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا ارْكَعُوا وَاسْجُدُوا وَاعْبُدُوا رَبَّكُمْ وَافْعَلُوا الْخَيْرَ لَعَلَّكُمْ

تُفْلِحُونَ ﴿٧٧﴾ الحج 77

فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ ﴿٧٧﴾ الزلزلة 7

﴿٧٧﴾ لَيْسَ عَلَيْكَ هُدَاهُمْ وَلَكِنَّ اللَّهَ يَهْدِي مَنْ يَشَاءُ ۗ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ خَيْرٍ فَلِأَنْفُسِكُمْ ۗ

وَمَا تُنْفِقُونَ إِلَّا ابْتِغَاءَ وَجْهِ اللَّهِ ۗ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ خَيْرٍ يُوَفَّ إِلَيْكُمْ وَأَنْتُمْ لَا تُظْلَمُونَ ﴿٧٧﴾

البقرة 272

أَيَّامًا مَّعْدُودَاتٍ ۗ فَمَنْ كَانَ مِنْكُمْ مَّرِيضًا أَوْ عَلَىٰ سَفَرٍ فَعِدَّةٌ مِّنْ أَيَّامٍ أُخَرَ ۗ وَعَلَىٰ الَّذِينَ

يُطِيقُونَهُ فِدْيَةٌ طَعَامُ مِسْكِينٍ ۗ فَمَنْ تَطَوَّعَ خَيْرًا فَهُوَ خَيْرٌ لَّهُ ۗ وَأَنْ تَصُومُوا خَيْرٌ لَّكُمْ

إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿١٨٤﴾ البقرة 184

شكر وتقدير

إلى الأستاذ الفاضل: جيلاني كويبي معاشو

أشكرك على كل ما قدمته لي من دعم علمي متواصل وإشراف دقيق وتوجيهات نابغة من خبرة

واسعة ومعرفة عميقة ، لقد كان لحرصكم ومتابعتكم المستمرة الأثر الكبير في انجاز هذا

العمل بالشكل العلمي الذي أطمح إليه.

أشكرك على سعة صدرك وكرم علمك وتشجيعك الدائم خلال مسيرتي البحثية داعية الله أن

يجزيك عني خير الجزاء ويجعل ما قدمته في ميزان حسناتك.

فشكرا من القلب ولك مني في هذا العمل أثر لا يمحي ومكانة لا تندثر

جزاك الله خير الجزاء وبارك في علمك وجهودك.

كما أتقدم بخالص الشكر والتقدير إلى السادة أعضاء لجنة المناقشة الموقرة على تفضلهم

بقبول قراءة هذه الأطروحة ومناقشتها ، وعلى ما بذلوه من وقت وجهد في سبيل تقييم هذا

العمل العلمي.

إهداء

إلى والدي العزيزين:

إلى من غرسا في قلبي العلم ، وزرعا في طريقي قيم الصبر والاجتهاد
إلى أمي الحنون التي علمتني أن بالإيمان والإرادة لا شيء مستحيل وإلى أبي قدوتي الأولى،
ودعمه المتواصل لي كان دعامة أساسية في كل انجاز
إلى من كان سندي في كل خطوة إلى زوجي وقرّة عيني رفيق دربي شكرا لوقوفك بجانبني
ولمساندتك التي كانت لي عوناً في كل لحظة، لقد كنت دائماً الدافع الذي يمنحني القوة،
والأمان الذي أعود إليه مهما اشتدت الصعاب

إلى ولدي يونس و إلياس حلم كبير معي ونور أنار دربي في أحلك اللحظات كنتما مصدر قوتي
وباعث الأمل في نفسي كلما تعثرت أو شعرت بالتعب .
أسأل الله أن يبارك لكما في العمر والعلم، ويجعلكما من الصالحين النافعين، وأن يكون هذا
الجهد بذرة علم تثمر فخراً لكما ذات يوم .

التضامن الإجماعي هو الرابط الذي يحافظ على تماسك المجتمع
(دوركايم، 1893، 129)

القيم توجه الفعل الإجماعي وتمنحه معناه
(فيبر، 1971، 28).

فهرس المحتويات

.....	شكر وتقدير.....
.....	إهداء.....
.....	فهرس المحتويات.....
.....	فهرس الجداول.....
أ.....	مقدمة:.....
3.....	الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة.....
4.....	1-أهمية الدراسة:.....
5.....	2-أهداف الدراسة:.....
5.....	3-أسباب اختيار الموضوع:.....
6.....	4-إشكالية الدراسة:.....
7.....	5-الفرضيات:.....
7.....	6-الدراسات السابقة:.....
23.....	8-المقاربة النظرية:.....
28.....	9-تحديد المفاهيم الإجرائية:.....
29.....	10-الإجراءات المنهجية للدراسة:.....
29.....	10-1-منهج الدراسة:.....
30.....	10-2-أدوات جمع البيانات:.....
32.....	10-3-مجتمع الدراسة:.....
34.....	10-4-مجالات الدراسة:.....
36.....	11-صعوبات الدراسة:.....
37.....	خلاصة الفصل:.....
38.....	الفصل الثاني: العمل الخيري ومواقع التواصل الاجتماعي.....

39	تمهيد:
40	I- الأسس النظرية للعمل الخيري:
40	1-تعريف العمل الخيري ومجالاته:
40	أ-تعريف العمل الخيري:
43	ب-مجالات العمل الخيري:
44	2-التطور التاريخي للعمل الخيري:
50	3-خصائص العمل الخيري وأهميته:
50	ب-الخصائص:
52	ب-الأهمية:
53	4- أنواع العمل الخيري:
55	5-أهداف العمل الخيري ودوافعه:
55	أ-الأهداف:
56	ب-دوافعه:
56	6-آثار العمل الخيري ومعوقاته:
56	أ-الآثار:
58	ب-المعوقات:
60	II-مواقع التواصل والتضامن الاجتماعي:
60	1-تعريف مواقع التواصل الاجتماعي:
62	2-نشأة مواقع التواصل الاجتماعي:
66	3-خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

- 4-خدمات وأدوار مواقع التواصل (التضامن) الاجتماعي وأهميتها:68
- أ-الخدمات والأدوار:68
- ب -الأهمية:69
- 5-إستراتيجية مواقع التواصل الاجتماعي في دعم العمل الخيري عبر موقع الفيسبوك:....70
- 6-أثر الإعلام لرقمي على نشر قيم التضامن الاجتماعي:72
- خلاصة الفصل:74
- الفصل الثالث:فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي ومساهمتها في دعم الجمعيات الخيرية 75
- تمهيد:76
- I-الإطار العام للجمعيات الخيرية:77
- 1-التطور التاريخي لنشأة الجمعيات الخيرية وتعريفها:77
- أ- التطور التاريخي:77
- التطور التاريخي للنشاط الجمعي في الجزائر:78
- ب-مفهوم الجمعية:82
- 2-واقع ومراحل تأسيس الجمعية الخيرية:84
- أ-واقع التأسيس:84
- ب-مراحل التأسيس:85
- 3-مجالات وأنشطة الجمعيات الخيرية:86
- 4-أهداف الجمعيات الخيرية:88
- 5-عناصر الجمعية الخيرية:89
- 6-أنواع وخصائص الجمعيات الخيرية:91

91	أ- الأنواع:
94	ب- خصائص و مميزات الجمعيات الخيرية:
96	II- عرض وتحليل النتائج:
96	1- تقديم عام للجمعيات الخيرية عينة الدراسة:
99	2- تحليل استراتيجيات الجمعيات الخيرية عبر موقع الفيسبوك:
115	3- عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية:
115	3-1- الاستثمار:
136	3-2- تحليل المقابلات:
149	3-3- تحليل الملاحظات:
150	4- مناقشة نتائج الدراسة (الفرضيات):
151	4-1- الفرضية الأولى:
152	4-2- الفرضية الثانية:
153	3-3- الفرضية الثالثة:
156	5- النتائج المستخلصة من الدراسة:
157	6- التوصيات:
160	خاتمة:
163	قائمة المراجع:
176	الملاحق:
204	الملخص:

فهرس الجداول

- الجدول 1: يوضح المبحوثين الذي اجريت معهم المقابلات: 31
- الجدول 2: يوضح الحركة الجموعية في الجزائر منذ بداياتها الى سنة 1962: 82
- الجدول 3: يوضح الجمعيات الخيرية مجتمع الدراسة: 96
- الجدول 4: خاص بوصف صفحة جمعية للخير نسعى عبر موقع الفيسبوك: 99
- الجدول 5: خاص بوصف صفحة جمعية ناس الخير عبر موقع الفيسبوك: 102
- الجدول 6: خاص بوصف صفحة جمعية سرور الخيرية عبر موقع الفيسبوك: 105
- الجدول 7: خاص بوصف صفحة جمعية إيلاف عبر موقع الفيسبوك: 107
- الجدول 8: خاص بوصف جمعية البسمة عبر موقع الفيسبوك: 111
- الجدول 9: يوضح توزيع العينة حسب الجمعيات الخيرية: 115
- الجدول 10: يوضح توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس: 116
- الجدول 11: يوضح توزيع المبحوثين حسب متغير الفئات العمرية: 116
- الجدول 12: يوزع توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي: 117
- الجدول 13: يوضح توزيع العينة حسب متغير الخالة العائلية: 118
- الجدول 14: يوضح توزيع المبحوثين حسب متغير الحالة المهنية: 119
- الجدول 15: يوضح توزيع المبحوثين حسب عضويتهم بالجمعية التي ينضون بها: 121
- الجدول 16: يوضح نشاط الجمعية: 122
- الجدول 17: يوضح المجالات التي تشارك فيها الجمعية: 123
- الجدول 18: يوضح جوانب العمل الخيري: 124
- الجدول 19: يوضح طبيعة مجال العمل الخيري في الجمعية: 124
- الجدول 20: يوضح اعمال ونشاطات الجمعية مع الزملاء: 125
- الجدول 21: يوضح سماح العمل الخيري بتكوين علاقات خارجية: 125

- الجدول 22: يوضح الوسيلة التي يعتمد عليها اعضاء الجمعيات في الاتصال: 126
- الجدول 23: يوضح افتتاح النقاشات حول النشاطات: 127
- الجدول 24: يوضح التنسيق مع الجمعيات الاخرى: 127
- الجدول 25: يوضح مستوى نشاط الجمعيات عبر مواقع التواصل الاجتماعي: 128
- الجدول 26: يوضح مدة استخدام الجمعية لمواقع التواصل الاجتماعي: 128
- الجدول 27: يوضح اللغة المستخدمة في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي: 129
- الجدول 28: يوضح طبيعة العمل الخيري الي تهتم به شبكات التواصل الاجتماعي: 130
- الجدول 29: يوضح الدور الذي تؤديه الجمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي: 130
- الجدول 30: يوضح نسبة نجاح مواقع التواصل الاجتماعي في استقطاب فاعلي الخير: 132
- الجدول 31: يوضح الدعم الذي تقدمه مواقع التواصل الاجتماعي للجمعية: 132
- الجدول 32: يوضح طبيعة اعتماد الجمعية في صفحاتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي: 133
- الجدول 33: يوضح توفر صفحة الجمعية عبر المواقع المعلومات الضرورية: 134
- الجدول 34: يوضح تمثلات أفراد العينة لمدى اهتمام مواقع التواصل الاجتماعي بالعمل
الخيري: 135

فهرس الأشكال

- الشكل 2 :يمثل العناصر المكونة للجمعية الخيرية.....90
- الشكل 3يمثل انواع الجمعيات الخيرية.....93

مقدمة عامة

مقدمة:

في العصر الرقمي الذي نعيشه اليوم، لم تعد وسائل التواصل الاجتماعي مجرد أدوات للتواصل والترفيه، بل تحولت إلى منصات فاعلة في مجالات متعددة من أبرزها العمل الخيري، حيث ساهمت هذه الوسائل بشكل كبير في إحداث نقلة نوعية في طريقة تقديم وترويج المبادرات الإنسانية، من خلال قدرتها على الوصول السريع والواسع إلى مختلف شرائح المجتمع، وتسهيل التفاعل بين الأفراد والمؤسسات الخيرية، ومنه أصبح اليوم من السهل نشر حملة أو إطلاق نداء إنساني في دقائق معدودة مما يسهم في تحفيز الناس على التبرع أو التطوع أو حتى مجرد إعادة نشر المحتوى لدعم قضية معينة.

ومما لا شك فيه أن العمل الخيري عبر هذه المنصات (الفيسبوك، تويتر، انستغرام، .. الخ) قد ساعد في تسليط الضوء على قضايا كانت مهمشة، وساهم في توسيع دائرة العطاء والرحمة، معتمدا على قوة الكلمة والصورة والتأثير العاطفي، كما ساعدت مواقع التواصل الاجتماعي على تقريب المسافات بين الجمعيات الخيرية والجمهور فباتت مؤسسات الإغاثة والمبادرات الخيرية تنشر تقاريرها وأنشطتها أولا بأول، مما عزز الشفافية وزاد من ثقة المتابعين، وهكذا لم يعد العمل الخيري مقتصرًا على النخب أو المؤسسات الكبرى، بل أصبح فضاءً مفتوحًا لكل من يملك نية العطاء ولو بكلمة أو مشاركة. إضافة إلى ذلك وفرت منصات التواصل الاجتماعي أدوات تفاعلية قوية: مثل خاصية البث المباشر، الاستطلاعات، مما أتاح للجهات الخيرية فرصة للتواصل المباشر مع المتابعين والرد على استفساراتهم، وإشراكهم في تفاصيل الحملات لحظة بلحظة، هذا التفاعل خلق نوعًا جديدًا من العلاقة بين المتبرع والمستفيد تقوم على الثقة المتبادلة .

وعليه من أبرز ما يميز العمل الخيري عبر مواقع التواصل الاجتماعي هو قدرته على إشراك فئات لم تكن منخرطة سابقًا في التطوع خصوصًا الشباب الذي يمثل فئة عمرية لها دورها داخل المجتمع، بما تحمله في طياتها من بذور الأمل في بناء المستقبل للأمة لأنها تملك القدرة على العمل والتغيير على نحو أفضل فيما يتوافق مع متطلبات مجتمعه ومن أكثر الفئات المجتمعية الداعمة لهذا النوع من العمل وأكثرها استخدامًا لمواقع التواصل الاجتماعي في حياتهم اليومية، فمن هذا المنطلق كانت لهذه الأخيرة الأثر البارز في تنمية وعيهم من خلال قيامهم بإنشاء صفحات خاصة عليها أين وجدوا مساحة للتعبير عن إنسانيتهم، والمساهمة بما يستطيعون ولو عبر زر " مشاركة " قد يغير حياة شخص ما.

من هنا انصب الاهتمام على دراسة أهمية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل العمل الخيري من خلال البحث عن الأثر المتبادل بينهما في ظل أحد أعم وأشهر وسيلة تواصل اجتماعية

وهي الفيسبوك، ولمعالجة هذا الموضوع تم تقسيم محتوى بحثنا إلى ثلاث فصول رئيسية تناول كل منها جانباً محدداً من موضوع البحث وفق التدرج المنهجي من الإطار النظري إلى التحليل الميداني على النحو التالي:

الفصل الأول : الإطار النظري للدراسة واحتوى على أهمية الموضوع وأهداف الدراسة ثم الإشكالية وفرضياتها إضافة إلى المقاربة النظرية والدراسات السابقة التي قسمت إلى: دراسات عربية، جزائرية وأخيراً دراسات أجنبية ثم يتم التعقيب عليها إضافة إلى الإجراءات المنهجية للدراسة وفي الأخير يتم التطرق إلى مفاهيم الدراسة وصعوباتها.

الفصل الثاني الذي جاء تحت عنوان العمل الخيري ومواقع التواصل الاجتماعي قسم إلى مبحثين حيث يتم دراسة متغير العمل الخيري كمبحث من خلال تعريفه والتطرق إلى التطور التاريخي لنشأته في الحضارات القديمة والأديان السماوية والمجتمعات الإقطاعية والصناعية ثم المعاصرة، إضافة إلى خصائص وأهمية العمل الخيري ثم إبراز أنواع العمل الخيري وأهدافه، وبعدها تم التطرق إلى آثار العمل الخيري ومعوقاته.

المبحث الثاني تم تخصيصه لمتغير مواقع التواصل والتضامن الاجتماعي من خلال معالجتها أولاً بالتعريف والنشأة ثم خصائص مواقع التواصل الاجتماعي وخدماتها وكذا مخلفاتها ثم إستراتيجيتها في دعم الخيري من عبر موقع الفيسبوك.

وفي الفصل الثالث و الأخير من هذا البحث تم معالجة فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي ومساهمتها في دعم الجمعيات الخيرية، استهلنا هذا الفصل بالتعرف على التطور التاريخي للجمعية الخيرية ومفهومها بعدها توجهنا إلى أسس تنظيمها ثم تطرقنا إلى إبراز العناصر المكونة لها وفي العنصر الموالي تم الإشارة إلى خصائصها وأنواعها .

المبحث الثاني من الفصل الثالث تم تخصيصه لعرض النتائج وتحليلها وذلك من خلال تحليل صفحات الجمعيات عبر موقع الفيسبوك وكذا تحليل نتائج الدراسة من خلال تقنيات (الاستمارة والمقابلة والملاحظة)، وتحليل ومناقشة نتائج الفرضيات وأخيراً خروجنا بآفاق وتحديات مستقبلية وخاتمة عامة في كل فصل تم افتتاحه بتمهيد صغير واختتامه بخلاصة صغيرة.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

1- أهمية الدراسة:

موضوع العمل الخيري موضوع مهم كونه حيز كبير وفق ما نص عليه ديننا الإسلامي الحنيف من القيام بالأعمال الخيرية والإنفاق في وجوه البر والخير لقوله تعالى: **وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ** ﴿١١٤﴾ آل عمران 104.

وقوله صلى الله عليه وسلم: "المؤمن للمؤمن كالبنيان يشد بعضه بعضاً"، وهذا يشير إلى أن في انتشار الجمعيات الخيرية مساهمة كبيرة في بناء التكافل الاجتماعي الذي يسهم بدوره في بناء المجتمع ككل، وتنمية القدرات الكامنة في أفراد المجتمع من خلال التواصل الدائم والمباشر بينهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي وترقية الفكر الإنساني عن طريق الاستخدام الأمثل لهاته الوسيلة التي مهدت الطريق لانتشار العمل الخيري بشكل واسع، وبالتالي تكتسي هذه الدراسة أهمية كبيرة لما لها من دور في فهم التحولات التي طرأت على أساليب العمل الإنساني في العصر الرقمي فهي تتيح التعرف على الكيفية التي أسهمت بها المنصات الاجتماعية في تطوير طرق جمع التبرعات ونشر المبادرات وتعزيز ثقافة التطوع والمشاركة المجتمعية ، كما تساعد على تحليل طبيعة التواصل الجديد بين الجمعيات الخيرية والجمهور والذي أصبح أكثر سرعة وتفاعلية وشفافية، مما يعزز ثقة المتبرعين والمستفيدين على حد سواء، وإضافة إلى ذلك تسهم هذه الدراسة في الكشف عن التحديات التي تواجه العمل الخيري عبر الفضاء الرقمي.

و تنبع أهمية دراسة العمل الخيري ومواقع التواصل الاجتماعي من المواضيع المهمة في ظل التحولات الرقمية التي يشهدها المجتمع المعاصر، حيث أصبحت المنصات الرقمية فضاء أساسيا لممارسة الأنشطة الخيرية والتعريف بها، وتكتسي هذه الدراسة أهمية علمية من خلال مساهمتها في إثراء البحوث السوسيولوجية التي تهتم بالعلاقة بين التكنولوجيا والعمل الخيري، ومحاولة فهم الأبعاد الاجتماعية و القيمة التي أفرزها التواصل الرقمي في مجال التضامن الإنساني. كما تسعى إلى إبراز دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة العمل الخيري واستقطاب المتطوعين وتعزيز التفاعل الاجتماعي بين الجمعيات الخيرية والجمهور.

أما من الناحية العلمية، فتتمثل أهمية الدراسة في إمكانية الاستفادة من نتائجها في تطوير أساليب الاتصال الرقمي لدى الجمعيات الخيرية ، والتعرف على أبرز التحديات التي تواجهها في البيئة الرقمية، بما يسهم في تحسين أدائها الاتصالي والاجتماعي.

ومن هذا المنطلق حاولنا هنا التعريف بالدور الذي تقدمه الجمعيات الخيرية باستعمال التكنولوجيا الحديثة في إيصال فكرة التضامن الاجتماعي بين أفراد المجتمع الواحد.

2-أهداف الدراسة:

لا يقدم أي بحث علمي على دراسة ما إلا إذا كانت تحظى بقدر من الأهمية سواء كانت عملية أو شخصية، وتكمن قيمة البحث العلمي في قيمة الأهداف التي يرمي إلى تحقيقها ويجب على الباحث أن يسطر الأهداف لأنها تساهم في توجيهه نحو مختلف مراحل البحث، لذا سنحاول خلال موضوع الدراسة سوف نتعرف على:

- التعرف على كيفية توظيف الجمعيات الخيرية لمواقع التواصل الاجتماعي في أنشطتها.
- أسباب ولوج الجمعيات الخيرية إلى مواقع التواصل الاجتماعي للترويج أو لنشر العمل الخيري.
- الكشف عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة العمل الخيري .
- معرفة مدى مساهمة المنصات الرقمية في استقطاب المتبرعين والمتطوعين.
- تحليل أشكال التفاعل الاجتماعي بين الجمعيات الخيرية والجمهور عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- اكتشاف العقبات التي تعترض استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في دعم العمل الخيري.
- الكشف عن القيم الاجتماعية والإنسانية التي تروج لها الجمعيات الخيرية عبر الفضاء الرقمي.
- تحليل العمل الخيري الرقمي في ضوء التحولات القيمة التي أحدثتها تكنولوجيا الإتصال الحديثة.

3- أسباب اختيار الموضوع:

إختيار هذا الموضوع جاء من باب الفضول العلمي الذي أثير فينا للدراسة والتقصي عن أول وأشهر وسيلة تواصل إجتماعية والعلاقة التي تربطها بالأعمال الخيرية، وكيفية إستخدام هاته الوسيلة في نشر العمل الخيري بين الأفراد.

- محاولة إبراز الدور المتعاضم لهاته الوسيلة في إيصال الرسالة الخيرية.
- أهمية العمل الخيري وما يجسده من سمو للأخلاق الإنسانية التي تسهم في تعزيز روح التضامن والتكافل بين الأفراد.

- الرغبة في إعطاء بعد آخر لمواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة لا تختص بالاتصال فقط بل تتجاوزها لأبعاد أخرى.
- الإنتشار الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت جزءا أساسيا من حياة الأفراد والمؤسسات وأداة فعالة في الإتصال والتأثير.
- أهمية العمل الخيري بالنسبة للفرد والمجتمع.
- إبراز الجانب التعاوني والتضامني بين أفراد المجتمع.

4- إشكالية الدراسة:

أصبح الفرد اليوم لا يجد صعوبة في التواصل مع غيره من الناس وذلك بالإحسان إليهم أو التواصل معهم أو حتى بالإساءة إليهم وذلك بسبب ما توصلت إليه المجتمعات من تطور تكنولوجي أنتج ما يعرف بوسائل التواصل الاجتماعي التي تنوعت شكلا ومضمونا من وسيلة لأخرى حيث تبقى غايتها واحدة ومن أهمها فعل التواصل مع الطرف الآخر في زمن قياسي، هذه الوسائل التي أخذت حيزا واسعا وكبيرا في أواسط المجتمعات عامة والأفراد خاصة أصبحت بدورها جزء لا يتجزأ من نشاطاتهم وممارساتهم اليومية، ففي الوقت الذي أخذ فيه استغلالها منحى سلبيا للكثير من الشباب ممن استغلوها لغير دورها، نجد أن فئة من هاته الشريحة أحسنت استعمالها عن طريق مد يد المساعدة لمن هم في أمس الحاجة إليها في إطار ما يسمى **بالعمل الخيري**، هذا الأخير كان عبارة عن فكرة في البداية ليتبلور ويصبح غاية إنسانية يتم من خلالها تحقيق الكثير من آمال المحرومين والمحتاجين وذلك بإدخال الفرحة والسرور إلى قلوبهم وبث الأمل في نفوسهم كونه يمثل إحدى الأنشطة المجتمعية الهادفة التي تصب في صالح خدمة المجتمع بمختلف قطاعاته.

يمثل العمل الخيري إحدى الآليات التي يستخدمها أي مجتمع من أجل النهوض به والاعتماد على الأنشطة الفعالة التي يقوم عليها هذا العمل لأنه يحتل مكانة في الدين الإسلامي وذلك بما أمر به الله تعالى ونبيه الكريم الإنسان بمساعدة أخيه الإنسان لنيل الأجر، كما أصبح نشاطا قائما بحد ذاته يسعى إلى التطور والازدهار، خصصت له مؤسسات لاستمراره بما يتماشى و ميول فاعلي الخير. من هنا انطلقت فئة من الشباب على شبكات التواصل الاجتماعي و بادرت العديد من المؤسسات بإنشاء حسابات وصفحات على تلك المواقع من أجل الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الأفراد للمشاركة في المبادرات وبالتالي أنتجت مجتمعا إلكترونيا غاياته العظمى الطريق نحو التضامن والتكافل

الاجتماعي عبر منظومة من قيم ومعايير أخلاقية. فهل يكون التواصل الذي يقصد العمل الخيري طريقا وحيدا لذلك، وهل تكون مساعيه صحيحة في كل زمان ومكان؟
 مما سبق يمكن طرح التساؤل التالي:

إلى أي مدى أثرت مواقع التواصل الاجتماعي في طبيعة الممارسة الخيرية وأساليب التواصل داخل الجمعيات الخيرية؟

حاولنا الانطلاق من أسئلة مبدئية من أجل حصر مجال البحث:

1. ما دوافع لجوء الجمعيات الخيرية إلى مواقع التواصل الاجتماعي؟

2. ما أبرز وظائف هذه المواقع في النشاط الجماعي؟

3. هل ساهمت المنصات الرقمية في توسيع المشاركة والتضامن الاجتماعي؟

4. ما مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على انتشار ثقافة العمل الخيري في المجتمع؟

5. ما مدى تأثير التواصل الإلكتروني على ثقة المتبرعين وشفافية العمل الخيري؟

5- الفرضيات:

استنادا إلى القراءات الأولية تكونت لدينا فكرة حول موضوع بحثنا الأمر الذي جعلنا نحصر

الموضوع في العمل الخيري ومواقع التواصل الاجتماعي من خلال الفرضيات التالية:

1. تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز فعالية العمل الخيري من خلال تسهيل التواصل مع

الجمهور واستقطاب المتطوعين والمتبرعين.

2. يؤدي الاستخدام المكثف لمواقع التواصل الاجتماعي إلى توسيع دائرة التضامن الاجتماعي داخل

المجتمع.

3. تساهم الممارسة الاتصالية الرقمية للعمل الخيري في تعزيز الرمزية الاجتماعية للفاعلين الخيريين

داخل المجتمع الرقمي.

6- الدراسات السابقة:

الدراسات السابقة هي: "كل الدراسات والأبحاث والأطروحات والرسائل التي تناولت نفس

الظاهرة التي تناولها الباحث" (بلقاسم، 2004، 113)، وقد تكون مصادر إلهام لا غنى عنها

بالنسبة للباحث، فالبحث ما هو إلا امتدادا للبحوث التي سبقته، ومنه الدراسات التي تقارب هذا الموضوع هي كالتالي:

6-1- الدراسات العربية:

الدراسة الأولى:

سلطان مسفر الصاعدي الحاربي، دور شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة العمل الإنساني، بحث مقدم للملتقى الإنساني المملكة العربية السعودية 1453 هـ:

تناولت الدراسة موضوع مهم وهو العمل الإنساني الذي يعد مطلب اجتماعي تتظافر فيه جهود الأفراد والجماعات والدول وتسعى من خلاله لتحقيق الأمن الاجتماعي والوطني، وقد دخلت شبكات التواصل الاجتماعي حيز التنفيذ في خدمة المجال الإنساني.

كانت صوت الجميع الذي استطاع اختراق الفضاء ليصل لأرجاء المعمورة، ويهدف البحث إلى تسليط الضوء على دور شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة العمل الإنساني ويتفرع عنه مجموعة من الأسئلة الآتية:

✓ ما ذا نقصد بالعمل الإنساني وما أهميته؟

✓ ما هي شبكات التواصل الاجتماعي و ماهي أهميتها؟

✓ ما هو الدور الذي تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي على جميع الأصعدة؟

إعتمد الباحث في هاته الدراسة على المنهج الوصفي القائم على جمع المعلومات وتنظيمها وترتيبها للوصول إلى مجموعة من النتائج منها:

✓ العمل الإنساني شكل من أشكال التكافل الإنساني والمتمثل في تقديم الخير للغير

✓ شبكات التواصل الاجتماعي شبكات تفاعلية تتيح التواصل بين المستخدمين في أسرع وقت ومن أي مكان.

✓ من أدوار شبكات التواصل الاجتماعي خلال الاضطرابات والنكبات قسمت لقسمين أدوار داخلية وأخرى خارجية، في حال الأدوار الداخلية عليها بيان الحقيقة وتسليط الضوء على الأضرار والخسائر وتوضيح طرق وأساليب الدعم والمساعدة وأما في حالة الأدوار الخارجية عليها التوعية الدينية والصحية والأمنية بالإضافة للتنسيق الخيري.

✓ شبكات التواصل الاجتماعي بالعالمية والتفاعلية بالإضافة لسهولة الاستخدام وتوفير الوقت والجهد والمال.

أهم التوصيات لهذه الدراسة:

✓ نشر ثقافة الاستخدامات الايجابية لشبكات التواصل الاجتماعي.

✓ دعم الأبحاث والمشروعات العلمية التي تسهم في بناء منظومة اجتماعية تواصلية افتراضية تتسع حدودها لجميع العالم.

✓ السعي في توحيد الجهود الإعلامية في الجانب الإنساني وتوفير قاعدة بيانات لأهم مواقع التواصل الاجتماعي وطرق استخدامها.

✓ إنشاء أو تطوير المواقع المهتمة بالعمل الإنساني.

✓ العمل المشترك والتعاون البناء من أجل الخروج بمنظومة عالمية وتواصلية بين تلك الشبكات الاجتماعية.

وبالتالي ترى الدراسة أن شبكات التواصل الاجتماعي لم تعد مجرد وسيلة ترفيهية، بل تحولت إلى أداة محورية في دعم العمل الإنساني والخيري، من خلال نشر القضايا وتحفيز المشاركة مع التنبيه بضرورة الاستخدام المسؤول والمنظم لتجنب الانعكاسات السلبية.

الدراسة ركزت على الدور الوظيفي والإيجابي لشبكات التواصل في خدمة العمل الإنساني، لكنها لم تتوسع في تحليل التحولات القيمة التي أحدثتها هذه الشبكات داخل العمل الخيري، مثل الانتقال من العمل الخيري التقليدي إلى العمل الخيري الرقمي القائم على الصورة والظهور والرمزية الاجتماعية، ولم يوظف الباحث نظرية سوسيولوجية مفسرة للعلاقة بين التكنولوجيا والعمل الإنساني وهو ما يجعلها أقرب إلى الوصف منها للتحليل التفسيري.

ومنه رغم أهمية الدراسة في إبراز الدور الإيجابي لشبكات التواصل الاجتماعي في خدمة العمل الإنساني، إلا أنها لم تتوسع في تحليل الأبعاد السوسيولوجية و القيمة للتحولات التي أحدثتها الوسائط الرقمية داخل العمل الخيري، كما أغفلت دراسة التفاعلات الرمزية و الانعكاسات الأخلاقية المرتبطة بالممارسة الخيرية الرقمية.

الدراسة الثانية:

سمر بنت محمد بن محمد غرم الله المالكي، بعنوان " مدى إدراك طالبات الدراسة العليا بجامعة أم القرى لمجالات العمل التطوعي للمرأة في المجتمع السعودي " ، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الأصول الإسلامية للتربية، جامعة أم القرى العربية السعودية 1431/2010:

تناولت الدراسة العمل الخيري الذي لم يعد من أهم الوسائل المتخصصة للمشاركة في النهوض لمكانة المجتمعات في عصرنا الحالي، تبرز أهميته وتزداد الحاجة إليه كلما تقدمت المجتمعات، ولم يقتصر العمل الخيري على الرجل فقط بل شاركت المرأة فيه حيث عرّجت الباحثة على الوقوف على أهم العوامل التي تدفع المرأة للعمل في المجالات التطوعية في المجتمع السعودي، من خلال طرح التساؤل التالي: ما مدى إدراك طالبات الدراسات العليا بجامعة أم القرى لمجالات العمل التطوعي المتاحة للمرأة في المجتمع السعودي؟

وجاءت التساؤلات الفرعية كالآتي:

✓ ما إتجاهات عينة الدراسة نحو العمل التطوعي؟

✓ ما مجالات العمل التطوعي المتاحة للمرأة في المجتمع السعودي؟

✓ ما هي أهم معوقات العمل التطوعي للمرأة في المجتمع السعودي من وجهة نظر العينة؟

من أهداف الدراسة:

✓ تحديد إتجاهات طالبات الدراسات العليا نحو العمل التطوعي.

✓ التعرف على مجالات العمل التطوعي المتاحة للمرأة السعودية.

✓ الوقوف على العوامل المحفزة والدافعة لها للعمل التطوعي.

✓ تتبع العوائق التي تواجه المرأة في العمل التطوعي في المجتمع السعودي.

إعتمدت الباحثة في هاته الدراسة على المنهج الإحصائي، واستخدمت كأداة لجمع البيانات وخلصت إلى النتائج التالية:

✓ أن إتجاهات عينة الدراسة كانت إيجابية نحو العمل التطوعي حيث أبدت غالبية طالبات الدراسات العليا (عينة الدراسة) توجهها إيجابيا واهتماما تجاه العمل التطوعي.

✓ إن الدافع الأساسي للتوجه نحو العمل التطوعي من وجهة نظر العينة هو اكتساب خبرات ومهارات جديدة والرغبة في تقديم المساعدات للآخرين.

✓ 76.5 % من عينة الدراسة ترى أن نجاح العمل التطوعي مرتبط بمدى التفرغ له.

✓ آثار مادية وأسرية سلبية : أشار جزء من العينة إلى وجود تأثيرات سلبية من الناحية الأسرية والمادية على المشاركات.

✓ أكبر معوقات التطوع: ضعف المواصلات.

✓ تأثير الحالة الإجتماعية: وجدت فروقات ذات دلالات إحصائية بين الفئات حسب الحالة الاجتماعية وكانت النتيجة لصالح الغير متزوجات.

توصيات الدراسة:

توجيه الطالبات والمجتمع إلى مجالات التطوع التي تشمل التنمية، التعليم، الصحة، البيئة، وليس فقط الجانب الخيري التقليدي وإشراك المرأة بفعالية أكبر في تخطيط وإدارة العمل التطوعي وإزالة معيقات المشاركة، إضافة إلى تعزيز مناهج التربية والتعليم الجامعي التي تتمم مفاهيم التطوع والمجالات الاجتماعية للمرأة.

بشكل عام الدراسة إهتمت بقياس مستوى إدراك الطالبات لمجالات العمل التطوعي، لكنها لم تتعمق في دراسة الممارسة الواقعية للعمل التطوعي أو مستوى الإنخراط الفعلي فيه، كما أنها لم تتناول دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي بالعمل التطوعي أو تشجيع المشاركة فيه، رغم أهمية الفضاء الرقمي في نشر ثقافة التطوع ، وركزت على الجانب الوصفي أكثر من التحليل السوسولوجي للعوامل الاجتماعية والثقافية المؤثرة في إدراك الطالبات للعمل التطوعي.

الدراسة الثالثة:

إيمان عبد الرزاق الحاجة (2015) : دور الإنستغرام في تحفيز الشباب البحريني على العمل التطوعي : رسالة ماجستير .

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الإنستغرام في تحفيز الشباب على العمل التطوعي ومدى فاعلية الإنستغرام في التأثير على مواقف الشباب تجاه العمل التطوعي، كما هدفت أيضا

إلى إلقاء الضوء على المبادرات التطوعية والأعمال الخيرية التي يتم التفاعل معها عبر الإنترنت، ورصد تفاعل الشباب مع نداءات الإنترنت لمساعدة المحتاجين والمساهمة في العمل الخيري، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وأداة الإستمارة وقد كانت العينة (312) من أبناء المجتمع البحريني بطريقة عشوائية بسيطة، وتوصلت الدراسة إلى أن أكثر أنواع العمل التطوعي انتشارا على مواقع الإنترنت هي مساعدة الفقراء المحتاجين وتدرجت بعده المشاركة في تنظيم الفعاليات و الإهتمام بالأرامل وقضايا المعاقين ثم قضايا العمالة الوافدة، كما أشارت الدراسة إلى أن أسباب الإعتماد على مواقع الإنترنت في نشر العمل التطوعي هي سرعة وسهولة الوصول إليها وسعة إنتشاره، وأن مستوى متابعة الشباب البحريني لمواقع التواصل الإجتماعي كان مرتفعا، وأن (0.6 %) من العينة لا يتابعون مواقع التواصل الاجتماعي ويرى (92.5%) من الشباب البحريني أن الإنترنت وسيلة مناسبة لنشر الأعمال التطوعية، كما بينت الدراسة أن (39.9 %) من الشباب يطلع على قضايا العمل التطوعي ويشاركها، كما بينت أن ما نسبته (80.1 %) لديهم إطلاع على الأنشطة التطوعية وأن (77.4 %) لديه إستعداد للتطوع إن وجد و للإنستغرام تأثير على وعي المجتمع حول التطوع، كما ساعدت على زيادة الراغبين في العمل التطوعي وتعرض صفحاته أعمال تطوعية حقيقية حاجة للتطوع وأن (37.9%) من الشباب البحريني مشترك فعليا مع الفريق التطوعي أو المنظم للعمل التطوعي الخ...، وكانت من أبرز المشاكل الخاصة بالعمل التطوعي هي عدم الجدية بنسبة (38.9%) ثم عدم الاقتناع بنسبة (32%) ثم عدم المصادقية بنسبة (62%) .

✓ وأشارت الدراسة إلى علاقة الإنترنت بالعمل التطوعي تمثلت في المرتبة الأولى من خلال المشاريع المنجزة والأعمال التي تحققت، ثم اطلاع المتابعين على آخر المستجدات.

من توصيات الدراسة:

- ✓ إنشاء نادي للمتطوعين لتطوير مهاراتهم وتنظيم نشاطاتهم التطوعية.
- ✓ إستثمار وسائل التواصل الاجتماعي في توثيق ونشر الأنشطة التطوعية.
- ✓ إطلاق حساب أو منصة تجمعية للأعمال الخيرية محليا وخليجيا لتسهيل الوصول إليها.
- ✓ تأسيس تجمع إلكتروني للمتطوعين لتبادل الخبرات.

ومنه يمكن القول أن الدراسة غلب عليها الطابع الاتصالي ، ولم تركز على الجمعيات بوصفها فاعلا إجتماعيا، بل ركزت على الأفراد أكثر ودوافعهم نحو العمل التطوعي . كما أغفلت الدراسة الجوانب السلبية التي تفرزها المنصات الرقمية، مثل التطوع الشكلي، أو البحث عن الشهرة الرقمية.

الدراسة الرابعة:

لحمودة، أحمد يونس محمد (2013) : بعنوان دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية رسالة ماجستير: تهدف الدراسة إلى التعرف على طبيعة الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي في تحفيز الشباب الفلسطيني للمشاركة في القضايا الاجتماعية، التعرف على أبرز القضايا التي يهتم بها الشباب من خلال هذه المنصات ، رصد الإيجابيات والسلبيات بهذا الاستخدام، إستخدام الباحث المنهج الوصفي من خلال صحيفة إستقصاء ممثلة في المقابلة الشخصية والإستقصاء الإلكتروني، بلغت عينة الدراسة (450) مبحثا من الشباب الفلسطيني، توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج منها:

- أن جميع المبحوثين يستخدمون الشبكات الإجتماعية بشكل دائم بنسبة 96.1%، أي إنتشار واسع لإستخدامها بصفة يومية ولساعات طويلة.

- المبحوثين يتابعون القضايا المجتمعية على شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة كبيرة جدا بلغت 99.3%.

- غالبية المبحوثين بنسبة 96.6% يؤكدون أن شبكات التواصل الاجتماعي استطاعت أن تنمي مشاركتهم نحو القضايا المجتمعية، (تعزيز الوعي بالقضايا المجتمعية مثل : البطالة، حقوق المرأة، الصحة، التعليم...الخ).

- خلصت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات:

✓ توظيف شبكات التواصل في حملات توعوية منظمة تستهدف الشباب.

✓ تعزيز ثقافة الاستخدام الإيجابي لتجنب المظاهر السلبية.

✓ تشجيع المؤسسات الأهلية والحكومية على التعاون مع الشباب عبر هذه المنصات .

بينت الدراسة أن شبكة الفيس بوك من أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداما وتفاعلا.

اهتم الباحث هنا بالمشاركة الشبابية في القضايا المجتمعية بصورة عامة، ولم تخصص في دراسة العمل الخيري الرقمي بشكل معمق، وركزت على الدور الوظيفي لشبكات التواصل الاجتماعي في تنمية المشاركة القيمة الاجتماعية التي أحدثتها هذه الوسائل داخل المجتمع ، ولم توضح الفروق بين تأثير المنصات المختلفة في تشكيل المشاركة المجتمعية للشباب.

غلب على الدراسة الطابع الوصفي و الإحصائي مع محدودية التحليل السوسولوجي العميق للعلاقات الاجتماعية داخل البيئة الرقمية.

الدراسة الخامسة:

لنورة أحمد يوسف 2021 بعنوان: " استخدام الشباب الإماراتي لمواقع التواصل الاجتماعي في

المجال التطوعي:

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى استخدام الشباب الإماراتي لمواقع التواصل الاجتماعي في المجال التطوعي من خلال التعرف على دوافع الشباب الإماراتي في استخدام تلك المواقع واتجاههم نحوها وتأثيراتهم المعرفية والوجدانية والسلوكية جراء هذا الإستخدام، كما استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي واعتمدت الدراسة على أداة الإستمارة بالتطبيق على 400 مفردة من الشباب الإماراتي، واعتمدت الدراسة على نظرية الاستخدامات والإشاعات، وأشارت نتائج الدراسة إلى إرتفاع كثافة استخدام الشباب الإماراتي لمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 73.5% وارتفاع مستوى دوافع تعرض الشباب الإماراتي لصفحات العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 74% إذ يتعرضون لها بدوافع نفعية أكثر من تعرضهم بدوافع طقوسية، وأوضحت النتائج أن مواقع الواتساب و الانستغرام و السناب شات تعد من أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الشباب الإماراتي في البحث عن المجال التطوعي.

ومن جانب آخر غالباً ما تركز مثل هذه الدراسات على فئة الشباب داخل بيئة اجتماعية خاصة (الامارات) وهي بيئة ذات خصوصيات ثقافية و اقتصادية عالية، مما يجعل تعميم النتائج على باقي المجتمعات العربية محدوداً، وقد تكتفي الدراسة بوصف مدى إستخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي في العمل الخيري، (نسب، تكرار، اتجاهات)، دون التعمق في تحليل المعاني الاجتماعية و القيمة الكامنة وراء هذا الإستخدام.

والدراسة وظفت نظريات الإتصال بشكل سطحي مثل نظرية الاستخدامات و الإشاعات دون ربطها بالبنية القيمة أو السياق الثقافي الذي يوجه السلوك التطوعي.

6-2- الدراسات الجزائرية:

الدراسة الأولى:

لحميدة خولة وقاسم مريم (2015) : بعنوان دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية العمل التطوعي وهي دراسة تحليلية لصفحة الفيسبوك لجمعية ناس الخير ورقلة، رسالة ماجستير: تناولت الدراسة بالتحليل والمناقشة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل خدمة الجمعيات الخيرية حيث تم التطرق إلى أهم المفاهيم النظرية المتعلقة بمواقع التواصل الاجتماعي وكذلك المفاهيم المرتبطة بالجمعيات الخيرية، مبرزين من خلال ذلك أهم العناصر المشتركة بينهما، والتي تصاغ بشكل أو بآخر بتفعيل العمل التطوعي للجمعيات الخيرية، من خلال إستخدامها واستثمارها لمواقع التواصل الاجتماعي والاستفادة من الخصائص التي تمنحها والمساهمة في تحقيق أهداف الجمعيات الخيرية الإجتماعية الدينية، والتوعية على حد سواء ولتوضيح ذلك اتبعت الباحثان في الدراسة المنهج التحليلي من خلال جمع أهم المفاهيم النظرية المتوفرة ومحاولة إسقاطها من خلال استمارة تحليل المضمون .

والنتائج المتوصل إليها في الدراسة:

- الإعتماد على جميع الخصائص التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي كالنص والصورة من أجل الوصول إلى الأهداف المرجوة من المنشور
- تمنح مواقع التواصل الاجتماعي لمستخدميها خاصية متابعة نشاطات الجمعية قبل وأثناء وبعد الإنهاء من الأنشطة.
- مما يدعم ثقة المتبعين في أعضاء الجمعية.
- التوجه نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة إعلام وإعلان ووسيلة توعية وتواصل ووسيلة تحقيق الأهداف الخيرية للجمعية.

يمكن النظر إلى الدراسة بوصفها محاولة لفهم دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز العمل التطوعي، غير أنها تظل محكومة بعدد من المحددات السوسولوجية التي تقلل من عمقها التفسيري ، فمن منظور سوسولوجي ، يلاحظ أن الدراسة ركزت بشكل كبير على الفعل الظاهر للتطوع الرقمي، دون التعمق في البنى الاجتماعية والثقافية، التي تنتجها وتوجهها، مثل منظومة القيم، وآليات التنشئة

الاجتماعية، وشبكات العلاقات التي تشكل أساس السلوك التطوعي داخل الفضاء الرقمي، والدراسة هنا تعاملت مع مواقع التواصل الاجتماعي، كأداة محايدة لدعم العمل التطوعي، في حين أن التحليل السوسيولوجي يقضي النظر إليها كفضاء لإنتاج المعاني وإعادة تشكيل العلاقات الاجتماعية.

الدراسة الثانية:

رسالة دكتوراه بعنوان: " العمل الخيري والتطوعي في الجزائر - معوقات وحلول مشتركة " للدكتورة حياة عبيد بجامعة الوادي 2023، هدفت الدراسة إلى:

✓ التعرف على واقع العمل الخيري في الجزائر ورصد أهم المعوقات التي تعترضه في الجزائر فتضعف من دوره في التنمية.

✓ تصنيف تلك المعوقات (معوقات تشريعية قانونية، إدارية مؤسسية إعلامية، معوقات مالية)

✓ تحديد أهم المقترحات والحلول لمعوقات العمل الخيري والتطوعي في الجزائر.

✓ عرض تجارب بعض الجمعيات المختصة في العمل الخيري في الجزائر، والتي تحددت بعض المعوقات، وتحليل أساليبها في مواجهة الصعوبات.

✓ تتبع أثر العمل الخيري في تنمية المجتمع بعد تذليل تلك المعوقات أو بعضها.

✓ إقتراح حلول عملية لتذليل المعوقات المالية، وذلك عن طريق الإستفادة من تجارب عالمية رائدة في هذا المجال.

بالرغم من أهمية الدراسة التي تناولت العمل الخيري والتطوعي في الجزائر بوصفه آلية للتنمية الاجتماعية، إلا أنها تعكس بعض المحددات من منظور سوسيولوجي.

فمن الناحية السوسيولوجية ، يلاحظ أن الدراسة تميل إلى معالجة العمل الخيري باعتباره ظاهرة تنظيمية ووظيفية، مرتبطة بالتنمية وحل المشكلات الاجتماعية، دون التعمق الكافي في البنية الاجتماعية التي تنتج هذا الفعل، والتي تشكل الأساس الحقيقي للممارسة الخيرية داخل المجتمع الجزائري.

كما أن التركيز على الطابع المؤسسي أو التنموي للعمل الخيري قد أدى إلى إغفال بعض الأبعاد الرمزية والثقافية، حيث لا يفهم العمل الخيري فقط كأداة للتنمية، بل أيضا كفعل إجتماعي مشبع بالقيم والمعاني و التمثلات الإجتماعية، والتي تختلف باختلاف الفاعلين .

وأخيرا ، غلبة الطرح الوظيفي / التنموي على حساب التحليل التفسيري السوسولوجي جعل الدراسة أقرب إلى الوصف العام للعمل الخيري منها إلى تحليل بنيته الاجتماعية العميقة.

الدراسة الثالثة:

لسمية سنوسي حول العمل التطوعي الجموعي والتنمية المحلية في الجزائر 2021:

تناولت الدراسة دور العمل التطوعي الجموعي في التنمية المحلية في الجزائر من خلال شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك، بهدف الكشف عن الدور الذي تلعبه الجمعيات المحلية في تقديم العمل التطوعي وعن مجالات التي يشملها، وتم توظيف المنهج الوصفي التحليل في هذه الدراسة، بالاعتماد على عينة قصدية مكونة من خمس جمعيات تستخدم الفيسبوك، وتوصلت الدراسة إلى أن موقع الفيسبوك شمل عدة مجالات تنشط فيها أبرزها المجال الإجتماعي، الثقافي، الإقتصادي والبيئي، إضافة إلى أن العمل التطوعي مازال يعاني من القيود التشريعية ومن التبعية، مما ينعكس سلبا على المجتمع المدني ويحد من دوره في المساهمة في التنمية المحلية.

إقتربت الدراسة من حيث إستخدامها موقع الفيسبوك وما تقدمه المنظمات والجمعيات من أعمال تخص العمل التطوعي، واستخدامها المنهج التحليلي وأداة الإستمارة لمعرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي بالعمل التطوعي لدى فئة الشباب.

من نتائج الدراسة:

✓ الفيسبوك يستخدم لدعم مجالات متعددة من العمل لتطوعي:اجتماعي،ثقافي،اقتصادي

وبيئي.

✓ العمل التطوعي يواجه قيودا مثل عوائق تشريعية،و التبعية مما يضعف دوره في التنمية المحلية

ويقلص فعالية المجتمع المدني.

من الناحية السوسولوجية تميل الدراسة إلى مقارنة العمل التطوعي بوصفه آلية وظيفية مرتبطة

بالتنمية المحلية، حيث تم التركيز على الأدوار التي تقوم بها الجمعيات في مختلف المجالات

الاجتماعية والثقافية والاقتصادية، دون التعمق في تحليل البنية الاجتماعية العميقة التي ينتج فيها هذا الفعل ، والتي تشكل الأساس الحقيقي للممارسة التطوعية، داخل المجتمع. ومن جهة أخرى، لم تبرز الدراسة بشكل كاف التحولات التي يغرسها العمل التطوعي في السياق المعاصر، خاصة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في إعادة تشكيل أنماط التنظيم والتعبئة التطوعية، وتحويل بعض الممارسات إلى أفعال رقمية سريعة أو رمزية.

الدراسة الرابعة:

لبا علي سعيدة (2017) تحت عنوان: " دور الجمعيات الخيرية في تفعيل العمل التطوعي "، وهي دراسة ميدانية هدفت إلى الكشف عن الكيفية التي تنظم بها الجمعيات الخيرية وبالأخص جمعية كافل اليتيم أنشطتها الخيرية لتفعيل روح التضامن في المجتمع بولاية أدرار. ولتحقيق أهداف هذه الدراسة فقد اعتمدت الباحثة على المنهج الكيفي الملائم لطبيعة هذه الدراسة المعتمد في جمع بيانات الدراسة على كل من الملاحظة والإستمارة والمقابلة، وقد لخصنا هذه الدراسة إلى جملة من النتائج:

- ✓ تعمل الجمعيات الخيرية من خلال دورها الخدماتي على تفعيل العمل التطوعي.
- ✓ للجمعية دور محوري في تنظيم وتوجيه جهود المتطوعين.
- ✓ تعمل جمعية كافل اليتيم الخيرية من خلال دورها التثقيفي على تفعيل العمل التطوعي .
- ✓ يواجه العمل التطوعي على المستوى المحلي تحديات عدة مرتبطة بضعف الإمكانيات المادية وقلة التكوين و التأطير وغياب الدعم المؤسسي الكافي والتي تسعى الجمعيات الخيرية إلى تجاوزها.
- الدراسة ركزت هنا بشكل واضح على الدور الوظيفي والتنظيمي للجمعيات الخيرية باعتبارها فاعلا أساسيا في تقديم المساعدات وتنظيم المبادرات الخيرية، لكنها لم تتعمق بما يكفي في فهم البنية الاجتماعية التي تعمل داخلها هذه الجمعيات مثل : شبكات العلاقات الاجتماعية، منظومة القيم، آليات التضامن التي تعد أساسا لفاعلية العمل الخيري و استمراريته.

الدراسة الخامسة:

لنوي عمار بعنوان: " دور القيادة في إدارة العمل التطوعي الجماعي "، دراسة حالة لجمعيات بولاية برج بوعريبيج 2010 وهي دراسة ميدانية سعت إلى:

✓ الوقوف على الدور الذي تؤديه القيادة في إدارة العمل التطوعي الجماعي، في ضوء الدور المتوقع منها.

✓ الكشف عن متطلبات القيادة في العمل التطوعي الجماعي والتعرف على الطريقة التي تدير بها القيادة العمل التطوعي الجماعي.

✓ التعرف على كيفية مساهمة أنماط القيادة في توجيه المتطوعين وتحفيزهم

✓ الوقوف على الصعوبات التنظيمية والإدارية التي تواجه الجمعيات الخيرية

✓ ولتحقيق هذه الأهداف إتمدت على دراسة حالة مدعومة بكل من الملاحظة والمقابلة التي أجريت على عينة قصدية للجمعيات بولاية برج بوعريش، وقد خلصت هذه الدراسة إلى مايلي:

✓ ضرورة تمتع القيادة في العمل التطوعي بالوضوح مع تدرج في تحقيقه.

✓ إن إدارة العمل التطوعي يقوم على مجموعة من الوظائف، إلا أنه كلما كان هناك ضعف في إدارة هذه الوظائف كلما انعكس ذلك سلبا على أدائه.

✓ التطوع موجود لكنه هش يفتقر إلى التأطير المستمر والدعم المؤسسي.

يغلب على الدراسة الطابع التسييري الإداري في معالجة القيادة، تم التركيز على وظائف القائد داخل الجمعيات: (تنظيم، تخطيط، تنسيق)، ن في حين تم إضعاف البعد السوسيولوجي للقيادة بوصفها علاقة إجتماعية قائمة على السلطة الرمزية و التأثير، و إنتاج المعنى داخل الجماعة التطوعية، ويمكن القول أن الدراسة تعاملت مع القيادة كوظيفة تنظيمية داخل الجمعيات، بدل تحليلها كبنية إجتماعية رمزية تنتج السلطة والتأثير داخل فضاء تطوعي قائم على الثقة والقيم والتفاعل الشبكي.

3-6-الدراسات الأجنبية:

✓ الدراسة الأولى:

✓ CONNOLLY(2014): استخدام وفاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في

المنظمات التطوعية:

✓ هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في المنظمات التطوعية ومدى استفادتها من تطوير الفاعلية الإدارية للعاملين فيها، وتجنيد المتطوعين والإحتفاظ بهم، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وأداتي الاستمارة والمقابلة، تم فيها توزيع الاستمارة على 249 متطوعاً في 9 منظمات خيرية، ومقابلة مديري المنظمات التسعة، وبعد إجراء التحليل الإحصائي لاستجابات الباحثين، توصلت الدراسة إلى أن المنظمات لم تكن تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي لإدارة المتطوعين على الرغم من أن المتطوعين يرغبون بذلك، كما بينت الدراسة أن وسائل التواصل الاجتماعي بالإمكان أن تستخدم بشكل فاعل من خلال التفاعل الثنائي الاتجاه، وإمكانية بث الرسائل ودفعها مباشرة إلى المستخدم المستهدف، بالإضافة إلى جميع أصدقائه، ويمكن من خلال المواقع تلك الوصول إلى العديد من الأشخاص على الفور، وأن هذه المنصات تشجع المستخدمين على التعليق والتفاعل، ويمكن لأصحاب العمل الخيري أن يكتشفوا آخرين لهم رغبة في العمل الخيري، كما تسمح وسائل التواصل الاجتماعي بالوصول إلى مجموعة كبيرة من الأفراد من ذوي الميول الخيرية المماثلة أو ذوي تجارب مماثلة.

قدم البحث إسهاماً مهماً في فهم كيفية توظيف مواقع التواصل الاجتماعي داخل المنظمات الخيرية، خاصة في مجال استقطاب المتطوعين والمحافظة عليهم، حيث أكدت أن المنصات الرقمية أصبحت وسيلة اتصالية فعالة لتعزيز التفاعل بين المنظمة والمتطوعين، وتوسيع دائرة المشاركة المجتمعية، كما أوضحت الدراسة أن فعالية مواقع التواصل الاجتماعي لا ترتبط فقط بوجود المنظمة على هذه المنصات ، بل بطريقة توظيفها للمحتوى والتفاعل الرقمي مع الجمهور.

غير أن الدراسة ركزت بصورة أساسية على البعد الوظيفي والتقني لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي داخل المنظمات التطوعية، بينما لم تتعمق في الاعتراف الاجتماعي أو بناء صورة رمزية للمنظمة عبر الفضاء الرقمي، ويمكن كذلك تسجيل أن الدراسة إهتمت بقياس فعالية الشبكات الرقمية في التجنيد والتواصل، لكنها لم تتناول بشكل كاف تأثير هذه الوسائط على طبيعة العلاقات الاجتماعية داخل المنظمات التطوعية، ولا على تحول العمل التطوعي من ممارسة تضامنية مباشرة إلى ممارسة رقمية قد يغلب عليها الطابع الإتصالي والرمزي.

الدراسة الثانية: لإميل دوركايم حول (1893): "تقسيم العمل وأشكال التضامن الاجتماعي". جاءت الدراسة توجيهاً لأطروحاته للدكتوراه من خلال كتابه "تقسيم العمل الاجتماعي والذي ترجمه حافظ الجمالي.

هدفت الدراسة إلى الكشف عن دور تقسيم العمل الاجتماعي وزيادته في المجتمع في خلق أنماط وروابط اجتماعية جديدة من التضامن الاجتماعي أطلق عليها الروابط العضوية. وجاءت دراسته في البحث عن مسألة العلاقات الشخصية الفردية والتعاون الاجتماعي على مبدأ يخضع للمجتمع وفي نفس الوقت يصبح أكثر استقلالاً، حيث إعتبر هذه الحركات هي المشكلة كونها متناقضة ومتوازنة في آن واحد، كما أقر على أن الحل لهذا التناقض هو التغيير في التعاون الاجتماعي الناشئ عن النمو المتزايد لتقسيم العمل، الأمر الذي جعله يركز في دراسته على مبدأين: تقسيم العمل والتضامن الاجتماعي، مستعملاً الملاحظة وأسلوب المقارنة وتقسيمها إلى ثلاث محاور رئيسية: المحور الأول تمثل في:

ماهية تقسيم العمل تطرق فيه إلى تحديد وظيفة تقسيم العمل وتحليل مفهوم التضامن الآلي أو التعاوني وذلك عن طريق التشابه وكذا التضامن العضوي الناجم عن تقسيم العمل، كما أبرز التفوق المتزايد للتعاون العضوي ونتائجه، إضافة إلى ذلك قدم براهين دالة عن هذا الاختلاف مع إعطاء تحليل عن التعاون العضوي والتعاون العقدي. المحور الثاني تمثل في:

البحث عن أسباب وشروط تتعلق بتقدم تقسيم العمل وتقدم السعادة .

المحور الثالث تمثل في:

تقديم تصنيف الأشكال اللاسوية والشاذة فركز فيها على تقسيم العمل الغير منظم وتقسيم العمل الإكرامي وإعطاء أشكال أخرى غير سوية.

نتائج الدراسة:

أبرز دوركايم من خلال دراسته على وجود علاقة بين التضامن الاجتماعي وتقسيم العمل وتطوره في المجتمع ما يشكل عاملاً فعالاً في تضامن المجتمع وتماسكه.

تقسيم العمل له وظيفة اجتماعية: لا يهدف فقط إلى الكفاءة الاقتصادية بل يعزز الروابط الاجتماعية عبر الاعتماد المتبادل بين الأفراد.

يعكس تطور المجتمع: كلما زاد تعقيد المجتمع زاد تقسيم العمل وتحول شكل التضامن الاجتماعي.

التقسيم المفرط يسبب التفكك: إذا لم يرافق تقسيم العمل وجود قيم وضوابط أخلاقية تظهر اللامعيارية مما يؤدي إلى ضعف الروابط الاجتماعية.

تعد دراسة دوركايم حول تقسيم العمل الاجتماعي حجر الأساس في بناء علم الاجتماع الحديث، لقد سعى من خلالها إلى فهم كيفية الحفاظ على التماسك الاجتماعي في وقت كان فيه المجتمع الأوروبي يمر فيه بتحويلات عاصفة نحو التصنيع والحداثة. وتكمن قوة الدراسة في كشفها عن كيف يمكن للاختلاف والتخصص أن يكونا مصدرا للوحدة بدلا من التشتت، ومع ذلك فإن قصورها الأساسي ينبع من نزعتها الوظيفية التي تميل إلى التوازن والنظام ، مما جعلها تغض النظر عن ديناميكيات القوة ، الإستغلال، والصراع التي ترافق دائما توزيع العمل في العالم الواقعي.

فمن زاوية سوسولوجيا الإتصال والتحويلات الرقمية يمكن القول أن نظرية دوركايم في تقسيم العمل لا تزال صالحة لفهم المجتمعات المعاصرة، لكن بصورة أكثر تعقيدا ، إذ ظهرت أشكال جديدة من التضامن داخل الفضاءات الرقمية ومواقع التواصل الاجتماعي ، حيث أصبحت العلاقات الاجتماعية تبنى على الإهتمامات المشتركة والشبكات الافتراضية أكثر من القرب المكاني أو القرابة التقليدية وهذا ما يدفع إلى إعادة قراءة التصور الدوركايمي للتضامن الاجتماعي في ظل التحويلات الرقمية.

الدراسة الثالثة:

Kim ,H, & Walker , D_ حول الاستفادة من التحقق من صحة المتطوعين لتحديد المعلومات الخاطئة حول كوفيد -19 في وسائل التواصل الاجتماعي:

يمثل تحديد المعلومات الخاطئة الصحية الناشئة تحديا لأن أسلوبها ونوعها غالبا ما يكونان غير معروفين، ومع ذلك يقوم العديد من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي بتصحيح المعلومات الخاطئة عندما يواجهونها، إنطلاقا من هذا تم القيام بإستراتيجية تكشف المعلومات الخاطئة الصحية الناشئة عن طريق تتبع الردود التي يبدو أنها توفر معلومات دقيقة، هذه الإستراتيجية أكثر فاعلية من البحث المستند إلى الكلمات الرئيسية في تحديد المعلومات الخاطئة حول كوفيد 19 وحول المضادات الحيوية للعلاج كما يكشف عن مدى إنتشار المعلومات المضللة على الشبكات الاجتماعية.

الدراسة لم تحلل سوسولوجيا دوافع المتطوعين ، وغفلت عن مفهوم الفصل الاجتماعي الرقمي ، أي أن المتطوعين الذين يملكون الوعي والقدرة على جلب مصادر رسمية (مثل موقع منظمة الصحة

العالمية) ينتمون غالبا إلى طبقة إجتماعية واقتصادية معينة (ذوي تعليم عال، ومستوى ثقافي محدود).

وبالتالي من منظور علم الاجتماع الدراسة تعاملت مع الفعل الإجتماعي كأداة صامتة، متجاهلة التفاوت الطبقي والثقافي بين المستخدمين ، وطبيعة الإستقطاب الرقمي، ومعضلة إستغلال الشركات الرأسمالية لجهود الأفراد التطوعية في أوقات الأزمات .

7- التعقيب على الدراسات السابقة:

7-1-أوجه الاتفاق:

- إتفقت الدراسات في المنهج المتبع والذي تضمن المنهج الوصفي.
- إتفقت الدراسات في العمل الخيري ومواقع التواصل الاجتماعي.
- تشابهت الدراسات في طبيعة الأداة الرئيسية وهي الاستمارة، بالإضافة إلى أداة المقابلة والملاحظة.
- أبرزت الدراسات خاصة المحلية أن الدوافع الدينية والاجتماعية والثقافية تشكل أساسا في إنخراط الشباب في العمل التطوعي.

7-2-أوجه الاستفادة:

- إعطاء فكرة عامة حول العمل الخيري أي إعطاء فكرة عامة حول الظاهرة بمختلف أبعادها.
- إعطاء طريق ممنهج حول النزول إلى الميدان وبناء أسئلة الاستمارة والمقابلة. (عبر مواقع التواصل الاجتماعي).
- التأكيد على الدعم الرقمي ، التقدير عبر المنصات، والشفافية الإلكترونية كعوامل رئيسية في تحفيز المتطوعين على الإستمرار.

8- المقاربة النظرية:

ليست النظرية من كماليات البحث العلمي بقدر ما هي ضرورة ملحة للباحث الاجتماعي لذا فالدعوة إلى التخلي عنها أو التقليل من أهميتها يجب مواجهتها بالرفض التام حتى لا يجرم الباحث من الأرضية الرئيسية لتأسيس علمه ، فبذلك النظرية السوسيولوجية هي: "محاولة فكرية تمس جانبا من

الحياة الاجتماعية"، حيث قدمت العديد من الإتجاهات النظرية في علم الاجتماع تفسيرات للعمل الخيري وأوجدت براهين عملية تؤكد تلك التفسيرات، البعض منها أكد على أهمية العمل الخيري باعتباره يقدم وظائف ضرورية بالنسبة للمجتمع، بينما ترى اتجاهات أخرى أن العمل هذا ما هو إلا أداة تخدم النظام الرأس المالي في حل بعض مشكلاته وتعديل مساوئه، ويذهب إتجاه مغاير إلى أهمية تأكيد القيمة والقدرة التنموية في الأعمال الخيرية، في حين تؤكد بعض الإتجاهات على رمزية التطوع، حيث أصبح في بعض المجتمعات ذو قيمة رمزية للمتطوعين، ومنه النظريات المعتمدة في هذه الدراسة هي:

1-8- النظرية القيمة:

يعتبر عبد الرحمن عزي من المفكرين العرب الذين قدموا محاولات فردية في مجال التنظير والبحث العلمي في حقل علوم الإعلام والاتصال، حيث كان له السبق الفكري والمعرفي في تزويد التراث النظري في الأبحاث الإعلامية بنظرة علمية سماها -نظرية الحتمية القيمة في الإعلام - وهي نظرية قيمة معيارية ، تأسست من خلال منظور معرفي قائم على التراكم والتوليف بين القراءات التأملية في التراث العلمي.(هادفي،85،2021) .

وتنطلق النظرية من أساس يعتبر الإعلام رسالة وأهم معيار في تقييم الرسالة أي القيمة التي تنبع أساسا من المعتقد والدين، هذه القيمة التي تدخل في تشكيل الثقافة الإجتماعية ، وأحد فواعلها الأساسية وهي مستوى آخر من التحليل إذ نجد عبد الرحمن عزي يقدم نظريته ويرى أن للقيمة أهمية وقدرة على تفسير الكثير من الظواهر والوقائع الإجتماعية من خلال تتبع عملية استخدام وسائل تكنولوجيا في الإعلام و الإتصال بمحتواها ومضمونها الإيجابي، الذي يستهدف نشر فكر معين أو قناعة وهو ما يؤثر على الفرد وعلاقته بمحيطه ونسقه الإجتماعي.(هادفي،2021،86).

ومنه النظرية القيمة عند عبد الرحمن عزي هي مقارنة سوسولوجية واتصالية ترى أن الظواهر الاجتماعية والاتصالية لا يمكن فهمها بعيدا عن منظومة القيم التي توجه سلوك الأفراد والجماعات حيث تؤدي القيم دورا أساسيا في تشكيل المعاني وتنظيم التفاعل الاجتماعي داخل المجتمع.(عزي،2003،45) .

ويؤكد أن الاتصال ليس مجرد عملية تقنية لنقل المعلومات ، بل هو فعل ثقافي وأخلاقي يرتبط بالهوية والمعنى والمرجعية القيمة .(عزي،2013،62).

وفي سياق العمل الخيري ومواقع التواصل الاجتماعي ، فإن استخدام الجمعيات الخيرية للمنصات الرقمية لا يقتصر على الجانب التقني أو الإتصالي فقط بل يرتبط بمنظومة قيمية توجه سلوك الفاعلين الاجتماعيين وتحدد طبيعة التفاعل مع العمل الخيري.

و النظرية هنا تساعد على تفسير كيف تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في نشر قيم التضامن والتكافل داخل المجتمع، وكيف تؤثر هذه القيم في استقطاب المتبرعين وتعزيز المشاركة الاجتماعية .(عزي، 2003،45)، وتوظف لتحليل التحول الذي عرفه العمل الخيري في البيئة الرقمية، حيث أصبحت بعض الممارسات الخيرية مرتبطة بقيم الظهور والإعتراف الاجتماعي والرمزية الرقمية، وليس فقط بالقيم الدينية أو الإنسانية التقليدية وهو ما يفسر اختلاف دوافع التفاعل مع المحتوى الخيري عبر المنصات الرقمية .(عزي، 2013،62).

ومن ناحية أخرى تساعد النظرية القيمية في :

تحليل الخطاب الاتصالي للجمعيات الخيرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي والكشف عن القيم التي تروج لها المنشورات الرقمية مثل: التضامن ، الرحمة، الشهرة والاعتراف الاجتماعي ، إضافة إلى تفسير تفاعل الجمهور مع الحملات الخيرية الالكترونية مع فهم أثر التكنولوجيا في إعادة تشكيل القيم المرتبطة بالعمل الخيري.

وبالتالي تم توظيف النظرية القيمية باعتبارها إطارا مفسرا للعلاقة بين العمل الخيري ومواقع التواصل الاجتماعي من خلال التركيز على دور القيم في توجيه الفعل الاتصالي والرقمي، والكشف عن الكيفية التي تسهم بها المنصات الرقمية في تعزيز قيم التضامن والعمل الخيري أو إعادة تشكيلها داخل المجتمع (عزي، 2003،45).

8-2- نظرية رأس المال الاجتماعي: ظهر مفهوم رأس المال الاجتماعي بشكل صريح وواضح في عام 1961 على يد "ليديا هنيغيان" وتطور استخدام هذا المفهوم من خلال أعمال "روبرت بوتنام"، إذ أن أعماله أدت إلى زيادة الاهتمام به فحذبت انتباه الكثيرين مما أدى إلى بروزه بسرعة هائلة (غول، 2011، 5) ويرى أحد الباحثين أن رأس المال الاجتماعي يأخذ العديد من المفاهيم والأطر المختلفة، التي ترتبط بطبيعة العلاقات الاجتماعية والمبادئ والقيم التي يكتسب من خلالها الأفراد القدرة على التعاون والتفاعل، وبالتالي القدرة على اتخاذ القرارات المرتبطة بمشاركته وإنجازته لأهدافه سواء المرتبطة ب هاو بمجتمعه.

ويعتبر رأس المال الاجتماعي المخرج الأساسي للمشاركة في الأعمال الخيرية حيث يساهم التطوع في تكوين قيم التعاون والثقة وهي قيم مهمة في تنمية المجتمع كما أن العمل الخيري يلعب دورا بارزا في تنمية الموارد البشرية من خلال إكساب المشاركين مجموعة من المهارات والخبرات والمعارف بالإضافة إلى الروابط والعلاقات الاجتماعية التي يكونها المتطوعين خلال مشاركتهم في الأعمال الخيرية. (القضي، 2015، 35).

إذن نظرية رأس المال الاجتماعي تعد من أبرز المقاربات النظرية التي يمكن توظيفها في تفسير العلاقة بين العمل الخيري ومواقع التواصل الاجتماعي، إذ تنطلق هذه النظرية من اعتبار أن قوة المجتمعات لا تتركز فقط على الموارد المادية والاقتصادية، بل على ما تتيحه شبكات العلاقات الاجتماعية من ثقة متبادلة وقيم تضامنية ومعايير مشتركة تنظم سلوك الأفراد، ومن هذا المنظور تشكل الروابط الاجتماعية نوعا من الرأسمال غير المادي القابل للإستثمار في أنشطة جماعية، وفي مقدمتها العمل الخيري، ومع بروز شبكات التواصل الاجتماعي، إنتقل رأس المال الاجتماعي إلى الفضاء الرقمي ، حيث أسهم في توسيع دوائر التفاعل بين الأفراد والجمعيات الخيرية، وتوفير فضاءات للتعبئة السريعة ونشر المعلومات وتعزيز الثقة في المبادرات التطوعية، وبذلك يمكن القول أن تفعيل رأس المال الاجتماعي عبر المنصات الرقمية أصبح عاملا جوهريا في دفع العمل الخيري نحو ديناميكية أكبر، من خلال تحويل الروابط الافتراضية إلى أشكال ملموسة من الدعم المالي والمعنوي، والمشاركة الفعلية.

وهي الأنسب في الدراسة والداعمة للنظرية القيمية لأنها تلتقي مباشرة معها في نقطة أساسية وهي : القيم : (الثقة، التضامن ، التعاون)، وتتحول إلى علاقات اجتماعية تنتج المشاركة الفعلية وبالتالي فهي تفسر كيف تتحول القيم التي تتحدث عنها النظرية القيمية إلى سلوك رقمي واقعي مثل : التبرع عبر الإنترنت - مشاركة حملات خيرية - الثقة في الجمعيات الخيرية - الإنخراط في العمل الخيري الرقمي .

لكن كيف تدعم النظرية القيمية؟

النظرية القيمية : تفسر لماذا يتصرف الأفراد (بدافع القيم)

نظرية رأس المال الاجتماعي : تفسر كيف يتحول هذا السلوك إلى شبكة وعلاقات وتعاون.

أي مشاركة رقمية في العمل الخيري ← علاقات ← ثقة ← قيم.

ومنه : تم توظيف نظرية رأس المال الاجتماعي كإطار داعم للنظرية القيمية، بهدف تفسير كيفية تحول القيم الاجتماعية مثل التضامن والثقة إلى شبكات تفاعلية داخل مواقع التواصل الاجتماعي تسهم في تعزيز المشاركة في العمل الخيري الرقمي.

وعليه نظرية رأس المال الاجتماعي تعد إمتدادا وظيفيا للنظرية القيمية حيث تنتقل بالدراسة من مستوى تفسير القيم بوصفها محددًا للسلوك، إلى مستوى تحليل كيفية تجسيد هذه القيم داخل شبكات تفاعلية قائمة على الثقة والتعاون داخل مواقع التواصل الاجتماعي.

وبالتالي: يمكن القول أن الجمع بين النظرية القيمية ورأس المال الاجتماعي يوفر إطارا تفسيريا متكاملًا يربط بين البعد المعياري (القيم) والبعد البيوي (شبكات اجتماعية) مما يسمح بفهم أعمق لديناميكيات العمل الخيري في البيئة الرقمية المعاصرة.

ومنه نستخلص أن:

هناك تعدد في الأطر النظرية التي يمكن توظيفها في دراسة العلاقة بين العمل الخيري ومواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما يمنح الموضوع مقاربة شمولية تستند إلى زوايا سوسيولوجية ونفسية وإعلامية متكاملة، ففي هذا السياق تبرز نظرية رأس المال الاجتماعي التي تؤكد على أهمية الروابط والعلاقات القائمة على الثقة والتعاون باعتبارها موردا غير مادي يستثمر في توسيع دوائر التضامن والتعبئة الخيرية عبر منصات التواصل الرقمية. ومن جانب آخر يمكن الإشارة إلى نظرية الدور التي تتيح فهم الكيفية التي يؤدي بها الأفراد والجمعيات أدوارا اجتماعية محددة، كالمتبرع والمتطوع، والمنسق، والتي يعاد تفعيلها وإبرازها في الفضاء الافتراضي، أما النظرية الوظيفية فتتطرق إلى العمل الخيري باعتباره ممارسة تساهم في تحقيق التوازن الاجتماعي والحفاظ على استقرار النسق، مع اعتبار مواقع التواصل وسيطا يؤدي وظيفة تكاملية عبر نشر القيم التضامنية وتعزيز الهوية الجماعية، بينما تقدم نظرية ماسلو للحاجات منظورا سيكولوجيا يفسر إنخراط الأفراد في المبادرات الخيرية من منطلق سعيهم إلى تلبية حاجات الانتماء والتقدير، وتحقيق الذات، وأخيرا تضيف التفاعلية الرمزية بعدا مكملا إذ تبرز أن الفعل الخيري عبر منصات التواصل الاجتماعي لا يقتصر على البعد المادي بل هو أيضا فعل رمزي يتجسد في معاني مشتركة ورموز متبادلة (إعجابات، مشاركات، تعليقات) التي تمنح للعمل الخيري دلالة الاجتماعية، وبناء على ما سبق هذه المقاربات قد تسهم في صياغة رؤية متكاملة تمكن من الإحاطة بمختلف الأبعاد الاجتماعية والنفسية والإعلامية، التي تحكم العمل الخيري في العصر الرقمي.

9- تحديد المفاهيم الإجرائية:

عملية تحديد المفاهيم هي خطوة يقوم بها الباحث من أجل تعريف الكلمات والمفاهيم الرئيسية المستخدمة في البحث كونها تمنع التفسيرات المتعددة والخطأ وتهيئ القارئ لفهم الإطار النظري والمنهجي للدراسة، ومن خلال موضوع "العمل الخيري ومواقع التواصل الاجتماعي" تم تحديد المفاهيم التالية:

9-1- العمل الخيري:

التعريف الاصطلاحي:

العمل الخيري هو: كل عمل يقدمه الإنسان لغيره في الدنيا سواء أكان واجبا أو تطوعا بقصد الإحسان والتقرب إلى الله . (المرزوقي، 2010، 46) .
العمل الخيري عطاء سواء كان بالجهد أو بالوقت أو بالمال لإغاثة ومساعدة المحتاج وإعانة العاجز. (أحمد، 1431، 19) .

وهو: بذل الخير للآخرين دون إنتظار مقابل مادي أو مصلحة شخصية، وهو يشمل جميع مناحي الحياة، لا يقتصر على مجال معين، إذ يستطيع الإنسان أن ينتقي نوع العمل الذي يرغب في التطوع فيه، والمجال الذي يحب أن يخدم فيه، غير أن هناك أعمالا خيرية فورية حالية تحتم على الإنسان أن يقوم بها دون سابق تفكير أو التخطيط المسبق، كأعمال الكوارث والإغاثة. (هدود، 2013، 370) .

التعريف الإجرائي:

العمل الخيري هو كل الأعمال والنشاطات والمبادرات والمجهودات التي تقوم بها جمعية ما، لتقديم المساعدات للمحتاجين دون مقابل مادي، وتتمثل في التبرعات المالية من قفف غذائية للمحتاجين، ملابس للأيتام، توفير الأدوية... الخ.
وهو عمل يشترك في جماعة من الناس لتحقيق مصلحة عامة وأغراض إنسانية أو دينية أو علمية،... الخ، بوسيلة جمع التبرعات وصرفها في أوجه الأعمال الخيرية .

9-2- مواقع التواصل الاجتماعي:

التعريف الاصطلاحي:

مواقع التواصل الاجتماعي: هي منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطها من خلال نظام إجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم . وهي: شبكات إلكترونية تمتاز بالفاعلية، حيث تسمح لمستخدميها بإنشاء موقع خاص بهم قصد التواصل والتعارف وتبادل المعلومات، الفيديوهات، الصور. (بكار ، 1438، 9) .

التعريف الإجرائي:

هي منصات وتطبيقات رقمية تتيح للمستخدمين إنشاء حسابات شخصية، وتبادل المحتوى النصي أو المرئي أو الصوتي، والتفاعل مع الآخرين من خلال الإعجابات التعليقات والمشاركة، بهدف التواصل الترفيه، أو تبادل المعلومات.

9-3-الجمعيات الخيرية:

التعريف الاصطلاحي:

عمل جماعي منظم وموزع على إرادات متخصصة لتحقيق أهداف معينة على أسس ومبادئ وأركان وقيم محددة. (أكرم، 2002، 20) .

وهي تعني جماعة من الناس يجتمعون من أجل القيام بأعمال الخير ومساعدة الآخرين.

وهي جماعة من الأفراد تسعى إلى تحقيق غرض من أغراض البر سواء كان ذلك ماديا أو معنويا. (عبد الهادي، 2003، 66) .

التعريف الإجرائي:

هي منظمات مسجلة تقوم بأنشطة منظمة تهدف إلى تقديم المساعدات والخدمات للفئات المحتاجة، مثل الفقراء الأيتام، والمرضى، وذلك من خلال برامج دعم مادي ومعنوي، دون أن تهدف إلى تحقيق أرباح.

10-الإجراءات المنهجية للدراسة:

10-1- منهج الدراسة:

إن تحديد المنهج في البحث العلمي يعتبر خطوة ضرورية وهامة لتوضيح الطريق الذي يسلكه الباحث في مسار بحثه للوصول إلى نتائج دقيقة وموضوعية، وبما أن طبيعة المشكلة أي موضوع الدراسة هي التي تفرض على الباحث إتباع منهج معين فان من خلال هذه الدراسة نريد الوقوف

على الأسباب التي تدفع الجمعيات الخيرية بالولوج إلى وسائل التواصل الاجتماعي من أجل العمل الخيري، وإظهار العلاقة بينهما.

ونظرا لطبيعة الموضوع المطروح فإنه تطلب إتباع المنهج الوصفي والذي: "يعد من البحوث التي تتضمن دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة الظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس أو الأحداث وهي لا تقتصر على دراسة خصائص الظاهرة بل تتجاوز ذلك إلى معرفة المتغيرات والعوامل في وجود الظاهرة".

كما أنه يعتبر المنهج المناسب للدراسة كونه يعتمد على جمع أوصاف ومعلومات دقيقة عن الظاهرة المدروسة كما توجد فعلا في الواقع ويعبر عنها كينيا وكما ويوضح خصائصها وارتباطها مع ظواهر أخرى . (عطية، 2016، 40)

وعليه وحسب طبيعة الموضوع المراد دراسته فقد اعتمدنا على هذا المنهج بهدف ربط المتغيرات ببعضها البعض من خلال تفسير وتحليل دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل عمل الجمعيات الخيرية.

إضافة إلى تقنية تحليل المضمون:

تعد تقنية تحليل المضمون التي يستخدمها الباحث لوصف المحتوى الظاهر للرسالة الإعلامية حيث تهتم بوصف الظاهر كميًا وكيفيًا، فالأعداد الكمية يوصل الباحث إلى إعداد ووصف الظاهرة كما هي، أما التحليل الكيفي يقوم فيه الباحث بقراءة ما بين السطور وهو يشمل كل المعاني التي تنقل عن طريق الرموز الإتصالية اللفظية والمصورة والحركية والتي تكون مادة الإتصال نفسها وهو أداة لوصف المحتوى الظاهر للرسالة وصفا موضوعيا ومنتظما وكما مثل المؤلفات والأقوال والأخبار والصور أو القصص والأحاديث ويتم ذلك هن طريق تصنيف مضمون المادة موضوع الدراسة إلى فئات معينة ثم يعبر عنها بصيغ كمية، وتستخدم هذه الطريقة عادة في دراسة مضمون الوسائل الإتصالية. (ع العاطي، 2015، 181).

10-2- أدوات جمع البيانات:

-الملاحظة:

بما أن الملاحظة هي : المشاهدة الدقيقة لظاهرة ما ، مع الاستعانة بأساليب البحث والدراسة التي تتلاءم مع طبيعة الظاهرة ". (أبراش، 2008، 291). فهي بذلك الطريق الممهد للدخول إلى الميدان

ولا يمكن لأي بحث علمي الإستغناء عليها، وبحكم أننا من رواد الصفحات الإلكترونية ساهمت هذه الأداة في سهولة الإطلاع على مختلف الصفحات الإلكترونية من بينها صفحات الجمعيات الخيرية الخمسة ،لاحظنا الجهد الذي يبذله الأعضاء المؤسسون والمنخرطون في كل الجمعيات عبر مواقع التواصل الإجتماعي والذي يجسدونه في صور ومنشورات وفيديوهات تترجم نشاطاتهم وبرامجهم الخيرية.

-الاستمارة:

تعتبر الاستمارة من الأدوات الأساسية الأكثر شيوعا واستخداما في البحوث الاجتماعية، وذلك نظرا لما توفره من جهد ووقت، وقدرة الباحث من خلالها على جمع أكبر قدر ممكن من المعطيات والبيانات الميدانية الخاصة بالمبحوثين ، وقد تضمنت هذه الاستمارة المحاور التالية:

المحور الأول: خاص بالبيانات الأولية للمبحوثين.

المحور الثاني: بيانات حول الجمعية.

المحور الثالث: بيانات حول العمل الخيري

المحور الرابع : فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في دعم أساسيات العمل الخيري.

-المقابلة:

هي حوار لفظي وجها لوجه بين الباحث وبين شخص آخر وبين مجموعة من أشخاص آخرين (طلعت ، 1995، 63).

تم الإعتماد هنا على المقابلة كأداة تدعم تقنية الإستمارة للتعرف أكثر على أهمية العمل الخيري في المجتمع وعلاقته بمواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول (01) يوضح المبحوثين الذي اجريت معهم المقابلات:

رقم المقابلة	مكان وتاريخ إجراء المقابلة	الشخص المبحوث
01	مقر الجمعية بدار الجمعيات المنطقة 12 بمدينة معسكر يوم الخميس 2025/05/22 على الساعة 10:18 صباحا	رئيس الجمعية
02	دار الشباب الشيخ البشير الإبراهيمي غريس يوم الاثنين 2025/05/12 على الساعة 16:51 مساء	رئيس الجمعية
03	مكتب الجمعية بدائرة تيغنيف يوم السبت 2025/05/17	رئيس الجمعية

	على الساعة 10.06 صباحا	
رئيس الجمعية	مكتب الجمعية ببابا علي مدينة معسكر يوم : الأربعاء 2025/05/21 على الساعة 10:30 صباحا	04
رئيس الجمعية	مكتب الجمعية بالمنطقة التاسعة معسكر يوم: 12 ماي 2025 على الساعة 11.39 صباحا	05

يمكن تقديم تبرير حول المزج بين تقنية المقابلة والاستمارة في البحث كون موضوع العمل الخيري المرتبط بمواقع التواصل الاجتماعي من الظواهر الاجتماعية المركبة التي تجمع بين البعد القيمي والتفاعلي، و الإتصالي ، لذلك كان من الضروري الإعتماد على أدوات منهجية قادرة على الكشف عن المعاني والدوافع من جهة، وجمع المعطيات الكمية القابلة للتحليل من جهة أخرى، ومن هذا المنطلق تم اختيار كل من تقنية المقابلة والاستمارة .

وتم الجمع بينهما لانسجامهما مع طبيعة الدراسة السوسولوجية التي تتطلب التكامل بين المعطيات الكيفية والكمية بفهم الظاهرة الاجتماعية في أبعادها المختلفة، خاصة وأن العمل الخيري عبر مواقع التواصل الاجتماعي لا يمكن اختزاله في أرقام فقط، ولا في التفسيرات الذاتية وحدها، بل يستدعي الجمع بين فهم المعاني الاجتماعية وقياس أنماط السلوك والتفاعل.

10-3-مجتمع الدراسة:

هو جميع الأفراد أو الهيئات أو الوحدات التي تتوفر فيها الخصائص التي يهتم الباحث بدراستها ، والتي تسحب منها العينة بهدف الوصول إلى نتائج علمية قابلة للتعميم.

وفي دراستنا يتمثل مجتمع الدراسة في الجمعيات الخيرية الناشطة عبر مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) ، إضافة إلى الأعضاء المشرفين على استخدام هذا الفضاء في العمل الخيري.

-**العينة:** اختيارها من الضروريات في البحث العلمي إذ لا يمكن لأي باحث الاستغناء عنها في أي مجال وهي بالتالي: نموذجاً يشمل جانبا أو جزءاً من وحدات المجتمع الأصلي المعني بالبحث ، تكون ممثلة له تحمل صفاته المشتركة .(قنديلجي ، 1999، 137).

وقد تم اختيار عينة الدراسة وفق الأساليب التالية :

-**وحدة العينة:** تتمثل في مجموع الأعضاء المنخرطين والمنخرطات في الجمعيات التالية:

جمعية ناس الخير- جمعية إيلاف، جمعية للخير نسعى، جمعية سرور الخيرية، جمعية بسمة.

كيفية إختيار العينة: أفراد العينة يشتركون في نفس الصفات والخصائص وعملية إختيار العينة تكون حسب طبيعة الموضوع ، فموضوع الدراسة يدور حول : "العمل الخيري ومواقع التواصل الإجتماعي"، لذا يقتضي إختيار العينة من الجمعيات الخيرية الناشطة على مواقع التواصل الاجتماعي بطريقة قصدية .

وقد بلغ عدد الجمعيات التي تم إختيارها قصديا 05 جمعيات خيرية وتمثل في:

- ✓ جمعية ناس الخير بمدينة معسكر.
- ✓ جمعية وللخير نسعى بمدينة معسكر .
- ✓ جمعية بسمة للاحتياجات الخاصة بمدينة معسكر.
- ✓ جمعية سرور الخيرية بدائرة غريس.
- ✓ جمعية إيلاف لشؤون المرأة ورعاية الطفل بدائرة تيغنيف.

حجم أفراد العينة: بلغ عددها 66.

الإختيار القصدي لمجتمع الدراسة أخضع لعدة شروط منها:

- ✓ النشاط الفعلي في الميدان للجمعيات الخيرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- ✓ خبرة الجمعية الخيرية.
- ✓ تواجد الجمعيات على مستوى ولاية معسكر.

ملاحظة: إعتمدنا في هذا البحث على منهجية مزدوجة تجمع بين الأداة الكمية (الاستمارة) والأداة النوعية (المقابلة)، وذلك قصد الإحاطة بالظاهرة المدروسة من زوايا مختلفة.

فمن جهة تم توزيع 66 إستمارة على أعضاء الجمعيات الخمس، بهدف رصد آرائهم في دعم العمل الخيري وهو ما يوفر معطيات كمية قابلة للقياس والتحليل الإحصائي الوصفي .

ومن جهة أخرى أجرينا مقابلات نصف موجهة مع رؤساء هذه الجمعيات قصد التعرف على رؤيتهم الإستراتيجية وآلياتهم المعتمدة في إدارة العمل الخيري عبر منصات رقمية بما يتيح الوصول ومعطيات معمقة.

10-4-مجالات الدراسة:

-المجال المكاني:

✓ يتمثل مجال البحث في دراسة ميدانية بولاية معسكر، وهي ولاية داخلية تقع غرب العاصمة على بعد 365 كلم، وجنوب شرق وهران على بعد 90 كلم، ويحدد موقعها بخط عرض 25.35° شمالاً وخط طول 2.15° غرباً.

✓ وبما أن الدراسة أجريت بولاية معسكر فقد تم إختيار الجمعيات الخيرية الواقعة بالمجال المكاني المحدد.

-المجال الزمني:

مرت الدراسة في مجملها بعدد من المراحل منذ التسجيل الأول سنة 2019 إلى غاية آخر تسجيل 2025 وهي كالتالي:

المرحلة الأولى: تمثلت في الجانب النظري أي مرحلة جمع المادة العلمية وتحليلها من أجل بناء الإطار المنهجي للدراسة وبناء الإشكالية وصياغة الفرضيات وتحديد أهداف الدراسة وتقديم الدراسات المشاهدة .

المرحلة الثانية: التحضير للجانب الميداني أي الدراسة الاستطلاعية وتتم عن طريق معاينة المجال المكاني والبشري للدراسة وتمثلت في المراحل التالية:

✓ **المرحلة الاستطلاعية:** ملاحظة وتتبع نشاط الجمعيات الخيرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وجمع المعلومات حول النشاطات وطبيعتها من 2019 إلى بداية 2020.

في هذه المرحلة اعتمدنا على بعض المعلومات تم الحصول عليها بعد توجيهنا إلى إدارة المقر الولائي بمدينة معسكر حيث تم تزويدنا بالمعلومات التالية وهي معلومات أولية :

-عدد الجمعيات الولائية: 114 جمعية فيها 15 عضو (عبر الولايات)

-عدد الجمعيات المحلية: 882 جمعية فيها 10 أعضاء عبر الدوائر.

وقد تمكنا من إستخلاص بعض النتائج من خلال الدراسة الاستطلاعية مكنتنا من:

-تحديد موضوع البحث وهو " العمل الخيري ومواقع التواصل الاجتماعي"، مع تحديد موقع الفيسبوك للدراسة كموقع الأكثر استخداما لدى الجمعيات الخيرية.

-ضبط الإشكالية.

-صياغة الفرضيات: التقرب من الجمعيات ومتابعة نشاطاتها عبر موقع الفيسبوك مكنتنا من ملاحظة بعض الإشارات مثل السرعة في نشر موضوع التبرع وغيره...

- تحديد عينة الدراسة .

✓ المرحلة الميدانية: هنا تم تطبيق أدوات الدراسة في شكلها النهائي بتوزيع الإستمارة على مجتمع الدراسة و إجراء المقابلات من مايو 2025 إلى بداية جوان 2025.

المرحلة الثالثة: جمع البيانات وتبويبها والتعليق عليها.

المرحلة الرابعة: آخر مرحلة وهي مرحلة النتائج واستخلاصها وتفسيرها.

المجال البشري:

يقصد به مجتمع الدراسة أو وحدات العينة التي ستجرى عليها الدراسة، وفي دراستنا هذه يتجسد المجال البشري في رؤساء الجمعيات الخيرية والناشطين المتطوعين بها على مستوى ولاية معسكر ، ويهدف هذا المجال إلى فهم تصوراتهم واتجاهاتهم وتجاربهم العملية حول كيفية توظيف المنصات الرقمية في خدمة العمل الخيري والتأثير الذي تمارسه هذه الوسائل في نشر القيم التضامنية داخل المجتمع.

-الوثائق والسجلات:

تعد الوثائق من أهم أدوات المساعدة على جمع البيانات حول موضوع الدراسة ومن الوثائق المتحصل عليها:

✓ القانون الأساسي للجمعيات الخيرية.

✓ معلومات عن الجمعيات الخيرية وتأسيسها من دار الجمعيات بمعسكر.

11- صعوبات الدراسة:

كل باحث في علم الاجتماع يواجه صعوبات في الميدان تختلف باختلاف موضوع البحث، ومن الصعوبات التي واجهتنا:

-ظروف مهنية وأخرى عائلية كانت سبب في منعنا من التقدم.

-صعوبة الاتصال بالجمعيات الخيرية.

-تغيير مقر بعض الجمعيات قيد الدراسة مما صعب علينا التنقل و الإتصال بها .

-التحفظ الذي تبديه بعض الجمعيات في تقديم معلومات تخص أنشطتها و مصادر تمويلها.

كلها عوامل جعلت محاولة دراسة الموضوع من الأمور الصعبة وعلى الرغم من ذلك لم يكن هدفنا

سوى إظهار حقيقة العلاقة بين العمل الخيري ومواقع التواصل الاجتماعي في زمن التكنولوجيا.

خلاصة الفصل:

خلص هذا الفصل إلى تحديد الأسس المنهجية التي اعتمدت عليها الدراسة، من خلال توضيح المنهج المتبع والأدوات المستعملة لجمع البيانات وكذا تحديد المجالات البشري والمكاني والزمني للبحث، كما تم بيان كيفية إختيار العينة وتحليل البيانات بما يضمن تحقيق أهداف الدراسة بدقة وموضوعية، وقد شكل هذا الفصل الإطار العلمي المنظم الذي إستندت إليه الدراسة الميدانية في معالجة موضوع العلاقة بين العمل الخيري ومواقع التواصل الاجتماعي

الفصل الثاني: العمل الخيري ومواقع التواصل
الاجتماعي

تمهيد:

يعتبر العمل الخيري إحدى الأنشطة المجتمعية الهادفة التي تصب في صالح خدمة المجتمع بمختلف قطاعاته، فالعمل الخيري هو إحدى الآليات المهمة التي يستخدمها أي مجتمع من أجل النهوض به، و من أهم الأعمال التي لها مكانة في الدين الإسلامي حيث أمر الله تعالى ورسوله الإنسان بمساعدة أخيه الإنسان لنيل الأجر، و جانب أصيل من جوانب الإسلام و مقصد من مقاصده الأساسية التي توحى بها عقيدته، وتدفع إليها قيمه، وتنظم شريعته، ويقدم فيها الرسول (ص) وأصحابه نماذج عملية، بما يقتدى فيهدى.

ومع التطور التكنولوجي السريع وظهور وسائل التواصل الاجتماعي، شهد العمل الخيري تحولا نوعيا في أساليبه وأدواته فأصبحت المنصات الرقمية فضاء مفتوحا للتعريف بمشروعاته الخيرية وجمع التبرعات وتنظيم الحملات التضامنية في وقت قياسي وبأقل التكاليف.

ومن هذا المنطلق سنحاول في هذا الفصل التطرق إلى عدة عناصر تجعل منه أكثر وضوحا وتبرز توجهاته ومسالكه وذلك بداية بالأسس النظرية للعمل الخيري ثم مواقع التواصل والتضامن الاجتماعي من أجل تحديد العلاقة بينهما مع التركيز على دورها في دعم المبادرات الخيرية وأساليب توظيفها.

I- الأسس النظرية للعمل الخيري:

1-تعريف العمل الخيري ومجالاته:

أ-تعريف العمل الخيري:

معنى العمل:

قال أحمد بن فارس: " العين والميم واللام أصل واحد صحيح، وهو عام في كل فعل يفعل " (أبو الحسن، 1987، 145)، وعملته أعمله عملا: صنعته وعملت على الصدقة: سعت في جمعها " (بن محمد، 1987، 163).

إذا أطلق العمل في اللغة دل على المهنة والفعل (ابن منظور، 1414، 475)، والعمل له أثر الشيء من ذلك قوله تعالى: **إِنَّ الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَءَاتَوْا الزَّكَاةَ لَهُمْ أَجْرُهُمْ عِنْدَ رَبِّهِمْ وَلَا خَوْفٌ عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ** ﴿٢٧٧﴾ البقرة 277
معنى الخير:

في اللغة: إذا أطلق دل على العطف والميل عن الشر وجمعه خيور والخير ضد الشر. ويعرفه الأصفهاني على أنه: " ما يرغب فيه الكل، كالعقل مثلا، والعدل، والفضل، والشيء النافع، وضده: الشر قيل: والخير ضربان: خير مطلق، وهو أن يكون مرغوبا فيه بكل حال، وخير وشر مقتدان، وهو أن يكون خيرا لواحد شرا لآخر، كالمال الذي ربما يكون خيرا للبعض وشرا للآخرين". وهو في اللغة: من باب باع، والجمع خيور ويدل لفظ الخير في الأصل اللغوي على العطف والميل، وقالوا الخير ضد الشر لان كل واحد يميل إليه، ويعطف على صاحبه والاستخارة من هذا الباب وهذا الباب هو باب الاستعطاف لان المستخير يسأل خير الأمرين ويقدم عليه. (ابن منظور، 1988، 264).

ثم توسعوا في الأصل اللغوي فقالوا: رجل خير، أي فاضل ويقوم بخيار وأخيار الاسم من الاختيار والخير بالكسر الكرم والجمع أخيار وخيار. (ابن فارس، 1979، 188).
تعددت المعاني لكن كلها تحمل دلالات قيمة جميلة فالخير معناه الجود والكرم والأصل والهيئة، والطبيعة، يقال خيار المال، والخير ضد الشر (ابن منظور، 1988، 263).
اصطلاحا:

عرفه ابن عاشور بقوله: " والخير م فيما نفع وملائمة لمن يتعلق هو به، فمن خير الدنيا ومن خير الآخرة الذي قد يرى في صورة مشتقة فان العبرة بالعواقب.

ويطلق الخير على نوعين:

أحدهما غير مطلق وهو أن يكون خير مطلق أن يكون مرغوبا فيه بكل حال وعند كل احد كطلب الجنة، وثانيهما خير مقيد وهو أن يكون خيرا لواحد وشرا لآخر كالمال الذي ربما يكون خيرا لبعض وشرا للآخرين. (ابن عاشور، 1997، 102).

إذن العمل الخيري هو:

مساهمة الأفراد في أنشطة الرعاية والتنمية الاجتماعية ويقوم على تعاون الأفراد مع بعضهم البعض في سبيل تلبية إحتياجاتهم المجتمعية الأمر الذي يدفعهم لتقديم التبرع بجهودهم وأوقاتهم وأموالهم لخدمة هؤلاء الأفراد بهدف تحقيق الخير والمنفعة.

وهو: كل عمل يقدمه الإنسان لغيره في الدنيا سواء كان واجبا أو تطوعا بقصد الإحسان والتقرب إلى الله. (المرزوقي، 2009، 46).

وفي تعريف آخر هو: عمل يشترك فيه جماعة من الناس لتحقيق مصلحة عامة، وأغراض إنسانية ودينية وعلمية، صناعية واقتصادية، بوسيلة جمع التبرعات وصرفها في أوجه الأعمال الخيرية بقصد نشاط إجتماعي أو ثقافي أو إغاثي بطريقة الرعاية أو المعاونة ماديا أو معنويا داخل الدولة أو خارجها، من غير قصد الربح لمؤسسيها، سواء سمي إغاثة أو جمعية أو مؤسسة أو هيئة منظمة خاصة أو عامة. (أبو الذهب، 2002، 528)

والعمل الخيري ظاهرة اجتماعية صحية تحقق الترابط والتآلف والتآخي بين أفراد المجتمع حتى يكون كما وصفه الرسول (ص): كالجسد الواحد، وهو من أهم الأعمال التي يجب أن يعتني بها كما دلت على ذلك النصوص الشرعية من كتاب الله وسنة رسول الله (ص) وكلها تدعو إلى عمل الخير والبذل في سبيل الله سواء بالمال أو الجهد أو القول، والعمل فالكل إن كان ذكرا أو أنثى مطالب بعمل الخير بما يتناسب مع قدراته إنطلاقا من قوله تعالى: " وتعاونوا على البر والتقوى ولا تعاونوا على الإثم والعدوان". وتعود بدايات العمل الخيري في العالم العربي إلى القرن 19 و استمراره حسب الظروف الاجتماعية والإقتصادية والسياسية لكل دولة من الدول العربية، وإسهامه بنسبة كبيرة في تقديم العون والمساعدات للفئات الاجتماعية المحرومة.

ويعتبر البعد الثقافي القيمي عاملا مهما في العمل التطوعي، لما للمنظومة الثقافية و القيمية من تأثير على الدوافع والأسباب التي يحملها الأفراد ولا شك أن الموروث الثقافي العربي الإسلامي يحتوي على العديد من القيم الاجتماعية والثقافية الايجابية كالتعاون والتكافل والزكاة والبر والإحسان، وغيرها من القيم التي تحفز الفرد على التفاني من أجل الخير.

ووفقا لقاموس أكسفورد السياسي تعود كلمة عمل الخير charity الانجليزية إلى الكلمة اليونانية agape بمعنى الحب والعاطفة، وتفهم ضمنا بأنها تعبير عن حب المسيح والنزعة إلى الخير . (البيومي،2009،14) .

وللعمل الخيري تعريفات عدة، حيث يعرف على أنه: " التبرع للفقراء ومن يعانون من الأفراد أو التبرع لمؤسسات خيرية".

كما أنه: "التبرع لصالح قضايا ذات قيمة"

ويقصد به أيضا: " ما يمنح مجانا للمحتاجين أو للتخفيف من المعاناة فهو أي عمل من أعمال الرحمة والنشاط أو الهبة التي تعود بالفائدة على عامة الجمهور". (جوردن،2000،251) .

وهو عمل غير ربحي لا يقدم نظير أجر، فهو عمل غير وظيفي يقوم به الأفراد من أجل مساعدة المحتاجين وتنمية المجتمع. ((شارلوت،1991،61) .

ويمكن تعريفه من خلال الوظائف التي يؤديها في المجتمعات المختلفة، فيمكن أن ينظر إليه على أنه أحد الإستراتيجيات الهامة لمواجهة المشكلات الناجمة عن التهميش، كما أنه أحد آليات تحقيق الإستقرار الإجتماعي والسياسي والإقتصادي في المجتمعات المختلفة. (البركاتي،1429،8-10)

ويرى Roelofs أن العمل الخيري بمؤسساته يعمل بمثابة طبقة وقائية للتخفيف من تقلبات الرأسمالية المتمثلة في البطالة والحرمان الذي تعاني منه بعض الفئات الاجتماعية. (السحيباني:2020،46)

ويعرف الشيخ يوسف القرضاوي العمل الخيري على أنه: " النفع المادي أو المعنوي الذي يقدمه الإنسان من دون أن يأخذ عليه مقابلا ماديا ولكن ليحقق هدفا خاصا له أكبر من المقابل المادي". (القرضاوي،2001،21) .

ومنه نستنتج من خلال التعريفات أنها إتفقت كلها حول طبيعة العمل الخيري بأنه جهد مبذول من طرف الإنسان يسعى إلى خدمة ومساعدة الآخرين بهدف النهوض والإرتقاء بمستوى حياتهم

وتحقيق الرفاهية لهم، ويكون إما بشكل فردي أو جماعي مؤسساتي يسهم في نشر قيم التسامح والتعاون والتكافل بينهم.

ب-مجالات العمل الخيري:

-المجال الصحي: تقديم الرعاية الصحية للمحتاجين سواء من خلال توفير الأدوية والمستلزمات الطبية، أو تمويل العمليات الجراحية والعلاجية، أو إنشاء المستشفيات والمراكز الصحية والعيادات المجانية، كما يقدم الإرشادات الصحية والنفسية.

-المجال الاجتماعي: يدخل ضمنه كل ما يتعلق برعاية الطفولة الأيتام، المرأة رعاية الأحداث رعاية المسنين، مساعدة الأسر الفقيرة والمعوزة...الخ.

-المجال التربوي التعليمي: يتضمن برامج مختلفة تتمحور حول التعليم في الأساس كبرامج محو الأمية، وتوفير فرص تعليمية أوسع وذلك عبر إنشاء المدارس والمعاهد ومنح الطلاب المحتاجين المنح الدراسية، وتوفير الكتب واللوازم، إضافة إلى المساهمة في البحث العلمي والتعليم العالي و كذا تنظيم اللقاءات ذات البعد التربوي، المؤتمرات التوعوية.

-المجال البيئي: يشمل الأنشطة المرتبطة بالحفاظ على البيئة وحمايتها من التلوث والتدهور، مثل حملات التشجير والتنظيف، مشاريع تدوير النفايات ، التوعية البيئية، وحماية الموارد الطبيعية.

-المجال الدعوي: يتجسد بصفة عامة في نشر الإسلام والدعوة إليه.

-المجال الأمني: وله أشكال متعددة مثل مكافحة الجريمة والإجرام، التوعية المرورية، الحفاظ على الأمن.

-المجال الاقتصادي: يسعى إلى تمكين الأفراد اقتصاديا عبر برامج التمويل الصغير، دعم المشاريع المدرة للدخل وتقديم التكوين المهني، وهذا النوع من العمل الخيري يساهم في تحقيق الاستقلالية المالية للمستفيدين والحد من البطالة والفقير.

وبالتالي يمكن القول أن مجالات العمل الخيري تغطي جميع مناحي الحياة الاجتماعية والاقتصادية والبيئية، وهو ما يجعل منه رافعة أساسية للتنمية المستدامة وأداة فعالة لترسيخ قيم التضامن والتكافل بين الأفراد والجماعات.

2- التطور التاريخي للعمل الخيري:

نشأ العمل الخيري من فجر التاريخ كجزء من الطبيعة الإنسانية التي تميل إلى التعاون ومساعدة الآخرين، خاصة في أوقات الشدة والحاجة. وقد بدأت ممارسته بشكل عفوي في المجتمعات القديمة، حيث كان الأفراد يقدمون العون لأقاربهم وجيرانهم، سواء من خلال تقديم الطعام أو المأوى أو الحماية.

ومع تطور المجتمعات ونشوء الديانات أصبح للعمل الخيري بعد ديني وأخلاقي، حيث شجعت معظم الأديان السماوية على مساعدة الفقراء والمحتاجين، مثل الزكاة في الإسلام والصدقة في المسيحية والعمل الإحساني في اليهودية .

2-1- العمل الخيري في الحضارات القديمة:

-عند القدماء المصريين:

دلت الرسوم الموجودة على جدران قدماء معابد المصريين وقبورهم على أن العمل الخيري المتمثل في مساعدة الفقراء كان موجودا لديهم خاصة في حفلات القصور الملكية، وكان المواطنون العاديون يقدمون تبرعاتهم للمحتاجين، فقد كانت المعابد هي التي تتلقى تلك المساعدات والتبرعات من محاصيل الأرض ومنتجات الماشية، لتوزيعها على الفقراء بمعرفة الكهنة، فقد عرف قدماء المصريين الكثير من أعمال التطوع في مجال البر والإحسان. (العلي، 2005، 6-7) .

ولقد عرفت الحضارات القديمة من بينها الحضارة المصرية نوع من العمل الخيري وذلك من خلال مساعدة الأشخاص الفقراء والمحتاجين بتقديم التبرعات لهم.

في الحضارة المصرية القديمة كان الإحسان جزءا من العقيدة الدينية إذ حثت التعاليم على مساعدة الفقراء وإطعام الجائعين باعتبار ذلك عملا يرضي الآلهة ويمن الخلود في العالم الآخر .

-عند الرومان والإغريق:

كانت الحضارة اليونانية معاصرة لحضارة قدماء المصريين وقد كان إهتمام اليونانيين القدماء موجها لرعاية أبناء السبيل وتوفير الطعام والمأوى للغرباء، تقديم مساعدات للمحتاجين والغالب على هذه الحضارة قيام خزانة الدولة نفسها بالرعاية الاجتماعية لشعبها . (العلي، 2005، 07) وقد اتخذ العمل الخيري هنا طابعا مدنيا ، حيث كان الأغنياء يقدمون الهبات لبناء المعابد والمدارس والمسارح العامة بهدف خدمة المجتمع وتعزيز مكانتهم الاجتماعية .

أما الرومان فقد إنقسم مجتمعهم إلى أشراف وعامة، أما الأشراف فقد كانوا يملكون كل شيء والعامة أتباع للأشراف وليس لهم حقوق أو كيان، وقد تطورت الأمور في هذه الحضارة بعد كفاح العامة الذي أدى إلى تحقيق المساواة بين الجماعتين، وفي هذه الحضارة أي الرومانية كان العمل التطوعي يتمثل في طبقة النبلاء، فهم الذين يوزعون القمح على الفقراء عندما يشهد القحط. وهكذا يتضح أن فكرة العمل الخيري ليست حديثة النشأة بل هي قيمة إنسانية أصيلة تطورت عبر العصور، واتخذت أشكالاً متنوعة باختلاف الثقافات لكنها التقت جميعها في جوهر واحد هو خدمة الإنسان والارتقاء بالمجتمع.

2-2- في الأديان السماوية:

عرفنا أن العمل الخيري وجد منذ القدم، وقبل ظهور الأديان السماوية، إلا أنهما لم يتخذا طريقا واضحا إلا عند نزول أول الشرائح السماوية، فقد دعت الأديان السماوية الإسلامية اليهودية والنصرانية إلى العمل التطوعي في المجال الاجتماعي، ونستطيع بذلك إستعراض ملامح الرعاية الاجتماعية كما وجدت:

- اليهودية:

كثير من نصوص العهد القديم تحدد نماذج لما نعرفه اليوم بإسم الرعاية والعمل الخيري من خلاله، والدليل على ذلك الوصايا العشر التي نزلت على سيدنا موسى عليه السلام منها:

- افتح بذك لأخيك المسكين والفقير

- من يرحم الفقير يقرض الرب وعن معروفيه يجازيه

وبالتالي العمل الخيري يحتل مكانة بارزة في التعاليم اليهودية حيث يعد الصدقة (تزدাকা) واجبا دينيا وأخلاقيا على كل يهودي وليست مجرد عمل تطوعي أو إحسان عابر، فالكلمة العبرية تزدাকা مشتقة من الجذر الذي يعني العدالة أو الاستقامة، مما يعكس أن مساعدة المحتاجين تعد واجبا لتحقيق العدالة الاجتماعية، وقد كان العمل الخيري في اليهودية منظما ومؤسسا على مبادئ دينية واحدة تهدف إلى تحقيق المساواة والتخفيف من معاناة المحتاجين وتعزيز روح المسؤولية داخل الجماعة اليهودية.

- النصرانية:

جاءت النصرانية في أقوالها غير المحرفة مكملة للديانة اليهودية واستمرارا لها في إتجاهاتها نحو الإحسان ورعاية المحتاجين، وفي كثير من نصوص العهد الجديد (الإنجيل) نجد الأصول الأولى للرعاية والتي يعبر عنها في مواضيع كثيرة:

- بالصدقة يقبل الصوم، ومعها تقبل الصلاة.

- من سألك أعطه، ومن أراد أن يقترض منك فلا ترده.

- كل أنواع الهبات مرغوب فيها.

وقد اهتمت النصرانية برعاية الأيتام والأرامل وأنشأت بيوت المحبة (الملاجئ) مما أعطى الكنيسة تشجيعا لعمل المشروعات الخيرية. (معلوي ، 2000 ، 18) وعليه يمكن القول أن العمل الخيري يحتل مكانة مركزية في تعاليم الديانة النصرانية، إذ يعد تعبيرا واضحا عن المحبة والإيمان الحقيقي ، فالمسيحية ربطت بين محبة الله ومحبة الإنسان لأخيه الإنسان.

-الدين الإسلامي:

بما أن الإسلام آخر الديانات السماوية فقد جاء بنظام متكامل للرعاية الاجتماعية يقوم على أساس التكافل الاجتماعي والتعاون بين الناس في سبيل الخير وحض الإسلام على البر والرحمة والعدل والإحسان، وفي ذلك:

قول الله تعالى: **مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَتَتْ سَنَابِلَ فِي كُلِّ سُنبُلَةٍ مِائَةٌ حَبَّةٌ وَاللَّهُ يُضْعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَسِيعٌ عَلِيمٌ** ﴿البقرة 261

تشير الآية إلى الإنفاق في سبيل الله وتشجع على العطاء وبين أجر العمل الخيري وعظمته.

وقوله تعالى: **خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ** ﴿التوبة 103 ، ، يقصد بالآية أن الصدقة تطهر النفس.

وكذلك قوله تعالى: **لَيْسَ عَلَيْكَ هُدَاهُمْ وَلَكِنَّ اللَّهَ يَهْدِي مَنْ يَشَاءُ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ خَيْرٍ فَلِأَنْفُسِكُمْ وَمَا تُنْفِقُونَ إِلَّا ابْتِغَاءَ وَجْهِ اللَّهِ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ خَيْرٍ يُؤَفَّ إِلَيْكُمْ وَأَنْتُمْ لَا تُظْلَمُونَ** ﴿البقرة 273 تشير الآية إلى جزاء الإنفاق.

من خلال ما تقدم نلاحظ أن العمل الخيري جزء من الدين الإسلامي تشهد له القواعد الأصولية للشريعة الإسلامية، والغاية من فعل الخير القيام بمصالح فئات معينة نص عليها الشارع

الحكيم من خلال تحقيق ذلك بالاسترشاد بالقاعدة الناصة على رعاية المصالح، والدور الرائد الذي يتصدره العمل الخيري، والمتمثل في الوظائف الاجتماعية، التي تخدم كافة الفئات المستحقة للإنتفاع من جهة والوظائف التنموية التي يعود أثرها على المجتمع بأسره من ناحية ثانية، يندرج ضمن مقاصد الشريعة لأن جل الخدمات التي يقدمها القطاع الخيري تنصب في خانة المقاصد الثلاثة إلا أن إسهامات العمل الخيري في حفظ المقاصد الثلاثة ليست على وتيرة واحدة، بمعنى أن المجال الذي يتصدر العمل الخيري ورعايته قد يكون في موقف ما ضروريا ولكنه في موقف آخر حاجي أو تحسيني، والضابط في هذا هو قوة مرتبة المصلحة الشرعية المرجو تحقيقها من العمل الخيري.

2-3- العمل الخيري في المجتمعات:

في المجتمعات الإقطاعية:

لقد تجسدت صور الأعمال الخيرية التي كانت تمارس في المجتمعات الإقطاعية في العصور الوسطى في المساعدات المتبادلة التي يوفرها أعضاء الفلاحين في القرى والتي يقدمونها بعضهم للبعض في إطار علاقات الوجه للوجه والعمل الزراعي الجماعي، وأيضا المساعدات التي يوفرها الإقطاعيين " صاحب الأرض " لرعاية شكل منح ومساعدات عينية.

هذا بالإضافة إلى دور الجمعيات الدينية الخيرية أو تلك التي يشكلها بعض الأمراء وخاصة من سيدات وأميرات الطبقة الإقطاعية في إطار غايات إنسانية لمساعدة الضعفاء والمعوقين والأيتام والمسنين. (البوسعيدي، 2006، 13). ومنه يمكن القول أن العمل الخيري في العصور الإقطاعية إمتد في أوروبا خلال القرون الوسطى حيث كان مرتبطا بالنظام الاجتماعي والطبقي الذي ساد آنذاك. فقد كانت الملكيات الإقطاعية تقوم على طبقة النبلاء وملاك الأراضي من جهة والفلاحين والعمال من جهة أخرى مما جعل التفاوت الاجتماعي كبيرا وأوجد حاجة ملحة لأعمال الإحسان والمساعدة.

في المجتمعات الصناعية:

على إثر المشكلات الاجتماعية التي سبقت عصر النهضة الأوروبية وقيام الثورة الصناعية من تسول وفقر وبطالة وانتشار الجريمة أخذ المفكرون و المسؤولين وخاصة في إنجلترا الإهتمام بالخدمات الاجتماعية إذ أصدرت قانونا سنة 1536، يقضي بجمع التبرعات الخيرية وتوزيعها على المحتاجين،

إلا أنها لم تكن كافية للقضاء على تلك المشكلات الأمر الذي استدعى سن قانون الفقر 1601 م والذي ينص على رعاية المتسولين والفقراء والمحتاجين، وتعيين مشرفين على شؤون الفقراء ومنحهم سلطة فرض الضرائب لاستخدامها في توفير عمل القادرين على إعالة أنفسهم. وأدى هذا القانون إلى إنشاء بيوت الإحسان والإيواء للعجزة والمقعدين وإقامة الملاجئ للفقراء والأيتام والمرضى عقليا بأمريكا، وكذا الجمعيات الخاصة برعاية الفقراء كالجمعية التي تأسست سنة 1843 وظلت هذه المؤسسات تقوم بأعمالها التطوعية حتى نهاية ق 18 أين بدأ العمل الاجتماعي في التوسع وإنشاء مدارس الخدمة الاجتماعية التي نادت بتفعيل دور الجمعيات الخيرية . (مركز البحوث والدراسات، 2011، 06) .

وفي القرن 19 تكلفت الجمعيات الخيرية في المجتمعات الرأسمالية المبكرة تقديم صور الرعاية الاجتماعية للفقراء والمعوقين وغيرهم من الفئات الغير قادرة على العمل، حيث قامت " جمعية تنظيم الإحسان " في لندن خلال النصف الأول من القرن 19 م بتقسيم المدينة إلى مناطق صغيرة وتشكيل لجنة من المتطوعين بكل منطقة لبحث حالات المحتاجين والإشراف على توزيع المساعدات لهم.

في المجتمعات المعاصرة:

أخذ العمل الخيري هنا الطابع المؤسسي وذلك من خلال مؤسسات المجتمع المدني، واعتبرت الجمعيات الخيرية من المكونات الأساسية في سوق الرعاية الاجتماعية، إذ أنه من بين توصيات مؤتمر القمة العالمي للتنمية الاجتماعية 2001: تعزيز مساهمة العمل الخيري في التنمية الاجتماعية وتحسين التكافل وتوفير خدمات الرعاية الاجتماعية بما في ذلك تمكين الفئات المحرومة. وهنا يمكن القول أن العمل الخيري توسع نطاقه ليأخذ بعدا عالميا، بفضل وسائل الإعلام الحديثة فظهرت المنظمات الدولية والمؤسسات الإنسانية الكبرى مثل الصليب الأحمر ، والهلال الأحمر ومنظمات الإغاثة التابعة للأمم المتحدة، كما أدت الثورة الرقمية وظهور وسائل التواصل الاجتماعي إلى فتح آفاق جديدة للعمل الخيري حيث أصبحت المبادرات أكثر سرعة وشفافية وانتشارا.

وبذلك العمل الخيري قد انتقل من العفوية إلى التنظيم ومن المحلية إلى العالمية وأصبح عنصرا أساسيا في تحقيق التنمية المستدامة وتعزيز التعاون بين الشعوب.

وعلى الصعيد العربي شهدت دول الخليج العربي على غرار الدول العربية الأخرى حركة جموعية كبيرة في السبعينات والثمانينات من القرن الماضي تمثلت في انتشار وزيادة عدد الجمعيات وذات الطابع

الخيري وذلك راجع للوفرة المالية التي حققتها عائدات البترول واهتمام الحكومات ورجال الأعمال بالفئات الضعيفة. (بركات، 2005، 03-04).

ومنه انحصر مفهوم العمل الخيري والمنظمات الخيرية في عالمنا العربي وخارجه وحتى منتصف الثمانينات على ذلك العمل الفردي أو الجماعي " غير منظم عند الكوارث والأزمات وتطور تلقائيا إلى تلك المنظمات التي تقدم خدمات اجتماعية للمجتمعات الضعيفة، والتي يطلق عليها المجموعات الخاصة في علم الخدمة الاجتماعية والذي هو الأساس العلمي للعمل مع هذه المجموعات مثل الأطفال الجانحين أو الغير الشرعيين والمعوقين مثل المكفوفين والصم والبكم، وهناك منظمات طوعية غير هذه المجموعات الخيرية مثل:

-الجمعيات التعاونية والتي تدرج تحت التعاونيات والنقابات.

وفي بداية الثمانينات بدأ التفكير في الدول الغربية لتوظيف المنظمات الخيرية الخاصة للعمل في مشاريع التنمية في الدول النامية، وفي التسعينيات بدأ توسع واضح في مفهوم العمل الخيري إذ شمل مفاهيم أبعاد سياسية أهمها مفهوم المشاركة السياسية والحكم الرشيد. (إبراهيم، 2001، 4).

لقد كانت الجزائر من الدول العربية التي لها سياق في الاهتمام بالعمل الخيري فقد عرفه الجزائريون منذ القدم في القرى و المداشر، إذ كانت الوسيلة الوحيدة التي كان يستعملها الجيل القديم في الإعلان عن الأعمال الخيرية التي تقام باسم "التوزيع" * هذا المصطلح الذي أراد الجزائريون أن ينعتوا به التعاون والتكافل الاجتماعي، الذي لا يهدف إلى مقابل مادي، وقد رأى الدكتور عبد المجيد عمراني أن التوزيع في المجتمع نوع من العمل الخيري، الذي يساهم في التنمية الشاملة للمجتمع وتطور العمل الخيري في الجزائر على الرغم من حالة الاستعمار التي كانت تعيشها قبل الستينيات، فقد تأسس الهلال الأحمر الجزائري في 11 ديسمبر 1956 أثناء حرب التحرير الجزائرية، وكان أول من ترأسه حسن عمر بوقلي واستمر على رأسه حتى عام 1959، هذه المؤسسة الخيرية التي تقوم بأعمال خيرية داخل وخارج الوطن. (بوراس، 2012، 134).

ومنه عرف الجزائريون العمل الخيري منذ القدم وبدأ في التطور رغم الحالة المزرية التي كانت تعيشها الجزائر إبان الاستعمار الفرنسي وهذا دليل على حب الجزائريين لعمل الخير، و تعدد الجزائر من الدول العربية الفاعلة في مجال العلم الخيري واستطاعت أن تساهم من خلاله في حل العديد من الأزمات التي مرت بها على اختلاف الأحداث التي عاشتها و الكوارث التي أدت بها إلى اللجوء إلى الجمعيات

* - التوزيع: شكل من أشكال التضامن والتعاون التقليدي، يقوم على مساعدة الأفراد لبعضهم البعض دون مقابل مادي.

الخيرية لمساعدتها مثل أحداث العشرية السوداء وضحايا الإرهاب وحملة باب الواد، زلزال بومرداس، وقد يصل عدد الجمعيات الخيرية في الجزائر حوالي 100 ألف جمعية حسب التقرير الذي قدمه رئيس اللجنة الوطنية الإستشارية لحماية حقوق الإنسان السيد: مصطفى فاروق القسنطيني.

أما دول العالم العربي تعتبر من بين الدول الناشطة في مجال العمل الخيري حيث أنها تضم جمعيات خيرية متنوعة، ففي البحرين 90 جمعية اجتماعية و 16 جمعية خيرية و 78 صندوقا خيريا. (محمد ، 2014، 45).

و في لبنان حددت منظمة الصحة العالمية في تقريرها عن الوضع الصحي في إجمالي النفقات العامة، وعدد المتطوعين في الأردن حوالي 10000 يقدر إسهامها بحوالي 33 مليون يوم عمل باعتبار أن عمل المتطوعين سنويا هو 200 ساعة عمل، ويقاس إسهامهم حسب الحد الأدنى للأجور ما يوازي 215 مليون دينار قيمة الإسهام الاقتصادي والاجتماعي.

إذن العمل الخيري نشأ مع نشأة المجتمعات الإنسانية نفسها إذ ارتبط بحاجة الإنسان لمساندة غيره في مواجهة صعوبات الحياة، ففي المجتمعات القديمة كان التضامن بين الأفراد يقوم على روابط القرابة والعشيرة لتلبية الحاجات الأساسية، ومع تطور الأديان اتخذ العمل الخيري طابعا دينيا منظما ، حيث دعت مختلف الشرائع السماوية إلى مساعدة الفقراء والضعفاء، مثل الزكاة في الإسلام والصدقات في المسيحية واليهودية، وفي العصور الوسطى برز دور المؤسسات الدينية والخيرية في رعاية المحتاجين وبناء المدارس والمستشفيات. ومع دخول العصر الحديث تحول العمل الخيري تدريجيا إلى نشاط مؤسسي تنظمه جمعيات وهيئات أهلية، ثم تطور في العصر المعاصر ليصبح جزءا من المسؤولية الاجتماعية والتنمية المستدامة.

3- خصائص العمل الخيري وأهميته:

ب- الخصائص:

يعد العمل الخيري من أهم الممارسات الاجتماعية التي رافقت الإنسان منذ القدم، إذ ارتبطت نشأته بالجانب الأخلاقي والديني، والإنساني، ومع تطور المجتمعات وتعدد الحاجات ، أصبح لهذا النشاط حضور مؤسسي وتنظيمي أكبر، وللتعمق في فهمه يمكن تحديد جملة من الخصائص التي تميزه عن غيره من أشكال الفعل الاجتماعي وهي:

الطابع الإنساني: يرتبط العمل الخيري إرتباطاً وثيقاً بخدمة الإنسان وتحسين ظروف حياته، سواء من خلال تلبية الحاجات الأساسية كالطعام والكساء والعلاج، أو من خلال تقديم خدمات تنموية وتعليمية وثقافية، ومن هنا يكتسب بعداً إنسانياً يتجاوز الحدود المكانية والزمنية.

الشمول أو النفع العام: يقدم الفرد الخير والعون لكل من هو في حاجة إليه سواء كان قريباً أو بعيداً، صديقاً أو عدواً، مسلماً أو كافراً،... الخ، فالإنسان لا يقصر خيره وبره على أقاربه وذوي رحمة أو عصبته ولأهل بلده، وإن كان الإسلام يوصي بالأقربين أكثر من غيرهم، كما قال الله تعالى: **يَسْأَلُونَكَ مَاذَا يُنْفِقُونَ قُلْ مَا أَنْفَقْتُمْ مِنْ خَيْرٍ فَلِلْوَالِدَيْنِ وَالْأَقْرَبِينَ وَالْيَتَامَى وَالْمَسْكِينِ وَأَبْنِ السَّبِيلِ وَمَا تَفَعَّلُوا مِنْ خَيْرٍ فَإِنَّ اللَّهَ بِهِ عَلِيمٌ** البقرة 21

ويقول رسول الله صلى الله عليه وسلم: " الصدقة على المسكين صدقة، وهي على ذي الرحم ثنتان: صدقة وصلة ". رواه الترميذي .

ولا يكف الإنسان المسلم خيره وبره عن مخالفة في الدين، بحيث لا يقدم العون إلا لمسلم، ولا يجوز بالخير إلا على مسلم، كأن الكافر لا يستحق الرحمة، وهذا خطأ، فإن الكافر يعيش في ظل ملك الله ويأكل من رزقه ولا يحرم من بره ورحمته.

وهذا ما وجه إليه القرآن الكريم في التعامل مع غير المسلمين أن نبرهم ونقسط إليهم ما داموا مسلمين لنا ولم يظاهروا عدواً علينا.

ولا يقف المسلم بخيره وإحسانه عند الإنسان المكرم، بل يتجاوز به إلى الحيوان الأعجم فهو يرحم الإنعام التي يستخدمها في الحرث والسقي والدور النسل، ويرحم الدواجن التي يقتنيها في البيت ليأكل بيضها ولحمها، ويرحم الحيوانات الأخرى مثل الكلاب والقطط، وفي الحديث: " اتقوا الله في هذه البهائم المعجمة، فاركبوها صالحة، وكلوها صالحة" رواه أبو داود .

وبالتالي لا يتوقف العمل الخيري عند حدود المستفيد المباشر بل يتعداه ليشمل المجتمع ككل ، حيث يسهم في تقليص الفوارق الاجتماعية، وتعزيز التماسك وبناء شبكات دعم متبادلة بين أفرادها.

التنوع: لا يأخذ فعل الخير لدى الفرد المسلم ولا الجماعة المسلمة صورة واحدة ولا نمطاً واحداً، بل تعدد صوره وتنوع أنماطه بحسب حاجات الناس ومطالبهم، وبحسب قدرة فاعل الخير وإمكاناته، فقد يعمل على تحقيق المطالب المادية للإنسان من مأكلاً ومشرباً وملبساً ومسكناً وعلاجاً. وقد يعمل على تحقيق المطالب المعنوية للإنسان، من تعليم وثقافة وفقه ودين..

التجدد والتكيف: يتسم بالمرونة والقدرة على التكيف مع المتغيرات، إذ تختلف أشكاله باختلاف السياقات والظروف ، فهو في أوقات الرخاء قد يأخذ شكل مشاريع تنموية وثقافية ، بينما في الأزمات يتركز في الإغاثة العاجلة.

ومثل ذلك المطالب النفسية للإنسان، مثل إدخال السرور عليه ومسح دمعته ومعالجة قلقه وهمه، وملء نفسه بالتوكل على الله والثقة به ومطاردة اليأس من قلبه، وقد يمنح المسلم الخير للفرد أو يمنحه للأسرة، أو للمجتمع وقد يكون الخير في صورة أشياء عينية أو نقود.

التنظيم والتخطيط: إنتقل العمل الخيري من الطابع الفردي العفوي إلى الطابع المؤسسي المنظم ، حيث باتت الجمعيات والمنظمات تعتمد على أساليب إدارية وقانونية حديثة، بما يضمن الشفافية والاستمرارية وتحقيق الأهداف المرسومة.

وبناء على ما سبق يتضح، أن خصائص العمل الخيري تجمع بين البعد الإنساني والأخلاقي من جهة ، والبعد المؤسسي والتنظيمي من جهة أخرى، فهو نشاط يقوم على الإرادة الحرة يتوجه للنفع العام ويتسم بالتنوع والتجدد، ويعكس قي نفس الوقت قدرة المجتمعات على التعبير عن تضامنها وتماسكها الداخلي.

ب- الأهمية:

تبرز أهمية العمل الخيري في عدة جوانب منها:

الجانب الاقتصادي: لما يساهم في توفير كثير من المبالغ المالية التي تصرف لبعض الخدمات التي يتطلبها المجتمع خصوصا في حالة صعوبة استحداث وظائف جديدة في أجهزة الدولة نتيجة الظروف الاقتصادية العامة.

الجانب الأمني: العمل الخيري له دور بارز في غرس روح العطاء والانتماء في نفوس الأفراد المتطوعين وبالذات الشباب ما يعزز قيم الانتماء والولاء لديهم وبالتالي إحساسهم بالمسؤولية واستنفاذ كل طاقاتهم في البناء والحفاظة على مجتمعاتهم.

كما يؤدي في جانب الخبرات دورين رئيسيين أحدهما موجه للشباب حيث يساعد على تنمية مهاراتهم وقدراتهم بما يكسبهم خبرة مهمة في العديد من المجالات، والآخر موجه نحو المؤسسات، والوزارات فهو يمكنها من الاختيار بين المتطوعين الأشخاص المميزين لشغل وظائف تتطلب معرفة شخصية .

الجانب الديني: العمل الخيري له أهمية كبرى في تعميق مفاهيم الإسلام في الحث على أعمال الخير والبر لكافة البشر وإن اختلفت دياناتهم بما يعكس صورة حسنة عن الدين الإسلامي ورعايته للإنسانية وبما يحقق التكافل والتكامل الاجتماعي بين أفراد المجتمع . (بن محمد، 1430، 44) .

إلى جانب ذلك يقوم العمل الخيري بـ:

- تكميل العمل الحكومي وتدعيمه لصالح المجتمع عن طريق رفع مستوى الخدمة وتوسيعها.
- توفير خدمات يصعب على الإدارة الحكومية تقديمها لما تتسم به الأجهزة الخيرية من مرونة وقدرة على الحركة السريعة.
- تطبيق الأسلوب العلمي من خلال خبراء متطوعين وضع قنوات اتصال مع منظمات شبيهة بدول أخرى من دون حساسية أو التزام رسمي والاستفادة من تجاربها الناجحة القابلة للتطبيق . (بن خليل، 2015، 02) .

وأهمية العمل الخيري تعود لفاعل الخير نفسه وذلك من خلال:

- تعزيز الثقة بالنفس.
- الحصول على مكانة في المجتمع.
- زيادة الخبرات لدى المتطوع.
- تحقيق أهداف خاصة متمثلة في الإشراف في مشروعات تطوعية محببة إليه.
- استثمار أوقات فراغه في أعمال إجتماعية تحقق له الإشباع المعنوية.
- الحصول على أجر من الله تعالى.

4- أنواع العمل الخيري:

تتعدد أشكال العمل الخيري تبعاً لاختلاف دوافعه وأهدافه ووسائله، وتنوع حاجات الأفراد والمجتمعات ويمكن تصنيفه إلى عدة أنواع رئيسية:

✓ من حيث طبيعة المساعدة:

عمل خيري مادي: يتمثل في تقديم التبرعات المالية، توزيع الغذاء والكساء، بناء المساكن ، المساهمة في تجهيز مرافق عامة.

عمل خيري معنوي: يشمل الدعم النفسي والمعنوي ، تقديم استشارات، الإرشاد الديني، أو الاجتماعي، نشر التوعية والثقافة.

✓ من حيث الاستمرارية:

عمل خيري دائم (مستمر): مثل الأوقاف، المشاريع التنموية، المراكز الصحية والتعليمية التي تقدم خدمات طويلة الأمد.

عمل خيري موسمي أو ظرفي: يبرز في المناسبات (رمضان، الأعياد أو خلال الأزمات والكوارث الطبيعية، والحروب ويكون ذا طابع إنساني سريع.

✓ من حيث المجال:

اجتماعي: مساعدة الفقراء، رعاية الأيتام، دعم الأسر المحتاجة.

تعليمي: توفير منح دراسية وبناء المدارس، دعم الطلبة بالمراجع والوسائل التعليمية.

صحي: تمويل العمليات الجراحية، توفير الأدوية، إنشاء المستشفيات والمراكز الطبية.

بيئي: بشير إلى المتطوعين الذين يساهمون في إدارة الشؤون البيئية وحفظها.

✓ من حيث النطاق الجغرافي:

محلي: يركز على خدمة المجتمع المحلي والبيئة القريبة من المتبرع أو الجمعية.

وطني: يمتد ليشمل مناطق متعددة داخل الدولة ويستجيب لاحتياجات أوسع

دولي: يتمثل في المساعدات الإنسانية العابرة للحدود خصوصا في حالات الكوارث أو دعم الدول الفقيرة.

✓ العمل الخيري الافتراضي: أي الالكتروني حيث ينهي جميع مهامه أو جزء منه بعيدا عن

المنظمة، يستخدم فاعلي الخير شبكة الانترنت في المنزل أو المدرسة أو من مركز معالجة عن

بعد أو في العمل أو من أي جهاز يتصل بشبكة الانترنت مثل المساعد الرقمي الشخصي أو

الأجهزة الذكية.

وبذلك يتضح أن العمل الخيري ليس قالبا واحدا بل هو منظومة واسعة تتكيف مع حاجات الأفراد

وظروف المجتمع، وتنوع أنواعه يعكس مرونته وقدرته على الاستجابة لمختلف التحديات سواء كانت

اقتصادية أو اجتماعية أو صحية أو بيئية.

5- أهداف العمل الخيري ودوافعه:

أ- الأهداف:

العمل الخيري يسعى إلى تلبية حاجات الفئات الهشة في المجتمع، من خلال تقديم المساعدات المادية والمعنوية، بما يضمن لهم حياة كريمة كما يهدف إلى نشر روح التضامن والتكافل الاجتماعي، وتقليل الفوارق الطبقيّة، إضافة إلى دعمه للتعليم والصحة والتنمية المستدامة . إلى جانب ذلك يسهم في غرس القيم الإنسانية كالعطاء والإحسان، ويؤدي دورا مهما في مواجهة الأزمات والكوارث، مما يعزز الاستقرار والتماسك داخل المجتمع. وتنقسم الأهداف إلى قسمين:

-الأهداف الخاصة:

- إشباع فاعل الخير لإحساسه بالنجاح في القيام بعمل يقدره الآخرون.
- الحصول على مكانة أفضل في المجتمع.
- الحاجة إلى الانتماء وتكوين علاقات اجتماعي.

-الأهداف العامة:

- ذات علاقة مباشرة بالوظائف الأساسية للعمل الخيري وهي:
- تؤدي الجهود التطوعية إلى تعريف أفراد المجتمع بالظروف الواقعية التي تعيش فيها الفئات الأخرى ويقود ذلك إلى وجود وتسهيل الفهم المشترك حول المشكلات والأحوال السيئة التي يعاني منها المجتمع ويتعين عليه مواجهتها وهذا يقود إلى التقليل من التمييز والعصبية الناتجة عن الجهل بأحوال الجماعات الأخرى في المجتمع.
- تحقيق التربية الإجتماعية للمواطنين ذاتيا، وتنمية الشعور بالمسؤولية الجماعية والتجارب مع المصلحة العامة، وتعويدهم على ممارسة الحياة الديمقراطية والقيادات الجماعية والشورى في أمورهم وتحقيق التعاون فيما بينهم.
- يسعى إلى تخطي الحواجز السلبية والانعزالية في المجتمع.
- إعداد توجيه الطاقات البشرية والمادية وتحويلها إلى عمل اجتماعي.

- توفير أسباب التقدم والرفاهية لأفراد المجتمع بالوسيلة الأسهل وصولا و الأسلوب الأفضل أداء و الأكثر نفعاً.

- سد الفراغ في الخدمات وتوسيع قاعدتها تحقيقاً لمبدأ الكفاية الاجتماعية بتحويل الطاقات الخاملة إلى طاقات قادرة وعاملة ومنتجة.

ب-دوافعه: (رخال ، 2006 ، 33):

-العمل من أجل الصالح العام.

-حب العمل مع الآخرين.

-الرغبة في كسب شعبية بين المواطنين.

-الحصول على مركز في الهيئات أو الجمعيات أو الأحزاب.

-كسب احترام وتقدير الآخرين.

-تكوين أصدقاء.

-الحصول على كسب مادي.

-تلبية بعض الاحتياجات.

-وجود حوافز مادية ومعنوية للمشاركة.

وبذلك فإن دوافع العمل الخيري تمثل مزيجاً من الإيمان والقيم والواجب الإنساني، وهي التي تجعل منه سلوكاً راسخاً يسهم في بناء مجتمع أكثر عدلاً وتعاوناً.

6-آثار العمل الخيري ومعوقاته:

أ-الآثار:

-على الفرد: ينال الفرد الأجر العظيم والثواب الجليل من عند الله عز وجل مما يجعله قريباً منه، ويعود ذلك الشعور بالسعادة والرضا فحينما يقدم لإخوانه المحتاجين في الضراء ويعمل على تخفيف آلامهم ومعاناتهم، فإنه يشعر بالسعادة والراحة النفسية لما قدم . (إحسان ، 2003 ، 60) ، كما أن الفرد يمكنه أن يشغل وقت فراغه بالأعمال والأنشطة الخيرية التي تنمي شخصيته وتحقق له ذاته . (إحسان ، 2003 ، 61) .

وتتلخص الآثار فيما يلي:

- شعور الفرد بالراحة النفسية عند قيامه بأي عمل ربحي.
- شعور الفرد بتحقيق مكسب ديني وهو الأجر والثواب من الله.
- شعور الفرد بأهمية الترابط بين أفراد المجتمع فيسعى إلى المشاركة .
- إقناع الفرد بأن ما يؤديه هو خدمة وطنية إنسانية لأفراد مجتمعه.
- زيادة وتقوية الانتماء الوطني بين الأفراد.
- القضاء على أوقات الفراغ ووجود ما يشغله
- تحقيق الواجهة التي يسعى ليها بعض الأشخاص.
- زيادة الإحساس بذات الفرد وأهميته في المجتمع فيود رد المعروف لمن ساعده.
- مرور الفرد بمحادثة قدم فيها العون والمساعدة.
- التأثير المباشر وغير مباشر على أفراد الأسرة والأصدقاء بالمشاركة في هذه الأعمال.

-على المجتمع: الأعمال الخيرية إن وجدت بين المسلمين فإنها تعمل على إشاعة الألفة و المحبة بينهم و بذلك ينشأ المجتمع متآلفا متكاملًا تنتشر بين أفراده المحبة و الإخاء و التعاون فإذا وجد هذا في المجتمع المتراحم و المتلاحم فإنه يكون قادرًا على مواجهة الأعداء (الجليل، 1998، 352)، كما أن الأعمال الخيرية تسهم في تنمية العلاقات الأخوية التي تعمل على تقوية دعائم المجتمع الإسلامي و تماسكه، مما يجعل وحدة الإنسانية واحدة يشد بعضه بعضًا كالبنيان المرصوص . (العلي، 1996، 35)

وتتلخص آثار العمل الخيري على المجتمع كما يلي: (اللحياني، 1997، 189)

- تقوية الترابط و التكاتف بين أفراد المجتمع .
- شعور الجماعة بحاجة الفرد و الفرد بحاجة المجتمع .
- تشكيل جماعات عفوية تقدم المعونة الفورية .
- تنمية روح التنافس بين الجماعات الخيرية بما يعكس جودة الخدمات .
- زيادة أماكن تقديم الخدمات و توفرها في كل مدينة .
- توفير مبالغ مالية تصرف على القوى البشرية و صرفها في مجالات أخرى .

على التنمية: يدعم مجالات التعليم والصحة والبنية التحتية مما يساعد في تحسين مستوى المعيشة وتحقيق التنمية المستدامة.

في الأزمات: يخفف من حدة الكوارث والأزمات الإنسانية عبر توفير المساعدات السريعة للمتضررين.

وبالتالي للعمل الخيري آثار إيجابية عميقة ، إذ ينعكس على الفرد بمنحه شعورا بالرضا النفسي والسعادة، ويغرس فيه قيم الرحمة والمسؤولية ، كما يساهم في تقوية أواصر التضامن داخل المجتمع والحد من الفقر والبطالة، إضافة إلى دعمه للتعليم والصحة والتنمية المستدامة، وفي أوقات الأزمات والكوارث يبرز أثره جليا في التخفيف من معاناة المتضررين مما يجعله عملا أساسيا في إستقرار وتماسك المجتمعات.

ب-المعوقات:

-على مستوى الفرد:

- عوامل تتعلق بفاعل الخير: عدم وجود فراغ لدى الإنسان بسبب انشغاله بأمر حياته الشخصية أو الخيرة السلبية السابقة للمتطوع و التي تجعله يتراجع عن المشاركة.
- عوامل تتعلق بالمؤسسات الاجتماعية: عدم إعلان المؤسسة عم حاجاتها للمتطوعين و وجود تنافس بين المتطوعين قد يؤثر على مستوى أداء الأعمال المرتبطة بالرعاية أو التنمية الاجتماعية .
- عوامل تتعلق بالمجتمع: يعتقد البعض أن قضاء أبنائهم وقتهم في أعمال التطوع يبعدهم عنهم و بالتالي قد تضعف علاقاتهم بأسرهم عدا عن وجود قصور معرفي لدور المتطوعين في المجتمع .

على مستوى المؤسسات: (فخري ، 2014 ، 20-21) :

- غياب مصادر الدعم الرسمي الحكومي .
- غياب التنسيق بين مؤسسات المجتمع المدني في العمل الخيري .
- الظروف الاقتصادية السائدة و ضعف الموارد المالية للمنظمات الخيرية .

على مستوى المجتمع: (فخري ، 2014 ، 24-25) :

- معوقات ازدهار ثقافة المتطوع

- معوقات تواجه بناء الفرد الراغب و القادر و المستعد لفعل الخير
- غياب الدور الإعلامي عن التوعية بأهمية العمل الخيري و بمؤسساته و بالأدوار التي يمكن أن يقدمها للمجتمع بقلة الإقبال على فعل الخير، و عدم تفاعل وسائل الإعلام مع برامج العمل الخيري إضافة إلى ما سبق يمكن التطرق إلى معوقات أخرى و التي تتمثل فيما يلي:
- عدم توفر المواصلات و كذا وسائل الإتصال اللازمة خاصة في المناطق الريفية و النائية.
- فقدان الثقة في التطوع و في المنظمات الخيرية نتيجة سيطرة ذوي السمعة السيئة على هاته المنظمات، و هذا ما يؤدي إلى نفور الأفراد من الأنشطة التي يقومون بها و يعرضون عن المساهمة في إنجاحها .
- إقحام العمل الخيري في الصراعات السياسية .
- الإهتمام بتدريب المتطوعين على الأعمال التي سيكلفون بها.
- أن يلم المتطوع بأهداف ونظام وأنشطة البرنامج وعلاقته بباقي المتطوعين المدربين.
- ومنه نجد أن العمل الخيري يواجه جملة من المعوقات، أبرزها ضعف التمويل وغياب التنظيم والشفافية مما يقلل من فعاليته ويضعف ثقة المتبرعين، كما أن الإعتماد على التبرعات العاطفية بدل المشاريع المستدامة، وقلة الكوادر المتخصصة، إضافة إلى تكرار الجهود وغياب التنسيق بين الجهات كلها تحد من أثره، ولا تقل المعوقات القانونية والإدارية إلى جانب بعض النظرات السلبية التي تحصر العمل الخيري في الصدقات المؤقتة، عن كونها عوامل تحد من قدرته على تحقيق التنمية المنشودة.

II- مواقع التواصل والتضامن الاجتماعي:

في العصر الحديث أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي جزءا لا يتجزأ من الحياة الإنسان اليومية، بل تحولت إلى وسيلة أساسية للتواصل والتعبير وتبادل المعلومات، فقد سهلت هذه المنصات وغيرها من ربط الناس ببعضهم البعض عبر أنحاء العالم، مما أحدث نقلة نوعية في أساليب التفاعل الاجتماعي والثقافي ورغم فوائدها العديدة إلا أنها تحمل في طياتها تحديات وآثار سلبية لا يمكن تجاهلها، ما يدفع إلى ضرورة دراسة هذه الظاهرة وتأثيراتها بشكل متوازن.

ومنه سنتطرق في العناصر الموالية إلى الغوص معمقا في دراسة مواقع التواصل الاجتماعي انطلاقا من التعريفات والنشأة والتطور مروراً بالخصائص وأدوارها ثم إستراتيجيتها في دعم العمل الخيري عبر موقع الفيسبوك وصولاً إلى آثارها في نشر قيم التضامن.

1- تعريف مواقع التواصل الاجتماعي:

هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكات الانترنت العالمية world wide-web تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم الإهتمام أو الإنتماء لبلد أو مدرسة أو فئة معينة في نظام عالمي لنقل المعلومات (المنصور، 2012، 28).

ويعرفها KOCH et RICHTER بأنها: « التطبيقات والمنابر ووسائل الإعلام عبر شبكة الانترنت التي تهدف إلى تسهيل التفاعل والتعاون وتبادل المعلومات ».

كما يطلق هذا المصطلح على مجموعة من المواقع المتواجدة على شبكة الانترنت التي ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم (web 2) تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم على رفق مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، شركة) ويتم هذا كله عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل والاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم والمعلومات المتاحة للعرض. (حسين ، 2015 ، 82).

ويعرفها شريف اللبان بأنها: « خدمات توجد على شبكة الويب تتيح للأفراد بناء بيانات شخصيةPROFILE عامة أو شبه عامة خلال نظام محدد، ويمكنهم وضع قائمة لمن يرغبون في مشاركتهم الاتصال ورؤية قوائمهم أيضا للذين يتصلون بهم وتلك القوائم التي يصنعها الآخرون خلال النظام». (حسين ، 2015 ، 82).

وعرفها د السعد البطوطي في كتابه "التسويق السياحي" بأنها: «مواقع ويب Web أنشئت بغرض جمع المستخدمين والأصدقاء (العمل، الدراسة) ومشاركة الأنشطة والاهتمامات عن تكوين صداقات واهتمامات وأنشطة جديدة كما تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين كمشاركة الملفات والمحادثات الفورية، والبريد الإلكتروني، مقاطع الفيديو، الصور، والتدوين». (اللبان، 2012، 86).

كما تعرف بأنها: «تركيبية اجتماعية إلكترونية تتم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات، وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي مثل الفرد الواحد باسم (العقدة - node) بحيث يتم إتصال هذه العقدة بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين أو الإنتماء لشركة ما أو حمل جنسية لبلد ما في هذا العالم، وقد تتصل هذه العلاقات لدرجة أكثر عمقا كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص». (محمد، 2012، 25).

وتتعدد تعريفات الشبكات الاجتماعية وتختلف من باحث لآخر حيث يعرفها Balas 2006 على أنها برنامج يستخدم لبناء مجتمعات على شبكة الانترنت، أين يمكن للأفراد أن تصلوا ببعضهم البعض لعدد من الأسباب المتنوعة، وبالمثل يعرف Preece و مالوني كريشمار Krichmar maloney مواقع التواصل الاجتماعي على أنها: «مكان يلتقي فيه الناس لأهداف محددة وهي موجهة من طرف سياسات تتضمن عدد من القواعد والمعايير التي يقترحها البرنامج (Wasinee Kittiwong vivant.20.2010)».

وهي: تلك المواقع الاجتماعية التي تتيح لمستخدميها إمكانية مشاركة الملفات والصور و تبادل مقاطع الفيديو، كذلك مكنتهم من إنشاء المدونات الإلكترونية وإجراء المحادثات الفورية، وإرسال الرسائل، وتصدرت الشبكات الاجتماعية هذه ثلاث مواقع هامة ورئيسية هي: تويتر والفيسبوك وموقع مقاطع الفيديو اليوتيوب.

وهي أيضا: الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الانترنت وتبادل المنافع والمعلومات، و بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع.

وبالتالي مواقع التواصل الاجتماعي هي: منصات إلكترونية يستخدمها الأفراد للتفاعل والتواصل وتبادل المعلومات أو نشر محتوى معين عبر الانترنت.

2-نشأة مواقع التواصل الاجتماعي:

2-1-ظهور ما يسمى بالانترنت:

حيث مرت منذ وجودها بعدد من المراحل التي أدت إلى التطور الذي وصلت إليه حالياً، ومازلنا نشهد تطورها يوماً بعد يوم ومن أبرز المحطات التاريخية لتطور الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي مايلي:(Hock Randolph,2015,3-5)

من 1960 إلى 1970: نظرية packet switching تنقل من الفرضية للتطبيق العملي أوائل الستينات ومنذ منتصفها بدأت شركة Arpanet عندما قامت بعملية وصل أجهزة الكمبيوتر العسكرية المنتشرة وهي أربعة أجهزة رئيسية عن طريق هذه الشبكة وهي تعتبر نواة شبكة الانترنت اليوم: من 1970 إلى 1980: نمت شبكة أبرانت لتشمل 23 جهازاً رئيسياً ولتخرج عن النطاق العسكري وتشمل الجامعات ومراكز البحوث الحكومية.

من 1980 إلى 1990: في هذه المرحلة تطورت صناعة الحاسوب الشخصي في البيوت الأمريكية وتنوعت الشبكات، أما في سنة 1986 أنشأت شبكة بإسم NSFNET لربط المدارس والجامعات بشبكة الحاسوب .

من 1990 إلى 2000: هنا في هذه الفترة بلغ عدد أجهزة الحاسوب المرتبطة ببعضها البعض حوالي مليون جهاز، وظهر مفهوم تصفح الانترنت .

2002: جوجل محرك البحث الأول في العالم يسجل 3 بليون موقع في فهرسه.

2003: إطلاق أول تواصل اجتماعي مخصص لتبادل الصور وإضافة أصدقاء، وإطلاق موقع ليكند إن "LINKEDIN"

2004: ظهرت المدونات WEB BLODS .

2005: إطلاق موقع اليوتيوب لتحميل وتنزيل الأفلام المصورة.

2006: هنا توسعت شبكة الفايسبوك وتوسع استخدامه تجارياً وشهد هذا العالم ظهور موقع تويتر.

2009: تطبيق انترنت 2.0 الجيل الجديد من شبكة الانترنت وذلك من اجل تقديم خدمات أسرع.

أما في السبعينات من القرن الماضي ظهرت بعض الوسائل الالكترونية الاجتماعية البدائية فقد كانت هناك تواصل تضم آلاف الطرفيات مرتبطة بجهاز حاسوب رئيسي يمثل مركز البيانات ومصدر ذكاء تلك الطرفيات.

وبعد اختراع شبكة المعلومات الدولية (الانترنت) في منتصف التسعينات من القرن 20 بدأت شبكات التواصل الاجتماعي بالظهور بشكلها الحديث وأول موقع هو CLASSNATRESS.COM، وهو موقع اجتماعي للربط بين زملاء الدراسة وكانت الغاية منه هو مساعدة الزملاء والأصدقاء الذين جمعتهم الدراسة في مراحل حياتية معينة وفرقتهم ظروف الحياة العملية في أماكن متباعدة وكان هذا الموقعي رغبة هؤلاء في التواصل فيما بينهم الكترونياً وعضوية هذا الموقع مجانية، بعد عامين انطلق موقع SIXDEGRESS.COM الذي اتخذ اسمه من عبارة SIX DEGRESS OF SEPARATION ست درجات من الانفصال وهو تجربة لعالم النفس الأمريكي في جامعة هارفرد " ستانلي ميليغرام " STANLEY MILIGRAM وهو موقع اجتماعي للاتصال والتواصل بين الأصدقاء والمعارف، يسمح للمستخدمين بعمل ملفات شخصية تعريفية وإدراج قوائم بالأصدقاء كما أتاح منذ عام 1998 إمكانية تصفح هذه القوائم وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية بين عام 1999 و 2001 لكنها لم تحقق نجاحاً لعدم جدارتها المادية.

وفي عام ما بين 2002 و عام 2004 بلغت شعبية الشبكات الاجتماعية عبر العالم ذروتها فقد ظهر موقع FRENDATEر عام 2002 في كاليفورنيا حيث يقوم مفهوم هذا الموقع على دائرة الأصدقاء، والتقنية المتعددة للأفراد على شبكات التواصل الاجتماعي خلال التجمعات الافتراضية وسمي بالأصدقاء بسبب دوائر العرض، من صور وملفات الأصدقاء والأفراد ويستخدم على نطاق واسع في آسيا، وهو متاح بلغات عدة، وفي النصف الثاني من العام نفسه ظهرت في فرنسا شبكة كموقع للتدوين ثم تحولت بشكل كلما إلى شبكة اجتماعية 2007 وقد استطاعت بسرعة تحقيق إنتشار واسع إذ حصلت على المركز السابع عام 2008 في ترتيب الشبكات الاجتماعية حسب المشتركين. (عودة، 2015، 79).

ومما سبق يتضح لنا أن شبكات التواصل الاجتماعي لم تكن حديثة النشأة بل ظهورها كان في التسعينيات وكان عبارة عن أفكار وبروز بعض المواقع لكن كما شهدنا ميلادها الفعلي كان سنة 2002 وأخذت في التطور سنة بعد سنة إلى أن وصلت مسلكها الحديث كما أن إقبال الناس على مثل هذه المواقع مرتبط بالمواقع في حد ذاتها في طريقة إستخدامها وتطور تقنياتها.

2-2- ظهور مواقع التواصل الاجتماعي:

عبر الزمن كانت هناك ابتكارات وإبداعات ساهمت في تغيير الحضارة البشرية وتطوير مسيرتها نحو الأفضل، فمن إكتشاف النار فالعربة، مروراً باكتشاف المحرك البخاري، ومن ثم الكهرباء، حتى عصر الاتصال اللاسلكي واكتشاف الحاسوب، كلها إسهامات غيرت من طريقة صناعة الحضارة . والانترنت بلا شك هو تاج الابتكارات التكنولوجية التي غيرت العالم بحيث أنه قدم أرخص وأسرع طريقة غتصال ونقل للمعلومات في التاريخ الحديث الشيء إلى غير طريقة التراسل بين الأفراد، فمن هذا المنطلق سنتطرق إلى المراحل التي مر بها هذا الإبتكار الذي ضم مواقع التواصل الاجتماعي وهي كالتالي:

المرحلة الأولى: بدأت من المواقع الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات مثل (كلاس ميتس) 1995 للربط بين زملاء الدراسة، ومن موقع سيكس (دجريزس) عام 1997 حيث ركز الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص، وكانت تقوم على فكرة أساسية وهي الدرجات الست لإنفصال، وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء، وظهر أيضا عدة مواقع أخرى مثل " لايف جورنال " و " موقع " كايورلد " الذي أنشئ في كوريا سنة 1999، وكان أبرز ما ركزت عليه مواقع التواصل الاجتماعي في بدايتها هي خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء. (عادل ، 2009، 31-63) .

المرحلة الثانية: ويشير إلى مجموعة من التطبيقات على الويب (مدونات، مواقع المشاركة، الوسائط المتعددة، ...الخ) ، اهتمت بتطوير التجمعات الافتراضية مركزة على درجة كبيرة من التفاعل والاندماج والتعاون، ولقد ارتبطت هذه المرحلة بشكل أساسي بتطور خدمات شبكة الانترنت وتعتبر مرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية، ويمكن أن نؤرخ لهذه المرحلة بانطلاقة موقع (ماي سبايس) وهو الموقع الأمريكي المشهور، ثم موقع الفايسبوك، وتشهد المرحلة الثانية من تطور الشبكات الاجتماعية على الإقبال المتزايد من قبل المستخدمين لمواقع الشبكات العالمية، ويتناسب ذلك مع تزايد مستخدمي الانترنت على مستوى العالم.

وعليه الميلاد الفعلي لشبكات التواصل الاجتماعي كان مع بداية عام 2002، حيث ظهر موقع " Friendster " الذي حقق نجاحا دفع " غوغل " إلى محاولة شراءه سنة 2003، وفي النصف الثاني من نفس العام ظهر في فرنسا موقع " سكايروك " Skyrock " كمنصة للتدوين ثم تحول بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية سنة 2007.

ومع بداية 2005 ظهر موقع " ماي سبايس " الأمريكي الشهير الذي تفوق على غوغل في عدد المشاهدات لصفحاته، ويعتبر هذا الموقع من أوائل الشبكات الاجتماعية وأكبرها على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير فيسبوك face book والذي كان قد بدأ الإنتشار المتوازي مع "ماي سبايس " حتى قام في 2007 بإتاحة تكوين تطبيقات للمطورين، هذا أدى إلى زيادة مستخدميه، ومنه ظهرت عدة مواقع أخرى لتستمر ظاهرة مواقع التواصل الاجتماعي في التطور والتنوع (زاهر ، 2011 ، 10)

2-3-نشأتها في العالم العربي:

ساعدت هاته المواقع المواطن العربي في التعبير عن أفكاره وأرائه التي كانت في البداية مقيدة في وسائل الإعلام التقليدية ومكبوحة، حيث شهدت في السنوات الأخيرة طفرة غير مسبوقه في المنطقة وذلك مع توفير منصات لنقل الأخبار وبثها في قلب الأحداث والتعبير عن الآراء، وما يعرف بالربيع العربي في البلدان العربية كان له الأثر الكبير في زيادة مستخدمي المواقع لا سيما الفيسبوك الذي لعب دورا مهما في تناقل الأخبار وتبادل الآراء و التحشيد في مواجهة عدد من الأنظمة العربية.

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي بذلك فضاء يتنافس من خلالها الشارع العربي أي وصل المستخدم العربي إلى مرحلة حشد الجماهير في الساحات الافتراضية لينتقل فيما بعد إلى حشدهم في الساحات الحقيقية هذا من جهة

ومن جهة أخرى ظهرت مفاهيم مثل المواطن الصحفي والإعلام البديل كلها وجهت من أجل الكشف عن الفساد والتعبير عن الرأي بحرية خاصة في ظل الرقابة على الإعلام التقليدي.

وأخيرا أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي عنصرا أساسيا في الحياة اليومية للمستخدم العربي وتواصل التأثير في تشكيل الرأي العام والتفاعل الاجتماعي والثقافي في المنطقة.

2-4-نشأة مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر:

تعد الجزائر من الدول العربية السائرة في طريق النمو التكنولوجي حيث تهدف بلوغ ما وصلت إليه الدول المتقدمة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية الحديثة، وقد تم استخدام الانترنت في الجزائر في مارس 1994 عن طريق مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني CERIST وذلك عن طريق التعاون مع اليونسكو بهدف إقامة شبكة افريقية للمعلومات RINAF ولكنها ظلت لفترة طويلة حكرا فقط على المؤسسات الحكومية ذات الطابع العلمي.

في البداية كانت طاقة الخط المرتبط بمدينة بيزا الإيطالية تقدر بـ 96 كيلوبايت وفي عام 1998 وبمقتضى إتفاقية مركز البحث العلمي والتقني وهيئة ناسات الأمريكية تم ربط المركز بشبكة الانترنت بصفة مباشرة عن طريق البدء بتشغيل محطة اتصال جديدة عن طريق الأقمار الصناعية وذلك بطاقة أكبر قدرت بـ 01 ميجابايت للثانية عن طريق القمر الصناعي أم أي أي M.A.A الأمريكي، حيث تم الاتصال مباشرة مع المصدر دون المرور لأي من المحطات الأخرى إلا أن الجزائر ما زالت تعاني من البطء في تدفق الانترنت و الإنقطاعات المفاجئة التي تعاني منها وقد يدوم ذلك لفترة طويلة....

مرحلة الانتشار الواسع من 2011-2016، تزامنا مع الثورات العربية، شهدت الجزائر طفرة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وأصبح الفيسبوك واليوتيوب أدوات رئيسية للتعبير عن الرأي ومشاركة الأخبار والمبادرات الاجتماعية ، دخلت أيضا تويتر وانستغرام إلى الساحة، لكنهما ظلا أقل غنتشارا من الفيسبوك.

وخلال هذه الفترة ظهرت أولى صفحات ومنصات جزائرية مؤثرة في المجالات الإعلامية والخيرية والثقافية.

مرحلة العصر الرقمي الحديث من 2017 إلى اليوم حيث شهدت إنتشارا واسعا لشبكات الجيل الرابع 4G ثم الجيل الخامس في بع المناطق ما سهل الوصول المستمر إلى الانترنت. توسيع كبير في استخدام هذه المنصات من طرف الجمعيات الخيرية، المؤسسات التربوية، والإعلاميين للتواصل، التوعية ، والتعبئة الاجتماعية.

وعليه نشأة مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر تدريجيا من المنتديات المحلية إلى الشبكات العالمية وتحولت من وسيلة ترفيهية وتعارف إلى فضاء للتعبير والتثقيف والعمل الخيري والاجتماعي.

3- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر من أبرز إنجازات العصر الرقمي حيث غيرت جذريا طريقة تواصل الأفراد وتفاعلهم مع العالم من حولهم، ومع انتشار الاستخدام المتزايد ظهرت مجموعة من الخصائص التي تميزها عن غيرها من الوسائل التقنية وهي كالتالي:

- 1- سهولة الإستخدام لكونها لا تحتاج إلى إجراءات معقدة للاشتراك بها ولا إلى مهارات صعبة لاكتسابها في التعامل. وبالتالي تتيح أدوات التواصل الفوري والتنسيق بين المتطوعين والمنظمين مما يسهل التخطيط للأنشطة الميدانية وتبادل المعلومات في الوقت الحقيقي.
- 2- إستخدامها لأشكال متعددة من الإتصال الكتابي واللفظي والسمعي والبصري: وذلك لإثراء عملية الاتصال.
- 3- سرعة التواصل مهما كانت المسافات بعيدة بين المستخدمين وسهولة إيجاد حلول للمشكلات التي تواجه بعض الأفراد المشتركين فيها من خلال تبادل الآراء والمقترحات. ففي المجال الخيري تمكن مواقع التواصل الجمعيات الخيرية والفاعلين الخيريين من الوصول إلى جمهور كبير بسرعة ما يساعد في نشر ثقافة التضامن وجمع التبرعات في وقت وجيز
- 4- تتيح للمستخدم التعرف على الزملاء من خلال الصفحات الخاصة بهم والتي تحمل البيانات اللازمة لتعرفهم. فمواقع التواصل الاجتماعي تتميز بأنها شبكات مترابطة مع بعضها البعض من خلال الروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع والتي تربط المستخدمين بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي.
- 5- التفاعلية: تمكن المستخدمين من التعليق الإعجاب، المشاركة والرد على المحتوى في الوقت الحقيقي، وتلغي السلبية الموجودة في وسائل الإعلام القديمة، ويكون لكل طرف فيها له الحرية في التأثير على عميلة الاتصال في الزمان والمكان الذي يناسبه بالدرجة التي يراها مناسبة وبناء على إختياراته بين وسائل الإعلام المختلفة لضمان الاستمرار والتطور. فبفضل خاصية التفاعل السريع مثل (الإعجابات ، التعليقات، والمشاركات) تتحول الحملات الخيرية إلى مبادرات جمعية يشارك فيها الأفراد والمؤسسات على نطاق واسع.
- 6- تساهم في بناء مجتمعات إفتراضية حول اهتمامات مشتركة .
- 7- التأثير في الرأي العام: حيث تلعب دورا بارزا في تشكيل المواقف والاتجاهات الاجتماعية والسياسية والثقافية بفضل سرعة تداول المعلومات وانتشارها.

4- خدمات وأدوار مواقع التواصل (التضامن) الاجتماعي وأهميتها:

أ- الخدمات والأدوار:

يحبس لمواقع التواصل أنها تتعامل مع المعلومة والخبر والحدث لحظة وقوعها، ويمكن تبادل هذه المعلومات بين الأصدقاء معززة بالصور والمقاطع الفيديو والتعليق والرد على بعضها، وهذا ما لم تتمكن منه وسائل الإعلام الأخرى، فإنها ولو قدمت الخبر تحت مسمى عاجل أو مباشر فإنها تقوم فقط بدور المرسل من خلال وسيلتها الإعلامية كالفضائيات مثلا، ولم تتمكن من أن تجعل المشاهد يتفاعل معها في لحظة بثها لتلك الأحداث إلا بعد فترة من الوقت عندما تكون تلك الأخبار قد نشرت على موقعها الإلكتروني، وبهذه الحالة يمكن لمستخدم تلك المواقع للقنوات الفضائية أن يرد أو يعلق على تلك الأخبار.

هذا من ناحية ومن ناحية أخرى وعلى الصعيد الخيري تؤدي مواقع التواصل الاجتماعي دورا محوريا في دعم وتطوير العمل الخيري من خلال مجموعة من الخدمات والوظائف المتنوعة التي تسهم في تحقيق أهداف الجمعيات الخيرية والمبادرات الإنسانية ومن أبرزها:

- خدمة النشر والإعلام:

تمكن الجمعيات الخيرية من التعريف بأنشطتها ومشاريعها عبر المنشورات والفيديوهات، مما يسهم في إيصال رسالتها إلى أكبر عدد من الجمهور المحلي والدولي.

- خدمة التواصل والتنسيق:

توفر قنوات اتصال فورية بين المتطوعين والمنظمين والمتبرعين، مما يسهل عملية التنظيم وتبادل المعلومات والتعليمات بسرعة ودقة.

- خدمة التحسيس والتوعية:

تستخدم هذه المنصات لنشر ثقافة التضامن والتعريف بالقضايا الاجتماعية والإنسانية وتشجيع الأفراد على المساهمة في العمل الخيري.

- خدمة التفاعل والتقييم:

تتيح خاصية التعليقات والاستبيانات للمجتمع فرصة إبداء الرأي في الأنشطة الخيرية، مما يساعد الجمعيات على تطوير أدائها وتحسين خدماتها.

- دورها في بناء الصورة الإيجابية للجمعيات:

من خلال التغطية المستمرة للإنجازات والمشاريع ، تعزز مواقع التواصل ثقة الجمهور في العمل الخيري وتبرز دوره التنموي في المجتمع.

- دورها في تعبئة الطاقات والملتزمين:

حيث تسهم في استقطاب الشباب وتشجيعهم على المشاركة في الأعمال التطوعية، مما يخلق شبكة من المتعاونين الفاعلين على المستوى الميداني والرقمي. ومن خلال ما تقدم يمكن القول أن شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت عنصراً أساسياً في تطوير العمل الخيري المعاصر، إذ جمعت بين سرعة التواصل وفاعلية التأثير، فحولت المبادرات الفردية إلى حملات جماعية واسعة النطاق. ومن خلال خدماتها المتنوعة في النشر والتوعية وجمع التبرعات ساهمت في تعزيز ثقافة التضامن ونشر قيم التكافل الاجتماعي بين الجمعيات والمتبرعين ، وبذلك هذه القنوات لم تعد وسيلة إعلامية فقط بل أصبحت شريكا إستراتيجيا في العمل الإنساني والاجتماعي.

ب - الأهمية:

- تتيح فرص التحدث من خلال الرسائل القصيرة.
 - وسيلة لنقل آخر الأخبار والأحداث المهمة.
 - تأثر على الرأي العام في القضايا الهامة.
 - تتيح لتسويق المنتجات والخدمات للعديد من الشركات.
 - توفير روابط للمنح الدراسية نحو الخارج خاصة الشباب.
 - تجمع بين أعداد كبيرة من الطلبة الجامعيين وطلبة المدارس.
 - تغيير القرارات التي تم المجتمع عن طريق مناقشتها مع الأفراد.
 - التحضير للعديد من المؤتمرات والأحداث والنشاطات الإنسانية.
- من جهة أخرى تكتسي مواقع التواصل الرقمي أهمية كبيرة في مجال العمل الخيري إذ أصبحت من أبرز الوسائل الحديثة لنشر قيم التعاون والتكافل في المجتمع، فهي تتيح للجمعيات والأفراد إمكانية الوصول إلى جمهور واسع بسرعة وبتكلفة منخفضة، مما يسهم في نشر الوعي بالقضايا الإنسانية والاجتماعية، كما تمكن من تنظيم الحملات الخيرية وجمع التبرعات إلكترونياً وتسهيل عملية التواصل والتنسيق بين المتطوعين والمتبرعين في مختلف المناطق.

وتبرز أهميتها أيضا في كونها وسيلة فعالة لتعزيز الثقة والشفافية من خلال عرض الأنشطة الخيرية بالصوت والصورة، مما يشجع على المشاركة المستمرة وبفضل انتشارها الكبير بين فئات المجتمع أصبحت هذه المواقع جسرا للتفاعل الإنساني والاجتماعي وساهمت في تحويل العمل الخيري من نشاط محدود إلى حركة مجتمعية رقمية واسعة تدعم التنمية والتكافل في العصر الحديث.

5- إستراتيجية مواقع التواصل الاجتماعي في دعم العمل الخيري عبر موقع الفيسبوك:

يعد الفيسبوك من أبرز المنصات الرقمية التي تعتمدها الجمعيات والمنظمات الخيرية في الجزائر والعالم العربي لدعم العمل الإنساني والاجتماعي، لما يتمتع به من خصائص تفاعلية وانتشار واسع ، فقبل التعرض للإستراتيجية المعتمدة يجب أن نتعرف على موقع الفيسبوك أولا ثم نشأته:

5-1- موقع الفيسبوك:

هو: شبكة اجتماعية على الانترنت تتيح لمستخدميها إدخال بياناتهم الشخصية ومشاركتها مع بقية مستخدمي الموقع " .

وهو بذلك وسيلة من وسائل التواصل الاجتماعي والتي تسمح لمن يرغب بالحصول على موقع لأغراض التواصل الاجتماعي مع الأقرباء أو الأصدقاء وزملاء العمل، يستخدم لتبادل الأفكار والمعلومات والصور الشخصية، ومقاطع الفيديو . قام بتأسيسه مارك زوكربيرج عام 2004، بلغ عدد مستخدميه حول العالم في تاريخ 31 ديسمبر 2014 مليار مستخدم نشط شهريا.

وهو: " موقع اجتماعي يسمح للمستخدمين بالإنضمام إلى عدة شبكات فرعية من الموقع نفسه لتصب في فئة معينة مثل منطقة جغرافية، مدرسة، وغيرها من الأماكن التي تساعدهم على اكتشاف المزيد من الأشخاص الذين يتواجدون في نفس الشبكة".

وهو: منصة مصممة من أجل يتشارك ويتواصل الأشخاص من خلالها، لذلك هي خصوصية وشخصية، من أجل استخدام الموقع يقوم المستخدمين بالتسجيل فيه، ثم إضافة مستخدمين آخرين كأصدقاء وتبادل الرسائل والانضمام إلى مجموعات أو صفحات تلاميضي الاستحسان لديهم، وتشكل مصدر اهتمام لديهم.

5-2- نشأة الفيسبوك:

إنطلق هذا الموقع كنتاج غير متوقع من موقع Match Face التابع لجامعة هارفارد وهو موقع من نوع Hot or Not يعتمد على نشر صور لمجموعة من الأشخاص ثم اختيار رواد الموقع للشخص الأكثر جاذبية . (فتحي ، 2011 ، 204) .

ومنه الفيسبوك في بداياته كان يستخدم إلا لتبادل الصور فيما بين الأشخاص الذين كان عددهم محدودا وكان الموقع محتكرا من قبل منشئه زوكريج وأصدقائه فقط، ابتكر في أكتوبر على يد مارك زوكريج Mark Zuckerberg عندما كان يرتاد جامعة هارفارد كطالب سنة ثانية وهو جالس أمام شاشة الكمبيوتر في حجرته بمسكن الطلبة، وبدأ يصمم موقعا على شبكة الإنترنت وكان لديه هدف واضح وهو تصميم موقع يجمع زملائه في الجامعة ويمكنهم من تبادل أخبارهم وصورهم وأرائهم بغية تعزيز التواصل بينهم والإبقاء على الروابط بينهم بعد التخرج وبعد ذلك فكر في تسهيل عملية التواصل بينهم على أساس أن مثل هذا الأخير إذا تم بنجاح سيكون له شعبية خارقة. (فتحي ، 2011 ، 204) .

وتحديدا في 4 فيفري 2004، قام مارك بتأسيس موقع الفيسبوك على النطاق The face book.com فسرعان ما لقي الموقع رواجاً بين طلبة جامعة هارفارد واكتسب شعبية واسعة بينهم وبعد فترة وجيزة لم يعد الأمر مقتصرًا على الطلبة فقط بل توسع إلى جامعات أخرى وحتى تلاميذ الثانوية في نطاق الدراسة للتعرف على الحياة الجامعية واستمر لمدة عامين.

وفي شهر جوان 2004 نقل هذا الموقع إلى مدينة بالواتوني ولاية كاليفورنيا وقام بإصدار نسخة للمدارس الثانوية في سبتمبر 2005، ثم إشتراك الموظفين من العديد من الشركات فيه، منها شركة مايكروسوفت لكن كانت من شروط الاشتراك في الموقع أن الأفراد أو المستخدمين لا تقل أعمارهم عن 13 عاما وهذا في سبتمبر 2006.

وفي أكتوبر 2008 أعلن القائمون على إدارة الفيسبوك أن اتخاذ مدينة دبلين عاصمة إيرلندا مقرا دوليا له، حيث يعتبر خامس أكثر المواقع ريادة في العالم، وأصبح مارك أصغر مليارديرا في العالم، تجاوز هدد مستخدميه 200 مليون مستخدم منذ مدة قصيرة.

5-3- إستراتيجيته في دعم العمل الخيري:

تعتمد إستراتيجية الفيسبوك في دعم العمل الخيري بناءً على مجموعة من الآليات والخطوات المتكاملة أهمها:

- إنشاء صفحات رسمية وجماعية: تنشئ الجمعيات صفحات أو مجموعات مخصصة للتعريف بأنشطتها ومشاريعها، مما يسهل الوصول إلى الجمهور المستهدف والتفاعل معه مباشرة.
 - التخطيط الإعلامي للحملات: تستخدم أدوات النشر المجدول والإعلانات الممولة للترويج للحملات الخيرية، ومكان وصول الرسائل إلى أكبر عدد من المستفيدين.
 - التفاعل المباشر مع المتابعين: عبر خاصية التعليقات والرسائل، والبث المباشر، يتم التواصل المستمر مع المتبرعين والمتطوعين مما يعزز الثقة والمصداقية.
 - استخدام وسائل متعددة: تنشر الصور ومقاطع الفيديو والقصص القصيرة لتوثيق المشاريع والأنشطة الخيرية، ما يجعل المحتوى أكثر تأثيراً وجاذبية.
 - تنوع المحتوى: الجمعيات الناجحة على الفيسبوك تعتمد إستراتيجية محتوى متكاملة تشمل التوعية، التحسيس، الدعوة للمشاركة، وتقديم تقارير الإنجاز.
 - التحليل والمتابعة: من خلال أدوات Facebook Insights يمكن قياس مدى التفاعل ونسبة الوصول، لتقييم فعالية الحملات وتطويرها باستمرار.
 - التحفيز والمشاركة المجتمعية: يعتمد الفيسبوك على أسلوب التحفيز العاطفي والإنساني عبر القصص الواقعية والنداءات الإنسانية، مما يشجع المستخدمين على التبرع أو التطوع.
- فمن خلال هذه الإستراتيجية أصبح الفيسبوك وسيلة مركزية في بناء شبكات التضامن والتكافل وأداة فعالة للجمعيات الخيرية في إيصال رسالتها، تعبئة الموارد وتوسيع دائرة المشاركة المجتمعية في العمل الإنساني.

6- أثر الإعلام الرقمي على نشر قيم التضامن الاجتماعي:

أسهم الإعلام الرقمي بشكل بارز في ترسيخ ونشر قيم التضامن الاجتماعي بين الأفراد والجماعات، من خلال ما يوفره من فضاءات تفاعلية تسمح بتبادل التجارب الإنسانية والتعبير عن

مشاعر التعاطف والمسؤولية المشتركة، فقد أصبحت المنصات الرقمية وسيلة فعالة لنشر الرسائل الإنسانية والتحسيسية التي تبرز معاناة الفئات المحتاجة وتشجع على مساعدة والتكافل. كما أتاح الإعلام الرقمي للجمعيات والمنظمات الخيرية إمكانية الوصول إلى جمهور واسع، مما مكنها من غرس قيم التعاون والعطاء في مختلف شرائح المجتمع، وخاصة لدى الشباب. ومن خلال الحملات التوعوية والمبادرات التضامنية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، تم تعزيز مفاهيم العمل الجماعي، الإيثار والمسؤولية الاجتماعية.

وبفعل التفاعل الفوري الذي يتيح الإعلام الرقمي، أصبح نشر قيم التضامن أكثر سرعة وفاعلية إذ تحول العمل الخيري من فعل موسمي محدود إلى ثقافة رقمية يومية تترسخ في الوعي المجتمعي، وهكذا يمكن القول أن الإعلام الرقمي لعب دورا محوريا في تجديد الخطاب التضامني وجعل القيم الإنسانية أكثر حورا وتأثيرا في الحياة الاجتماعية المعاصرة.

ففي الجزائر لعب الإعلام الرقمي دورا متزايد الأهمية في نشر وترسيخ قيم التضامن خاصة مع الانتشار الواسع لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك، فقد تحولت هذه المنصات إلى فضاءات مفتوحة للتعاون الإنساني، حيث يشارك المواطنون في حملات جمع التبرعات ومساعدة المحتاجين، ودعم الأسر المتضررة من الكوارث والأزمات الصحية والاقتصادية.

ساهم الإعلام الرقمي في خلق روح جماعية رقمية تعبر عن الوحدة الجزائرية وتماسك أفراد مجتمعه، إذ تطلق عبره مبادرات تضامنية شبابية تجاوزت البعد المحلي إلى البعد الوطني، كما مكن الجمعيات الخيرية من التواصل المباشر مع الجمهور ونشر قيم التعاون والعطاء عبر محتوى توعوي وإنساني مؤثر.

وفي أوقات الأزمات مثل جائحة كورونا حرائق الغابات، أثبت الإعلام الرقمي فعاليته في تعبئة المواطنين وتحفيزهم على التطوع والمساعدة، مما عزز الشعور بالانتماء والمسؤولية الاجتماعية. وهكذا أصبح الإعلام الرقمي في الجزائر أداة رئيسية في نشر ثقافة التضامن المستدام، وبناء مجتمع متكافل يترجم القيم الإنسانية إلى أفعال واقعية.

خلاصة الفصل:

يتضح في ضوء ما سبق جليا أن العلاقة بين العمل الخيري ومواقع التواصل الاجتماعي هي علاقة تكاملية تقوم على التفاعل المتبادل والتأثير الايجابي، فقد ساهمت هذه المنصات في إعادة تشكيل أساليب العمل الخيري من خلال تسهيل الاتصال وتوسيع نطاق الأنشطة ونشر قيم التضامن والتكافل في المجتمع، كما مكنت الجمعيات والأفراد من توظيف الوسائط الرقمية لتوثيق أعمالهم والتفاعل مع جمهور واسع بطريقة أكثر شفافية وسرعة. وبذلك أصبح الفضاء الرقمي مجالا حيويا لدعم العمل الخيري وتطويره، غدت أتاح فرصا جديدة للتنظيم والتوعية والمشاركة التطوعية، مما جعل مواقع التواصل الاجتماعي ركيزة أساسية في نشر ثقافة العطاء وتعزيز روح المواطنة والمسؤولية الاجتماعية ودافعا قويا نحو تحقيق تنمية إنسانية أكثر شمولا واستدامة.

الفصل الثالث: فاعلية مواقع التواصل
الاجتماعي ومساهمتها في دعم الجمعيات
الخيرية

تمهيد:

تعد الجمعيات الخيرية من أبرز صور العمل المنظم الهادف إلى خدمة المجتمع وتحقيق التكافل الاجتماعي فقد ظهرت هذه الجمعيات استجابة لحاجة إنسانية ملحة لتنسيق الجهود الخيرية وتوجيهها بشكل منظم ومستدام وتعمل هذه المؤسسات على تقديم الدعم للفئات الضعيفة و المهمشة، سواء من خلال تقديم المساعدات المادية أو الصحية أو التعليمية، مما يجعلها ركيزة مهمة في التنمية المجتمعية، ومع تعاظم التحديات الاجتماعية والاقتصادية، تزداد أهمية دور الجمعيات الخيرية في بناء مجتمع متعاون ومتراحم، وذلك بعد منح المنصات الرقمية للجمعيات الخيرية مساحة غير محدودة للتعبير عن رسالتها وأهدافها وأتاحت لها فرصة التواصل المباشر مع فئات واسعة من الأفراد داخل الوطن وخارجه .

ومن خلال هذا الفصل سيتم التطرق إلى مدى فاعلية مواقع التواصل في تحقيق أهداف الجمعيات وتحليل المساحة التي توفرها هذه الوسائط في نطاق عملها مع التركيز على الآليات والأدوات والتحديات التي ترافق هذا التفاعل الرقمي المتجدد.

I- الإطار العام للجمعيات الخيرية:

1- التطور التاريخي لنشأة الجمعيات الخيرية وتعريفها:

أ- التطور التاريخي:

ظل الإنسان منذ القدم ميالا إلى فكرة التجمع ذلك لتكوين الإطار الفكري الموحد وذلك مالا يتمخض عن مجرد الاجتماع بين الأشخاص متبايعين بل يرمي إلى تكوين الإطار الذي يضمهم ويعبرون فيه عن مواقفهم مت جعل هذا المطلب يصبح حق لممارسة الفطرة أي اعتبار التجمعات حق أساسي ينبغي أن يتمتع المشاركين في التجمع السلمي قدر الإمكان بحرية تنظيمية بدون تقييد من أحكام قانونية فاعتبار مالا يمنعه القانون بصراحة يجب اعتباره ملموسا بذلك فان الذين يرغبون في إقامة تجمعا ليسوا مرغمين على الحصول على إذن بالقيام بذلك، وتجدد الإشارة بأن الحزب السياسي يختلف عن الجمعيات في الأهداف بحيث أن الأول يستهدف إلى الوصول إلى السلطة بشكل سياسي أما الجمعية فأهدافها تختلف عن الحزب السياسي.

ومن جهة أخرى الجمعيات والأحزاب تنظيمان متشابهان ومتداخلان حيث أن هناك بعض الدول تنظر إلى الأحزاب على أنها نوع من أنواع الجمعيات والجزائري مثال على ذلك: في الدستور 1989 وقانون 11/89 المؤرخ في 1989/07/505 المتعلق بالجمعيات ذات الطابع السياسي الذي يرمي إلى الإشارة للأحزاب السياسية وتبقى أهم ميزة عن الجمعيات هي أن نشاطها عموما يكون و طابع اجتماعي، ثقافي، تربوي أو ديني في حين الأحزاب نشاطها سياسي بالأساس يهدف إلى المشاركة السياسية . (رحموني، 2014، 3-4) .

كما أن نشاط الجمعيات يمكن أن يكون محليا أو جهويا أو وطنيا، أما الأحزاب يكون نشاطها وطنيا كما أن فكرة الانتماء إلى المجموعة أو القبيلة ظلت منذ الأزل فطرة يسعى الإنسان من خلالها إلى التواجد في المجتمع، وذلك إما من اجل حماية نفسه من الإخطار التي قد تهدده من الطبيعة أو من الإنسان نفسه (الصراعات، الحروب) .

كما يعتبر العمل الجماعي الوسيط بين المواطنين والدولة في صنع القرارات الهامة، وقد تأخذ هذه التجمعات مجموعة من الأشكال:

التجمعات العفوية: وتكون دون تحضير مسبق لها ويتبنى القانون في هذه الحالة شرط الإخطار لتجمعات طالما كانت هذه التجمعات السلمية.

التجمعات المتزامنة: وتكون بأن يحدث التجمعين في نفس الوقت ليس بالضرورة أن تكون الأهداف مشتركة لكن عامل الزمن يجعلها تتداخل.

العامل المكاني: أي عدم الاشتراك في الرقعة الجغرافية.

التظاهرات المضادة: هي شكل من أشكال التجمعات لكن يشكل خاص، يحدث عند ضرورة التعبير من طرف المجتمعين، وذلك عندما يحسون أن هناك تهديد فعلي بمصالحهم وأفكارهم، وهذا ما يحتم عليهم ضرورة التحريك والتعبير عن عدم الرضى وعدم ترك المجال أمام الآخرين لتهميش آرائهم ومصالحهم وبالتالي يكون هذا التجمع كردة فعل تبرز الرفض لهذه التصرفات.

-التطور التاريخي للنشاط الجمعوي في الجزائر:

قبل الاستعمار:

عرفت الجزائر قبل الاستعمار الفرنسي أشكالا تقليدية من العمل الخيري والتضامن الاجتماعي ، حيث ارتبطت هذه الممارسات بالقيم الدينية والعادات الاجتماعية السائدة داخل المجتمع الجزائري، وتجسدت أساسا في الأوقاف والزوايا والكتاتيب، والتي كانت تؤدي وظائف اجتماعية وتعليمية ودينية لصالح الفئات المحتاجة. (غرداين، 2024، 58).

وقد شكل نظام الوقف أحد أهم مظاهر العمل الخيري في الجزائر خلال العهد العثماني، إذ خصصت العقارات والأراضي والممتلكات لتمويل الأنشطة الخيرية كإعانة الفقراء، وصيانة المساجد، وإيواء الطلبة وعابري السبيل، مما ساهم في ترسيخ قيم التكافل الاجتماعي داخل المجتمع الجزائري. (بوحميدة، 2018، 771).

كما لعبت الزوايا دورا اجتماعيا بارزا قبل الاستعمار فلم تقتصر وظيفتها على التعليم الديني فقط، بل امتدت إلى تقديم الغذاء والإيواء للمحتاجين، والمسافرين إضافة إلى نشر روح التعاون والتضامن بين أفراد المجتمع ، وهو ما جعلها تؤدي دورا قريبا من دور الجمعيات الخيرية الحديثة. (غرداين، 2024، 63).

وشهدت المؤسسات الخيرية خلال العهد العثماني نوعا من التنظيم الإداري والمالي خاصة فيما يتعلق بتسيير الأوقاف وتوزيع مواردها على الأنشطة الاجتماعية والدينية ، الأمر الذي ساهم في استمرارية هذه المؤسسات وفعاليتها داخل المجتمع الجزائري قبل الاحتلال الفرنسي. (قانة، 2016، 284).

غير أن الاحتلال الفرنسي سنة 1830 عمل على إضعاف هذه المؤسسات من خلال مصادرة الأوقاف والاستيلاء على ممتلكاتها ، باعتبارها تمثل أحد مصادر القوة الاقتصادية والاجتماعية للمجتمع الجزائري، وهو ما أدى إلى تراجع النشاط الخيري التقليدي وانحسار دوره الاجتماعي. (قانة، 2016، 289).

انطلاقاً من هذه الخلفية التاريخية للعمل الخيري قبل الاستعمار برزت خلال الفترة الاستعمارية تحولات نوعية في طبيعة الجمعيات وأدوارها داخل المجتمع الجزائري حيث تم تأسيس العديد من الجمعيات خلال الحقبة الاستعمارية وفيما يلي بالتفصيل لهذه المراحل:

المرحلة الأولى: إبان الاحتلال الفرنسي للجزائر:

نشأة الجمعيات الخيرية في الجزائر ارتبطت بالدين خاصة الزوايا، ويرجع بعض الباحثين أن البدايات الأولى لتشكيلها تعود إلى ق 11 م مع بروز الطرق الصوفية التي تشكل الإطار العام الذي من خلاله يدافعون على الحرية الوطنية ضد الأفكار الداخلية الآنية من الاستعمار، فقد واجهت الجزائر أبشع أنواع الاستعمار، حيث طمس إلى كل ما يرمز للهوية الجزائرية، كل المقومات الحضارية للشعب الجزائري من خلال الثالوث الأسود التفكير، التنصير، التجهيل، بل ذهب إلى أبعد من ذلك خلال إصدار المرسوم الفرنسي الذي إعتبر الجزائر مقاطعة فرنسية، في ظل هذا الوضع السيئ، كرد فعل قام الجزائريين بعده بمقاومات مسلحة وحركات شعبية لكنها باءت بالفشل، تم استشهاد العديد من إعلام النخبة الوطنية ونفي بعضها، بدأ يزداد الوعي حيث بدت بوادر ممارسة السياسة تظهر في المقاومة السياسية للاستعمار بوسائل عصرية وتنظيمية، وسلمية تمثلت في الجمعيات النوادي، الاجتماعية والثقافية بالإضافة إلى الطرق الصوفية، ويمكن الإشارة إلى أهم هذه التنظيمات كالتالي:

الجمعية الراشدية:

تم تأسيسها سنة 1894 عن طريق مجموعة من الشباب خريجي المدارس الفرنسية الجزائرية، وبتأييد من طرف المتعاطفين مع الجزائريين، واستطاعوا أن ينشأ لعا فروع في الجزائر، كان هدف هذه الجمعية هو مساعدة الشباب الجزائري على العمل التفكير والعيش عيشة عصرية .

الجمعية التوفيقية:

جاء تأسيس الجمعية في سياق صحوة فكرية وثقافية عرفها المجتمع الجزائري في مطلع القرن العشرين، حيث بدأت النخب الإصلاحية في إنشاء المدارس الحرة والجمعيات الثقافية والدينية التي تهتم بتعليم اللغة العربية ونشر القيم الدينية والوطنية.

الطرق الصوفية:

كان لها دورا هاما في الحفاظ على الهوية الثقافية للمجتمع الجزائري وتحصينه ضد الغزو الثقافي الفرنسي أثناء احتلاله للجزائر ولا يزال تلعب فاعلا مهما في تشكيل تصورات المواطنين ومدركاتهم الإسلامية، بل كذلك في التجنيد السياسي الطريقة التجانية 1786، الطريقة القادرية، ... الخ.

جمعية العلماء المسلمين:

تأسست جمعية العلماء المسلمين في الخامس من ماي 1931 بالعاصمة وقد ضمت 72 عالما جزائريا جاءوا من مختلف أنحاء القطر زمن مختلف الاتجاهات الدينية ومن بين أهدافها تعليم اللغة العربية، محاربة الحرافات وتصفية الإسلام بما علق به من شوائب خلال القرون المتأخرة، كما كان لها دور فعال في القضية الوطنية، حيث أيقضت الشعب الجزائري من سباته وغفوته ودعته إلى المطالبة بحقوقه المهضومة، القيام باللغة العربية لغة الدين والوطن ونادت على العمل بالقرآن والسنة الشريفة. (سعد الله، 2009، 90).

وتؤكد الدراسات معظمها التي تناولت تاريخ الجزائر المعاصر أن مؤسسات العمل الخيري كان لها الفضل الكبير في مقاومة الاحتلال الفرنسي، ولم يمنع الوضع السيئ الذي آلت إليه الزوايا خلال فترة الاحتلال، ولتكون بمثابة مؤسسة شاملة فهي مسجد للعبادة وملجأ للهاربين، مأوى للغرباء ومركز للفقراء وهناك الكثير من الممارسات التضامنية التي تتجسد أولها في التوزيع التي تعد بمثابة العرق في المجتمع الجزائري، فهي نوع من النشاطات الطوعية وتتكون من جماعة صالحة هدفها تحقيق النفع العام، يوجد كذلك تنظيم " تجمعات " خاصة في منطقة القبائل، فهي لا تزال موجودة إلى يومنا هذا، حيث يتم اختيار الممثلين في المجلس المكون من الشيوخ والعقال الذين يستمتعون بشخصية محترمة إضافة إلى اعتبارات أخلاقية وخاصة الذين ينحدرون من الأسر . (أوشن، 2010، 106-

107). المرحلة الثانية: ما بعد الاستقلال إلى غاية 1989:

اتسمت بعملية دولة المجتمع أي سيطرة الدولة واحتكارها لمختلف المؤسسات والهياكل الاقتصادية وفضاءات التنشئة الاجتماعية وتأميمها بواسطة خلق جهاز تشريعي قانوني قهري، وتمايزي يبطل كل المحاولات التنظيمية الغير رسمية، التي تريد أن تنشط خارج الإطار المؤسساتي والحزب الواحد، ترسم نهائيا بعد صدور قانون فبراير 1971، الذي يوضح موقف الدولة من الجمعيات الموازية عن طريق الاعتماد المزدوج والموافقة الرسمية من طرف الوالي ووزير الداخلية لأي جمعية تنوي أن تنشط خارج مؤسسات الدولة وحزب جبهة التحرير الوطني.

ومن نتائج هذه الاحتكاكات ومركزية السلطة إفقار وهشاشة الحياة الجمعوية ومنع بروز هياكل ومؤسسات وسيطة كالجمعيات مما وسع الفجوة بين الدولة والمجتمع (دراس ، 2005، 25-26)

المرحلة الثالثة: من 1990 إلى اليوم:

شهدت هذه المرحلة عدد وفير من الجمعيات التقليدية والعصرية ما بين (1990 - 1995) بموجب قانون الجمعيات 1990/12/04 والذي الغي أغلبية الشروط التعجيزية السابقة وعلى رأسها الاعتماد المزدوج.

وبالتالي العمل الجمعوي في الجزائري يعود بجذوره إلى الفترة الاستعمارية بحيث بدأ تكوين الجمعيات في الجزائر المستعمرة مع بداية القرن 20 وتحديدًا سنة 1912 م، أين تم إنشاء أول جمعية رياضية للسكان الأهالي في مدينة معسكر، وتزايد تكوين الجمعيات منذ منتصف الثلاثينيات إلى ما بعد الحرب العالمية الثانية، ومع اندلاع الحرب التحريرية في الجزائر أخذ تكوين الجمعيات بعدا آخر، حيث شجعت جبهة التحرير الوطني FLN مختلف شرائح المجتمع على إنشاء الجمعيات مثل جمعية الطلبة المسلمين الجزائريين AEMA، جمعية التجار والحرفيين . (قاضي، 2017، 03) هذا من جهة.

ومن جهة أخرى لمسنا شكلان من التضامن الاجتماعي خلال هذه الفترة كانا يسودا المجتمع الجزائري حيث تمثل الشكل الأول في التضامن الآلي وذلك وفقا لمفهوم عالم الاجتماع إميل دوركايم EMILE DURKHEIM القائم على الروابط العائلية والقبلية والعشيرة وقد تجسد في:

-توزيع المساعدات على المحتاجين في الأعياد والمناسبات العائلية.

-التعاون على الأعمال الفلاحية الموسمية أو بناء السكنات وهو تعاون متبادل بين الأفراد والعائلات والجيران، ويسمى هذا الشكل بالدارجة الجزائرية "التويزة".

-المؤازرة النفسية والعاطفية في الشدائد والمصائب وهذه الأشكال للتضامن الاجتماعي قد ظهرت في المناطق الريفية بصورة أكثر لأنها كانت تعاني من ويلات الاستعمار وقسوة البيئة الجغرافية، فيظهر التضامن الآلي بشكل فطري تحركه الروابط العائلية والعشائرية.

أما الشكل الثاني فيتمثل في التضامن العضوي الذي يمكن ربطه بإنشاء المؤسسات والحركات والتنظيمات الاجتماعية، كالمؤسسات الشبابية والجمعيات والمؤسسات التربوية، وقد تم تفعيلها طبقا لقانون 1901م، بحيث تم إنشاء العديد من الجمعيات بين مختلف فئات المجتمع والتي تجمعها

علاقات مهنية أو مؤسساتية مثل الجمعيات الرياضية، الإسلامية، الخيرية، ... الخ . (هامل، 2014، 10-11) .

والتنظيمات الخاصة المسماة اجتماعية، فلقد تزايد نشاطها وأهميتها وتداخلت مهامها مع المراكز الاجتماعية، والتي أوجدتها السلطات الاستعمارية لتنفيذ سياستها اتجاه الأهالي كآخر ما بقي لها من وسائل الترغيب، لتتحول إلى مشاركة جزائرية ذات طابع إلتزامي نضالي وسياسي عند إنفصال الجمعيات الخيرية عن الأوروبية لتدعيم وتقوية الحركة التحررية الوطنية، كما كانت تحمل في بعض الأحيان بعدا رمزيا يربط الشعب الجزائري بشعوب المغرب العربي أو المشرق كجمعية الإخوة الجزائرية، التونسية، التي تأسست سنة 1910 م في اسطنبول وكان لها فروع في دول عربية أخرى.

الجدول 1 يوضح الحركة الجمعوية في الجزائر منذ بداياتها الى سنة 1962:

النسبة % التي تمثلها	عددتها	طبيعة نشاط الجمعية
6.82%	268	الجمعيات السياسية والإدارية
4.20%	167	الجمعيات الاقتصادية
40%	1572	الجمعيات الاجتماعية
19.80%	778	الجمعيات الثقافية
25.40%	990	الجمعيات الرياضية
3.5%	140	الجمعيات الدينية
0.6%	25	جمعيات أخرى
100%	3940	المجموع

المصدر: (Essaid ,2014 ,267)

ب- مفهوم الجمعية:

التعريف اللغوي:

أصلها من جمع المتفرق: أي ضم بعضه إلى بعض وجمع الله القلوب: ألّفها وجمع القوم لأعدائهم: حشدوا لقتالهم، وأجمع أمره: عزم عليه، وأجمع القوم: اتفقوا، وجمع الناس: شهدوا الجمعة، وقضوا

الصلاة فيها، وتجمع انضم بعضه إلى بعض... والجمعية طائفة تتألف من أعضاء لغرض خاص وفكرة مشتركة ومنها الجمعية الخيرية. (العوير، 2015، 300)

التعريف الاصطلاحي:

هي جماعة ذات تنظيم له صفة الاستمرار لمدة معينة وغير معينة تؤلف من أشخاص طبيعيين أو اعتباريين ويشار إليها حديثا كمنظمة من منظمات المجتمع المدني لا تهدف لتحقيق الربح وتمارس أنشطة دينية واجتماعية وتربوية واقتصادية ذات طابع مؤسسي. (بركات، 2015، 98).

مفهوم الجمعية: (المؤسسة)

هي شكل من أشكال التعبير عن التعاون بين الناس أو ما يطلق عليه العمل التعاوني والميل بقبول العمل الجماعي وممارسته شكلا ومضمونا نصا وروحا وأداء العمل بشكل منسق قائم على أسس ومبادئ وأركان وقيم تنظيمية محددة.

وهي: التجمع المنظم بلوائح العمل فيه على إيرادات متخصصة ولجان وفرق عمل بحيث تكون مرجعية القرارات فيه لمجلس الإدارة في دائرة اختصاصها أي أنها تنبثق من مبدأ في العمل المؤسسي (الجمعي)

إذن الجمعية هي بذلك: عمل جماعي منظم وموزع على إيرادات متخصصة لتحقيق أهداف معينة على أسس ومبادئ وأركان وقيم محددة. (أكرم، 2020، 20).

تعريف المؤسسات الخيرية:

عرفها الدكتور عبد الرافع موسى تعريفا عاما فرأى أن الجمعية هي: " كل مجموعة من الأعضاء " طبيعيين أو معنويين " يدخلون نظاما يحكم طريقة ونظم تحقيق الهدف الذي أنشأت من اجله".

والجمعية في الأنثروبولوجيا الأنجلوسكسونية تعني جميع الوحدات الاجتماعية التي لا تؤسس على نظام القرابة كعامل محدد (Pierre B, 29, 2007)، كما تعرف بأنها: " مجموعة من الأفراد المتطوعين، يتعاقدون فيما بينهم على توظيف مهاراتهم وأنشطتهم لهدف غير تجاري (Encyclopedia 222, 1995)

ويعرف القانون الجزائري رقم 87-15 المؤرخ في 21 يوليو 1987 الجمعية في المادة الثانية من الباب الأول على أنها: " تجمع أشخاص يتفقون لمدة محددة أو غير محددة على جعل معارفهم وأعمالهم ووسائلهم مشتركة بينهم قصد تحقيق هدف معين لا ينتظر ربحا. (الجريدة الرسمية 05/05، 1999، 12).

ومنه الجمعية هي: تلك الوحدات الاجتماعية المؤسسة طوعا مجموعة من الأفراد باتفاق مسبق لتحقيق أهداف معلنة عن طريق نشاطات محددة. (رحايل، 2010، 21).

وهي: إتفاق لتحقيق تعاون مستمر بين شخصين أو عدة أشخاص لاستخدام معلوماتهم أو نشاطاتهم لغاية غير توزيع الأرباح فيما بينهم.

التعريف الإجرائي للجمعية: " يمكننا القول أنها: عبارة عن وحدة إجتماعية تجمع مجموعة من الأفراد المتطوعين بتوظيف مختلف المهارات لخدمة القضايا الإنسانية عن طريق مختلف الأنشطة، دون وجود هدف للربح".

مفهوم القطاع الخيري:

يطلق على القطاع الخيري أسماء عديدة وتختلف هذه المسميات حسب المجتمع الذي تعمل فيه، وفي محاولة لوضع تعريف موحد وتوحيد تصنيفه فقد عرف القطاع الخيري غير الربحي بأنه: " مجموعة من المنظمات ذات الطبيعة المؤسسية والمنفصلة عن الحكومة والتي لا توزع أرباحا والحاكمة لنفسها والتي تقوم على التطوع. (منصوري، 2006، 4-5) .

2- واقع ومراحل تأسيس الجمعية الخيرية:

أ- واقع التأسيس:

يكون انضمام الأفراد إلى الجمعيات الخيرية أو تأسيسها للأسباب والعوامل التالية:

- انجاز الأعمال المشتركة بين الأعضاء.
- تقوية العلاقات بين الأفراد وسهولة الاتصال بينهم.
- حماية حقوقهم والحفاظ على مكتسباتهم.
- تحقيق الانتماء والتقدير من خلال المجموعة.
- البحث عن مكتسبات جديدة كالتجربة والتعلم.
- الحاجات إلى الصداقة والعلاقات خارج الإطار الرسمي المعتاد.
- إشباع الحاجات الإنسانية ذلك من خلال العمل داخل الجماعة، فالفرد بانضمامه إلى تلك الجماعات إنما هو يبحث عن تلبية حاجات إنسانية تكون من خلال إثراء العمل الجماعي الإنساني بين أعضاء الجماعة وقيادتها.

ب-مراحل التأسيس:

-تحديد المشروع الجمعي: تعتبر هذه المرحلة من أهم المراحل لإنشاء جمعية بتحديد القانون الأساسي، ويحظى هذا الأخير بأهمية كبيرة يشترط أن يكون واضحا للجميع من خلال الأسئلة التالية:

✓ ما هي احتياجات المشروع الذي يقوم بتبليتها؟

✓ ما هي نشاطات وخدمات وأهداف تخص المشروع؟

✓ إلى من هي موجهة هذه الجمعية، بأي كفاءات وموارد وبمساعدة من؟

-تحرير القانون الأساسي: بعدما يتم تحديد المشروع الجمعي يجب تحرير القانون الأساسي للجمعية، عقد يربط أعضاؤها ويحدد موضوعها والهدف من وراء إنشائها،... الخ.

-الجمعية العامة التأسيسية: يتم تنظيم جمعية عامة تأسيسية مع أشخاص مستعدين للالتزام بمشروع الجمعية من اجل مناقشة القانون الأساسي النموذجي والموافقة عليه. وانتخاب أعضاء المكتب ورئيس الجمعية، وحضور محضر قضائي وفقا للقانون رقم 12/06 خاص بالجمعيات.

-التصريح التأسيسي: بعد تنفيذ الإجراءات السابقة تأتي مرحلة الإعلان عن إنشاء الجمعية لتصبح عمومية ويسمح لها بان تسير كشخص معنوي ومؤسسة بطريقة شرعية.

-فتح حساب بنكي: يمكن لرئيس الجمعية فتح حساب بنكي باسم الجمعية في إحدى البنوك العمومية أو مكتب البريد (صك بريدي) من اجل الحصول على إعانات وهبات واشتراكات المنخرطين.

-تأسيس الجمعية: يجب أمين الجمعية لحماية أعضائها وأملاكها من أي مخاطر أو حوادث قد تقع لها، إذ لا بد من معرفة أن قانون الجمعية: يكتب تأميننا لضمان أخطار مالية مرتبطة بمسؤولياتها المدنية، المادة 21 من القانون 12/06 المتعلق بالجمعيات. (عكوش، 2014، 14- 15).

وبالتالي يشتمل القانون الأساسي للجمعيات على البيانات التالية:

✓ تسمية الجمعية موضوعها هدفها ومقرها (الباب الأول من الفصل الأول المتعلق بالأحكام العامة)

✓ شروط و كفاءات انضمام وانسحاب الأعضاء وواجباتهم وحقوقهم. (الفصل الثاني من الباب الأول)

- ✓ تنظيم وسير الأجهزة (الباب الثاني)
- ✓ حقوق وواجبات الأعضاء.
- ✓ الشروط المرتبطة بحق تصويت الأعضاء.
- ✓ قواعد و كفاءات تعيين المندوبين في الجمعيات العامة.
- ✓ دور الجمعيات العامة والهيئات التنفيذية ونمط سيرها.
- ✓ طريقة انتخاب وتحديد الهيئات التنفيذية وكذا مدة عهدتهم.
- ✓ قواعد النصاب والأغلبية المطلوبة في اتخاذ قرارات الجمعية العامة والهيئة التنفيذية.
- ✓ قواعد وإجراءات دراسة تقارير النشاط المصادق عليه وكذا مراقبة حسابات الجمعية والمصادقة عليها.

- ✓ القواعد و الإجراءات المتعلقة بتعديل القوانين الأساسية.
 - ✓ جرد أملاك الجمعية من قبل محضر قضائي في حالة نزاع قضائي.
- القانون الأساسي للجمعيات يعد شرطاً أساسياً لتأسيس أي جمعية إذ يرفق عادة بملف التأسيس المقدم للإدارة أو الولاية إلى جانب محضر التأسيس والقائمة الاسمية للأعضاء ويهدف إلى ما يلي:

1. ضمان الشفافية والشرعية في عمل الجمعية.
2. تحديد الإطار القانوني والتنظيمي لنشاطاتها.
3. حماية الجمعيات وأعضائها من أي تجاوزات او نزاعات.
4. تسهيل اعتماد الجمعية رسمياً لدى السلطات المختصة.

3-مجالات وأنشطة الجمعيات الخيرية:

تتنوع مجالات عمل الجمعيات الخيرية تبعاً لطبيعة أهدافها ورسالتها الإنسانية، إلا أنها تلتقي جميعاً في خدمة المجتمع وتعزيز قيم التضامن والتكافل ومن أبرز المجالات والأنشطة هي كالتالي:

1-المجال الاجتماعي:

- تقديم المساعدات للعائلات المعوزة والفئات الهشة.
- رعاية الأيتام والمسنين وذوي الاحتياجات الخاصة.

- تنظيم قوافل تضامنية للمناطق النائية والمتضررة من الكوارث.
- توزيع الملابس والأغذية واللوازم المدرسية في المناسبات الدينية والوطنية.

2-المجال الصحي:

- تنظيم حملات طبية مجانية وعيادات متنقلة في المناطق الفقيرة.
- المساهمة في توفير الأدوية والمعدات الطبية للمرضى المحتاجين.
- دعم حملات التبرع بالدم والتوعية الصحية والوقاية من الأمراض.

3-المجال التربوي والتعليمي:

- تقديم الدعم المدرسي للتلاميذ محدودي الإمكانيات.
- توفير المنح الدراسية أو الوسائل التعليمية (كتب / محافظ/لوازم/...الخ).
- تنظيم دورات تكوينية ومهارات تربوية للأولياء والتلاميذ.

4-المجال التنموي والاقتصادي:

- دعم المشاريع الصغيرة للعائلات الفقيرة من خلال تمويل مصغر أو تكوين مهني.
- المساهمة في حملات تشجير وتنظيف وتحسين البيئة المحلية.
- تشجيع مبادرات الشباب في مجالات الإنتاج والعمل الحر.

5-المجال الثقافي و التوعوي:

- تنظيم ندوات ومحاضرات توعوية حول القيم الاجتماعية والدينية.
- إقامة معارض خيرية ومهرجانات ثقافية ذات بعد إنساني.
- نشر الوعي بأهمية العمل الخيري والمسؤولية الاجتماعية.

6-المجال الإغاثي والإنساني:

- تقديم المساعدات العاجلة في حالات الكوارث الطبيعية أو الأزمات الإنسانية.
- المشاركة في حملات الإغاثة الوطنية والدولية.
- توفير الدعم النفسي والمادي للمتضررين.

إذن الجمعيات الخيرية تؤدي وظائفها وأنشطتها المتعددة من أجل خدمة المجتمع وتعزيز التنمية، فهي تسهم في تحسين الخدمات الاجتماعية من خلال دعمها لمجالات متعددة، كما تركز على تمكين الأفراد إقتصاديا وإجتماعيا، وتسعى إلى نشر الوعي والتثقيف، وتعزيزها روح التعاون والتكافل

الاجتماعي، وهذا كله من شأنه أن يجعل من الفئات المهمشة عنصرا فاعلا في المجتمع بسبب دفاعها عنه وعن حقوقه.

4- أهداف الجمعيات الخيرية:

الهدف من إنشاء الجمعيات الخيرية:

- القيام بالأعمال الإغاثية التطوعية في حالة وقوع الكوارث والأزمات والحروب.

- السعي لحل مشكلات قائمة في المجتمع والقيام بمبادرات للنهوض به ورعاية أفراد.

- الاستفادة من الخبرات المتاحة، ومن القدرات الذاتية واستثمارها لخدمة المجتمع.

- احترام رغبة المتصدق في اختيار الجهة التي يريد الإنفاق عليها.

- تنظيم الجهود التطوعية في عمل جيد ومنظم، وتحقيق مبدأ الاعتماد على الذات والتسيير والتمويل

الذاتي كلما أمكن ذلك، وتحقيق رؤية مستنيرة نحو المستقبل. (خير الله، 2015، 30).

- إنشاء صناديق خيرية وترغيب الأفراد والمؤسسات والقطاعات العامة والخاصة للمساهمة النقدية أو

العينية قدر المستطاع ودعم العمل الخيري والتنسيق مع الجهات ذات العلاقة. (قنديل، 1997،

16).

- الإسهام في حل كثير من مشاكل الأسر الفقيرة وتوفير أدنى حد من متطلبات الحياة الضرورية

بالتنسيق مع الجهات المعنية.

- المساهمة في البحث الميداني لحصر الفقراء والمساكين ومساعدتهم ودعوة أهل الخير لتقديم العون

والمساعدة لهم.

- تجمع الجهود الفردية الخيرة في قالب جماعي يعود بمردود أكثر نفعاً وفائدة على أفراد المجتمع من

خلال التنظيم والتدريب المناسب لدعم ونجاح عمل الجمعيات و إيجاد أسس مناسبة للتنسيق

والتعاون بجدية لنجاح العمل الجماعي الاجتماعي. (قنديل ، 2000 ، 124).

- تعزيز قيم التكافل والتضامن الاجتماعي من خلال ترسيخ روح التعاون والمساعدة المتبادلة بين

مختلف فئات المجتمع.

- الحد من مظاهر الفقر والهشاشة الاجتماعية عبر تنظيم مبادرات ومشاريع تهدف إلى تحسين

الأوضاع المعيشية للفئات المعوزة.

-الإسهام في تحقيق التنمية المستدامة من خلال المشاركة في البرامج التربوية والاجتماعية والصحية التي تخدم المصلحة العامة.

5-عناصر الجمعية الخيرية:

عناصر الجمعيات تتكون عادة من مجموعة من المكونات الأساسية التي تضمن تنظيمها وعملها بشكل قانوني وفعال وهي:

-الأعضاء: أشخاص يشكلون الجمعية يمكن أن يكونوا مؤسسين أو منضمين لاحقاً وذلك حسب النظام الداخلي للجمعية.

-الهيئة العامة: تمثل أعلى سلطة في الجمعية وتتكون من الأعضاء الفعالين تعقد اجتماعات دورية وتتخذ قرارات هامة كالمصادقة على التقرير المالي وانتخاب الهيئة الإدارية.

-الهيئة الإدارية أو مجلس الإدارة: تتولى شؤون الجمعية ويتم انتخابها من قبل الهيئة العامة تتكون غالباً من رئيس نائب رئيس، أمين سر أمين مال، وأعضاء آخرين.

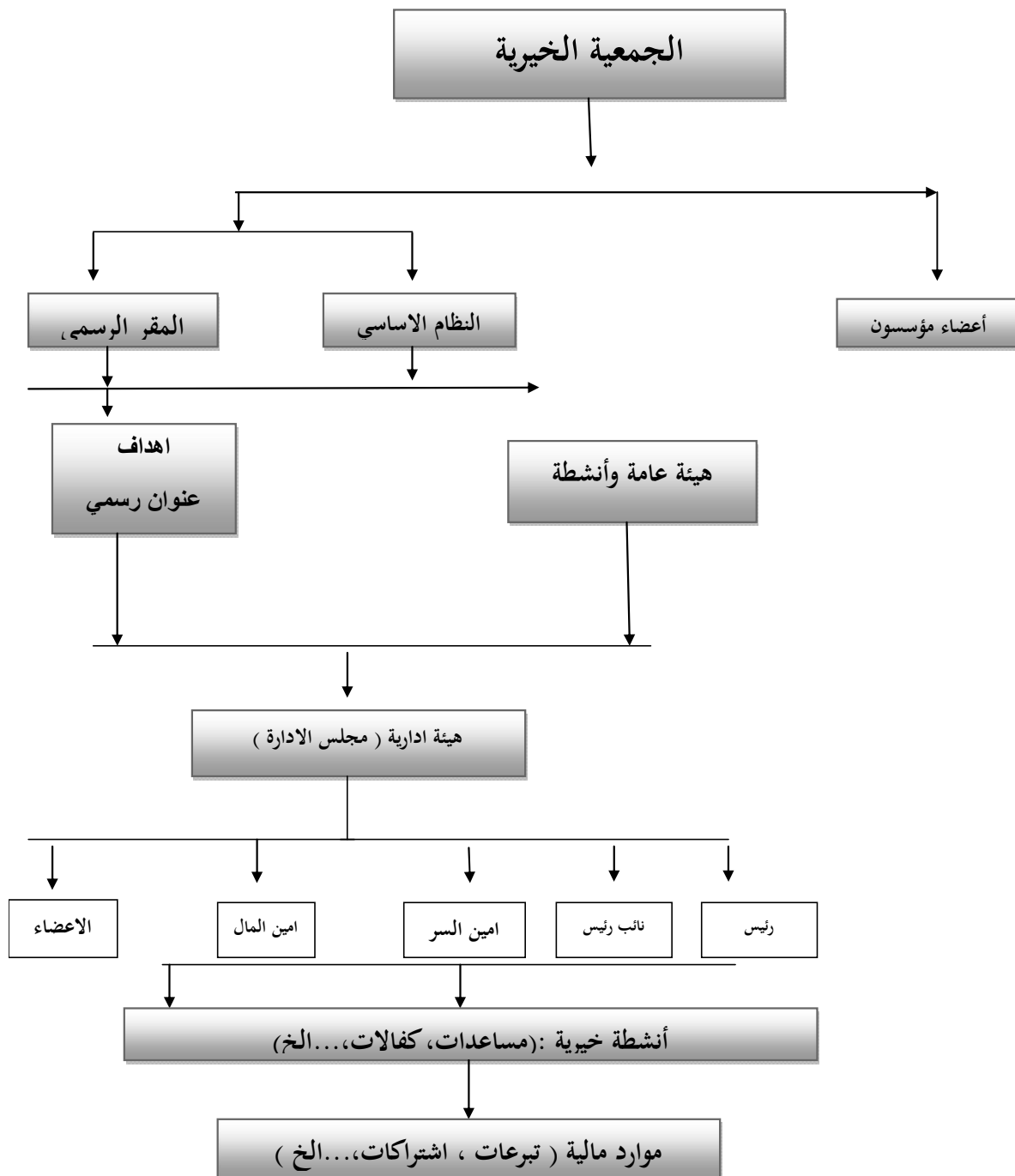
-النظام الأساسي: وثيقة قانونية توضح أهداف الجمعية آليات تسييرها شروط العضوية الاجتماعات والانتخابات...وهو مرجع أساسي لأي خلاف أو استفسار.

-الأهداف والأنشطة: لكل جمعية أهداف معينة تسعى لتحقيقها مثل أهداف اجتماعية ثقافية، تنمية... الخ، وتنفذ من اجل ذلك أنشطة محددة.

-الموارد المالية: تشمل اشتراكات الأعضاء التبرعات، الدعم لحكومي، أو المؤسسي، عائدات الأنشطة وتستخدم لتمويل برامج الجمعية.

-المقر: المكان الذي تزاوّل فيه الجمعية نشاطها الإداري وتستقبل فيه أعضاءها وزوارها.

الشكل 1 يمثل العناصر المكونة للجمعية الخيرية



المصدر: من إعداد الطالبة

6- أنواع وخصائص الجمعيات الخيرية:

أ- الأنواع:

المتبع لتطور الحركة الجمعوية في الجزائر يجد أن الجمعيات متعددة النشاطات، إذ تقسم إلى عدة أنواع تتمثل في:

- ✓ الجمعية المحلية: وهي الجمعيات التي تمارس نشاطها على مستوى البلدية أو الولاية.
- ✓ الجمعيات الجهوية: وتزاول هذه الأخيرة أنشطتها في جهة كاملة من جهات الوطن وعادة ما تكون عبارة عن مجموعة من الولايات المتقاربة.
- ✓ الجمعيات الوطنية: وتمارس نشاطها عبر التراب الوطني ولها حق الانضمام إلى الجمعيات الدولية حسب الشروط المنصوص عليها قانونا.
- ✓ اتحادات الجمعيات: وهي تكتلات بين الجمعيات أهدافها واحدة أو مماثلة لبعضها البعض. (زبير، 2018، 270).

✓ الجمعيات ذات المنفعة العامة: تعد الجمعيات المعترف لها بصفة المنفعة العمومية ضمن الجمعيات العادية التي أضفى عليها هذا الوصف نتيجة الدور الكبير الذي تقوم به في مجال نشاطها والذي يغطي مساحة كبيرة، فهي تهدف إلى تحقيق المصلحة العامة عن طريق تقديم خدمات المرفق العام دون السعي لتحقيق الربح ومن جهة أخرى تضمن احترام النظام العام، وفي مقابل تستفيد الجمعية من مشروعيتها ومصادقيته أكثر من الجمعيات الأخرى التي لا تتوفر على صفة المنفعة العمومية وهذه الصفة تمكنها من الاستفادة من إعانات ومساعدات مادية من الدولة أو الولاية أو البلدية. (رحموني، 2015/2014، 8-87).

✓ الجمعيات الدينية: لم يخص المشرع الجمعيات الدينية بتعريف خاص فهي كباقي الجمعيات الأخرى عبارة عن تجمع أشخاص طبيعيين أو معنويين على أساس تعاقدية، يشتركون في تسخير معارفهم تطوعا لبلوغ أهداف مشروعهم ولا يسعى لتحقيق الربح، وترتبط الجمعية الدينية ارتباطا وثيقا

بالمسجد الذي يحتل مكانة متميزة في قلوب ومشاعر المسلمين نظرا لأهميته ووظائفه المتعددة التعبدية والتربية الروحية.

✓ جمعيات ذات طابع خاص: خص المشرع الجزائري مجموعة من الجمعيات بوصف الجمعيات ذات طابع خاص، وهي المؤسسات، الجمعيات الطلابية وتخضع كلها لقانون الجمعيات. (رحموني، 2015/2014، 98-101).

✓ الجمعيات الأجنبية: وهي كل جمعية تتوفر فيها الشروط الآتية:

-مقرها يوجد بالخارج وتم اعتمادها والاعتراف بها وبالترخيص لها بالإقامة على التراب الوطني.

-يوجد مقرها على التراب الوطني وتسير كليا أو جزئيا من طرف الأجانب.

-يخضع إنشاء جمعية أجنبية إلى الاعتماد المسبق من الوزير المكلف بالداخلية الذي يتوفر بعد استطلاع رأي وزير الشؤون الخارجية ووزير القطاع المعني على أجل (90) تسعون يوم لمنع الاعتماد أو رفضه. (وزارة الداخلية والجماعات المحلية والتهيئة العمرانية، 2018، 01).

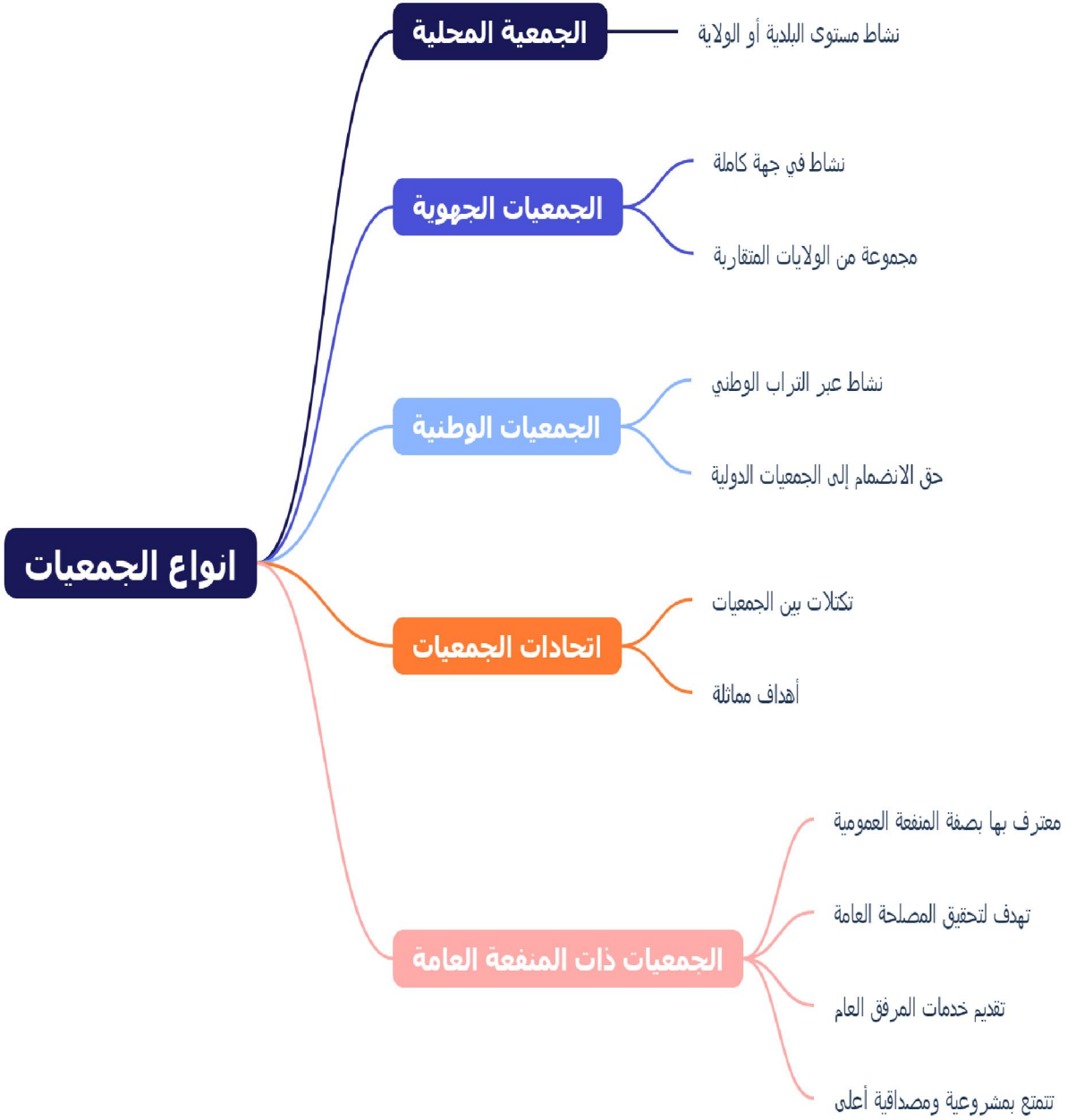
-جمعيات حماية حقوق الإنسان: اهتمت الجزائر بمجال حقوق الإنسان لدرجة جعل لها وزارة خاصة ثم بدلت بمرصدة وطني لحقوق الإنسان، وتحظى هذه الجمعية باهتمام ثلاث فئات نخبوية وهي:

✓ فئة المحامين

✓ فئة الجامعيين

✓ فئة الأطباء

الشكل 2 يمثل أنواع الجمعيات الخيرية



المصدر: من إعداد الطالبة

ب- خصائص و مميزات الجمعيات الخيرية:

هناك جملة من الخصائص والمميزات للجمعية الخيرية على اعتبار أنها غير ربحية وهي كالتالي:
- تتميز أنها وسيلة فاعلة لإشباع احتياجات المجتمع بواسطة أفرادهم بأنفسهم وبقدر كبير من المرونة والمشاركة وحرية العمل.

-هي اقرب إلى أفراد المجتمع وأكثر إحساسا بمشكلاتهم لهذا كان نشاط الجمعيات متنوع ومتغيرا لمواجهة المشكلات المختلفة.

ويذكر NETTING خصائص أخرى: (زياني ، 2007 ، 257)

-الجمعيات غالبا ما تستخدم كجسر بين البناءات الرسمية وغير الرسمية في نسق الخدمات الإنسانية في المجتمع.

-تتكون من تنظيم إداري هرمي بسيط.

-التبرع والتطوع هما عنصران أساسيان لحيوية هذه الجمعيات .

-هي منظمات لا تهدف إلى الربح و إذا حققت أرباحا تستثمرها في تحقيق أهدافها.

-هي منظمات غير سياسية حيث لا علاقة لها بالعمل السياسي أو الحزبي.

-إتساع مجالات عمل الجمعيات ونشاطها.

-المميزات:

يشير أحمد شكري إلى معايير أساسية تميز الجمعيات الخيرية: (أبو النصر ، 2007 ، 82) .

التكيف: وهو القدرة من طرف المؤسسات الاجتماعية على التكيف مع التطورات الحاصلة سواء على المستوى الداخلي أو الخارجي، بحيث كلما استطاعت هذه الجمعيات التكيف مع الأوضاع الراهنة كلما أدى ذلك إلى تحقيق الفعالية لان جمودها وعدم تكيفها يؤدي إلى القضاء عليها وربما نقص فعاليتها وهذا التكيف عادة ما يأخذ ثلاث أنواع:

-التكيف الزمني: اي استمرارية الجمعيات مدة طويلة.

-التكيف الجيلي: أي استمرارية الجمعيات كمؤسسة اجتماعية وفقا لتعاقب الأجيال خاصة على مستوى القيادة وظهور نخب متجددة.

-التكيف الوظيفي: يعني قدرة الجمعية على إحداث تعديلات على مستوى أنشطتها الاجتماعية قصد التكيف مع الظروف.

الاستقلالية:

وهو عدم تبعية هذه المؤسسات الاجتماعية لأي جهة كانت سواء حزبية أو جماعية أو أفراد، حيث تكون لها استقلاليتها التامة عن الدولة وسلطتها مما يسمح لها العمل بكل حرية وتكون مظاهر هذه الاستقلالية بارزة في سلطة قراراتها وكذا استقلاليتها المالية والتي يكون اعتمادها فيها على أعضائها بالإضافة إلى أفراد المجتمع كما يكون دعم الدولة جزئياً، مع بناء شكل تنظيمي إداري يحقق بواسطة تجسيد أسس اتصال على المستوى الداخلي وكذا الخارجي والذي يظهر في التكافل القائم بين الجمعيات عن طريق قيم التضامن والتماسك وبالتالي تأسيس قواعد تساعد على المحافظة على الأهداف التي أنشأت من أجلها.

التجانس:

وهو يسعى إلى تبسيط طرق العمل حيث في حالات الانتشار الواسع كلما غلب علي الجمعية العمل التنظيمي البسيط كلما استطاعت القيام بأنشطتها بمرونة وكذا السرعة في اتخاذ القرارات مما يساعد في التقليل من الجهد والوقت والتكاليف مع ذلك يجب عليها الإبتعاد على عناصر التنزع الداخلي والذي كثيراً ما كان سبباً في الحد من فاعليتها بحيث الاعتماد على أسلوب التوافق الذي يأتي من عنصر المشاركة والحرية الذين يضمنان الولاء والانتماء.

وفي ضوء ما تقدم، تتضح الأهمية الكبيرة التي تلعبها الجمعيات الخيرية في دعم المجتمع و تعزيز مبادئ التعاون والتكافل، ن فهي لا تقتصر على تقديم المساعدة وحسب، بل تساهم أيضاً في بناء مجتمع أكثر تماسكاً واستقراراً، لا فإن دعم هذه الجمعيات والمشاركة في أنشطتها يعد واجباً إنسانياً وأخلاقياً، يعكس وعي الفرد ومسؤوليته تجاه محيطه الاجتماعي.

II- عرض وتحليل النتائج:

1- تقديم عام للجمعيات الخيرية عينة الدراسة:

تعد الجمعيات الخيرية من أهم الفاعلين في مجال التنمية الاجتماعية، لما تؤديه من أدوار تكافلية وتطوعية تهدف إلى دعم الفئات الهشة وتحقيق التضامن الاجتماعي، وفي إطار هذا البحث تم اختيار مجموعة من الجمعيات كنموذج للدراسة الميدانية نظرا لنشاطها البارز وحضورها الفعال على مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك)، وهي كالتالي:

الجدول 2 يوضح الجمعيات الخيرية مجتمع الدراسة:

رمز الجمعية	الأهداف	عدد الأعضاء	تاريخ ومقر التأسيس	التسمية
	<p>- العمل في ميدان تقديم الدعم والإعانة الخيرية</p> <p>- نشر ثقافة فعل الخير في أوساط المجتمع والشباب خاصة.</p> <p>- تجميع الجهود الفردية في قالب جماعي وتنظيم الأعمال الخيرية وتطويرها.</p> <p>- عقد اتفاقيات ذات طابع اجتماعي وخيري.</p> <p>- المساهمة في البحث الميداني المتواصل داخل ولاية معسكر لحصر المحتاجين والمساكين والأسر المعوزة قصد مساعدتهم.</p>	<p>15 عضوا</p> <p>منهم 08 إناث.</p>	<p>يوم 06 ديسمبر 2015</p> <p>بحي 22 مسكن قاضي مراحي بابا علي معسكر</p>	<p>ناس الخير</p>

الفصل الثالث: فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي ومساهمتها في دعم الجمعيات الخيرية

	<p>-تقديم يد العون للمحتاجين</p> <p>-توزيع طرود غذائية شهرية لعائلات اليتامى طيلة السنة.</p> <p>-تقديم حفاظات للمسنين المرضى طيلة السنة.</p> <p>-المساهمة في إجراء عمليات جراحية</p> <p>-تنظيم زيارات للمرضى والأطفال بصفة دورية.</p> <p>-تنظيم عمليات تحسيسية حسب الضرورة.</p>	<p>10</p>	<p>03 جانفي 2017</p> <p>بلدية غريس ولاية معسكر</p>	<p>سرور الخيرية</p>
	<p>-العناية بالمرضى من ذوي الاحتياجات الخاصة.</p> <p>-توفير كل مستلزماتهم من أدوية وعتاد طبي.</p> <p>-توجيههم وخاصة مرافقتهم لدى الإدارات الوصية لهم.</p> <p>-حل مشاكلهم والاستماع إلى انشغالاتهم.</p>	<p>16</p>	<p>تاريخ التأسيس 21 مارس 2021</p> <p>المقر دار الجمعيات المنطقة 12 بمعسكر</p>	<p>البسمة للعناية بالمرضى وذوي الاحتياجات الخاصة .</p>
	<p>-تقديم العون للأيتام والأرامل والمحتاجين.</p> <p>-المساهمة في القضاء على الآفات الاجتماعية.</p> <p>-القيام بحملات التنظيف وتهيئة المحيط.</p>	<p>10</p>	<p>تاريخ التأسيس 30 جوان 2019</p> <p>المقر حي 936 بمعسكر</p>	<p>جمعية للخير نسعي</p>
	<p>-تقديم قفة رمضان للعائلات المحتاجة.</p> <p>-مساعدة الأطفال المحتاجين (مرض، لباس، أدوية، حفاظات، ... الخ)</p>	<p>15</p>	<p>تاريخ التأسيس 20 فيفري 2021</p> <p>المقر</p>	<p>إيلاف لشؤون المرأة ورعاية</p>

			الطفل
		جنب البريد المركزي بلدية تيغنيف	

المصدر: بيانات الجدول مأخوذة من البطاقة التعريفية لكل جمعية

من خلال تحليل البطاقات التعريفية الخاصة بالجمعيات الخيرية المكونة لعينة الدراسة، والمتمثل في: جمعية ناس الخير، جمعية سرور الخيرية، جمعية البسمة، جمعية للخير نسعى وأخيرا جمعية إيلاف، يتضح أن هذه الجمعيات تتقاطع في أهدافها وإن اختلفت في مجالات نشاطها ومستوى توسعها الجغرافي.

جميع هذه الجمعيات تعد من الهيئات الشبابية التطوعية التي نشأت إستجابة للحاجات الاجتماعية المتزايدة في المجتمع الجزائري (المعسكري خاصة)، وتسعى إلى ترسيخ قيم التضامن والتكافل من خلال مبادرات إنسانية متنوعة، كتقديم المساعدات للعائلات المعوزة والتكفل بالأيتام وتنظيم حملات صحية وإجتماعية، ودعم الأسر ذات الدخل المحدود.

تظهر البطاقات أن هذه الجمعيات تأسست خلال العقد الأخير، أي في الفترة الممتدة تقريبا بين 2010 و 2020 وهي فترة شهدت توسعا ملحوظا في العمل الجمعي بفضل انتشار ثقافة التطوع ووسائل التواصل الاجتماعي، بحيث تضم أغلب الجمعيات هنا عددا من الأعضاء يتراوح عددهم بين 10 و 25 عضوا، ينتمون غالبا إلى فئة الشباب الجامعي أو العامل، مما يمنحها طابعا حيويا ونشاطا ميدانيا متجددا.

من حيث التنظيم، تعمل الجمعيات الخيرية في إطار قانوني معتمد ولها مقرات رسمية داخل ولايتها، بينما يلاحظ اعتمادها الكبير على مواقع التواصل الاجتماعي خصوصا الفيسبوك كوسيلة للتعريف بأنشطتها ونشر ثقافة العمل الخيري واستقطاب الدعم المادي والمعنوي. وبناء على هذه المعطيات، يمكن القول بأن الجمعيات الخمس تمثل نموذجا متكاملًا للعمل الخيري المحلي الذي يجمع بين العمل الميداني المباشر والتفاعل الرقمي.

أما من ناحية رموز الجمعيات أو الشعارات المعتمدة نجد أن جميعها تتقاطع في البعد الإنساني والاجتماعي الذي يجسد العمل الخيري فمثلا نجد في جمعية ناس الخير تركيزها في الشعار على التعاون من خلال تشابك الأيدي وهذا يعكس قيم التضامن والمساعدة المتبادلة، بينما أبرز شعار

جمعية سرور الخيرية طابع البهجة والتفاؤل من خلال الألوان الزاهية وحركة الأشكال البشرية المتفاعلة مما يرمز إلى روح الفريق الواحد والعطاء الإيجابي.

بوجه تشكل الشعارات وسيلة رمزية تسهم في بناء التمثلات الجماعية للعمل الخيري بحيث لم تعد مجرد عنصر شكلي ، بل أصبحت وسيلة تواصل رمزي تعبر عن القيم والمبادئ التي تنطلق منها الجمعيات في نشاطها الميداني، كالتكافل ، الرحمة، الأمل والعمل الجماعي

2-تحليل استراتيجيات الجمعيات الخيرية عبر موقع الفيسبوك:

في ظل التحولات الرقمية المتسارعة أصبح من الضروري على الجمعيات أن تتبنى استراتيجيات تواصل مدروسة تمكنها من تحقيق أهدافها بأكبر قدر من الفاعلية ، سواء من حيث نوعية محتوى المنشور، أو أساليب التفاعل مع المتابعين، أو الصورة المؤسسية التي تعبر عن قيمها الإنسانية. وعليه يهدف هذا التحليل إلى دراسة الأساليب الاتصالية والخيارات الإستراتيجية التي تنتهجها الجمعيات الخيرية عينة الدراسة عبر موقع الفيسبوك مع التركيز على طبيعة الرسائل الإعلامية، تزايد النشر، ومستوى التفاعل الجماهيري، ومدى توظيف المنصة كوسيلة لنشر ثقافة التضامن والعمل الخيري.

الجدول 3 خاص بوصف صفحة جمعية للخير نسعى عبر موقع الفيسبوك:

البيان	وصفه
العنوان الالكتروني	https://www.facebook.com/lilkheirnasaa29
	اللغة: عربية / فرنسية
الخلفية	الموقع: أعلى الصفحة
	المحتوى: شعار الجمعية/ رقم الهاتف
	اللغة: عربية / فرنسية
	لون الخلفية: اخضر / اسود
	تاريخ الوضع: 2022/09/21
	تاريخ المشاهدة:

عدد المعجبين: k1.4	صورة التعريف
عدد المشاركين: k1.6	
عدد التعليقات: لا يوجد	
الموقع: يمين الصفحة	
المحتوى: اسم الجمعية ورمزها	
كلمات دلالية: للخير نلتقي وبالخير نرتقي	
اللغة: عربية	
لون الخلفية: ابيض / اخضر	
تاريخ الوضع: 2022/09/21	
تاريخ المشاهدة:	
عدد المعجبين: 01	الجانب الأيمن للصفحة
عدد المشاركين: /	
المحتوى: رقم الهاتف / عنوان الجمعية / الرسائل	
اللغة: عربية	
تاريخ المشاهدة: /	الجانب الأيسر للصفحة
الكلمات الدلالية:	
المحتوى: معلومات حول الصفحة	
اللغة: فرنسية / عربية	
تاريخ المشاهدة:	الكلمات الدلالية Apropos/photos/vidéo/Mentions

2-1- تحليل مضمون صفحة جمعية للخير نسعى:

نوع المنشورات:

تتميز الصفحة بتنوع كبير في مضامينها فهي تجمع بين المنشورات الإخبارية التي توثق الأنشطة الخيرية، والمحتوى التحفيزي والدعوي الذي يشجع على فعل الخير والمشاركة في مبادرات التطوع، كما نجد تركيزا على العمل الجماعي والتكافل الاجتماعي، من خلال حملات التضامن الموسمية (رمضان، الدخول المدرسي، الشتاء الدافئ) ، بعض المنشورات أيضا تتناول قصصا واقعية لعائلات تمت مساعدتها ، ما يمنح الصفحة بعدا إنسانيا قويا.

- لغة الخطاب:

اللغة المستعملة في المنشورات فصحي بسيطة قريبة من القارئ ، تتخللها أحيانا عبارات باللهجة المحلية لتقوية التواصل مع المتابعين، الخطاب يغلب عليه الطابع الديني والاجتماعي، إذ تستعمل آيات قرآنية وأحاديث نبوية لحث الناس على الإحسان والكرم، إلى جانب عبارات تشجيعية مثل: سارعوا إلى الخيرات "، " الخير لا ينتهي بقدر النية " ، " للخير نلتقي، وبالخير نرتقي " .

- الصور والفيديوهات:

تركز الجمعية على الصور التوثيقية التي تبرز أنشطة المتطوعين أثناء توزيع المساعدات أو تجهيز القفف الغذائية، مع حرص واضح على إبراز روح الفريق، كما تنشر فيديوهات قصيرة تلخص مبادرات الجمعية بشكل إنساني ومؤثر، أحيانا مع موسيقى خفيفة أو تعليق صوتي يشرح الغاية من العمل ، الصور والفيديوهات تستعمل بدكاء لإظهار الشفافية والمصداقية.

- التفاعل:

تسجل الصفحة تفاعلا مستقرا وجيدا، إذ يعبر المتابعون في التعليقات عن ثقتهم في الجمعية واستعدادهم للمشاركة في أعمال الخير . المنشورات التي تتضمن صوراً ميدانية أو رسائل دعوية تحقق أعلى نسب التفاعل. كما يلاحظ أن المتابعين يشاركون المنشورات بكثرة خلال فترات الحملات التضامنية ، ما يدل على نطاق انتشار واسع.

- الرسائل الأساسية والقيم المتكررة:

الصفحة تنشر رسائل تتمحور حول قيم الخير ، التعاون، التضامن، والتكافل، الشعار غير المعلن لكن المتكرر هو أن الخير مسؤولية مشتركة بين الجميع ، الجمعية تسعى من خلال مضمونها إلى ترسيخ ثقافة العمل الخيري وتشجيع الأفراد على المساهمة في تحسين أوضاع الآخرين.

-شعار الجمعية:

اللون الأساسي في الشعار هو الأخضر بدرجاته وهو اللون المهيمن في أغلب الجمعيات الخيرية ، يرمز إلى الحياة والنماء و وإلى الإيمان والتفاؤل في الثقافة الإسلامية. ثلاث أشخاص متشابكي الأيدي ، يرمزون إلى التعاون والعمل المشترك بين أفراد المجتمع. إكليل الزيتون يمثل الاستقرار والوحدة والسلم الاجتماعي. فمن ناحية الكلمات عبارة للخير نسعى تحمل دلالة قوية على الفعل الإرادي والمبادرة، إذ تدمج بين النية والعمل في سبيل الخير . الشعار يرمز إلى الجهد المنظم الجماعي، ويقدم صورة للجمعية كمؤسسة تقوم على المشاركة والتعاون والتكافل، في انسجام تام مع أهداف العمل التطوعي.

الجدول 4خاص بوصف صفحة جمعية ناس الخير بمدينة معسكر عبر موقع الفيسبوك:

البيان	وصفه
العنوان الالكتروني	https://www.facebook.com/louchi.kapital5
	اللغة: عربية / فرنسية
الخلفية	الموقع: اعلى الصفحة
	المحتوى: اسم الجمعية واسم رئيسها
	اللغة: عربية
	لون الخلفية: رمادي / اسود
	تاريخ الوضع: 10 جانفي
	تاريخ المشاهدة: /
	عدد المعجبين: 128
	عدد المشاركين: /
	عدد التعليقات: 25
	الموقع: يمين الخلفية.
صورة التعريف	المحتوى: صورة رئيس الجمعية

كلمات دلالية:	
اللغة:	
لون الخلفية:	
تاريخ الوضع: 2018/09/23	
تاريخ المشاهدة: /	
عدد المعجبين: 8000	
عدد المشاركين: k7.6	
المحتوى: قائمة المتابعين	الجانب الأيمن للصفحة
اللغة: فرنسي / عربية	
تاريخ المشاهدة: /	
الكلمات الدلالية: suivie s/ amie s	
المحتوى: معلومات عن الصفحة	الجانب الأيسر للصفحة
اللغة: فرنسية	
تاريخ المشاهدة: /	
الكلمات الدلالية: Apropos/photos/vidéo/Mentions	

2-2- تحليل مضمون صفحة جمعية ناس الخير:

نوع المنشورات:

صفحة جمعية ناس الخير تكثر من المنشورات ذات الطابع التحسيس والتضامني، حيث تركز على حملات جمع التبرعات، المساعدات الاجتماعية، وتقديم يد العون للعائلات المعوزة، خاصة في المناسبات الدينية كشهر رمضان وعيد الأضحى، كما نجد منشورات إخبارية حول نشاطات الجمعية الميدانية ودعوات تطوعية تحث الشباب على المشاركة في العمل الخيري.

- لغة الخطاب:

اللغة المستخدمة تمزج بين العربية الفصحى البسيطة والدارجة الجزائرية، مما يعكس رغبة الجمعية في القرب من الجمهور والتواصل الفعال معه، الخطاب يحمل نبرة تحفيزية ودينية، يتضمن عبارات مثل: يد وحدة ما تصفقس، أو في الخير نتلاقاو وهو ما يعزز روح التعاون والتضامن.

-الصور والفيديوهات:

تعتمد الجمعية بكثرة على الصور الميدانية التي تظهر المتطوعين أثناء توزيع المساعدات، وعلى فيديوهات قصيرة توثق المبادرات الخيرية، هذه الوسائط تلعب دورا أساسيا في تعزيز المصداقية، وجذب التفاعل، إذ يرى المتابعون النتائج الواقعية لأنشطة الجمعية.

-التفاعل:

تشهد الصفحة تفاعلا مرتفعا ، حيث تحظى المنشورات بعدد كبير من الإعجابات والتعليقات الايجابية والداعمة،التعليقات غالبا ما تعبر عن الإشادة بجهود الجمعية أو عرض المساعدة، كما تشهد بعض المنشورات إعادة نشر واسعة خاصة في فترات الأزمات أو الحملات الوطنية للتكافل.

-الرسائل الأساسية والقيم المتكررة:

تركز صفحة الجمعية على قيم التكافل ، الرحمة، العمل الجماعي والإنسانية، وتحرص على بث روح الأمل وتشجيع الشباب على التطوع. كما تبرز فكرة أن العمل الخيري مسؤولية جماعية وليست فردية.

-شعار الجمعية:

يعبر الشعار عن هوية بصرية واحة تعكس رسالتها الإنسانية والاجتماعية ويتكون الشعار من مجموعة من الأيدي المتشابكة ترمز إلى التعاون والتكافل والعمل الجماعي، وهي قيم أساسية في النشاط الخيري التطوعي، كما يحمل اللون الأزرق دلالات على الثقة ، الإخلاص والاستقرار بينما يشير اللون الأبيض إلى النقاء في العمل الإنساني. كما يظهر في وسط الشعار إسم الجمعية باللغتين العربية والإنجليزية مما يضيف عليها طابعا عصريا ومنفتحا على العالم الرقمي خصوصا وأنها تنشط بقوة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

من خلال هذا الرمز تسعى الجمعية إلى ترسيخ فكرة أن العمل الخيري هو عمل جماعي يقوم على روح الفريق وأن الخير يمكن أن يصنع بتكاتف الجهود بين مختلف شرائح المجتمع.

الجدول 5 خاص بوصف صفحة جمعية سرور الخيرية بدائرة غريس عبر موقع الفيسبوك:

وصفه	البيان
https: www.facebook.com/profile.php?id=100075991233215	العنوان الالكتروني
اللغة: عربية / فرنسية	
الموقع: أعلى الصفحة	الخلفية
المحتوى: أهداف الجمعية / العنوان / رقم الهاتف	
اللغة: عربية	
لون الخلفية: ازرق داكن	
تاريخ الوضع: 2024/04/20	
تاريخ المشاهدة: /	
عدد المعجبين: 14	
عدد المشاركين: k3.1	
عدد التعليقات: /	
الموقع: يمين الخلفية	
المحتوى: شعار الجمعية	
كلمات دلالية: تطوع-أمانة-إبتسامة	
اللغة: فرنسية / عربية	
لون الخلفية: ازرق داكن	
تاريخ الوضع: 2024/04/15	
تاريخ المشاهدة: /	
عدد المعجبين: 42	

عدد المشاركين/:	
المحتوى: مخصص رقم الهاتف والرسائل	الجانب الأيمن للصفحة
اللغة: فرنسية	
تاريخ المشاهدة: /	
الكلمات الدلالية: Appeler maintenant	
المحتوى: معلومات حول الصفحة	الجانب الأيسر للصفحة
اللغة: فرنسية / عربية	
تاريخ المشاهدة: /	
الكلمات الدلالية: Apropos/photos/vidéo/Mentions	

2-3- تحليل مضمون صفحة جمعية سرور الخيرية:

نوع المنشورات:

تركز الصفحة على منشورات اجتماعية تسلط الضوء على مبادرات الجمعية في رعاية الأسر الفقيرة واليتامى وتقديم المساعدات الغذائية والطبية. كما تنشر الجمعية منشورات تحفيزية تشجع على العمل الخيري والتبرع، إضافة إلى تغطيات إعلامية، مثل توزيع قفة رمضان أو حملات الشتاء.

- لغة الخطاب:

الخطاب في منشورات صفحة سرور الخيرية يمتاز بالبساطة والدفء الإنساني، تستعمل الجمعية لغة فصحي سهلة أحيانا ممزوجة بتعابير شعبية مألوفة بهدف التقرب من الجمهور المحلي، يغلب على الخطاب الطابع الديني والأخلاقي، حيث تستعمل آيات وأحاديث تدعو إلى الإحسان والتكافل، مثل: "من فرج عن مؤمن كربة من كرب الدنيا فرج الله عنه من كرب يوم القيامة"، إضافة إلى كلمات ذات دلالات قوية مثل: تطوع، أمانة، ابتسامة.

- الصور والفيديوهات:

الصفحة غنية بالصور التي توثق النشاطات الميدانية من توزيع المساعدات إلى ترميم البيوت أو إقامة مواعيد الإفطار. الصور تبرز الجانب الإنساني بوضوح، حيث تظهر البسمة على وجوه المستفيدين

والمتطوعين. كما تنشر الجمعية أحيانا فيديوهات قصيرة للتوعية، والتحفيز، مما يضفي حيوية على محتواها.

-التفاعل:

تتميز الصفحة بتفاعل جيد ومستقر ، إذ يعبر المتابعون عن دعمهم المتواصل لأنشطة الجمعية، تظهر التعليقات مستوى من الثقة والمصداقية التي تحظى بها الجمعية داخل المجتمع المحلي. المنشورات التي تتناول القصص الواقعية للمستفيدين تحظى بأعلى نسب من الإعجابات والمشاركات..

-الرسائل الأساسية والقيم المتكررة:

تعكس الصفحة قيم السرور، العطاء، الرحمة والمسؤولية الاجتماعية ، وهي القيم التي تنسجم مع اسم الجمعية، كما تركز على بناء علاقة تضامنية بين أفراد المجتمع ، وتذكر المتابعين بأن الخير عمل مستمر لا يرتبط بالمواسم فقط.

-شعار الجمعية:

يبرز شعار الجمعية الخيرية هنا روح التفاؤل والعمل الجماعي التي تقوم عليها، يتكون الرمز من أشكال إنسانية ثلاثية الألوان (البرتقالي ، الأخضر، والأزرق) وتعبر عن التنوع والتكامل بين أفراد المجتمع في خدمة الخير، الأذرع المرفوعة ترمز إلى الفرح والعطاء والتعاون، وهي إنعكاس لإسم الجمعية " السرور " الذي يحمل معنى السعادة وإدخال البهجة إلى قلوب المحتاجين.

أما الهلال والنجمة في أعلى الشعار، فلهما دلالات رمزية دينية وروحانية ، إذ يرمزان إلى النور و الهداية والعمل الصالح.يحيط بالشعار كلمات ثلاث تعبر عن القيم الجمعية الأساسية: التطوع- الأمانة- الابتسامة، وهي مبادئ ترتكز عليها أنشطة الجمعية الإنسانية والخيرية ، في حين اللون الأزرق يرمز إلى الهدوء والإخلاص بينما يشير اللون الأخضر إلى الأمل والنماء، في حين يجسد البرتقالي النشاط والطاقة الإيجابية.

الجدول 6خاص بوصف صفحة جمعية إيلاف بدائرة تيغنيف عبر موقع الفيسبوك:

البيان	وصفه
العنوان الالكتروني	https://www.facebook.com/profile.php?id=100064207410649
	اللغة: عربية / فرنسية

الموقع: أعلى الصفحة	الخلفية صورة التعريف
المحتوى: شعار الجمعية	
اللغة: عربية	
لون الخلفية: ابيض	
تاريخ الوضع: 2022/04/08	
تاريخ المشاهدة: /	
عدد المعجبين: k5.2	
عدد المشاركين: /	
عدد التعليقات: 1	
الموقع: يمين الخلفية	
المحتوى: صورة مقر الجمعية.	
كلمات دلالية: إبداع - تميز - ارتقاء	
اللغة: فرنسية/ عربية	
لون الخلفية: ابيض	
تاريخ الوضع: 2022/04/08	
تاريخ المشاهدة: /	
عدد المعجبين: 21	
عدد المشاركين: /	
المحتوى: مخصص للرسائل وطلب الصداقة	الجانب الأيمن للصفحة
اللغة: فرنسية	
تاريخ المشاهدة: /	

الكلمات الدلالية: Suivi (e) /message	
المحتوى: معلومات حول الصفحة	الجانب الأيسر للصفحة
اللغة: فرنسية	
تاريخ المشاهدة: /	
الكلمات الدلالية: propos/videos/mentions	

2-4- تحليل مضمون صفحة جمعية إيلاف:

نوع المنشورات:

صفحة جمعية إيلاف تبرز بتوازنها بين المنشورات التوعوية والتطوعية، تنشر الجمعية محتوى متنوعا يشمل:

- أخبار الأنشطة الميدانية والمبادرات التضامنية.

- منشورات تحسيسية حول قضايا اجتماعية (الفقر، التضامن الأسري)

- دعوات للمشاركة في الحملات الخيرية والتبرعات.

- محتوى تربوي وإنساني يهدف إلى نشر ثقافة المتطوع.

- تظهر المنشورات اهتماما واضحا بالتواصل المستمر مع الجمهور مع المحافظة على نبرة إيجابية ومسؤولة.

- لغة الخطاب:

تتسم لغة الخطاب في صفحة الجمعية بالإتزان والاحترافية، تعتمد على العربية الفصحى السهلة مع لمسات وجدانية ودينية خفيفة، الخطاب يغلب عليه الطابع المؤسسي الهادئ، فهو لا يكتفي بدعوة الناس إلى فعل الخير، بل يسعى إلى توعية المجتمع حول أهمية الاستدامة في العمل الإنساني . وتكثر في منشوراتها عبارات مثل : تمد الأيدي لبناء مجتمع متكافل " و " العطاء مسؤولية الجميع " ، وكلمات أخرى : إبداع - تميز - ارتقاء.

- الصور والفيديوهات:

الصفحة توظف صورا عالية الجودة تظهر التنظيم الجيد للأنشطة، مما يعكس الجانب المهني في عمل الجمعية، تستخدم الصور لتوثيق مراحل العمل (التحضير ، التنفيذ، التسليم)، مما يعزز الشفافية. كما تنشر الجمعية مقاطع فيديو قصيرة تشرح أهداف الحملات أو تعرض شهادات من المستفيدين وتستعمل أحيانا تصاميم رقمية احترافية لتقديم الرسائل بطريقة جذابة.

-التفاعل:

تحقق الصفحة تفاعلا محترما ومتنوعا من حيث الإعجابات والتعليقات والمشاركات، يظهر المتابعون تقديرا وثقة كبيرة في مصداقية الجمعية، المنشورات التي تجمع بين الصورة والكلمة المؤثرة تلقى أعلى نسب من التفاعل ، بينما المنشورات الإخبارية تحظى بدعم المتطوعين والمتابعين الأساسيين..

-الرسائل الأساسية والقيم المتكررة:

تركز المؤسسة هنا على قيم الاستمرارية ، المسؤولية، المهنية والتكافل، مضمون الصفحة يبرز فكرة أن العمل الخيري ليس مجرد مبادرة وقتية، بل هو مشروع إنساني دائم، كما تسعى الجمعية إلى تقديم صورة حديثة ومنظمة عن العمل الخيري قائمة على الشفافية والتعاون والتأثير الاجتماعي.

- الشعار:

يمثل الشعار بنية رمزية متكاملة تجسد فلسفة الجمعية في العمل الخيري الإنساني حيث تتداخل الألوان والكلمات في تشكيل رسالة إتصالية موحدة تعبر عن الأمل والعطاء.

اللون الأخضر في الجهة اليمنى من الدائرة يمثل الحياة والنماء وهو لون ذو دلالات دينية وثقافية قوية في المجتمع الجزائري والعربي إذ يعبر عن الخير المستمر والتفاؤل. أما اللون الأحمر في الجهة اليسرى من الدائرة يمثل المشاعر الإنسانية الصادقة والتحية والعاطفة، ويجسد الجانب الوجداني في فعل الخير، اللون البرتقالي والأصفر الفاتح هو المرحلة الإنتقالية بين اللونين ويعبر عن الدفء والبهجة، أي الفرح الناتج عن العطاء وهو ما يتناسب مع اسم الجمعية والأبيض في الخلفية يدل على الصفاء والنقاء وحسن النية في تقديم المساعدات دون مقابل.

الدائرة النصف مفتوحة ترمز إلى الإستمرارية والإنتتاح في العمل الخيري أي أن فعل الخير لا يغلق بل يظل مفتوحا أمام الجميع ، اليد التي تحتضن القلب هي العنصر المركزي في الشعار وتمثل الاحتواء والرعاية والمحبة ، أما اليد دلالة على الفعل والمساعدة الملموسة، القلب دلالة على العطاء الصادق والإحسان النابع من الوجدان ، وأخيرا الخطوط المنحنية للدائرة تضيف ديناميكية إلى الشعار ما يوحي بالحركة والفاعلية الاجتماعية المستمرة.

الجدول 7 خاص بوصف جمعية البسمة بمدينة معسكر عبر موقع الفيسبوك:

وصفه	البيان
https://www.facebook.com/srwaty.sydahmd	العنوان الالكتروني
اللغة: عربية / فرنسية	
الموقع: أعلى الصفحة	الخلفية
المحتوى: شعار الجمعية	
اللغة: عربية	
لون الخلفية: ابيض	
تاريخ الوضع: 2021/09/8	
تاريخ المشاهدة: /	
عدد المعجبين: k7.5	
عدد المشاركين: /	
عدد التعليقات: /	
الموقع: يمين الخلفية	
المحتوى: صورة رئيس الجمعية	
كلمات دلالية: écrire A	
اللغة: عربية / فرنسية	
لون الخلفية: ابيض	
تاريخ الوضع: 05/19	
تاريخ المشاهدة: /	
عدد المعجبين: 82	
عدد المشاركين: /	

المحتوى: طلب الصداقة/رسائل	الجانب الأيمن للصفحة
اللغة: فرنسية	
تاريخ المشاهدة: /	
الكلمات الدلالية: Suivi (e) /message	الجانب الأيسر للصفحة
المحتوى: معلومات حول الصفحة	
اللغة: فرنسية/ عربية	
تاريخ المشاهدة: /	
الكلمات الدلالية: propos/videos/mentions	

2-5- تحليل مضمون صفحة جمعية البسمة:

-نوع المنشورات:

تركز الصفحة على منشورات إنسانية وتوعوية تهدف إلى نشر روح الأمل والتفاؤل في المجتمع، تتنوع مضامينها بين عرض الأنشطة الخيرية (كالكفالة، الزيارات الاجتماعية، قوافل المساعدات)ومنشورات تحفيزية تبعث على التفاؤل والإيجابية . كما نجد إهتماما خاصا ببرامج الدعم النفسي والاجتماعي للأطفال و المرضى ، مما يجعل نشاطها متميزا عن بعض الجمعيات الأخرى ذات الطابع الإغاثي البحت.

- لغة الخطاب:

لغة الخطاب يغلب عليها الطابع الودي والعاطفي إذ تكثر الجمعية من إستعمال مفردات مثل البسمة ، الأمل ، اليد في اليد ، كما تمزج بين العربية الفصحى السلسة والدارجة الجزائرية في بعض المنشورات لتقوية الرابط مع الجمهور، الخطاب يركز على الجانب الإنساني أكثر من الجانب الديني، مع رسائل تلامس المشاعر وتدعو للتضامن والإنسانية.

-الصور والفيديوهات:

تعتمد الجمعية بكثرة على صور مفعمة بالألوان الايجابية تظهر الأطفال والمنتوعين في أجواء من الفرح والعطاء، غالبا ما ترافق الصور عبارات تشجيعية مثل " ابتسامتك تصنع الفرق " أو معا نزرع الأمل " .

الفيديوهات قصيرة وتوثق النشاطات الخيرية بشكل مؤثر ما يعزز مصداقية الجمعية وحضورها الرقمي .

-التفاعل:

تحظى منشورات الجمعية بتفاعل مرتفع نسبيا، خاصة تلك التي تتناول قص النجاح أو حملات دعم المرضى والأطفال من ذوي الاحتياجات الخاصة، الجمهور المتابع يتفاعل بعواطف ايجابية واضحة من خلال التعليقات ، حيث تكثر من عبارات : "ربي يبارك فيكم " و " أنتم أمل المحتاجين " ، فالمشاركة النشطة تدل على رابط وجداني قوي بين الجمعية ومتابعيها على الصفحة.

-الرسائل الأساسية والقيم المتكررة:

القيم التي تبرز في مضمون الصفحة هي الأمل، البسمة ، الإنسانية ، التضامن، ونشر الفرحة، وتؤكد الجمعية من خلال منشوراتها أن العمل الخيري ليس فقط ماديا ، بل يمكن أن يكون إبتسامة، كلمة طيبة، أو دعما نفسيا، هذه الرسائل تجعلها قريبة من كل فئة من فئات المجتمع . وفي الأخير يبرز التحليل المضموني الدور الحيوي الذي تؤديه صفحات الجمعيات الخيرية على موقع الفيسبوك في دعم وتنمية العمل الخيري، إذ تعد هذه الصفحات مجرد واجهات إعلامية . بل تحولت إلى فضاءات تفاعلية للتواصل والتحفيز والتأثير الاجتماعي .

-الشعار:

الألوان تتكون الدائرة من اللون الأخضر الذي يدل على العطاء الخصب والأحمر يرمز على المحبة والعاطفة أما اللون الأصفر فيمثل التفاؤل والنور و الأمل .

اليدان تحتضنان قلبا رمز روح للعطاء والرحمة يجسد العلاقة بين المعطي والمستفيد أما الدائرة المغلقة تعبر عن الاستمرارية والتكامل في فعل الخير .

كلمة بسمة تحمل طاقة عاطفية إيجابية تعكس هدف الجمعية في إدخال الفرح والأمل إلى قلوب المحتاجين.

ومنه الشعار يعبر عن بعد وجداني عميق في العمل الخيري حيث يركز على الجانب الإنساني والعاطفي للعطاء وليس فقط المساعدة المادية.

ويتضح من خلال الصفحات أن الجمعيات تستثمر المنصة الرقمية وفق أهدافها التنظيمية وطبيعة جمهورها المستهدف، فبعضها يركز على الإستجابة الإنسانية السريعة، فيما يسعى البعض الآخر إلى بناء ثقافة تطوعية مستدامة.

كما أظهرت النتائج أن فعالية الخطاب الاتصالي عبر الفيسبوك ترتبط بمدى وضوح الرسالة وقرنها من الجمهور، إلى جانب تنوع المحتوى البصري والتفاعلي الذي يعزز مصداقية الجمعية ويزيد من حجم التفاعل. ويعكس هذا التنوع في الاستراتيجيات قدرة المؤسسات الخيرية على تكييف التواصل الرقمي لخدمة العمل الخيري في أبعاده الإنسانية والدعوية والتنموية، مما يؤكد أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت اليوم شريكا أساسيا في نشر قيم التضامن وترسيخ ثقافة العطاء في المجتمع.

وتعد الصفحات الرسمية على موقع الفيسبوك الواجهة الإعلامية الأساسية للجمعيات الخيرية في البحث، إذ تمثل فضاء إفتراضي للتعريف بالجمعية وأنشطتها وإيصال رسائلها إلى الجمهور الواسع، فمن خلال تحليلها (الصفحات) على موقع الفيسبوك يتضح أنها تعتمد على مجموعة من الإستراتيجيات الاتصالية المتكاملة بهدف التعريف بأنشطتها وتعزيز تفاعل الجمهور معها، تركز أغلب الجمعيات على إستراتيجية النشر الدوري للمحتوى، من خلال صور وفيديوهات توثق أعمالها الميدانية، مما يساهم في بناء مصداقية رقمية لدى المتابعين، كما يلاحظ توظيف اللغة البسيطة والشعارات التحفيزية التي تستهدف إثارة العاطفة وتشجيع روح المشاركة.

كما تعتمد المؤسسات الخيرية هنا كذلك على إستراتيجية التفاعل المباشر، من خلال الرد على التعليقات ومشاركة منشورات المتابعين، بهدف خلق نوع من الحوار الاجتماعي الافتراضي الذي يقوي العلاقة بين الجمعية والجمهور.

أما من حيث الجانب البصري، فتستثمر الجمعيات في التصميمات الجذابة والألوان المتناسقة، ما يعكس وعيا بأهمية الهوية البصرية في كسب الثقة والانتشار.

وتبرز بعض الجمعيات مثل ناس الخير وسرور الخيرية إستراتيجية الشراكة الرقمية عبر التفاعل مع صفحات جمعيات أخرى أو مؤثرين محليين، في حين تركز جمعيات أخرى مثل البسمة وإيلاف على نشر قصص إنسانية قصيرة تظهر أثر التبرعات في تحسين حياة الأفراد، وهي طريقة فعالة في التسويق الاجتماعي.

اللون الأخضر هو المشترك بين الشعارات الثلاثة ويرمز إلى الحياة والإيمان، فجميع الشعارات تتخذ شكلا رئيسيا "الدائرة" ما يعكس فكرة الاستمرارية والاحتواء والوحدة، والرموز الإنسانية (القلب اليد والأشخاص) تعبر عن مركزية الإنسان في نشاط الجمعيات

بوجه عام، يمكن القول أن الجمعيات الخيرية المدروسة توظف الفيسبوك كأداة إتصالية متعددة الوظائف تجمع بين الإعلام، والتحفيز، والتعبئة المجتمعية، مما يعكس نضجا نسبيا في إستراتيجيتها الرقمية لخدمة العمل الخيري.

3- عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية:

3-1-الاستمارة:

الجدول 8: يوضح توزيع العينة حسب الجمعيات الخيرية:

الرقم	اسم الجمعية	عدد الناشطين	النسبة المئوية
01	ناس الخير	15	22.72%
02	سرور الخيرية	10	15.15%
03	للخير نسعى	10	15.15%
04	إيلاف لشؤون المرأة ورعاية الطفل	15	22.72%
05	البسمة للعناية بالمريض وذوي الاحتياجات الخاصة	16	24.24%
	المجموع	66	100%

يوضح الجدول توزيع العينة حسب عدد الأعضاء المستجوبين في كل جمعية خيرية، يتبين أن عدد أفراد العينة الإجمالي بلغ 66 عضوا موزعين على خمس جمعيات، بنسب متفاوتة تعكس تباينا في حجم كل جمعية ومستوى إنخراط أعضائها في النشاط الجماعي.

حازت جمعية إيلاف على أعلى نسبة من المستجوبين 24.24 بالمائة بما يعادل 16 عضوا، ما يشير أن الجمعية تتمتع بنظام تنظيمي واسع وقاعدة بشرية نشطة تسمح لها بتنظيم أنشطة متعددة واستثمار أكبر لمواقع التواصل الاجتماعي في الترويج لمبادراتها. وفي المقابل جمعية ناس الخير وللخير نسعى بنسب متساوية 22.72 لكل واحدة أي 15 عضوا من كل جمعية، وهي نسبة مرتفعة أيضا تعكس تجانسا في حجم الطاقم الجماعي ومستوى المشاركة في الفعل التضامني الرقمي والميداني، وهذا يدل على أن هاتين الجمعيتين تمثلان نموذج للجمعيات التي تجمع بين الإمتداد الشعبي والفاعلية الاتصالية على منصات التواصل .

أما جمعيتنا سرور الخيرية والبسمة فقد سجلتا نسبة 15.15 لكل واحدة، أي ما يعادل 10 أعضاء، وهي أدنى نسبة في الجدول، ما يمكن تفسيره بكون هاتين الجمعيتين أصغر من حيث عدد الأعضاء أو نطاق النشاط الميداني، أو أن مشاركتهما الرقمية لا تزال محدودة نسبيا مقارنة ببقية الجمعيات.

1-1- عرض وتحليل محور البيانات الشخصية:

الجدول 9 يوضح توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس:

النسبة %	التكرار	الجنس
84.84	56	ذكر
15.15	10	أنثى
100	66	المجموع

من خلال معطيات الجدول نلاحظ تفوق الجنس الذكوري بنسبة 85% مقابل الجنس الأنثوي الذي كانت نسبته 15.15% وهذا إن دل إنما يدل على الهيمنة الذكورية في المجتمعات العربية خاصة المجتمعات الداخلية الجزائرية (مجتمع ولاية معسكر) وهو واقع بالنسبة للثقافة الإنسانية وعلى أساسه بنيت معطيات التاريخ البشري وقد كانت النظرة إلى المرأة من خلال أبوية الأسرة نظرة عامة لا استثناء فيها، ومن هنا يمكننا أن نوضح خصوصية الذكورة في المجتمع الجزائري، ويمكن تفسير المشاركة الضئيلة للعنصر النسوي في العمل الخيري وهو الإلتزامات الأسرية (تربية الأطفال الاهتمام بشؤون البيت، ... الخ) ، لكن لا يجب أن نقلل من دور المرأة في أي مجال والدليل اقتحامها عالم الشغل في العصر الحالي وتفوقها على جميع الأصعدة، لذلك وجب توعيتها بأهمية العمل الخيري من خلال الندوات والملتقيات وغيرها.

الجدول 10 يوضح توزيع المبحوثين حسب متغير الفئات العمرية:

النسبة %	المجموع	ذكور		إناث		الفئات
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	المتغيرات
36.36	24	39.28	22	20	02	أقل من 25

الفصل الثالث: فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي ومساهمتها في دعم الجمعيات الخيرية

48.48	32	42.85	24	80	08	من 25 إلى 35
15.15	10	17.85	10	00	00	أكبر من 35
100	66	100	56	100	10	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن الفئة العمرية من 25 إلى 35 أحرزت نسبة عالية 80% بالنسبة للجنس النسوي وتليها 42.85% بالنسبة للذكور لكن في كلتا الحالتين تبقى هذه الفئة هي فئة الشباب وتليها الفئة الثانية الأقل من 25 سنة بنسبة 39.28% بالنسبة للذكور و 20% للإناث وآخر فئة هي فئة أكبر من 35 سنة بنسبة 17.85% للذكور، ومن هنا النشاط الخيري يؤدي إلى تعزيز انتماء للشباب ومشاركتهم في مجتمعهم من خلال تواصلهم عبر العالم الافتراضي، وتحقيق ذاته حيث تعتبر الأخيرة من أهم الحاجات في هرم ماسلو التي يسعى إلى تحقيقها في حياته.

وبالتالي يمكن القول أن الشباب يتمتعون بنشاط و طاقة كبيرة تساعد على تنفيذ المهام الصعبة وهذا ما نص عليه القانون الأساسي للجمعيات الخيرية 06/12 من المادة 04 أي من شروط العضو النشط في الجمعية هو النشاط والرغبة في العمل الجماعي، كما لديهم القدرة على التفاعل مع مختلف البيئات والمجتمعات وذلك بتقديمهم أفكارا جديدة لحلول المشكلات المجتمعية، عكس الفئة الأخرى ألا وهي الشيخوخة والتي تجد صعوبة في المشاركة في الأعمال الخيرية بحكم التغيرات الجسدية والنفسية التي تصيب كبار السن، فالشباب يغذون العمل الخيري بالحيوية والنشاط والتنوع في الأفكار، والعمل الخيري ينمي الشباب الشعور بالمسؤولية والانتماء، وهذه العلاقة تخلق مجتمعا متعاوننا متوازنا ومتقدما.

الجدول 11 يوزع توزيع الباحثين حسب متغير المستوى التعليمي:

النسبة %	المجموع	ذكور		إناث		الفئات
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	المستوى التعليمي
00	00	00	00	00	00	ابتدائي
10.60	07	8.92	05	20	02	متوسط
56.06	37	57.14	32	50	05	ثانوي

الفصل الثالث: فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي ومساهمتها في دعم الجمعيات الخيرية

33.33	22	33.92	19	30	03	جامعي
100	66	100	56	100	10	المجموع

ما هو ملاحظ في الجدول أن متغير المستوى التعليمي مرتفع لدى فئة الذكور بنسبة 57.14% في الطور الثانوي وتليها المستوى الجامعي بنسبة 33.92% وآخر مستوى هو الابتدائي بنسبة 00% .

ومنه يمكن القول أن العمل الخيري لا يتقيد بمستوى تعليمي معين بل متاح لكل شرائح المجتمع وهذا لا يمنع من استقطاب الجمعيات الخيرية كافة الكوادر والخبرات البشرية لتستفيد من مهاراتها ومن خبرتها في مجال العمل الخيري لأن من الشروط المنصوص عليها في التشريع المعمول به سيما المادة 04 من القانون 06/12 يجب أن تتوفر المعرفة والخبرة في الميدان للعضو النشط في الجمعية الخيرية.

الجدول 12 يوضح توزيع العينة حسب متغير الحالة العائلية:

النسبة %	المجموع	ذكور		إناث		الفئات
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	الحالة العائلية
48.48	32	48.21	27	50	05	متزوج
46.96	31	51.78	29	20	02	أعزب
3.03	02	00	00	20	02	مطلق
1.51	01	00	00	10	01	أرمل
100	66	100	56	100	10	المجموع

من خلال المعطيات نجد أن نسبة 51.78% من الشباب الأعزب من أصل 46.96% هي الفئة المسيطرة وهذا يدل على الشاب الأعزب لديه الوقت الكافي للعمل الخيري عكس المتزوج ربما تكون لديه التزامات وارتباطات عائلية أكثر من العمل الجماعي، لذلك من وسائل العمل الخيري الوقت ثم الوقت، وما هو ملاحظ من الجدول أن هناك أرملة ومطلقة عضوة في الجمعية الخيرية وهذا الدافع

للعمل الخيري يمكن يكون دافعا قويا أرادت من خلاله هاته الفئة أن تثبت نفسها في المجتمع من خلال مساعدة الآخرين.

الجدول 13 يوضح توزيع المبحوثين حسب متغير الحالة المهنية:

النسبة %	المجموع	ذكور		إناث		الفئات
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
50	33	51.78	29	40	04	عامل
27.27	18	21.42	12	60	06	بدون عمل
00	00	00	00	00	00	متقاعد
22.72	15	26.78	15	00	00	طالب
100	66	100	56	100	10	المجموع

من خلال الأرقام المبينة في الجدول نجد أن فئة بدون عمل 51% تسهم في العمل التطوعي بجهدها ووقتها، فالإنسان بدون عمل يكون قادرا على العمل ويرغب فيه لكنه لا يجد فرصة مناسبة وبالتالي نجده يشارك في الأعمال الخيرية كفرصة للمشاركة المجتمعية رغم عدم وجود عمل مدفوع هذا من جهة ومن جهة أخرى يجد المشاركة في الأعمال الخيرية وسيلة لاكتساب الخبرة العملية في مجالات متعددة وبناء علاقات قد تؤدي إلى فرص عمل حقيقية وطريقا للتعبير عن الذات والتخلص من الآثار النفسية السلبية للبطالة، أما فئة الطلبة 15% الذين يمثلون شريحة كبيرة من المجتمع وهم في مرحلة التكوين الشخصي والثقافي، لذلك فإن انخراطهم في العمل الخيري يعود عليهم وعلى المجتمع بفوائد كثيرة منها:

غرس القيم الأخلاقية مثل الرحمة والتكافل، تنمية روح التعاون والعمل الجماعي وأيضا تعزيز الانتماء والمسؤولية تجاه المجتمع .

1-2- عرض وتحليل البيانات الخاصة بالجمعية:

- أسماء الجمعيات :

جمعية ناس الخير: من المنظور الإتصال الاجتماعي الإسم يوظف لغة قريبة من الناس وبسيطة التداول مما يسهم في خلق قناة تواصل مباشرة وعاطفية مع الجمهور ، ويعبر عن الانتماء الجماعي

والهوية المشتركة ، إذ يستعمل ضمير الجمع " ناس " الذي يدمج المتلقي ضمن الفعل الاجتماعي ويبنى الإسم صورة جمعية مفتوحة وشعبية ، مما يعزز الثقة والمشاركة المجتمعية، فالجمعية تقدم كامتداد طبيعي للمجتمع وليست مؤسسة منفصلة عنه.

جمعية **سرور الخيرية** تستعمل الإسم خطابا عاطفيا - وجدانيا، حيث تحمل كلمة "سرور" التي تثير مشاعر الفرح والتفاؤل، ويمثل نموذجا للاتصال الوجداني التحفيزي الذي يعتمد على القيم الإنسانية في التأثير على المتلقي، يهدف الإسم إلى توليد استجابة انفعالية إيجابية لدى الجمهور، مما يسهل عملية التفاعل مع الرسائل الاتصالية للجمعية (الإعلانات، الحملات الخيرية،... إلخ)

جمعية البسمة إسمها يبنى على رمز بسيط لكنه شديد التأثير فالابتسامة في التواصل الإنساني هي أول وسيلة للتقارب والتفاعل، تعتمد على الرمز غير اللفظي (البسمة كعلامة للتفاؤل والاحتواء) وهو أقوى الرموز في عملية الاتصال الإنساني الذي هو أساس الفعل الخيري.

جمعية **للخير نسعى** تقدم خطابا حركيا موجهها على الفعل "نسعى" ما يعكس التفاعل المستمر والجهد الجمعي، الضمير نحن يخلق هوية جماعية مشتركة بين الجمعية والجمهور، مما يرسخ مبدأ الاتصال التشاركي ويركز الاسم على الفعل والانجاز بدل الشعارات وهذا قد يمنح الجمعية صورة ديناميكية فاعلة في المجتمع.

جمعية **إيلاف** من المنظر الاتصال الاجتماعي كلمة "إيلاف" مستوحاة من القرآن الكريم وهذا ما يمنح الاسم بعدا ثقافيا وروحيا، يحمل دلالات الألفة والاتحاد والانسجام وهي قيم إنسانية في التواصل الاجتماعي والجماعي ، يؤسس لخطاب قيمي ، يربط بين التواصل الاجتماعي والتضامن الجمعي، ما يعزز صورة الجمعية كجسر تآلف بين أفراد المجتمع.

-يظهر من خلال **تاريخ الالتحاق بالجمعيات الخمس** تباينا واضحا في فترات الانخراط ما يعكس مسار تطور كل جمعية ومدى قدرتها على استقطاب أعضاء جدد.

جمعية **ناس الخير** سجلت أكبر نسبة أعضاء قدامى الذين التحقوا منذ السنوات الأولى لتأسيسها مما يدل على استقرار هيكلها وتماسك داخلي.

جمعية **سرور الخيرية** شهدت موجات متقطعة من الانضمام غالبا في فترات تزايد النشاطات الميدانية أو أثناء الكوارث الطبيعية وهو ما يبرز الطابع الموسمي للتطوع فيها.

جمعية **البسمة** إلتحاق الأعضاء كان تدريجيا ومنتظما، مما يعكس الإستمرارية في الاستقطاب بفضل النشاطات الترويجية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

جمعية للخير نسعى عرفت ارتفاعا في عدد المنخرطين خلال السنوات الأخيرة خصوصا مع توسع حضورها الرقمي، ما يدل على تأثيرها الواضح لمواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المشاركة التطوعية.

جمعية إيلاف التحاق الأعضاء فيها كان محدودا نسبيا في البدايات ثم شهد تطورا ملحوظا بعد نجاح مبادراتها الخيرية عبر الفيسبوك، ما يعكس نضج استراتيجيتها التواصلية. وبشكل عام يظهر تحليل الالتحاق أن الجمعيات التي اعتمدت الفضاء الرقمي كأداة للتواصل والتعبئة تمكنت من تجديد أعضائها بشكل أسرع وأكثر فعالية مقارنة بتلك التي اعتمدت على الأساليب التقليدية في الاستقطاب.

الجدول 14 يوضح توزيع المبحوثين حسب عضويتهم بالجمعية التي ينضمون بها:

النسبة %	التكرار	الفئات
		العضوية
7.57	05	رئيس
7.57	05	مشرف
84.84	56	عضو
100	66	المجموع

العضوية تتفق في الرئيس بنسبة واحدة وهي 7.57 وذلك حسب الشروط الأساسية لتأسيس الجمعية الخيرية وما تبقى من الأعضاء 84.84%.

✓ **رئيس الجمعية:** هو من يتولى قيادة الجمعية وإدارة شؤونها العامة، ويمثلها قانونيا أمام الجهات الرسمية والغير رسمية ويعتبر المسؤول الأول عن متابعة تنفيذ أهداف الجمعية والإشراف على أعمالها.

✓ **المشرف:** هو الشخص الذي يتولى الإشراف المباشر على نشاط الجمعية بصياغة أو قسم أو مشروع محدد داخل الجمعية ويتأكد من حسن تنفيذ المهام وفقا للخطة الموضوعة.

✓ **العضو:** هو كل شخص طبيعي أو اعتباري فرد أو جهة إنضم إلى الجمعية بناء على شروط العضوية المنصوص عليها في نظامها الأساسي ويشارك في تحقيق أهدافها من خلال الحضور والمساهمة والتفاعل.

ومنه العضوية في الجمعيات الخيرية إحدى الركائز الأساسية للحياة الجمعية ، فهي تمثل شكلا من أشكال الاندماج الاجتماعي والتفاعل الإتصالي الذي يربط الفرد بالمجتمع المدني، ويجسد انتقال العلاقات الاجتماعية من الطابع التقليدي إلى الطابع المنظم والهادف ، فمن منظور نظرية الفعل الاجتماعي لماكس فيبر (Weber,1978,45)، تعتبر العضوية فعلا اجتماعيا ذا معنى ذاتي أي أن الأفراد ينخرطون في الجمعيات إنطلاقا من قيم دينية أو إنسانية تسهم في إضفاء المعنى على وجودهم الاجتماعي.

الجدول 15 يوضح نشاط الجمعية:

النسبة %	التكرار	الفئات
		نشاط الجمعية
100	66	أسبوعي
00	00	شهري
100	66	المجموع

نجد أن نشاط الجمعيات الخيرية أسبوعية وقد تكون أحيانا يومية من خلال ملاحظتنا عبر صفحاتها وهي نشيطة في كل المناسبات، وما هو موضح هنا أن الجمعية الخيرية تنظم بشكل دوري كل أسبوع مجموعة من الفعاليات وبرامج تهدف من خلالها تحقيق أخذ الأهداف المسطرة وهذا النوع يظهر استمرارية العمل ويعزز التفاعل مع المجتمع والمستفيدين.

ويظهر من خلال المتابعة الأسبوعية للصفحات أن الجمعيات تعتمد على التواصل المستمر والمتدرج عبر منشورات ، صور، وفيديوهات قصيرة والتركيز يكون على الإعلام الخيري اللحظي : مثل الإعلان عن توزيع قفف غذائية أو تنظيم حملة تبرع بالدم أو زيارة ميدانية للمستشفيات ودور الأيتام، هذه الأنشطة الأسبوعية تمثل آلية اتصال آنية بين الجمعية والجمهور وتستخدم فيها لغة بسيطة وعاطفية تحفز المشاركة، أغلب الجمعيات تنشر 3 إلى 05 منشورات أسبوعيا تنوع المحتوى بين صور العمل الميداني نداءات للمشاركة وعبارات تحفيزية.

أما النشاطات الشهرية نلاحظ انتقال الجمعيات من الأنشطة اليومية إلى مشاريع موسعة مثل : تنظيم قوافل خيرية نحو مناطق نائية وإعداد تقارير إنجازات شهرية ونشرها والتنسيق مع الجمعيات

الأخرى أو المؤسسات المحلية، وهذه الأنشطة تحمل طابعا تواصليا استراتيجيا أكثر من كونه لحظيا ، إذ يهدف إلى ترسيخ الصورة الإتصالية الإيجابية للجمعية.

1-3- عرض و تحليل ومناقشة محور بيانات العمل الخيري:

العمل الخيري هو جهد إنساني طوعي يهدف إلى تلبية الحاجات للآخرين، وتحسين الظروف لحياتهم، دون انتظار مقابل بدافع من القيم الأخلاقية والرحمة والمسؤولية المجتمعية.

الجدول 16 يوضح المجالات التي تشارك فيها الجمعية:

النسبة %	التكرار	الفئات
		مجالات الجمعية
96.96	64	اجتماعية
00	00	اقتصادية
00	00	ثقافية
3.03	2	مجالات أخرى
100	66	المجموع

المجال الاجتماعي هو الغالب من خلال ما أفرزته معطيات الجدول بنسبة 96.96% وتليها مجالات أخرى لكن الطاغى هو المجال الاجتماعي الذي يهتم بتحسين جودة الحياة للأفراد والمجتمعات من خلال تقديم الدعم النفسي والتوعوي، والمعنوي والمادي خاصة للأفراد الضعيفة و المحتاجة مثل الأيتام والأرامل وكبار السن وغيرها... وذلك عن طريق تسطير برامج تتمثل في: تقديم مساعدات غذائية ومادية بشكل أسبوعي، دعم الأسر في الحالات الطارئة (كوارث أمراض، وفيات) ، تنظيم زيارات دورية رعاية المسنين، ...إلخ، كل هذا وذاك من شأنه تخفيف المعاناة على الفئات المحتاجة، وتقوية الروابط بين الأفراد ونشر ثقافة التكافل والمسؤولية الجماعية . وبالتالي يعد المجال الاجتماعي من أهم مجالات العمل الخيري حيث بلامس حياة الناس اليومية ويعالج مشكلاتهم الإنسانية بشكل مباشر.

-الدافع نحو العمل الخيري هو تقديم العون والمساعدة للآخرين دون انتظار مقابل مادي مباشر، ويختلف هذا الدافع من شخص لآخر لكنه غالباً يجمع بين الجوانب الإنسانية والدينية والأخلاقية والاجتماعية.

الجدول 17 يوضح جوانب العمل الخيري:

النسبة %	التكرار	الفئات
		جوانب العمل الخيري
00	00	الجانب المادي
39.39	26	الجانب المعنوي
60.60	40	معا
100	66	المجموع

الجانب المادي والمعنوي بنسبة 60.60% كلاهما يكمل الآخر، المادي بمعنى تقديم الدعم المالي العيني مثل الطعام الملابس الأدوية الأدوات المدرسية وغيرها، للمحتاجين بهدف تلبية احتياجاتهم الأساسية وتحسين ظروفهم المعيشية ويتم عادة عبر التبرعات الفردية أو صناديق الزكاة والصدقات أو المشاريع الوقفية مثل بناء منازل أو آبار أو عيادات ومنه الجانب المادي يشكل ركيزة العطاء ولا يكتمل دون الجانب المعنوي الذي يتمثل في الدعم النفسي والروحي والعاطفي الذي يقدم للمحتاجين بهدف رفع معنوياتهم وتعزيز كرامتهم وبث الأمل في نفوسهم ويعتمد على الكلمة الطيبة والاهتمام و الإبتسامة والإحساس بالآخرين .

الجدول 18 يوضح طبيعة مجال العمل الخيري في الجمعية:

النسبة %	التكرار	الفئات
		طبيعة مجال العمل الخيري
69.69	46	محدد
30.30	20	غير محدد
100	66	المجموع

يكون مجال نشاطات الجمعيات محدد وهذا ما أشار إليه الجدول أي بنسبة 69.69% بمعنى أن الجمعيات الخيرية عادة تركز على مجموعة من القطاعات الأساسية، وكل جمعية قد تخصص في جانب معين حسب احتياجات المجتمع وقدراتها ومن أهمها:

الجانب الإغاثي: توفير مساعدات مالية للأسر الفقيرة ملابس وأدوية وكسوة العيد، تسديد الإيجارات والفواتير والدعم في الأزمات، وهذا الجانب الأكثر شيوعاً.

أما الجانب الآخر المتمثل في زيارات المسنين والمرضى الأيتام، نشر ثقافة التكافل والتقدير الإنساني وهذا يركز أكثر على كرامة الفرد ومشاعره وليس فقط حاجاته

الجانب الصحي: دعم المرضى المحتاجين لإجراء عمليات جراحية أو شراء أدوية، تنظيم حملات صحية توعوية والتبرع بالدم، توفير كراسي متحركة أو سماعات طبية.

الجدول 19 يوضح أعمال ونشاطات الجمعية مع الزملاء:

النسبة %	التكرار	الفئات
		مناقشة الأعمال مع الزملاء
57.57	38	دائماً
39.39	26	أحياناً
3.03	02	نادراً
100	66	المجموع

نسبة 57.57% كانت نسبة مناقشة نشاطات الجمعية مع الزملاء لكلا الجنسين وهذا من شأنه أن يطور من العمل الخيري وذلك عن طريق تبادل الأفكار واقتراح آراء جديدة تساعد على فهم احتياجات المجتمع بشكل أفضل، وتعزز روح التعاون والمسؤولية، والعمل على التخطيط لمبادرات مستقبلية تلامس الجوانب المادية والمعنوية، وشجع على المشاركة الفعالة في كل ما يخدم الناس ويعلي قيمة العطاء.

الجدول 20 يوضح سماح العمل الخيري بتكوين علاقات خارجية:

النسبة %	التكرار	الفئات
		إمكانية تكوين علاقات خارجية

71.21	47	نعم
28.78	19	لا
100	66	المجموع

71.21% يسمح العمل الخيري بتكوين علاقات خارجية وذلك من خلال المشاركة في الأنشطة الخيرية، حيث يتعرف الفرد على أشخاص من خلفيات مختلفة سواء من فاعلي الخير أو المستفيدين أو الجهات الداعمة، هذه العلاقات تسهم في توسيع دائرة المعارف وتبادل الخبرات وفتح آفاق جديدة على الصعيد الشخصي والمهني، كما تساهم في بناء شبكة اجتماعية قائمة على التعاون والاحترام المتبادل وتعزز روح العمل الجماعي والانفتاح على المجتمع.

3-4- تحليل ومناقشة محور فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في دعم أساسيات العمل الخيري:

الجدول 21 يوضح الوسيلة التي يعتمدها أعضاء الجمعيات في الاتصال:

النسبة %	التكرار	الفئات
		الوسيلة المعتمدة
54.54	36	الاجتماعات
33.33	22	الهاتف
12.12	08	الانترنت
00	00	وسائل أخرى
100	66	المجموع

يعتمد أعضاء الجمعية على الاجتماعات في الاتصال مع بعضهم البعض بنسبة 54.54% ثم الهاتف بنسبة 33.33% وفي الأخير الانترنت بنسبة 12.12%، فالاجتماعات تلعب دورا مهما في تنسيق الجهود داخل الجمعية، ووعي فرصة لتبادل الأفكار ومتابعة الأعمال وتقييم الأنشطة السابقة، من خلال التواصل المنتظم بين الأعضاء، يمكن تحديد الأولويات وحل المشكلات وتوزيع المهام بشكل فعال، كما أن الاجتماعات تساهم في تقوية روح الفريق وتعزيز التعاون بين فاعلي الخير مما يجعل العمل الخيري أكثر تنظيما وتأثيرا في المجتمع.

الجدول 22 يوضح افتتاح النقاشات حول النشاطات:

النسبة %	التكرار	الفئات
		إمكانية افتتاح نقاشات داخل الجمعية
98.48	65	نعم
1.51	01	لا
100	66	المجموع

فتح نقاشات داخل الجمعية هو خطوة محورية في تعزيز العمل التشاركي ورفع جودة الأداء، واشتراك الأعضاء في اتخاذ القرار. النقاش البناء يخلق بيئة شفافة ومحفزة ويعزز من روح الفريق وهذا كله يؤدي إلى تحسين عملية اتخاذ القرار عبر سماع وجهات نظر متعددة، حل المشكلات وتجاوز العقبات. لذلك وجدنا النسبة 98.48% من إجابات المبحوثين بنعم.

الجدول 23 يوضح التنسيق مع الجمعيات الأخرى:

النسبة %	التكرار	الفئات
		التنسيق مع الجمعيات الأخرى في الأعمال الخيرية
40.90	27	نعم
59.09	39	لا
00	00	في بعض الأحيان
100	66	المجموع

التنسيق مع جمعيات أخرى في الأعمال الخيرية قدرت نسبته بالقبول ب 40.90 % والرفض بنسبة 59.09% بالرغم من أن هذه العملية تعد خطوة إستراتيجية مهمة لتعزيز الأثر المجتمعي وتوسيع نطاق الفائدة .

لذلك لا بد من التنسيق مع جمعيات أخرى لعدة اعتبارات من بينها:

✓ تبادل الخبرات والمعرفة. (يمكن الجمعيات أن تستفيد من تجارب بعضها البعض في التخطيط والتنفيذ.

الفصل الثالث: فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي ومساهمتها في دعم الجمعيات الخيرية

✓ توفير الموارد وتخفيض التكاليف.

✓ الوصول لشريحة أكبر من المستفيدين عبر دمج الجهود .

✓ توحيد الرسالة والمصدقية والاحترافية أمام المجتمع والداعمين.

ومنه التنسيق ضروري مع جمعيات أخرى خاصة في الوقت الراهن.

الجدول 24 يوضح مستوى نشاط الجمعيات عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

النسبة %	التكرار	الفئات
		مستوى نشاط الجمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي
75.75	50	جيد
24.24	16	متوسط
00	00	ضعيف
100	66	المجموع

أغلبية المبحوثين كانت إجاباتهم حسب ما رصده الجدول نعم بنسبة 75.75% وتليها متوسط بنسبة 24.24% وهذا يعني أن نشاط الجمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي جيد وضروري في هذا العصر بشرط أن يكون متوازنا وهادفا يهدف من خلالها إلى:

✓ الوصول إلى فئات متعددة من المجتمع محليا ودوليا.

✓ يتيح النشاط الرقمي للجمعية التفاعل مع المتابعين ورفع الوعي بقضاياها.

الجدول 25 يوضح مدة استخدام الجمعية لمواقع التواصل الاجتماعي:

النسبة %	التكرار	الفئات
		مدة استخدام الجمعية لمواقع التواصل الاجتماعي
00	00	أقل من سنة
46.96	31	أكثر من سنتين
53.03	35	أكثر من ثلاث سنوات
100	66	المجموع

نجد أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العمل الخيري من خلال معطيات الجدول تستخدم منذ أكثر من ثلاث سنوات بنسبة 53.03% وهذا يدل على تحقيق تفاعل ملموس وتأثير إيجابي في المجتمع من خلال إدارة وتطوير حملات تواصل اجتماعي لدعم مبادرات ومشاريع خيرية، وبالتالي استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ليس وليد الساعة بل منذ سنوات لعدة اعتبارات.

الجدول 26 يوضح اللغة المستخدمة في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي:

النسبة %	التكرار	الفئات
		اللغة المستخدمة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي
46.96	31	عربية
1.51	01	فرنسية
51.51	34	مزيج
100	66	المجموع

اللغة المستخدمة هي اللغة الفرنسية والعربية بنسبة 51.51% وذلك يعد تعبيراً واضحاً عن الأدوات الفعالة للوصول إلى جماهير متنوعة وتعزيز التفاعل والدعم لقضايا إنسانية، فالنشر المزدوج هو مشاركة نفس الرسالة بلغتين في منشور واحد أو منشورين متتاليين، فمن مزايا استخدام اللغتين على منصات التواصل الاجتماعي:

تعزيز الهوية الثقافية وبناء الثقة مع الجمهور المحلي وكذا سهولة ربط الرسائل بالقيم الدينية كالزكاة والصدقة، هذا من جهة و من جهة أخرى توسيع الانتشار في البلدان الفركفونية والوصول إلى المنظمات الدولية والمتبرعين الأجانب وكذلك تعزيز الطابع الدولي للحملة.

وبالتالي الدمج بين اللغتين هو إستراتيجية ضرورية في البيئات متعددة الثقافات واللغات خاصة في العالم العربي و الفركفوني لتحقيق أقصى فاعلية، يجب استخدام المحتوى باللغتين بشكل متكامل مع الحفاظ على وضوح الرسالة وتفاعلها العاطفي.

الجدول 27 يوضح طبيعة العمل الخيري الي تهتم به شبكات التواصل الاجتماعي:

النسبة %	التكرار	الفئات
		طبيعة العمل الخيري الذي تهتم به شبكات التواصل الاجتماعي
100	66	محلي
00	00	جهوي
00	00	وطني
100	66	المجموع

نسبة طبيعة عمل الجمعيات الخيرية هو 100% محلي والذي يكمن في تحسين الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية والثقافية في محيطها الجغرافي مثل:

- ✓ دعم الأسر الفقيرة أو المحتاجة.
- ✓ تقديم مساعدات إنسانية (غذاء، ملابس، دواء) .
- ✓ تنظيم أنشطة دورية أو موسمية مثل: دورات تدريبية أو ورش عمل، برامج الدعم النفسي أو الاجتماعي.

وقد تعمل الجمعية بالتعاون مع:

- ✓ السلطات المحلية (البلدية، الولاية...)
- ✓ منظمات المجتمع المدني الأخرى.
- ✓ المانحين أو الشركات الداعمة.
- ✓ المؤسسات التربوية والصحية.

الجدول 28 يوضح الدور الذي تؤديه الجمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

النسبة %	التكرار	الفئات
		الدور الذي تؤديه الجمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي
7.57	05	إعلامي
27.27	18	توعوي

22.72	15	توجيهي
42.42	28	آخر
100	66	المجموع

من خلال الجدول نلاحظ أن الدور الذي تقدمه الجمعيات الخيرية توعوي بنسبة 27.27%

ثم توجيهي بنسبة 22.72% وبالتالي دورها لا يقتصر فقط على تقديم المساعدات المادية بل يمتد

ليشمل جانبا توعويا وتوجيهيا مهما جدا في بناء مجتمع واع ومتضامن، فمثلا في الدور التوعوي:

✓ نشر الوعي بالقضايا الاجتماعية مثل أهمية التكافل الاجتماعي ومساعدة الآخرين.

✓ تسليط الضوء على مشكلات الفقر الإدمان التسرب المدرسي

✓ تحقيق ثقافة حقوق الإنسان وحقوق المرأة والطفل.

✓ نشر ثقافة المحافظة على البيئة والموارد الطبيعية.

✓ تنظيم حملات للتشجير أو تنظيف الأحياء.

✓ غرس القيم الأخلاقية مثل الصدق والتعاون ...

وفي الدور التوجيهي يشمل:

✓ مساعدة الشباب على اختيار مسار دراسي أو مهني مناسب.

✓ إرشاد النساء نحو برامج التمكين الاقتصادي.

✓ المساهمة في حل النزاعات الأسرية أو الاجتماعية.

✓ تجميع وتنظيم وتنسيق الجهود الخيرية للمواطنين وتوجيهها جماعيا للعمل الاجتماعي في الميادين المختلفة.

إلى جانب مجموعة من الوظائف التي قد تؤديها الجمعية وذلك من خلال:

-الإحساس بالمشاكل الجماهيرية والعمل على حلها.

-سد الفراغات في الخدمات الحكومية وتوسيع قاعدتها تحقيقا لمبدأ الكفاية والوصول إلى المناطق

المحروسة وفقا لمبدأ العدل والمساواة.

-تحقيق التربية للأفراد ذاتيا، وتنمية الشعور بالمسؤولية الجماعية والتجاوب مع المصلحة العامة.)
حسانين، 2006، 142).

الجدول 29 يوضح نسبة نجاح مواقع التواصل الاجتماعي في استقطاب فاعلي الخير:

النسبة %	التكرار	الفئات
		نسبة الاستقطاب عبر مواقع التواصل الاجتماعي
10.0	07	عالية
65.15	43	متقدمة
24.24	16	متوسطة
00	00	ضعيفة
100	66	المجموع

نسبة الاستقطاب المتقدمة وصلت إلى 65.15% ثم تليها المتوسطة بنسبة 24.24% وأخيرا العالية بنسبة 10% وبالتالي يمكن القول أن درجة الاستقطاب المتقدمة تشير إلى تلك التفاعلات الحادة والإنقسام العاطفي أو الفكري الكبير بين الجمهور حول محتوى معين وغالبا ما يحدث ذلك على مواقع التواصل الاجتماعي بسبب:

✓ محتوى مثير للعاطفة أو الجدل (مثل عرض حالة إنسانية مؤلمة)

✓ اختلاف الآراء حول أسلوب معين مثل عمل الجمعية أو أهدافها.

✓ التوظيف المفرط للرمزية الدينية أو الاجتماعية أو القومية

وعموما هذه الدرجة من الاستقطاب يمكن أن تكون محفزة أو معرقله في نفس الوقت.

الجدول 30 يوضح الدعم الذي تقدمه مواقع التواصل الاجتماعي للجمعية:

النسبة %	التكرار	الفئات
		الدعم الذي تقدمه مواقع التواصل الاجتماعي للجمعية
57.57	38	الانتشار
24.24	16	الزيادة في الدعم

الفصل الثالث: فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي ومساهمتها في دعم الجمعيات الخيرية

18.18	12	السرعة في جمع التبرعات
00	00	تطور إمكانيات الجمعية
100	66	المجموع

الدعم الذي تقدمه مواقع التواصل الاجتماعي للجمعية الخيرية هو الانتشار بنسبة 57.57% ثم الزيادة في الدعم بنسبة 24.24% وأخيرا السرعة في جمع التبرعات بنسبة 18.18% إذن يتمثل الانتشار أو بمعنى آخر

الدعم الإعلامي والانتشاري في:

✓ نشر الرسالة والرؤية: إيصال أهداف الجمعية وقيمها لجمهور واسع.

✓ زيادة الوعي بالقضايا: تسليط الضوء على قضايا مجتمعية وإنسانية تحتاج إلى اهتمام عام.

✓ التفاعل الفوري: الحصول على آراء ودعم الجمهور مباشرة.

الدعم التمويلي والتبرعات:

✓ جمع التبرعات الكترونيا عبر روابط حملات تمويل جماعي أو أدوات مدججة مثل (تبرع الآن في الفيسبوك) .

✓ إستهداف الممولين المحتملين: من خلال الحملات الممولة حسب الفئة العمرية والموقع والاهتمامات.

الجدول 31 يوضح طبيعة اعتماد الجمعية في صفحتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

النسبة %	المجموع	الفئات
		طبيعة اعتماد الجمعية في صفحتها على مواقع التواصل الاجتماعي
31.81	21	دفع المتصفح إلى العمل الخيري
68.18	45	الترويج للنشاطات
00	00	الإجابة على التعليقات
100	66	المجموع

تعتمد الجمعيات الخيرية على مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج لنشاطاتها بنسبة 68.18% وتقوم بدفع المتصفح إلى العمل الخيري بنسبة 31.81% وذلك يدل على أن مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة ترويجية أساسية وليست ثانوية للإعلان عن نشاطاتها وذلك لعدة أسباب:

- ✓ تتسم بالتفاعلية الرقمية.
- ✓ تركز على إيصال رسائل الجمعية بشكل مباشر وسريع.
- ✓ جذب المتطوعين والداعمين.
- ✓ تعزيز صورة الجمعية وسمعتها لدى الجمهور.
- ✓ منخفضة التكاليف مقارنة بالإعلانات التقليدية.
- ✓ سريع الانتشار وفعال في الوصول إلى جمهور مستهدف.

ومنه نستنتج أن طبيعة الاعتماد هنا تعد أبرز أوجه استخدام الجمعيات لمنصات التواصل الاجتماعي بحث أنها توظف هذه المنصات كوسائل فعالة للتسويق لأنشطتها وبرامجها وأهدافها.

الجدول 32 يوضح توفر صفحة الجمعية عبر المواقع المعلومات الضرورية:

النسبة %	المجموع	الفئات
		توفير الجمعية المعلومات الضرورية عبر صفحتها
75.75	50	كلها
24.24	16	بعضها
100	66	المجموع

الجمعية المعلومات الضرورية عبر صفحتها بنسبة 75.75% من خلال ما لاحظناه في الجدول أعلاه وهذا يدل على انه أمر ضروري وعنصر أساسي لبناء الشفافية والمصداقية وتعزيز ثقة الجمهور والمستفيدين ويسهم كذلك في تسهيل التواصل وتحقيق أهداف الجمعية التوعوية والترويجية. ومن أهمية توفير المعلومات الضرورية عبر صفحاتها:

- ✓ تعريف الجمهور بالجمعية.
- ✓ تشجيع الانخراط فيها.

✓ تعزيز الموثوقية وتقليل الشكوك.

✓ تيسير التواصل .

وهنا من المهم أن ندرك أن الجمعيات الخيرية وظيفتها الرئيسية هي حاجات مجتمعها وأن هذه الحاجات في حاجة إلى تحديد نوعها وحجمها ومدى اتساعها اجتماعيا ، لأن هذا يساعدها على التعرف على الحاجات التي يجب أن يعطى لها الاهتمام الأكبر في هذه المرحلة الزمنية فتضيف حاجات المجتمع ومن ثم توجيه ونشاط الجمعيات الخيرية إلى الحاجات الأكثر إلحاحا والأشد طلبا وهو في حقيقة الأمر الترشيد لعمل الخير الذي تقوم عليه الجمعيات. (محي الدين ، 2001، 03).

وفي غياب تحديد أولويات الخير في المجتمع قد يؤدي إلى أن تستهلك هذه الجمعيات في نشاطات قد تكون مهمة ولكن بالتأكيد هناك ما هو أهم منها ، وهذا يجعل الجمعيات تكرر نفسها وفي العمل نفسه وغياب الكل عن مواقع عمل أخرى تمس حاجات المجتمع بالدرجة من الأهمية نفسها أو أكثر.

الجدول 33: يوضح تمثلات أفراد العينة لمدى اهتمام مواقع التواصل الاجتماعي بالعمل الخيري:

النسبة %	المجموع	الفئات
		درجة اهتمام مواضيع التواصل الاجتماعي بالعمل الخيري
78.78	52	بشكل كبير
21.21	14	بشكل متوسط
00	00	بشكل ضعيف
100	66	المجموع

نلاحظ أن درجة اهتمام مواقع التواصل الاجتماعي بالعمل الخيري كبيرة وبنسبة 78.78% وتليها بدرجة متوسطة بنسبة 21.21% ومنه يمكن القول أن منصات التواصل الاجتماعي توفر بيئة قوية ومرنة تمكن الجمعيات والمؤسسات الخيرية أن تستفيد منها بشكل كبير بشرط أن تحسن استخدامها، وهي بذلك بيئة للانتشار السريع والواسع للمحتوى لأن:

✓ تكاليفها منخفضة.

✓ تتفاعل مباشرة مع الجمهور .

✓ تتسم بسهولة توثيق وتقديم الشفافية.

✓ تستخدم المؤثرين لدعم حملات خيرية.

ومنه: مواقع التواصل الاجتماعي تهتم بالعمل الخيري بدرجة كبيرة من حيث الإمكانيات والدعم الفني، لكن على الجمعيات أن تبادر وتحسن الاستخدام .

30-السبب الرئيسي وراء نشر العمل الخيري عبر مواقع التواصل الاجتماعي هو الوصول السريع والواسع إلى الجمهور مع إمكانية التفاعل المباشر والتأثير العاطفي. كذلك سهولة النشر بحيث يمكن حتى الجمعيات الصغيرة من إيصال صوتها، وهي تتيح التواصل المستمر وليس المؤقت مع جمهور الجمعية.

3-2-تحليل المقابلات:

تندرج المقابلات ضمن المقاربة الكيفية في البحث السوسولوجي، حيث تهدف إلى فهم تصورات رؤساء الجمعيات الخيرية حول العمل الخيري التقليدي والرقمي، والكشف عن أنماط الاتصال السائدة داخل المجال الجموعي، وقد جاءت الأسئلة موزعة على ثلاثة محاور أساسية تعكس أبعاد الظاهرة المدروسة.

3-1-محور البيانات العامة:

يركز هذا المحور على تحديد الخصائص الاجتماعية للمبحوثين مثل المستوى التعليمي، الصفة المهنية، وطبيعة النشاط الجموعي، ومن منظور سوسولوجي ، تسمح هذه المعطيات بفهم الخلفية الاجتماعية لرؤساء الجمعيات وعلاقتها بطريقة إدارتهم للعمل الخيري واستخدامهم لوسائل التواصل الحديثة، حيث تساعد المعطيات المتعلقة بالمستوى التعليمي والوضعية المهنية على تفسير طبيعة الممارسة الاتصالية داخل الجمعية ، لأن الفاعل الاجتماعي يتأثر بما يمتلكه من رأسمال ثقافي واجتماعي يحدد مكانته داخل الحقل الاجتماعي . (بورديو، 1997، 73).

من خلال المقابلات التي أجريت مع رؤساء الجمعيات الخيرية تبعا لجدول اللقاءات رقم (01) تبين أنهم متزوجين وذو مستوى تعليمي عالي ويمتحنون مهن مختلفة منها الحرة ومنها مهن حكومية، السن تراوح بين 30 إلى 45 سنة، وهي فئة تعد من أكثر الفئات نشاطا وحيوية داخل العمل الجموعي والخيري، نظرا لما يمتلكه من خبرة إجتماعية وقدرة على التواصل والتنظيم، كما تعكس هذه الفئة

مرحلة من النضج الفكري والاجتماعي التي تسمح للأفراد بتحمل المسؤوليات والمشاركة الفعالة في تسيير الحملات الخيرية التطوعية.

ويمكن تفسير حضور هذه الفئة العمرية في الدراسة بكونها الأكثر إستعمالا لمواقع التواصل الاجتماعي والأكثر قدرة على التكيف مع الوسائط الرقمية الحديثة، وهو ما يساعدها على الجمع بين العمل الميداني التقليدي والعمل الخيري الرقمي.

3-2- محور دوافع المشاركة في الأعمال الخيرية:

تكشف أسئلة هذا المحور عن البعد القيمي والرمزي للعمل الخيري ، حيث تسعى إلى معرفة الدوافع الذاتية والاجتماعية التي تدفع الأفراد للمشاركة في النشاط الجماعي وذلك حسب تعبير المبحوث في المقابلة رقم 04 : "نشارك خاطر نحس بلي مساعدة الناس المحتاجة واجب إنساني وديني،وزيد تعطيني راحة نفسية ونحس بلي عندي دور إيجابي في المجتمع". (ذ،41 سنة،21 ماي)، وأضاف قائلاً : "نشوف بلي أهم الدوافع هي الإحساس بالمسؤولية تجاه المجتمع ، والرغبة في مساعدة المحتاجين، إضافة إلى القيم الدينية والإنسانية ألي تشجع على التضامن والتكافل، كذلك التشجيع المعنوي والاعتراف بمجهودات المتطوعين، يخلي الانسان يواصل في العمل الخيري و مايقطعش". (ذ،41 سنة،21 ماي). وفي إجابة أخرى: " العمل الخيري يخلي فينا شعور بالراحة النفسية والرضا، ونحسوا بلي عندنا قيمة ودور إيجابي في المجتمع ، وزيد يقوي روح التضامن والتعاون بين الناس ،ويخلينا نحسوا بالسعادة كي نشوفو الفرحة في وجوه المحتاجين". (ذ،40 سنة،12 ماي) ، في السياق نفسه صرحت المبحوثة في المقابلة رقم 03 بقولها: " كاين ناس دخلو للعمل الخيري ، غيرا باش يديرو أثر مريح في المجتمع". (أ، 45، سنة، 17 ماي)، ويظهر هذا القول أن الإعتراف الجماعي والرمزية الاجتماعية أصبحت من الدوافع الحديثة المرتبطة بالعمل الخيري، خاصة في ظل الانتشار الرقمي الذي يمنح الفاعلين حضورا مجتمعيا أوسع.

وبالتالي كانت إجابات المبحوثين عن دوافع المشاركة في الأعمال الخيرية متنوعة بين دوافع إنسانية وأخلاقية وشخصية ويمكن تحليل هذه الدوافع كالتالي:

✓ الشعور بالمسؤولية الاجتماعية: بمعنى الشعور بأن لكل فرد دور في خدمة المجتمع والمساهمة في تحسين حياة الآخرين.

- ✓ الرغبة في إحداث فرق ايجابي: أي العمل الخيري يمنح الإنسان فرصة للمساهمة في تغيير حياة الآخرين للأفضل ولو بشكل بسيط.
- ✓ التعاطف والتكافل: الإحساس بمعاناة الآخرين يدفع الشخص للوقوف إلى جانبهم خاصة من هم في ظروف صعبة.
- ✓ اكتساب رضا الله: الكثير من الأفراد يقومون بالأعمال الخيرية طمعا في الأجر والثواب خاصة إذا كانت نيتهم خالصة لله.
- ويبرز البعد القيمي للعمل الخيري من خلال دوافع المشاركة فيه، حيث لا يرتبط هذا العمل فقط بتقديم المساعدة، بل يتجاوز ذلك إلى إنتاج معاني التضامن والتكافل الاجتماعي داخل المجتمع ، و الدافع الذي يعتبر مناسباً للحفاظ على استمرارية العمل الخيري هو ترسيخ مبدأ المسؤولية الاجتماعية والاستدامة كالتالي:
- ✓ يتطلب دافعا يتجاوز التفاعل المؤقت أو العاطفة اللحظية، لذلك نرى أن الدافع الأنسب هو الإحساس العميق بالمسؤولية تجاه المجتمع.
- ✓ السعي نحو تحقيق اثر مستدام ينعكس على الأفراد والمجتمعات بشكل طويل الأمد.
- وتظهر أجوبة الدوافع أن العمل الخيري يتأسس على منظومة قيمية وأخلاقية تجعل الفرد يسعى إلى الاعتراف الاجتماعي والشعور بالانتماء للجماعة .(فيبر،2015،124).
- كما أن الأثر النفسي الذي بتركه العمل الخيري في نفوس الفاعلين يعكس وظيفة الاتصال في خلق الروابط الاجتماعية وتعزيز التماسك المجتمعي من خلال التفاعل الرمزي بين الأفراد (هربرت،2006،88).
- المبحوثين كان لديهم انطباع عن الأثر الذي يتركه العمل الخيري أثناء القيام بالأعمال الخيرية بأنه يترك بالنفس الرضا والسلام الداخلي، يعزز الإحساس بقيمة العطاء والتأثير الايجابي في حياة الآخرين كما يغرس الامتنان لما يملكون .

ومنه الأثر المباشر للعمل الخيري مهما كان بسيطاً يمنح دافع قوي للاستمرار ويشعري بأن لوجودي معنى يتجاوز حدودي الشخصية حسب ما صرح به المبحوث في المقابلة رقم 04: (ذ، 41 سنة، 21 ماي).

فمن زاوية علم اجتماع الاتصال ، فإن الخطاب الخيري لا يقتصر على تقديم المساعدات فقط، بل يؤدي وظيفة رمزية تتمثل في إنتاج قيم التضامن والانتماء الاجتماعي، كما أن التفاعل داخل الجمعيات يسهم في بناء هوية جماعية قائمة على التعاون والثقة. ويذهب إيميل دوركايم إلى أن التضامن الاجتماعي يمثل أساس التماسك داخل المجتمع ، وأن الأنشطة الجماعية تعزز الروابط الاجتماعية بين الأفراد، كما يمكن ربط هذه النظرية بالنظرية القيمية عند عبد الرحمن عزي التي ترى أن الاتصال ليس مجرد نقل للمعلومات بل هو عملية إنتاج القيم والمعاني داخل المجتمع الرقمي، حيث تتحول منصات التواصل إلى فضاء بترسيخ قيم التكافل والتضامن الاجتماعي.

2-3- محور العمل الخيري الرقمي:

يعد هذا المحور الأكثر ارتباطاً بعلم اجتماع الاتصال، لأنه يركز على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنظيم العمل الخيري ونشره، فالأسئلة المتعلقة بالمشاركة عبر الانترنت، ومصداقية الحملات الخيرية، وفعالية الإعلانات الرقمية، تعكس التحول من الاتصال التقليدي إلى الاتصال الرقمي التفاعلي.

أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي فضاءً عاماً جديداً يسمح بتبادل المعلومات بسرعة، وحشد المتطوعين ، وتوسيع دائرة التضامن الاجتماعي، كما أتاحت هذه الوسائط نوعاً من التعبئة الرقمية، والتفاعل . (كاستلز، 2016، 67)، التي تجعل الأفراد أكثر انخراطاً في القضايا الإنسانية. فقد أشار أحد المبحوثين في المقابلة رقم 01 إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي سهلت عملية الوصول إلى المحتاجين بقوله: "حنا نستعملو الفايسبوك باش نوصلو الحالات للناس بسرعة، والناس ولات تتفاعل أكثر". (ذ، 35 سنة، 12 ماي)، فالعمل الخيري عبر مواقع التواصل الاجتماعي أداة قوية إذا استخدمت بحكمة وهو وسيلة فعالة للوصول إلى المحتاجين ونشر الخير ومنه العمل الخيري عبر هذه القنوات له إيجابيات كبيرة لكنه قد لا يخلو من التحديات.

فمن الإيجابيات:

- ✓ الانتشار السريع مما يعزز سرعة التفاعل مع القضايا الإنسانية.
- ✓ زيادة الوعي حول مشكلات وقضايا قد لا تكون معروفة للكثيرين.
- ✓ سهولة التبرع والمشاركة.
- ✓ تحفيز الآخرين على الأعمال الخيرية.

وفي الدراسة هنا كل الباحثين كانت لديهم فرصة للمشاركة في الأعمال الخيرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال التبرع لحمات ماثوقة والمساهمة في نشر مبادرات لدعم المحتاجين ونشر الوعي ، ومنه تم الإدراك أن العمل الخيري عبر مواقع التواصل يمكن أن يحدث فرقا حقيقيا إذا تم بشكل منظم و مسؤول، وبالتالي هذا النوع من العمل يمكن أن يبدأ بخطوة بسيطة خلف الشاشة لكنه يصل لأثر كبير.

-دوافع المشاركة في الحملات الخيرية على الانترنت لا ترتبط فقط بالرغبة في المساعدة بل تتداخل فيها أبعاد دينية ونفسية ورمزية، حيث أكد أغلب الباحثين أن شبكات التواصل الاجتماعي سهلت الوصول إلى الباحثين وسرعت عملية التفاعل مع النداءات الإنسانية خاصة الحالات الإستعجالية ، وقد أشار أحد رؤساء الجمعيات قائلا: " كي نشوف حالة مريض ولا عائلة محتاجة فالقروب ولا فالصفحة نحس بلي لازم نعاون ولو بحاجة بسيطة " . (ذ، 30 سنة، 22 ماي) ، كما ظهر الدافع الديني بقوة في خطابات الباحثين ، إذ اعتبروا أن المشاركة في الحملات الخيرية نوع من التقرب إلى الله وتجسيد لقيم التضامن والتكافل الاجتماعي ، وفي هذا السياق صرح أحدهم: " الناس تشارك بزاف خاطر كاين أجر وثواب، وحتى مواقع التواصل ولات تذكر الناس بالصدقة". (أ 45، سنة، 17 ماي).

ومن جهة أخرى كشفت المقابلات أن بعض المشاركات تكون بدافع الإنتماء الاجتماعي والرغبة في الإحساس بقيمة الذات داخل الجماعة، خاصة عندما يتم التفاعل مع المنشورات عبر الاعجابات والمشاركة والتعليقات ، حيث صرح صاحب المقابلة رقم 05 بقوله: "كاين لي يحس روحه عضو فعال فالمجتمع ومواقع التواصل تعطيه هذا الإحساس ". (ذ، 35 سنة، 12 ماي).

كما بينت النتائج أن وجود دوافع مرتبطة بالتأثر العاطفي بالصور والفيديوهات المنشورة، إذ تلعب الوسائط الرقمية دورا مهما في استثارة التعاطف الإنساني وتحفيز الأفراد على التبرع أو المساهمة. وفي

هذا الإطار قال أحد الباحثين: "الفيدوهات والصور تأثر بزاف فالناس ، خاصة كي تكون الحالة صعبة". (أ، 45 سنة، 17 ماي).

وعليه يمكن القول سوسيولوجيا أن المشاركة في الحملات الخيرية عبر الانترنت لم تعد مرتبطة بالفعل الإنساني فقط، بل أصبحت مرتبطة ببناء العلاقات الاجتماعية وتحقيق الاعتراف الرمزي داخل المجتمع الرقمي.

-الحملات الرقمية التي ينبغي مشاركتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي الحملات التي تعزز قيم التضامن والتكافل والتوعية الاجتماعية، خاصة تلك المرتبطة بمساعدة الفئات الهشة ونشر ثقافة التطوع والعمل الجماعي. وقد أكد الباحثين أن هذه الحملات تساهم في ترسيخ الوعي المجتمعي وتوجيه الأفراد نحو السلوك الإيجابي داخل المجتمع، ويمكن ربطه بتصريح الباحث في المقابلة رقم 01: "لازم الحملات تكون فيها تعاون ورحمة وماشي غير نشر صور وخلاص". (ذ، 41 سنة، 21 ماي)، ومن جهة أخرى أكد الباحثين على أهمية الحملات التوعوية المتعلقة بالأخلاق والسلوك المدني، مثل حملات النظافة، واحترام الآخر، والتسامح، ومساعدة كبار السن، باعتبارها تساهم في بناء مجتمع أكثر تماسكا: "حتى حملات التوعية عندها قيمة كبيرة كي تعلم الناس الاحترام والتعاون"، (ذ، 40 سنة، 12 ماي).

أما فيما يخص الخبرات المكتسبة من هذه الحملات ، فقد أشار الباحثين إلى أنهم اكتسبوا مهارات عديدة في التواصل والتنظيم والتعامل مع مختلف فئات المجتمع، إضافة إلى تعلم كيفية استعمال الوسائط الرقمية في نشر العمل الخيري والتنسيق بين المتطوعين، حيث صرح أحد الباحثين بقوله: "تعلمنا كيفاش نتواصلو مع الناس ونظمو حملات بطرق أسرع عبر الفايسبوك". (ذ، 41 سنة، 21 ماي).

وبالتالي تتلخص الخبرات المكتسبة من المشاركة في الحملات الخيرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي فيما يلي:

- ✓ تعلم كيفية التعبير عن الرأي العام بطريقة فعالة.
- ✓ تطوير القدرة على صياغة محتوى مختصر وجذاب.
- ✓ فهم كيفية ربط الأحداث الجارية بالحملات بطريقة مؤثرة..
- ✓ تصير لك بصمة واضحة على الانترنت على حد تعبير أحد الباحثين.

ويمكن تلخيص هذه الفكرة في العناصر التالية:

المشاركة في الحملات الخيرية عبر سوشيا ميديا تمكن من:

✓ تعلم مهارات التواصل الرقمي.

✓ الوعي بالمجتمع والاتجاهات.

✓ بناء العلامة الشخصية من خلال المشاركة المنتظمة والمميزة يلاحظك الآخرون ويبدأ اسمك بالظهور.

✓ القدرة على الإقناع أي تتعلم كيف تقنع الآخرين بفكرة أو رسالة.

✓ المهارات الإبداعية تتمثل في التفكير في طريقة جديدة وفريدة للمشاركة (تصميم، فيديو، تعليق مميز).

✓ العمل الجماعي: حملات كبيرة تشجع على العمل مع فريق أو مجموعة.

✓ فهم آليات مواقع التواصل الاجتماعي.

- كشفت المقابلات عن وجود نوع من الحذر تجاه بعض الحملات الخيرية المنشورة عبر الانترنت، فقد أوضح مباحث في المقابلة رقم 05: "ماشي قاع الحملات نصدقوها، لازم نعرفو الجمعية ومصداقيتها". (ذ، 35 سنة، 12 ماي). ويدل هذا التصريح على أن الثقة الرقمية عنصر أساسي في نجاح الاتصال الخيري، خاصة مع انتشار الصفحات الوهمية والاستغلال العاطفي، فأصبح من الضروري التأكد من مصداقية الحملات الخيرية حتى لا يساهم في حملة غير شفافة أو يقع ضحية إحتيال جمعية خيرية مزيفة والسؤال المطروح هنا كيف يمكن اكتشاف جمعية خيرية مزيفة؟

لاكتشاف جمعية خيرية مزيفة هناك عدة علامات يجب ملاحظتها وهي كالتالي:

✓ الافتقار إلى الشفافية: أحد أهم العلامات الحمراء عندما يتعلق الأمر بتحديد المؤسسات الخيرية

المزيفة هو الافتقار إلى الشفافية في عملياتها. عادة ما تكون الجمعيات الخيرية الشرعية منفتحة

ومستعدة لمشاركة المعلومات حول مهمتها وبرامجها وسجلاتها المالية. ومع ذلك، غالباً ما تفتقر

الجمعيات الخيرية المزيفة إلى الوثائق المناسبة أو تتردد في تقديم معلومات مفصلة حول كيفية

إستخدام التبرعات. إذا صادفت مؤسسة خيرية تبدو مراوغة أو سرية فيما يتعلق بعملياتها، فهذه

علامة تحذير واضحة.

✓ ارتفاع التكاليف الإدارية: هناك علامة حمراء أخرى يجب الانتباه إليها وهي التكاليف الإدارية المرتفعة للغاية. في حين أنه من المفهوم أن المؤسسات الخيرية تحتاج إلى تغطية نفقاتها التشغيلية، إلا أن الأمر يصبح مشبوهاً عندما يذهب جزء كبير من التبرعات نحو التكاليف الإدارية بدلاً من السبب الفعلي. تسعى الجمعيات الخيرية المشروعة جاهدة إلى إبقاء التكاليف الإدارية منخفضة، مما يضمن توجيه غالبية الأموال نحو المستفيدين المستهدفين. من ناحية أخرى، قد تستخدم الجمعيات الخيرية المزيفة جزءاً كبيراً من التبرعات لتمويل أنماط الحياة الفخمة أو النفقات الشخصية.

✓ طرق الضغط والتلاعب العاطفي: غالباً ما تستخدم الجمعيات الخيرية المزيفة طرق الضغط والتلاعب العاطفي لإقناع الأفراد بالتبرع. قد يستخدمون الذنب أو الشفقة أو القصص المثيرة لإثارة استجابة عاطفية ودفع الناس إلى تقديم تبرعات متهورة. من ناحية أخرى، تركز الجمعيات الخيرية المشروعة على تثقيف المتبرعين المحتملين حول قضيتهم والأثر الذي يمكن أن تحدثه تبرعاتهم. أنها توفر معلومات واضحة وتسمح للأفراد باتخاذ قرار مستنير دون اللجوء إلى التلاعب العاطفي.

✓ عدم التسجيل أو الاعتماد: عادة ما يتم تسجيل الجمعيات الخيرية الحقيقية لدى الوكالات الحكومية المناسبة وتلتزم بمعايير ولوائح معينة. وغالباً ما يتم اعتمادها من قبل منظمات حسنة السمعة تضمن شرعيتها ومساءلتها. من الضروري التحقق مما إذا كانت المؤسسة الخيرية مسجلة ومعتمدة قبل تقديم أي تبرعات. قد تدعي الجمعيات الخيرية المزيفة أنها مسجلة، ولكن بعد التحقيق، غالباً ما يتبين أن ادعاءاتها كاذبة.

✓ أسماء مشابهة للجمعيات الخيرية القائمة: غالباً ما تختار الجمعيات الخيرية المزيفة أسماء تشبه إلى حد كبير المنظمات الخيرية المعروفة والمحترمة. يهدف هذا التكتيك إلى خداع المتبرعين المحتملين الذين قد يخطئون بين المؤسسة الخيرية المزيفة والمشروعة. على سبيل المثال، قد تستخدم مؤسسة خيرية مزيفة اسماً مثل "مؤسسة Save the Children" بدلاً من اسم المنظمة الفعلي "Save the Children". من الضروري التحقق جيداً من اسم المؤسسة الخيرية والتأكد من تطابقه مع الاسم الرسمي للمنظمة التي تنوي دعمها.

✓ الإفتقار إلى تقارير التأثير أو الشفافية: تلتزم الجمعيات الخيرية الجديرة بالثقة بتقديم تقارير تأثير منتظمة، توضح كيف تُحدث برامجها ومشاريعها فرقاً. تعرض هذه التقارير تفاصيل النتائج والنتائج التي تم تحقيقها من خلال التبرعات الواردة. غالباً ما تفتقر الجمعيات الخيرية المزيفة إلى مثل هذه التقارير أو تقدم معلومات غامضة حول تأثيرها. عند التفكير في التبرع لمؤسسة خيرية، من المهم مراجعة تقارير التأثير الخاصة بها للتأكد من أن مساهماتك تحدث فرقاً ذا معنى.

وعليه لا بد من التحقق من:

✓ الجهة المنظمة.

✓ مراجعة التصاريح والتراخيص.

✓ التأكد من وسائل الدفع

✓ البحث عن التغطية الإعلامية.

✓ مراقبة مستوى الشفافية .

✓ قراءة التعليقات والتجارب

✓ الحذر من الاستعجال العاطفي.

والأمر نفسه ينطبق على الجمعية وكيف تتأكد من مصداقية كل حالة حتى لا تستغل وتقوم بدورها بما يلي:

✓ تقوم بجمع البيانات التفصيلية عن مقدم الطلب (الاسم الإقامة، الهوية، العنوان بالكامل، وصف الحالة، مستندات داعمة (تقارير طبية، فواتير، عقود، إيجار، شهادات وفاة، ... الخ).

✓ التأكد من صحة الوثائق (فبعض الجمعيات تعمل مع جهات مثل (وزارة الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية، وزارة الصحة، الجمعيات الأخرى... الخ)

✓ زيارة الحالة أو إرسال معاونين ميدانيين لتقييم الحالة.

✓ البحث في سجل الجمعية ما إذا كانت الحالة سبق وان تلقت دعماً وما نوعه.

✓ فحص السمعة الرقمية بمعنى هل الحالة تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي لجمع التبرعات الفردية وهل ظهرت شكاوي أو تحذيرات من متابعين.

في كثير من الحالات تحقق الإعلانات الخيرية أهدافها وذلك بالوصول السريع والواسع المتاح من خلال الانترنت إلى عدد هائل من الناس في وقت قصير جدا، إضافة إلى إعلان واحد مدفوع أو منشور مؤثر قد يصل إلى مئات الآلاف وربما الملايين. وهنا يبرز دور الإعلام الرقمي في التأثير على الرأي العام وتوجيه السلوك الاجتماعي نحو المشاركة والتضامن. (ماكلوهان، 2003، 54)، وعلى حد قول المبحوث في المقابلة رقم 02: "الإعلانات الخيرية ولات توصل بسرعة كبيرة للناس وتخليهم يتفاعلوا مع الحالات المحتاجة". (ذ، 40، سنة، 12 ماي)، و تكشف هذه العبارة أن وسائل التواصل الاجتماعي ساهمت في تسريع العملية الاتصالية بين الجمعيات والجمهور، حيث أصبح الإعلان الرقمي أداة لتعبئة الرأي العام وتحفيز التضامن الاجتماعي. إضافة إلى سهولة التفاعل والتبرع فكلما كانت عملية التبرع سهلة زادت فعالية الحملة الخيرية، وقد يؤدي التأثير العاطفي الكبير باستخدام الصور والقصص أن يجعل الرسالة أكثر قوة وتأثيرا، كما أن التكرار والإرهاق الرقمي (كثرة الحملات خاصة في مواسم معينة كرمضان مثلا قد تؤدي إلى تخمة عاطفية.

ومنه الإعلانات الخيرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي فعالة وتحقق أهدافها بدرجة عالية يشترط أن تكون:

✓ من جهة موثوقة.

✓ ذات رسالة واضحة.

✓ مدعومة بإثباتات شفافة.

✓ مصممة بشكل احترافي.

- إلى حد كبير مواقع التواصل الاجتماعي تعزز روح التعاون والعمل الخيري وذلك نظرا لسهولة نشر المبادرات الخيرية وعرض القصص بشكل مؤثر، تشجيع المبادرات الفردية والجماعية، زادت التوعية وجعلت المعلومة متاحة وخلقت عدوى ايجابية بين الناس.

الروح الخيرية موجودة أصلا في الإنسان وفي المجتمعات خاصة العربية الإسلامية وما فعلته قنوات الاتصال الافتراضية هو أنها سرعت ونشرت هذا الجانب لكنها لم تخلقه. " الفايستوك قرب الناس لبعضهم وحلى أي حملة خيرية توصل بسرعة". (ذ، 41 سنة، 21 ماي).

ومن جهة أخرى أكد المبحوثين أن التفاعل الإلكتروني، مثل المشاركة والتعليق وغيرهما، يساعد على توسيع دائرة العمل الخيري وجلب المتطوعين على حد تصريح المبحوث في المقابلة رقم 05: "مشاركة منشور واحد تقدر تعاون باش توصل المساعدة لناس بزاف". (أ، 45 سنة، 17 ماي).

-العمل الخيري الرقمي والتقليدي يكملان بعضهما البعض، ولكل واحد منهما مزايا خاصة حسب طبيعة النشاط والهدف الاجتماعي، وقد أشار أحد المبحوثين إلى أهمية العمل الخيري التقليدي بقوله: "العمل الخيري فالواقع يبقى عنده قيمة كبيرة خاطر الاحتكاك المباشر مع المحتاج يخلي الإنسان يحس بالمسؤولية أكثر". (ذ، 41 سنة، 21 ماي).

في المقابل أكد بعض المبحوثين أن العمل الخيري الرقمي أصبح أكثر فعالية في عصر التكنولوجيا، خاصة في جمع التبرعات ونشر الحملات بسرعة كبيرة، حيث قال احدهم: "اليوم مواقع التواصل خللات أي حملة توصل فدقايق لآلاف الناس". (ذ، 41 سنة، 21 ماي).

ومنه يكون العمل الخيري الرقمي أفضل عند:

✓ الحملات الواسعة أو الأزمات الطارئة.

✓ جمع التبرعات بسرعة أو نشر قضية بسرعة.

✓ الوصول إلى جيل الشباب ورواد الانترنت.

✓ عندما تكون الموارد والوقت محدودا.

أما التقليدي يكون أفضل في:

✓ الحالات التي تحتاج تدخلا مباشرا (رعاية، زيارات، ... الخ)

✓ عندما يتطلب الموقف وجودا إنسانيا فعليا (في مجتمعات غير متصلة بالإنترنت)

✓ لبناء علاقات طويلة المدى مع المستفيدين.

إذن الاثنين معا أفضل لأن الدمج بين الاثنين يعطي تأثيرا واسعا وعميقا في نفس الوقت.

-بالرغم إيجابيات العمل الخيري الرقمي إلا أنه يحمل مجموعة من المخاطر والتحديات التي قد تؤثر على مصداقيته وفعاليته داخل المجتمع، ومن أبرز هذه المخاطر انتشار صفحات وحملات وهمية تستغل عواطف الناس لجمع الأموال بطرق غير قانونية مما يؤدي إلى فقدان الثقة في بعض المبادرات الخيرية عبر الإنترنت، حيث صرح مبحوث في المقابلة رقم 01 قائلا: "كاين صفحات تستغل إسم العمل الخيري غير باش تجمع الدراهم وتخدع الناس". (ذ، 30 سنة، 22 ماي).

إضافة إلى ذلك كشفت المقابلات أن سرعة انتشار الأخبار عبر مواقع التواصل تساهم أحيانا في تداول معلومات غير صحيحة حول الحالات الاجتماعية أو الحملات الخيرية، مما يخلق نوعا من الفوضى وسوء التنظيم،" مرات تنتشر معلومات غلط والناس تتفاعل معاها قبل ما تتأكد". (ذ،40سنة، 12 ماي). ومنه العمل الخيري الرقمي فيه فوائد كبيرة لكنه لا يخلو من المخاطر في ظل الانتشار الواسع وسهولة الوصول ومنها:

✓ الاحتيال وسوء استغلال التبرعات (قد تظهر حملات وهمية أو حسابات شخصية تدعي جمع التبرعات لإغراض كاذبة) .

✓ توجه التبرعات لغير المستحقين (إذا لم تكن هناك آلية دقيقة للتحقق من الحالات قد تصل التبرعات لأشخاص لا يستحقون فالتقييم الرقمي أصعب من التقييم الميداني) .

✓ الحملة الرقمية بدون ترخيص قد تعرض القائمين عليها للمساءلة.

العمل الخيري الرقمي رغم دوره في تعزيز التضامن الاجتماعي ، إلا أنه يطرح تحديات أخلاقية واتصالية تتعلق بالمصدقية والخصوصية والبعد الإنساني، مما يستدعي ضرورة تنظيمه وفق ضوابط أخلاقية وقانونية تحافظ على قيم العمل الخيري الحقيقية.

وعلى هذا الأساس إذا أردنا تعزيز فاعلية العمل الخيري عبر مواقع التواصل لا بد من:

✓ التركيز على التوثيق والشفافية

✓ استخدام منصات تبرع موثوقة .

✓ توفير معلومات شفافة واضحة مما يزيد ثقة المتبرعين.

✓ تنوع وسائل التبرع.

✓ تقديم تقارير دورية.

✓ تشجيع المشاركة والتطوع.

✓ التفاعل مع الجمهور ولا تكن أداة إرسال فقط.

✓ إختيار الوقت المناسب لوضع المنشورات.

✓ الاهتمام بالتصميم المشوق والمبسط للرسالة.

✓ التأكد من صحة الإجابة على استفسارات المتابعين. (حمدي ، 2018، 427)

- بوجد عقبات تعترض العمل الخيري الرقمي منها مادية وتنظيمية وكذا اتصالية ، والتي تؤثر على فعالية النشاط الجمعي و استمراريته، وقد تكررت في خطابات الباحثين عدة صعوبات مرتبطة أساسا بنقص الإمكانيات وضعف التفاعل المجتمعي وبعض العراقيل الرقمية ، حيث صرحت مبحوثة في المقابلة رقم 03 قائلة : " أكبر مشكل نواجهه هو نقص الدعم والإمكانيات المادية ". (أ، 45 سنة، 17 ماي). فمن منظور سوسيولوجيا الاتصال ، فإن ضعف التمويل ينعكس مباشرة على القدرة الاتصالية للجمعية في الوصول إلى الجمهور وتنظيم حملات تضامنية، ومن العراقيل التي قد تواجهها الجمعيات هي:

✓ ضعف الثقة بالمؤسسات الخيرية الرقمية، حسب تصريح المبحوث في المقابلة رقم 01 : " بعض الناس ما يثقوش في الجمعيات بسبب الحملات الكاذبة لي يشوفوها فالانترنت ". (ذ، 30 سنة، 22 ماي).

✓ محدودية استخدام التقنية عند بعض الشرائح: (كبار السن أو غير المتعلمين) .

✓ العقبات الإدارية والتنظيمية (غياب الحوكمة والشفافية) .

✓ ضعف التسويق الرقمي.

✓ قصور في التفاعل مع المتبرعين.

وبالتالي تكشف هذه العقبات أن العمل الخيري لا يتحرك في فراع إجتماعي، بل يتأثر بالبنية الاقتصادية والثقافية والاتصالية للمجتمع. كما أن نجاح الجمعيات الخيرية أصبح مرتبطا بقدرتها على بناء الثقة الرقمية، وتحقيق التواصل الفعال ، وتعبئة المتطوعين داخل الفضاء الواقعي والافتراضي معا. وفي الجمل ، تبين هذه المقابلة أن العمل الخيري لم يعد نشاطا تقليديا قائما على التفاعل المباشر، بل أصبح يعتمد على الاتصال الرقمي كوسيلة للتأثير والتعبئة وإنتاج قيم التضامن الإجتماعي داخل المجتمع المعاصر. (عزي، 2010، 63).

3-3- تحليل الملاحظات:

من خلال الملاحظة المباشرة للصفحات الرسمية للجمعيات الخيرية عبر موقع الفيسبوك ، تم تسجيل مجموعة من السمات المشتركة والاختلافات التي تعكس طبيعة استخدام هذه الجمعيات لوسائل التواصل الاجتماعي في الترويج لأنشطتها الخيرية والإنسانية.

- **طبيعة النشاطات:** تبين أن معظم الجمعيات تركز في منشوراتها على المنشورات الإغاثية والاجتماعية، مثل توزيع المواد الغذائية، تقديم المساعدات للأسر المعوزة، وتنظيم حملات التبرع بالدم، إضافة إلى المبادرات التضامنية في المناسبات الدينية (رمضان، الأعياد،...)، كما تسعى بعض الجمعيات إلى التنوع في نشاطاتها عبر إدراج محتوى توعوي وثقفي يهدف إلى نشر ثقافة العمل الخيري والمسؤولية الاجتماعية.

- **الفئة العمرية:** يلاحظ أن الفئة الأكثر تفاعلا مع المنشورات تتراوح بين 18 و 35 سنة وهي الفئة الأكثر نشاطا على الفيسبوك ، أما فئات الأكبر سنا، فتشارك بدرجة أقل، وغالبا ما تقتصر مشاركتها على التفاعل العاطفي (إعجاب، أو مشاركة دون تعليق)

- **اللغة المستخدمة:** تستعمل الجمعيات في الغالب اللغة العربية العامية القريبة من جمهورها المحلي، مع توظيف بعض العبارات الفصحى في المنشورات الرسمية أو الإعلانات، وفي بعض الحالات تستخدم اللغة الفرنسية خاصة عند توجيه نداء دعم إلى فئات متعلمة أو إلى مؤسسات شريكة.

نلاحظ أيضا كثرة استعمال الخطاب العاطفي والديني الذي يستحضر قيم التضامن والتكافل.

- **عدد المشاركين والمتابعين:** يتراوح عدد المتابعين بين عدة آلاف إلى العشرات الآلاف حسب الشهرة للجمعية ومدى انتظامها في النشر، الجمعيات الأكثر تفاعلا هي التي تحافظ على وتيرة نشر منتظمة وتغطي أنشطتها بالصور والفيديوهات، ما يزيد من ثقة المتابعين ويجفز المساهمة والتبرع.

- **التنسيق مع جمعيات أخرى:** تظهر الملاحظة أن عددا معتبرا من الجمعيات تنسق مع جمعيات أخرى محلية، من خلال الحملات الكبرى (كحملات الشتاء ورمضان)، ويظهر ذلك من خلال الإشارات المتبادلة والمنشورات المشتركة، لكن التنسيق غالبا غير مؤسسي، يعتمد على المبادرات الفردية أو العلاقات الشخصية بين مسؤولي الجمعيات الخيرية.

- **طريقة التواصل على الفيسبوك:** تعتمد الجمعيات على الفيسبوك كوسيلة أساسية للتواصل مع جمهورها عبر:

✓ الرد على الرسائل الخاصة للاستفسار عن طريق التبرع أو المشاركة.

✓ التفاعل مع التعليقات بشكل مباشر او عبر ردود شكر عامة.

✓ استخدام خاصية البث المباشر أثناء الأنشطة الميدانية لزيادة المصداقية والشفافية.

نلاحظ أيضا بعض التفاوت في سرعة الرد وجودة التفاعل، حيث تبرز بعض الجمعيات بانفتاحها على المتابعين، بينما تكتفي أخرى بنشر محتوى دون تفاعل يذكر.

من خلال مجمل الملاحظات المسجلة حول الصفحات الرسمية للجمعيات الخيرية عبر موقع الفيسبوك يمكن القول أن الفضاء الرقمي أصبح يشكل أداة محورية في تفعيل العمل الخيري وتعزيز التواصل بين الجمعيات الأخرى. كما يبين التحليل أن فاعلية الجمعيات على المنصات الرقمية ترتبط أساسا بمدى احترافيتها في إدارة المحتوى، وانتظامها في النشر، وطريقتها في التفاعل مع المتابعين، فالجمعيات التي تعتمد أساليب التواصل الفعالة وتستخدم لغة قريبة من الجمهور، تحقق نسب متابعة أعلى وتفاعل أكبر، أما الجمعيات التي تفتقر إلى تنسيق واضح أو تعتمد على التواصل الأحادي، فتظل أنشطتها محدودة الانتشار والتأثير.

بالتالي يمكن التأكيد على أن الاستثمار الواعي في شبكات التواصل الاجتماعي، وخاصة الفيسبوك يشكل عاملا حاسما في نشر ثقافة التضامن والتكافل الاجتماعي، وفي بناء صورة إيجابية عن الجمعيات الخيرية كجهات موثوقة وفاعلة داخل المجتمع.

4-مناقشة نتائج الدراسة (الفرضيات):

يعد العمل الخيري أحد أسمى القيم الإنسانية التي جسدها المجتمعات عبر العصور، فهو تعبير صادق عن روح التكافل والتضامن بين أفراد المجتمع، وفي ظل التحديات الاقتصادية والاجتماعية التي يواجهها العالم اليوم، يبرز العمل الخيري كوسيلة فعالة لتحقيق التوازن الاجتماعي وتخفيف معاناة الفئات الضعيفة ونشر الرحمة والتعاون من خلال مختلف صوره وأشكاله.

من خلال دراستنا هذه التي أجريناها للتعرف على مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في طبيعة الممارسة الخيرية وأساليب التواصل داخل الجمعيات الخيرية، وتدعيم العمل الخيري على عينة من الجمعيات الخيرية بمعسكر عن طريق استعمال الإستمارة والمقابلة كأداة تدعيمية لها والملاحظة المباشرة، وبعد عملية التفريغ والتحليل الإحصائي توصلنا إلى النتائج التالية:

4-1- الفرضية الأولى:

تلجأ الجمعيات الخيرية إلى مواقع التواصل الاجتماعي لعدة أسباب وهي:

✓ تمكن هذه المنصات الجمعيات من الوصول إلى جمهور واسع في مختلف أنحاء العالم بسرعة ودون تكاليف، كما تستخدم لنشر الوعي حول القضايا الإنسانية والاجتماعية وتسلط الضوء على معاناة الفئات المحتاجة، مما يعزز تعاطف الناس واستجابتهم.

✓ تسهل عملية جمع التبرعات من خلال توفير أدوات رقمية آمنة وسهلة الاستخدام.

✓ تتيح هذه المنصات تفاعلا مباشرا مع المتابعين مما يسهم في بناء علاقة قوية قائمة على الثقة والشفافية خاصة عند مشاركة الصور والتقارير حول الأنشطة المنفذة.

✓ تقل تكلفة الإعلانات الرقمية مقارنة بالوسائل التقليدية، مما يجعلها خيارا مفضلا للجمعيات ذات الميزانيات المحدودة.

✓ تعد قنوات التواصل الاجتماعي وسيلة فعالة لتنظيم الفعاليات والحملات الخيرية، وتجنيد المتطوعين بسهولة .

ومن هنا يمكن لنظرية الاستخدامات و الإشباع أن يكون لها دور في تحليل لماذا يستخدم الأفراد العمل الخيري عبر هذه المنصات وما الإشباع المحققة من خلال ذلك؟

✓ تقوم الجمعيات الخيرية بتصميم المحتوى بناء على فهم الحاجات المختلفة للجمهور.

✓ تستخدم القصص الإنسانية لإشباع الجانب العاطفي.

✓ توفر معلومات دقيقة وشفافة لإشباع الحاجة المعرفية.

✓ تشجع التفاعل والمشاركة لبناء مجتمع إلكتروني ودعم الحاجة الإنسانية.

✓ تسلط الضوء على الأثر الشخصي للمتبرع أو المتطوع لإشباع الحاجة وتحقيق الذات.

مثال عن جمعية خيرية تنشر قصة فيديو مؤثرة عن طفل إستفاد من تبرعات المتابعين وهذا يسمى إشباع عاطفي + معرفي.

حملة تبرعات تتيح للمتبرع أن يشارك شهادته وتجربته مع الآخرين هذا إشباع اجتماعي + هوية.

منشورات تحتوي على إحصائيات وبيانات شفافة عن نتائج التبرعات هذا إشباع معرفي.

ومن خلال ما تقدم نجد أن النظرية هذه تساعد على:

✓ فهم دوافع الجمهور تجاه التفاعل مع العمل الخيري.

✓ تصميم محتوى إعلامي خيري فعلي عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

✓ تحقيق تأثير كبير من خلال مخاطبة احتياجات المتلقي بشكل مباشر.

بناء على ذلك يمكن القول أن اللجوء إلى مواقع التواصل الاجتماعي لم يعد خيارا ثانويا ، بل أصبح ضرورة إتصالية وإستراتيجية أساسية في تسيير قاعدة جمهورها وتحقيق أهدافها التضامنية. وبذلك تعد الفرضية الأولى **صحيحة** إذ أكدت النتائج أن لجوء الجمعيات إلى مواقع التواصل لا يقتصر فقط على الرغبة في الترويج . بل يمتد و يشمل أبعادا اتصالية وتنظيمية واجتماعية جعلت هذه الوسائط جزءا أساسيا من بنيتها الاتصالية الحديثة.

4-2-الفرضية الثانية:

يؤدي الاستخدام المكثف لمواقع التواصل الاجتماعي إلى توسيع دائرة التضامن داخل المجتمع:

تلعب قنوات التواصل الاجتماعي بمختلف أشكالها دورا مهما في ترسيخ قيم التضامن والتكافل داخل المجتمعات، حيث أصبحت وسيلة فعالة في نشر الرسائل الايجابية والتوعية بالقضايا الاجتماعية والإنسانية وتحفيز الأفراد على المشاركة في المبادرات الخيرية . كما تقوم بتوفير آليات وسبل عديدة وسهلة تمكن الجمعيات من خلالها تنسيق نشاطاتها وأعمالها بآليات تشبيك وتنسيق سريعة وسهلة توفر الوقت والجهد والتكلفة، وتعطي فرصة لكبار السن والنساء وذوي الاحتياجات الخاصة للمشاركة في الأعمال الخيرية، إضافة إلى ذلك تعطي فرصة لكل شرائح المجتمع التي يصعب عليها التنقل والحركة للمساهمة في النشاطات التطوعية وتمكنهم من استغلال قدراتهم. ومن خلال قنوات التواصل الاجتماعي يستطيع المتطوعون التعرف على الجمعية من مختلف مناطق العالم وتمكن من متابعة آراء ومقترحات المتواصلين معها . ومن خلال برامج التوعية والحوارات العامة والحملات الإعلامية تساهم وسائل الاتصال في بناء رأي عام متعاطف وواع، قادر على التفاعل مع التحديات المجتمعية بروح التعاون والمشاركة وهكذا تصبح قنوات الاتصال شريكا أساسيا في إرساء معالم التضامن وتحقيق تماسك المجتمع.

من خلال هذه النتائج يمكن القول أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت فضاء فعالا لبناء ونشر ثقافة التضامن الاجتماعي رقميا، إذ تمكنت الجمعيات من تحويل أنشطتها التقليدية إلى ممارسات اتصالية رقمية تعزز الانتماء الجماعي وتربط الأفراد بالقيم الإنسانية للمجتمع.

وللتفسير أكثر يمكن التعرض إلى نظرية الغرس الثقافي التي انطلقت من فرض مؤداه أن التعرض المكثف لنماذج وصور ثقافية ثابتة ومتكررة يشكل تدريجيا إدراك الفرد للواقع الاجتماعي المحيط بالفرد نتيجة التعرض التراكمي لوسائل الإعلام بصفة عامة والتلفاز بصفة خاصة. (سماح، 2020، 1321). وقد تنسجم هذه المعطيات مع ما تطرحه نظرية الغرس الثقافي إذ يمكن القول أن المحتوى المتداول عبر الفضاء الرقمي يسهم في بناء صورة ذهنية محددة حول العمل الخيري عن طريق التعرض المتكرر لمضامين الجمعيات الخيرية على الفيسبوك (صور، تبرعات، قصص المساعدة، النداءات الإنسانية، ...)، يؤدي إلى غرس قيم التضامن والإحسان وروح العمل التطوعي في وعي المتابعين بمرور الزمن. ويمكن الإشارة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي قد لا تغرس فقط قيما إيجابية بل تركز أحيانا الذاتية أو التفاخر أو البحث عن الوجاهة، وهذا ما قد تشير إليه الفرضية الثالثة الموالية .

وبالتالي تثبت الفرضية الثانية صحتها بدرجة كبيرة ، إذ أظهرت أن طبيعة الأنشطة الجموعية عبر الفضاء الافتراضي ليست مجرد ترويج للأعمال، بل هي آلية رمزية لتجسيد قيم التضامن، والتكافل والمسؤولية الجماعية في المجتمع الجزائري عامة.

3-3- الفرضية الثالثة:

تساهم الممارسة الاتصالية للعمل الخيري في تعزيز الرمزية الاجتماعية للفاعلين الخيريين داخل المجتمع الرقمي:

قد تسهم أنشطة وأهداف الجمعية الخيرية في تلبية احتياجات ذاتية لدى الأفراد، سواء كانوا من الخدمات أو مشاركين في تقديمها، فبالنسبة للمحتاجين تلي هذه الأنشطة احتياجاتهم الأساسية مثل الغذاء المأوى الرعاية الصحية والتعليم، مما يخفف من معاناتهم ويوفر لهم الشعور بالأمان والكرامة.

أما بالنسبة للمتطوعين أو العاملين في هذه الجمعيات فإن المشاركة في العمل الخيري تعزز لديهم الشعور بالرضا الذاتي والانتماء وتحقيق الذات وهو ما يتوافق مع نظرية هرم ماسلو للحاجات التي تضع تحقيق الذات في قمة الحاجات الإنسانية.

وتمنح الأنشطة الخيرية الأفراد فرص الإحساس بقيمتهم في المجتمع وبأنهم قادرين على إحداث تغيير إيجابي، كما أن العمل في بيئة قائمة على العطاء والتكافل يعزز العلاقات الإنسانية ويمنح شعوراً بالمعنى والهدف وهو جزء من الاحتياجات النفسية العميقة التي يبحث عنها الإنسان في حياته اليومية هذا من جهة.

ومن جهة أخرى رغم أن الغاية المفترضة للجمعيات الخيرية هي العمل الخيري وخدمة المحتاجين إلا أن الواقع يكشف عن تفاوت في النوايا والممارسات، فالكثير من الجمعيات تعمل بصدق وتبذل جهداً كبيراً في تقديم الدعم الإنساني والحقيقي، وتسهم في تطوير المجتمعات،... الخ، فعندما تكون الجمعية ملتزمة برسالتها تسعى لفعل الخير بصدق وشفافية بدون أهداف خفية، لكن في بعض الحالات النادرة قد تنحرف عن مساعي الخير فتستغل لأغراض شخصية سياسية أو حتى تجارية ولا تصل المساعدات كاملة إلى من يستحقها وهذا يسمى الجانب المظلم للجمعية الخيرية، حيث لطالما ارتبط العمل الخيري بأعمال اللطف والكرم والرغبة في إحداث تأثير إيجابي على المجتمع. من التبرع للمنظمات الخيرية إلى تمويل البحث والتطوير، لعب المحسنون دوراً حاسماً في معالجة القضايا الاجتماعية المختلفة. ومع ذلك، هناك جانب مظلم للعمل الخيري غالباً ما يمر دون أن يلاحظه أحد يتمثل في استغلال الأنشطة الخيرية لتحقيق مكاسب شخصية وإنشاء ملاجئ ضريبية سيئة تتمثل في:

✓ استغلال العمل الخيري للتهرب الضريبي

أحد الممارسات الأكثر إثارة للقلق في مجال العمل الخيري هو استخدام الجمعيات الخيرية المزيفة كوسيلة للتهرب الضريبي. ينشئ بعض الأفراد أو الشركات منظمات خيرية زائفة، تدعي أنها تدعم القضايا النبيلة ولكنها تعمل في المقام الأول كملاجئ ضريبية. ومن خلال تحويل ثرواتهم إلى هذه الجمعيات الخيرية المزيفة، يستطيع هؤلاء الأفراد استغلال الثغرات الضريبية، مما يقلل من أعباءهم الضريبية بشكل كبير. إن هذه الممارسة غير الأخلاقية لا تحرم الحكومات من الإيرادات التي تحتاجها بشدة فحسب، بل إنها تفوض أيضاً لنزاهة الجهود الخيرية الحقيقية.

✓ صعود الأموال المقدمة من الجهات المانحة

هناك قضية أخرى ظهرت في السنوات الأخيرة وهي تزايد شعبية الصناديق المقدمة من المتبرعين في حين يمكن أن تكون أدوات مشروعة للعتاء الخيري، لكنها أصبحت أيضاً أدوات للأثرياء لممارسة السيطرة على تبرعاتهم الخيرية مع الحصول على مزايا ضريبية كبيرة. يساهم بعض الأفراد بأصول، ويحصلون على تخفيضات ضريبية فورية، لكنهم يؤخرون توزيع الأموال على القضايا الخيرية الفعلية إلى أجل غير مسمى. وهذا يتيح لهم تجميع الثروة في هذه الصناديق، ربما لأجيال، دون أي تأثير حقيقي على المجتمع.

وبالتالي ليست دائما مساعي الجمعيات الخيرية فعل الخير فالأمر على من يديرها ومستوى الرقابة والشفافية .

من خلال مناقشة الفرضيات الثلاث ، يتبين أن العمل الجمعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي يتسم بتعدد الأبعاد والدوافع، ففي حين أظهرت نتائج الفرضية الأولى أن لجوء الجمعيات إلى مواقع التواصل يرتبط أساسا برغبتها في تعزيز حضورها الرقمي وتوسيع نطاق التفاعل مع الجمهور ، كشكل من أشكال التكيف مع التحولات الاتصالية الحديثة.

وأكدت الفرضية الثانية أن طبيعة أنشطة الجمعيات تعكس حرصها على نشر قيم التضامن الاجتماعي وإبراز البعد الإنساني في رسالتها الاتصالية، غير أن نتائج الفرضية الثالثة كشفت جانبا آخر من الواقع، يتمثل في تداخل الدوافع الإنسانية بالمصالح الشخصية لبعض الفاعلين الجمعيين ، الذين يوظفون العمل الخيري ووسائل التواصل لتحقيق مكاسب رمزية واجتماعية ذاتية.

ويمكن فهم هذا البعد من خلال نظرية رأس المال الرمزي عند بيير بورديو (Pierre Bourdieu) التي ترى أن الأفراد داخل الفضاء الاجتماعي يسعون إلى تحقيق مكاسب رمزية واجتماعية تعزز موقعهم ومكانتهم.(Pierre.B,1986,45)،وبالتالي فإن المصلحة الشخصية في هذا السياق لا تعد انحرافا بالضرورة بل تفسر على أنها آلية اجتماعية تسهم في استمرار الفعل الجمعي عبر تفاعل الدوافع الفردية والجماعية.(عبد القادر ،83،2022).

إذن الممارسة الجموعية في الفضاء الرقمي تجمع بين النية التضامنية والرغبة في الظهور والتأثير ما يجعلها ظاهرة مركبة تحتاج إلى قراءة سوسيولوجية واتصالية متكاملة، تراعي طبيعة التحولات الرقمية في المجتمع الجزائري، وتكشف في الوقت نفسه عن الحدود الفاصلة بين العمل الخيري والمصلحة الفردية.

5- النتائج المستخلصة من الدراسة:

من خلال نتائج الدراسة تجلت الإجابة عن فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة العمل الخيري من خلال دورها الفعال في تعزيز قيم وأخلاقيات هذا العمل عبر منصات رقمية تتيح التواصل المباشر، تنظيم حملات، جمع تبرعات بسهولة، حيث أثبتت الدراسة أن هذه المواقع تسهم في تحفيز الأفراد على المشاركة في المبادرات الخيرية خاصة بين فئة الشباب وتسهم في بناء الثقة والشفافية بين الجمعيات والمجتمع مما يعزز مصداقية العمل الخيري الرقمي.

إضافة إلى التوصل إلى مجموعة من النقاط المستخلصة وهي كالتالي:

-إعتماد الجمعيات على مواقع التواصل الاجتماعي كأداة رئيسية للتفاعل والترويج ، حيث أضحت هذه المنصات وخاصة الفيسبوك وسيلة أساسية لنشر الأنشطة الخيرية والتعريف بالمشاريع الميدانية واستقطاب المتبرعين والداعمين.

-فعالية هذه المواقع في تعزيز ثقافة التضامن الاجتماعي، إذ تسهم هذه الوسائط في نشر قيم التعاون والتكافل، وتسهيل الوصول إلى الفئات المحتاجة بسرعة أكبر مقارنة بالوسائل التقليدية.

-تفاوت مستوى الاحترافية في إدارة الصفحات، حيث أظهرت النتائج أن بعض الجمعيات تعتمد أساليب التواصل المنظمة والمخططة، في حين تفتقر أخرى إلى استراتيجيات رقمية واضحة أو فرق مختصة بإدارة محتواها الإعلامي.

-بروز المصلحة الشخصية في بعض الممارسات الجمعوية ، إذ تبين أن بعض مسؤولي الجمعيات يوظفون النشاط الجمعوي و فضاءات التواصل لتحقيق مكاسب رمزية أو اجتماعية، مثل تعزيز الصورة الذاتية أو بناء شبكات النفوذ دون أن يلغي ذلك وجود نوايا إنسانية حقيقية لدى العديد منهم.

-ضعف التنسيق الرقمي بين الجمعيات الخيرية ، إذ لوحظ غياب التعاون المنظم أو الحملات المشتركة بين الجمعيات عبر الفضاء الافتراضي مما يقلل من فعالية الجهود التضامنية على المستوى الوطني.

-تأثير اللغة والأسلوب الاتصالي في جذب الجمهور، حيث تبين أن الجمعيات التي تعتمد لغة بسيطة ومباشرة، وصورا واقعية من أنشطتها تحظى بتفاعل أكبر ، مقارنة بتلك التي تستخدم لغة رسمية أو مضحمة.

-تنوع الدوافع بين ما هو إنساني وما هو ترويجي أو شخصي، ما يؤكد أن ظاهرة العمل الخيري عبر مواقع التواصل ذات طبيعة مركبة تجمع بين البعد التضامني والبعد الإتصالي والرمزي. وبالتالي تؤكد هذه النتائج أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت فضاءا بديلا وفعالا لدعم العمل الخيري في الجزائر عامة، لكنها في الوقت ذاته كشفت عن تحديات أخلاقية وتنظيمية تتطلب مزيدا من التأطير والتكوين، حتى تظل الأنشطة الجموعية موجهة أساسا لخدمة الصالح العام ، لا نحو تحقيق المصالح الفردية أو الواجهة الرمزية.

6-التوصيات:

استنادا إلى النتائج المستخلصة من الدراسة يمكن تقديم مجموعة من التوصيات التي تهدف إلى تعزيز فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في دعم العمل الخيري الجموعي، وضمان توظيفها في إطار أكثر مهنية وشفافية:

1- تطوير مهارات الاتصال الرقمي لدى الجمعيات الخيرية من خلال تنظيم دورات تدريبية لمسؤولي الجمعيات الخيرية حول إدارة المحتوى، واستعمال أدوات التحليل الإحصائي والتسويق الاجتماعي، بما يضمن تحسين حضورهم الرقمي واستثمار الإمكانيات الاتصالية المتاحة.

2- إعتقاد استراتيجيات إعلامية واضحة من المهم أن تضع الجمعيات خططها سنوية تحدد الأهداف والجمهور المستهدف ونوعية الرسائل والقيم التي تسعى إلى نشرها بدل الاكتفاء بالنشر العشوائي أو المناسب.

3-تعزيز الشفافية عبر :

✓ مشاركة معلومات واضحة عن المشاريع والمصاريف.

✓ نشر تقارير دورية (أرقام، صور، فيديو)

✓ التركيز على القيم الإنسانية بمعنى لا تحول المستفيدين إلى وسيلة للشهرة.

✓ تجنب تصوير المحتاجين بطريقة تفقد كرامتهم.

✓ التحقق من المصادقية .

✓ إحترام خصوصية الناس (الإستأذان قبل تصويرهم و المحافظة على سرية بيانات المتبرعين والمستفيدين) .

✓ استخدام المنصات بذكاء .

✓ من خلال تخصيص الوقت الكافي للتحقيق في المؤسسات الخيرية قبل التبرع، يمكن التأكد من أن المساهمات تذهب إلى منظمات حقيقية لها تأثير حقيقي. حتى لا تقوم الجمعيات الخيرية المزيفة باستغلال الروح الخيرية.

✓ القيام بدعم المؤسسات الخيرية المشروعة التي تتسم بالشفافية والمساءلة والمكرسة لقضاياها. فمواقع التواصل الاجتماعي سلاح ذو حدين وأداة قوية في العمل الخيري، إستخدامها باحترام وشفافية ومعنية هو ما يجعلها وسيلة للخير الحقيقي.

4- تشجيع التعاون الرقمي بين الجمعيات من خلال إنشاء منصات تنسيقية أو صفحات مشتركة تجمع الجمعيات ذات الاهتمامات المتقاربة، لتنظيم حملات تضامنية وطنية أكثر تأثيرا واتساعا.

تفعيل الرقابة الأخلاقية على الممارسات الاتصالية : بضرورة وضع ميثاق شرف إعلامي جمعي

5- يحدد حدود الاستعمال المشروع لمواقع التواصل الاجتماعي ويمنع استغلال الأنشطة الخيرية لأغراض سياسية أو شخصية.

6- الاستفادة من الشراكات مع الفاعلين الإعلاميين والمؤسسات الرسمية : لتوسيع نطاق التأثير ونشر ثقافة التضامن عبر وسائل الإعلام التقليدية والرقمية معا، في إطار تكاملي يخدم المصلحة العامة.

7- تشجيع البحث الأكاديمي في مجال الإعلام الجمعي الرقمي من خلال دعم الدراسات الجامعية والميدانية التي تتناول موضوع العلاقة بين الإعلام الجديد والعمل التطوعي، قصد تطوير فهم أعمق للتحويلات الاجتماعية في ظل البيئة الرقمية.

هذه التوصيات لا تهدف فقط إلى تحسين الأداء الاتصالي للجمعيات، بل تسعى أيضا إلى إرساء ثقافة رقمية مسؤولة تعيد الاعتبار للعمل الخيري كقيمة اجتماعية وإنسانية قائمة على الشفافية ، التكامل والبعد الإنساني الأصيل.

خاتمة عامة

خاتمة:

إن هذه الدراسة التي تناولت موضوع فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في دعم العمل الخيري سعت إلى الكشف عن طبيعة العلاقة بين العمل الخيري والاتصال الرقمي في السياق الجزائري، في ظل التحولات التكنولوجية والاجتماعية التي فرضت حضور الفضاء الافتراضي كأداة أساسية للتفاعل والتأثير.

لقد أظهرت النتائج النظرية أن مواقع التواصل الاجتماعي وفي مقدمتها الفيسبوك، أصبحت من أبرز الوسائط التي أعادت تشكيل أنماط الاتصال الجماعي، إذ منحت الجمعيات فضاء مفتوحا للتعريف بأنشطتها وتوسيع دوائر جمهورها، فضلا عن تسهيل عمليات التنسيق والتبرع والتعبئة المجتمعية.

غير أن الدراسة الميدانية بينت أن هذا التوظيف لا يخلو من تباين في الأهداف والممارسات، حيث تتراوح دوافع الجمعيات بين الرغبة في نشر قيم التضامن والتكافل من جهة، والسعي إلى تحقيق مكاسب رمزية أو مصلحة من جهة أخرى، ما يعكس الطابع المركب للفعل الجماعي في العصر الرقمي.

كما أبرزت الدراسة أن فعالية العمل الجماعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبقى مرتبطة بمدى إحترافية التسيير الإعلامي ووضوح الإستراتيجية الاتصالية، إلى جانب مستوى الوعي الرقمي لدى الفاعلين الجماعيين، فكلما كانت إدارة الصفحات أكثر مهنية وشفافية، ازدادت مصداقية الجمعية وفعاليتها في تحقيق أهدافها التضامنية.

وفي ضوء هذه النتائج، يمكن القول أن التحول الرقمي لم يغير فقط من أدوات الاتصال، بل أعاد تشكيل مفهوم العمل الخيري نفسه، إذ أصبح يجمع بين البعد الإنساني والقيمي، والبعد الاتصالي والرمزي في آن واحد، وهو ما يستدعي من الجمعيات الخيرية تبني مقاربة متكاملة تجمع بين الاحتراف الإعلامي والالتزام الأخلاقي لضمان استدامة ثقة المجتمع ودعم الجمهور.

ختاما تؤكد هذه الدراسة أن الفضاء الرقمي يشكل فرصة حقيقية لتجديد العمل الخيري وتعزيز حضوره في المجتمع الجزائري، شريطة أن يوظف بوعي ومسؤولية، ضمن رؤية إستراتيجية توازن بين خدمة الإنسان واستثمار الوسائط الحديثة في بناء مجتمع أكثر تضامنا وتكافلا.

خاتمة عامة

فمواقع التواصل الاجتماعي أصبحت أداة محورية في تطوير العمل الخيري لما توفره من سرعة ومرونة في جمع الدعم المادي والمعنوي، ورغم التحديات المرتبطة بالموثوقية والمصداقية فان توظيف هذه الوسائل بشكل منظم وشفاف يمكن أن يحدث فرقا حقيقيا في تعزيز التكافل الاجتماعي ونشر ثقافة التضامن في المجتمعات وذلك بإتاحتها إمكانيات غير مسبوقة للوصول إلى فئات واسعة من الناس والتفاعل معهم بطرق سريعة ومباشرة، مما ساهم في إنجاح العديد من المبادرات الخيرية. ومنه دمج التكنولوجيا مع القيم الإنسانية يشكل خطوة مهمة نحو بناء مجتمع متراحم ومتعاون.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المراجع

1-المصادر

-القرآن الكريم:

2-المراجع:

القواميس والمعاجم

1. ابن المنظور (1414) : لسان العرب، دار صادر بيروت، الجزء 11، الطبعة 03.
2. ابن عاشور (1997) : التحرير والتنوير، دار سحنون للنشر والتوزيع، تونس.
3. ابن فارس (1979) : معجم مقاييس اللغة، دار الفكر للطباعة والنشر، بيروت، ج2 الثاني.
4. ابن منظور (1988) : لسان العرب، دار إحياء التراث، بيروت، الجزء الرابع، الطبعة 1
5. أبو الحسن أحمد (1987) : معجم المقاييس في اللغة، دار الفكر، بيروت، الجزء 4.
6. أحمد بن محمد (1987) : المصباح المنير، مكتبة لبنان، بيروت.
7. جوردن مارشال (2000) : موسوعة علم الاجتماع، ترجمة محمد الجوهري و آخرون، المجلس الأعلى للثقافة، المشروع القومي للترجمة 251.
8. شارلوت سيمور سميث (1992) : موسوعة علم الإنسان، المفاهيم والمصطلحات الانتربولوجية، ترجمة محمد الجوهري وآخرون، المجلس الأعلى للثقافة، المجلس القومي للترجمة 61.

-الكتب:

9. أبراش إبراهيم (2008) : المنهج العلمي وتطبيقاته في العلوم الاجتماعية، دار الشروق، عمان.
10. إبراهيم البيومي غانم (2009) : العمل الخيري، مفهومه، وموقعه من مقاصد الشريعة، دراسات إسلامية، مجلة حراء، السنة الرابعة، العدد 14.
11. إبراهيم عبد الهادي مليحي (2003) : تنظيم المجتمع المعاصر نظرة تكاملية لطرق الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية.

قائمة المراجع

12. أبو الذهب أشرف طه (2002) : المعجم الإسلامي للجوانب الدينية والسياسية والاجتماعية والاقتصادية، دار الشروق.
13. أبو القاسم سعد الله (2009) : الحركة الوطنية الجزائرية، عالم المعرفة للنشر والتوزيع، ط 1.
14. أحمد إبراهيم حمزة (2015) : العمل التطوعي الواقع والمأمول، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان.
15. أماني قنديل (1997) : تنمية الموارد البشرية والقدرات التنظيمية للمنظمات الأهلية العربية، دراسة المواقع ومستقبل الجمعيات الخيرية في العالم العربي، دار المستقبل العربي.
16. أماني قنديل (2000) : المجتمع المدني في مصر، في مطلع ألفية جديد، مركز الدراسات السياسية والإستراتيجية بالأهرام، القاهرة.
17. إميل دوركايم (1986) : ترجمة حافظ الجمالي في تقسيم العمل الاجتماعي، اللجنة اللبنانية لترجمة الروائع توزيع المكتبة الشرقية، بيروت، لبنان.
18. بركات وجدي (2005) : تفعيل الجمعيات الخيرية في ضوء سياسات الإصلاح الاقتصادي بالمجتمع العربي المعاصر، مداخلة مقدمة بالمؤتمر العلمي 18 حول الخدمة الاجتماعية وقضايا الإصلاح في المجتمع العربي المعاصر يومي 1-17 مارس 2005، كلية الخدمة الاجتماعية جامعة حلوان.
19. بيير بورديو (1997): أسئلة علم الاجتماع، ترجمة عبد الجليل الكور، مراجعة محمد بودودو، دار توبقال للنشر ، الدار البيضاء.
20. بلقاسم سلاطنية (2004) : منهجية العلوم الاجتماعية، ط1، دار الهدى، الجزائر.
21. الجليل عيد العزيز بن ناصر (1998) : وقفات تربوية في ضوء القرآن الكريم، دار طيبة، السعودية، ط2.
22. حسين ابراهيم (2001): العمل التطوعي في المنظر العالمي، ورقة بحثية عمل مقدمة للمؤتمر الثاني للتطوع،الشارقة،الإمارات العربية المتحدة.

قائمة المراجع

23. حسين محمود هشيمي (2015) : العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر، عمان.
24. حميد بن خليل الشايحي (2015): العمل التطوعي أهميته معوقاته وعوامل نجاحه.
25. جورج هيريت ميد (2006): العقل والذات والمجتمع، ترجمة عبد الله إبراهيم، الدار العربية للعلوم، بيروت.
26. ريهام أحمد خفاجي (1431) : العمل الخيري الخليجي ...النشأة والتطور، مجلة مداد لدراسات العمل الخيري، المجلد الأول، العدد 1.
27. سعيد محمد سعيد (2014) : دور الإعلام في دعم العمل الخيري، مؤتمر العمل الخيري.
28. سلطان مصفر مبارك الصاعدي الحربي (1431) : دور شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة العمل الإنساني، بحث مقدم لملتقى العمل الإنساني بالمملكة العربية السعودية.
29. شريف اللبان (2012) : مداخلات في الإعلام البديل والنشر الإلكتروني على الانترنت، القاهرة، دار العالم العربي.
30. طلعت إبراهيم لظفي (1995) : أساليب وأدوات البحث الاجتماعي، درا غريب للطباعة والنشر، مصر.
31. طه عبد العاطي نجم (2015) : مناهج البحث الإعلامي، ط1، الإسكندرية، دار الكلمة للنشر والتوزيع.
32. عادل أمينة وهبة خليفة(2009): الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على الأخصائي والمكتبة، دراسة شاملة للتواجد والاستخدام لموقع الفاييبوك، ورقة مقدمة للمؤتمر الثالث عشر لأخصائي المكتبات والمعلومات في مصر، تحت عنوان المكتبة والمجتمع في مصر.
33. عبد الكريم بكار (1438) : أولادنا ووسائل التواصل الاجتماعي، دار وجوه للنشر والتوزيع، الرياض، الطبعة 1.

قائمة المراجع

34. عبد الله العلي (2000) : العمل الاجتماعي التطوعي بحث مقدم إلى مؤتمر العمل التطوعي والأمن الرياض، المملكة العربية السعودية.
35. عثمان فريد رشدي (2013) : الريادة والعمل التطوعي، ط 1، الأردن دار الراية للنشر والتوزيع.
36. عطية وليد (2016) : مناهج البحث العلمي بين جدل التصنيف وطرائق استخدام منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، مؤسسة حسين رأس الجبل للنشر والتوزيع، الجزائر.
37. عكوش صورية ترجمة صالح خشخوش وصالح كشد (2014) : دليل استعمال الجمعيات الخيرية البرنامج التشاوري المتعدد الأطراف (جسور) القبة الجزائر.
38. العلي سليمان بن علي (1996) : تنمية الموارد البشرية والمالية في المنظمات الخيرية، ط 1.
39. عمر رخال (2006) : الشباب والعمل التطوعي في فلسطين، مؤسسة الحياة للإغاثة والتنمية.
40. عزي عبد الرحمن (2003): دراسات في نظريات الاتصال :نحو فكر إعلامي متميز، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ط1.
41. عزي عبد الرحمن (2013): منهجية الحتمية القيمة في الإعلام ومقياس (ع.س.ن) للإعلام والقيم ، دار الأمة ، الجزائر ، ط1.
42. عبد الرحمن عزي (2010): الإعلام والمجتمع: رؤية سوسولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية والإسلامية، دار الوم للنشر والتوزيع، الجزائر، ط1.
43. فتحي حسين عامر (2011) : وسائل الاتصال الحديثة من جريدة الفاييبوك، ط1، العربي للنشر والتوزيع، مصر.
44. القرضاوي يوسف (2001): أصول العمل الخيري في الإسلام في ضوء النصوص والمقاصد الشرعية، ط2، دار الشروق، القاهرة.
45. قنديلجي عامر (1999) : البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، دار اليازوري العلمية، عمان.

قائمة المراجع

46. ماهر عودة(2015):الاعلام الرقمي الجديد، ط1،دار الإعصار للنشر والتوزيع، عمان .
47. مجاهد أماني (2010) : استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبة منطوية دراسات المعلومات، العدد8. حسين محمود هشيمي(2015):العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي،ط1،دار أسامة للنشر،عمان.
48. محمد أكرم العدلوني (2002) : العمل المؤسسي، بيروت، دار غبن حزم للطباعة والنشر والتوزيع.
49. ماكس فيبر (2015): الإقتصاد والمجتمع، المنظمة العربية للترجمة، بيروت،ط1.
50. مانويل كاستلز (2016): مجتمع الشبكات، ترجمة نايف بن نهار وآخرون ، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات،الدوحة،ط1.
51. مارشال ماكلوهان (2003):فهم وسائل الإعلام :الامدادات البشرية،ترجمة خليفة التليسي،دار المتاب الجديد ،بيروت.
52. محي الدين محمد قاسم (2001) : الاتجاهات المعاصرة في دراسة المنظمات الدولية غير الحكومية، القاهرة.
53. مدحت أبو النصر محمد (2007) : إدارة منظمات المجتمع المدني، ط1، القاهرة.
54. المرزوقي عبد الله بن دلغيب (2009):الأعمال الخيرية في الإسلام، مشروعيتها، آدابها.
55. موريس أنجرس (2004) : منهجية البحث في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد مصطفى وآخرون، دار القصبه للنشر. أحمد إبراهيم حمزة (2015):العمل التطوعي (الواقع والمأمول)، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان.

المقالات:

56. ريهام أحمد خفاجي (1431) :العمل الخيري الخليجي ،.النشأة والتطور ، مجلة مداد لدراسات العمل الخيري ، المجلد الأول ، العدد 1.

قائمة المراجع

57. رمزي قانة (2016)، وضعية الأوقاف الجزائرية قبل الاستقلال وبعده ، مجلة الدراسات الإسلامية .
58. البوسعيدي راشد حمد بن حميد(2006):العمل التطوعي في المجتمع العماني، الواقع وآليات التفعيل، دراسة ميدانية،مقال منشور بمجلة بحوث ودراسات، شؤون اجتماعية،العدد 89، كلية الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة سلطان قابوس.
59. السحيباني، علي حمد (2020):إسهامات العمل التطوعي وقت الكوارث والأزمات،جائحة كورونا نموذجا،مجلة الدراسات الاجتماعية السعودية ، جامعة الملك سعود ، الجمعية السعودية للدراسات الاجتماعية، العدد 05.
60. جاسم علي الكندري (2016) : ثقافة العمل التطوعي لدى طلبة كلية التربية الأساسية بدولة الكويت (دراسة ميدانية) مجلة العلوم التربوية، العدد الأول، ج 1.
61. زاهر رامي (2011) : استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، العدد 15، جامعة عمان الأهلية، عمان.
62. زبير غواله (2018) : المجتمع المدني في الجزائر الجمعيات نموذجا ن مجلة التنمية البشرية، العدد 10، جامعة، محمد بن أحمد وهران 02.
63. سماح محمد محمدي (2020) :اندماج الشباب والمراهقين في شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على إدراكهم للواقع، مجلة البحوث الإعلامية، العدد 54، المجلد 3، جامعة الأزهر، القاهرة.
64. سمية سنوسي (2021) : العمل التطوعي الجمعي والتنمية المحلية في الجزائر، دراسة ميدانية بالجمعيات الناشطة على شبكة التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) ببلدية التبسة، نموذجا، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، جامعة العربي التبسي، الجزائر.
65. صالح زباني (2007) : موقع مؤسسات المجتمع المدني في إدارة التنمية المحلية في الجزائر، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة باتنة، العدد 16.

قائمة المراجع

66. عبد القادر سارة (2022): الفاعل الجمعي بين الالتزام والمصلحة: قراءة سوسولوجية ، مجلة البحوث الاجتماعية، العدد 11
67. عبد الله العلي (2000) : العمل الاجتماعي التطوعي بحث مقدم إلى مؤتمر العمل التطوعي والأمن الرياض، المملكة العربية السعودية.
68. عمر بن نصير البركاتي (1429): الأثر الاقتصادي للأعمال التطوعية ، بحث مقدم لندوة العمل التطوعي وتأثيره في التنمية الاقتصادية ، الرياض.
69. عمر دراس (2005) : الظاهرة الجموعية في ظل الإصلاحات الجارية في الجزائر، مقال في مجلة الإنسانيات 28 أبريل 2005.
70. عبد الكريم بوحميده (2018)، نشأة وتطور إدارة الوقف في الجزائر أثناء الحكم العثماني، مجلة الحوار الفكري.
71. غول فرحات (2011) : رأس المال الاجتماعي في المؤسسات الاقتصادية المنتقى الدولي لرأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في الاقتصاديات الحديثة، شلف، الجزائر.
72. غرداين مغنية (2024)، مؤسسات الأوقاف الخيرية في الجزائر خلال الفترة العثمانية ، المجلة المغاربية للدراسات التاريخية والاجتماعية، المجلد 16 ، العدد 01.
73. قاضي سي الطاهر (2017) : واقع مؤسسات المجتمع المدني في دول المغرب العربي مجلة العلوم السياسية والقانون، العدد الأول، إصدارات المركز الديمقراطي العربي.
74. كمال منصوري (2006) : المنظمات الغير الحكومية ودورها في عوامة النشاط الخيري التطوعي، مجلة العلوم الإنسانية، مجلة الكترونية، العدد 30.
75. اللحياي مساعد بن منشط(1997): التطوع مفهومه وأهميته وأثاره الفردية والاجتماعية وعوامل نجاحه ومعوقاته، بحث منشور مقدم للمؤتمر العربي الأول للخدمات التطوعية بالمملكة العربية السعودية، جامعة أم القرى.
76. محي الدين خير الله العوير (2015) : الجمعيات الخيرية تعريفها وتأسيسها وصلتها بالمؤسسة الوقفية، مجلة الأحياء، العدد 17-18.

77. مركز البحوث والدراسات (2001) : تفعيل دور المنظمات التطوعية في المملكة، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر السعودي الثاني للتطوع، الرياض، المملكة العربية السعودية.
78. نعيم الهدهود (2013) : دور اعمل التطوعي في خدمة المجتمع وتنمية شخصية الطلبة، المؤتمر الدولي لعمادة شؤون الطلبة، طلبة الجامعات الواقع والأفاق، الجامعة الإسلامية، غزة.
79. نورة أحمد يوسف (2021) : استخدام الشباب الإماراتي لمواقع التواصل الاجتماعي في المجال التطوعي، دراسة ميدانية، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، كلية الإعلام، جامعة الأهرام الكندية.
80. هامل مهدي (2014) : علاقة تطور أشكال التضامن الاجتماعي بالحركات الجمعوية في الجزائر، مجلة الإنسان والمجتمع، العدد 8، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان.
81. سمية هادي (2021) : قراءة في نظرية الحتمية القيمة في الإعلام لعبد الرحمن عزي-رؤية نظرية تحليلية، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، المجلد 04، العدد 03.
82. وجدي محمد بركات (2005) : تفعيل الجمعيات الخيرية التطوعية في ضوء سياسات الإصلاح بالمجتمع العربي المعاصر، المؤتمر العربي 18، كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان.
- الرسائل و الأطروحات:**
83. رحموني محمد (2014) : تنظيم ممارسة حرية التجمع في القانون الجزائري (الجمعيات والأحزاب السياسية نموذجاً) أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون العام، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم العلوم السياسية، جامعة تلمسان، الجزائر.
84. يمينا رحايل (2010) : الأبعاد الانترولوجية للحركة الجمعوية ذات الطابع الثقافي بمنطقة عين قشرة، رسالة ماجستير في الانترولوجيا، قسم علم الاجتماع، الجزائر .
85. محمد أبو النصر (2007): فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في دعم العمل الخيري في الجزائر ، رسالة دكتوراه غ منشورة ، جامعة الجزائر، الجزائر.

قائمة المراجع

86. إحسان محمد (2006) : العمل التطوعي من منظور التربية الإسلامية، رسالة ماجستير، جامعة اليرموك.
87. أوثن سمية (2010) : دور المجتمع المدني في بناء الأمن الهوياتي في العالم العربي، دراسة حالة الجزائر، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماجستير قسم العلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة، الجزائر.
88. با علي سعيدة (2017) : دور الجمعيات الخيرية في تفعيل العمل التطوعي، دراسة ميدانية بجمعية كافل اليتيم الخيرية، رسالة ماجستير، فرع أدرار، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية .
89. حسن فخري (2014) : معوقات مشاركة المرأة في العمل التطوعي من وجهة نظر المتطوعين والعاملين في مؤسسات المجتمع المدني في محافظة نابلس، رسالة ماجستير، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين.
90. حمودة احمد يونس محمد (2013) : دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، رسالة ماجستير منشورة، قسم الدراسات الإعلامية، معهد البحوث والدراسات العربية، جامعة الدول العربية.
91. حياة عبيد (2023): العمل الخيري والتطوعي في الجزائر، معوقات وحلول مقترحة، أطروحة دكتوراه، جامعة الوادي، الجزائر.
92. الحاجة إيمان (2015) : دور الانستغرام في تحفيز الشباب البحريني على العمل التطوعي، رسالة ماجستير منشورة، قسم الدراسات الإعلامية، معهد البحوث والدراسات العربية، جامعة الدول العربية.
93. سمر بنت محمد بن محمد غرم الله المالكي (2008) : مدى إدراك الطالبات الدراسة العليا بجامعة أم القرى لمجالات العمل التطوعي للمرأة في المجتمع السعودي، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الأصول الإسلامية للتربية، جامعة أم القرى العربية، السعودية.

قائمة المراجع

94. عبد العزيز بن محمد مسفر الغامدي (1430/1429) : العمل الاجتماعي التطوعي من منظور التربية الإسلامية وتطبيقاته في مدرسة الثانوية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في التربية الإسلامية والمقارنة، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية .
95. عمار نوي (2010) : دور القيادة في إدارة العمل التطوعي (دراسة حالة لجمعيات بولاية برج بوعرييج، مذكرة ماجستير، علم الاجتماع، تخصص الموارد البشرية، جامعة منتوري، قسنطينة.
96. فريد حسانين بخت (2008) : التدخل المهني لعريفة تنظيم المجتمع لتفعيل دور الجمعيات الأهلية في مناهضة سوء استغلال الأطفال العاملين، أطروحة دكتوراه جامعة حلوان، مصر.
97. فيصل بوراس (2012) : واقع الاتصال في المنظمات السياسية ودوره في خدمة العمل التطوعي من وجه نظر أعضاء المكاتب الولائية، مذكرة ماجستير في علم الاجتماع، جامعة محمد خيضر، بسكرة.
98. القضبي الهنوف عبد العزيز (2015) : أثر المشاركة التطوعية للمرأة في الجمعيات الخيرية: دراسة ميدانية من منظور الخدمة الاجتماعية في جمعية الملك عبد العزيز الخيرية النسائية في بريدة رسالة ماجستير منشورة، المملكة العربية السعودية، جامعة القصيم.
99. معلوي عبد الله الشهراني (2006) : العمل التطوعي وعلاقته بأمن المجتمع، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاجتماعية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية .

1. Connolly-Amy J (2014) : the use and effectiveness of online social media in volunteer organizations (A dissertation of doctor of philosophy) department of information system and decision sciences, college of business university of south Florida.
2. Durkheim Emil (1893) : De la division du travail social ,Paris, PUF
3. Encyclopedia Universalise (1995) ,France A.S.

4. Essaid, Taib (2014) : Association et société civile en Algérie ,Alger: office des publication universitaires.
5. Hock Randolph (2010) : The extreme Searcher's Internet Handbook a Guide for the Serious Searcher, Cyber age Book, USA
6. Kim & Walker , D (2020) .Leveraging volunteer fact checking to identify misinformation about COVID -19 in social media. Harvard Kennedy School Misinformation Review.
7. Max Weber, Économie et société: Esquisse d'une sociologie compréhensive, paris: Plon, 1971.
8. Pierre Bonte Michael, Lazard (2007) : Dictionnaire de L'éthnologie et de L'anthropologie, Quadrige, PUF, p94-95.
9. Pierre Bourdieu (1986): Le capital symbolique, Paris: Seuil.
10. Weber Max (1971): Économie et Société, Paris , Plon

المواقع الالكترونية

<http://www.interieur.gov.dz/index.php/ar/html#faqnonchar>

10. أهمية مواقع التواصل الاجتماعي : 14/05/2025 /16h51 : firstmarkets.com
11. كيفية اكتشاف جمعية خيرية مزيفة: Fastercapital.com/arabpreneur/html: 14/06/2025/12.22
12. وزارة الداخلية والجماعات المحلية والتهيئة العمرانية (2018) : الحياة الجمعوية والسياسية، قسم جمعية الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.

القوانين والمراسيم التشريعية

13. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية (1990) : العدد 05/05 ديسمبر
14. الجمعية العامة للأمم المتحدة (1966) : العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية، المادة 22، القرار 2200، د21، المؤرخ في 66/12.

قائمة المراجع

15. الجمعية العامة للأمم المتحدة (1984) : الإعلان العالمي لحقوق الإنسان TPHRC المادة
20- القرار رقم 217 ألف د.3، المؤرخ في 10/12/48.
16. وزارة الداخلية والجماعات المحلية (2012) : القانون الأساسي النموذجي للجمعيات الخيرية
في الجزائر المادة 09.

الملاحق

ملحق 01 : دليل الاستبيان

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة مصطفى اسطنبولي معسكر

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علم الاجتماع

استبيان بحث حول:

العمل الخيري ومواقع التواصل الاجتماعي

دراسة سوسيولوجية لبعض الجمعيات الخيرية

هذه الدراسة مكتملة لنيل شهادة الدكتوراه في علم اجتماع الاتصال الطور الثالث LMD ، تسعى من خلال إجاباتكم إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل العمل الخيري، على عينة من الجمعيات الخيرية بمدينة معسكر، لذا نرجو من سيادتكم المحترمة الإجابة على الاختيار المناسب بوضع علامة X في الخانة المناسبة.

السنة الجامعية 2025/2024

المحور الأول: البيانات الشخصية

1- الجنس : ذكر أنثى

2- السن: أقل من 25 من 25 إلى 35 أكبر من 35

3- المستوى التعليمي: ابتدائي متوسط ثانوي جامعي

4- الحالة العائلية: متزوج(ة) أعزب(ة) مطلق(ة) أرملة(ة)

5- الحالة المهنية: عامل(ة) بدون عمل متقاعد(ة) طالب(ة)

المحور الثاني: بيانات حول الجمعية

6- اسم الجمعية:

7- تاريخ الالتحاق بها:

8- ما هي وظيفتك في الجمعية: رئيس مشرف عضو

9- نشاط الجمعية: أسبوعي شهري

المحور الثالث: بيانات حول العمل الخيري

10- ما هو مفهومك حول العمل الخيري؟

11- ما هي المجالات التي تشارك فيها الجمعية؟

اجتماعية اقتصادية ثقافية مجالات أخرى

12- ما هو دافعك نحو العمل الخيري؟

13- هل عملك الخيري يركز على الجانب: المادي المعنوي معا

- 14- هل مجال عملكم الخيري؟ محدد غير محدد
- 15- هل تناقش أنت وزملاؤك أعمال الجمعية ونشاطاتها؟
دائماً أحياناً نادراً
- 16- هل يسمح لك العمل الخيري بتكوين علاقات خارجية؟ نعم لا
- المحور الرابع: فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في دعم أساسيات العمل الخيري
- 17- ما هي الوسيلة التي تعتمدون عليها في الاتصال بأعضاء الجماعة؟
الاجتماعات الهاتف الانترنت وسائل أخرى
- 18- داخل الجمعية هل تفتحون نقاشات حول الأعمال والنشاطات التي تقومون بها؟
نعم لا
- 19- هل تقومون بالتنسيق مع جمعيات أخرى في تنفيذ بعض الأعمال الخيرية؟
نعم لا في بعض الأحيان
- 20- هل نشاط الجمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي
جيد متوسط ضعيف
- 21- منذ متى تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي؟
أقل من سنة أكثر من سنتين أكثر من ثلاث سنوات
- 22- ما هي اللغة المستعملة في تصفحك لمواقع التواصل الاجتماعي؟
عربية فرنسية مزيج
- 23- ما طبيعة العمل الخيري الذي تهتم به شبكات التواصل الاجتماعي؟
محلي جهوي وطني
- 24- ما الدور الذي تؤديه صفحة جمعيتكم عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
إعلامي توعوي توجيهي آخر

25- في رأيك ما هي نسبة نجاح مواقع التواصل الاجتماعي في استقطاب فاعلي الخير لجمعيتكم؟

ضئيلة متوسطة متقدمة عالية

26- ما الدعم الذي تقدمه مواقع التواصل الاجتماعي لجمعيتكم؟

الانتشار الزيادة في الدعم السرعة في جمع التبرعات تطوير إمكانيات الجمعية

27- هل تعتمد جمعيتكم في صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي غالباً؟

دفع المتصفح إلى العمل الخيري الترويج لنشاطاتها الإجابة على التعليقات

28- هل توفر صفحة جمعيتكم عبر مواقع التواصل المعلومات الضرورية؟ كلها بعضها

29- هل في رأيك مواقع التواصل الاجتماعي تهتم بالعمل الخيري بشكل؟

كبير متوسط ضعيف

30 - ما هو السبب الرئيسي وراء نشر العمل الخيري عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

.....



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة مصطفى اسطنبولي معسكر
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علم الاجتماع
دليل المقابلة



العمل الخيري ومواقع التواصل الاجتماعي
دراسة سوسيولوجية لبعض الجمعيات الخيرية

تخصص علم الاجتماع الاتصال

إشراف الأستاذ الدكتور

معاشو جيلاني كوبيبي

إعداد الطالبة:

يطو إيمان

السنة الجامعية: 2025/2024

مقابلة مع رؤساء الجمعيات الخيرية:

محور البيانات العامة:

- 1- ما هي وضعيتكم العائلية؟
- 2- ما هي وضعيتكم المهنية؟
- 3- هل لديكم خبرة في المجال الخيري؟
- 4- متى تأسست الجمعية؟
- 5- ما هو نشاط جمعيتكم بالتحديد؟

محور دوافع المشاركة في الأعمال الخيرية:

- 6- ما هي الدوافع التي تدفعك إلى المشاركة في الأعمال الخيرية؟
- 7- في رأيك ما هي الدوافع التي تراها مناسبة للحفاظ على العمل الخيري؟
- 8- ما هو الأثر الذي يتركه العمل الخيري في نفسكم أثناء قيامكم به؟

محور العمل الخيري الرقمي:

- 9- ما رأيك في العمل الخيري الذي يتم عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- 10- هل سبق أن شاركت في عمل الخير من خلال هذه المواقع؟
صف تجربتك؟
- 11- ما الذي يدفعكم إلى المشاركة أو دعم حملات خيرية على الانترنت؟
- 12- ما نوع الحملات الخيرية التي تجذبك أكثر للمشاركة؟ لماذا؟
- 13- من خلال ممارستك للأعمال الخيرية عبر هذه المواقع ماهي المهارات والخبرات التي اكتسبتها؟
- 14- كيف تتأكد من مصداقية الحملات الخيرية التي تشاهدها؟ ما رأيك بذلك؟
- 15- هل تعتقد أن الإعلانات الخيرية على مواقع التواصل الاجتماعي تحقق أهدافها بشكل فعال؟
ولماذا؟
- 16- برأيك هل مواقع التواصل الاجتماعي تعزز روح التعاون والعمل الخيري؟ لماذا؟
- 17- برأيك أيهما أفضل العمل الخيري الرقمي أم العمل الخيري التقليدي؟
- 18- هل توجد سلبيات أو مخاطر في هذا النوع من العمل الخيري؟
- 19- ما اقتراحك لتعزيز فاعلية العمل الخيري عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- 20- هل من عقبات تعيق عملكم عبر الفضاء الرقمي؟



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة مصطفى اسطنبولي معسكر
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علم الاجتماع



دليل الملاحظة

العمل الخيري ومواقع التواصل الاجتماعي
دراسة سوسيولوجية لبعض الجمعيات الخيرية

أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث علم الاجتماع
تخصص علم الاجتماع الاتصال

إشراف الأستاذ الدكتور
معاشو جيلاني كوبيبي

إعداد الطالبة:
يطو إيمان

السنة الجامعية: 2025/2024

- 1- الصفحات عبر موقع الفيسبوك.
- 2- طبيعة نشاطات الجمعيات .
- 3- الفئة العمرية المؤسسة للجمعيات الخيرية والجنس والفئة المشاركة في الأعمال الخيرية.
- 4- اللغة المستخدمة في الترويج للنشاطات.
- 5- عدد المشاركين والمتابعين لصفحات الجمعيات.
- 6- التنسيق مع الجمعيات الأخرى.
- 7- طريقة التواصل عبر موقع الفيسبوك مع صفحات الجمعيات.

الملحق 04 : دليل القانون الأساسي للجمعيات

وزارة الداخلية والجماعات المحلية

القانون الأساسي النموذجي للجمعيات

الملاحق

ملاحظة: تضع مصالح وزارة الداخلية والجماعات المحلية هذا القانون الأساسي النموذجي تحت تصرف المواطنين والمواطنات الراغبين في تأسيس جمعية في إطار أحكام القانون رقم 06/12 المؤرخ في 2012/01/12 المتعلق بالجمعيات، من باب الاستدلال، المساعدة والتوجيه في إعداد القانون الأساسي.

جمعية:

القانون الأساسي

المصادق عليه خلال الجمعية العامة التأسيسية المعقدة بتاريخ.....

الملاحق

المادة الأولى: يؤسس المصرحون الميَّنة أسماءهم أدناه،

جمعية تخضع لأحكام القانون رقم 06 /12 المؤرخ في 12 جانفي 2012، ولهذا القانون الأساسي،

الاسم	اللقب	ولاية مقر الإقامة
.....
.....
.....
.....

(ذكر أسماء وألقاب كل الأعضاء المؤسسون الخمسة والعشرون (25) على الأقل، يمثلون إثني عشر (12) ولاية على الأقل بالنسبة للجمعيات ذات الطابع الوطني، بالنسبة للجمعيات ما بين الولايات واحد وعشرون عضوا (21) يمثلون ثلاث (03) ولايات على الأقل. وفي حالة تكوين جمعية من طرف أشخاص اعتبارية يتعين ذكر تسمية الأشخاص الاعتبارية).

الباب الأول

الفصل الأول

أحكام عامة

— التسمية — الموضوع — الهدف — المقر — مدة عمل الجمعية ومداه —

المادة 02: تسمى الجمعية (الإشارة إلى التسمية الكاملة والدقيقة للجمعية مع مطابقتها لموضوع الجمعية)

الملاحق

المادة 03: الجمعية هي جمعية (تحدد نشاط الجمعية بدقة : اجتماعي - ثقافي - خيري - إنساني إلخ، يشترك المؤسسون والمنحرفون في تسخير معارفهم ووسائلهم بصفة تطوعية ولغرض غير مريح من أجل ترقية نشاطها وتشجيعه في إطار الصالح العام دون مخالفة الثوابت والقيم الوطنية ودون المساس بالنظام والآداب العامة وأحكام القوانين والتنظيمات المعمول بها.

المادة 04 : تهدف الجمعية أساسا إلى: (تذكر أهداف الجمعية بدقة ويجب أن تكون مطابقة لتسمية وموضوع الجمعية).

.....
.....
.....
.....
.....

وتعهد الجمعية بأن لا تسعى إلى تحقيق أهداف أخرى غير ما صرحت به.

المادة 05 : يكون مقر الجمعية كائن ب: (الإشارة إلى العنوان الكامل لمقر الجمعية)
ومع مراعاة التشريع المعمول به لا يمكن نقل هذا المقر
إلا بقرار من الجمعية العامة.

المادة 06 : مدة الجمعية هي : (الإشارة إلى مدة عمر الجمعية).

المادة 07 : تتمتع الجمعية بالشخصية المعنوية والأهلية القانونية وهي تمارس نشاطاتها على مستوى (تحديد مجال نشاط الجمعية - عبر كامل التراب الوطني أو ما بين الولايات).

المادة 08 : يسمح للجمعية بإصدار ونشر نشرات ومجلات ووثائق إعلامية ومطويات لها علاقة بهدفها في ظل احترام الدستور والقيم والثوابت الوطنية والقانونية، بما، على أن يكون البيان الرئيسي محررا باللغة العربية .

الفصل الثاني

— شروط وكيفيات إنضمام وانسحاب الأعضاء وواجباتهم وحقوقهم —

المادة 09 : تتكون الجمعية من أعضاء مؤسسين وأعضاء ناشطين وأعضاء شرفيين. تخول مداولة الجمعية العامة صفة العضو الشرفي بناء على اقتراح مكتب الجمعية.

المادة 10 : زيادة على الشروط المنصوص عليها في التشريع المعمول به، لاسيما المادة 4 من القانون رقم 12-06 المؤرخ في 12 جانفي 2012 المتعلق بـ تدكر الشروط الخاصة المطلوبة) يجب أن تتوفر في العضو الناشط في الجمعية :

المادة 11 : يتم الانضمام إلى الجمعية بطلب كتابي يوقعه صاحب الطلب ، ويقبله مكتب الجمعية، تثبت صفة العضو بمنح بطاقة الانخراط.

المادة 12 : تفقد صفة العضو في الجمعية للأسباب الآتية :

- الاستقالة مقدمة كتابيا.
- الوفاة.
- عدم دفع الاشتراكات لمدة (الإشارة إلى المدة المحددة).....
- حل الجمعية.

- أسباب أخرى (توضح بدقّة)
- المادة 13 : كل عضو له الحق في التصويت والترشح على جميع مستويات الجمعية شريطة :
 - استيفاء الاشتراكات.
 - شروط أخرى (توضح بدقّة).

الباب الثاني

تنظيم وسياسات أجهزة الجمعية -

تضم الجمعية جمعية عامة ومكتب تنفيذي

الفصل الأول

الجمعية العامة -

المادة 14 : تضم الجمعية العامة كل الأعضاء المنخرطين أو ممثلي الولايات، بالإضافة إلى أعضاء الهيئة التنفيذية، تعين كل ولاية (الإشارة إلى العدد) مندوب.....
ويتم تعيين المندوبين عن طريق (تحديد كيفية تعيين المندوبين على مستوى كل ولاية مع الاعتماد على مبادئ التسيير الديمقراطي)
.....

المادة 15 : المدة الانتخابية للجمعية العامة هي (الإشارة إلى المدة).....

المادة 16 : تتكفل الجمعية العامة بمالي :

الملاحق

- الإدلاء برأيها فيما يخص جدول ونتائج النشاطات، تقارير التسيير المالي، والوضعية الأدبية للجمعية.
- المصادقة على القوانين الأساسية والنظام الداخلي للجمعية، بالإضافة إلى تعديلها.
- القيام بانتخاب المكتب التنفيذي، وكذا تجديده.
- المصادقة على قرارات المكتب التنفيذي بخصوص تنظيم هياكل الجمعية وتمثيلها المحلي.
- قبول الهبات والوصايا عندما تقدم بإثباتات وشروط، وبعد التحقق من عدم تنافها مع الأهداف المسطرة للجمعية.
- الموافقة على إنشاء أجهزة استشارية، ومتابعة الموافقة على اقتناء العقارات.
- دراسة الطعون المقدمة فيما يخص الانضمام إلى الجمعية.
- البث النهائي في قضايا الانضباط.
- تحديد مبلغ الاشتراكات السنوية.
- وتكفل أيضا ب: (الإشارة إلى مهام أخرى)

المادة 17 : تجتمع الجمعية العامة في دورة عادية على الأقل (الإشارة إلى عدد المرات)..... في السنة،

وتجتمع في دورة غير عادية كلما دعت الحاجة إلى ذلك، بطلب من رئيس الجمعية، أو بطلب من أعضاء المكتب أو بطلب من أعضائها (تحديد النصاب)
.....
وفي هاتين الحالتين الأخيرتين يحل الأمين العام أو النائب الأول للرئيس محل رئيس الجمعية.

المادة 18 : تستدعى الجمعية العامة وفقا لحكام المادة 17 من هذا القانون، وتسجل الاستدعاءات في سجل المداولات وترسل كتابيا مرفقة بجدول الأعمال إلى عناوين أعضاء الجمعية العامة في أجل أقصاه (يحدد عدد الأيام قبل موعد الاجتماع) يوما.

الملاحق

المادة 19 : لا يمكن للجمعية العامة المداولة بصفة مقبولة عند الاستدعاء الأول إلا بحضور (تحديد النصاب) من أعضائها؛ وإذا لم يكتمل النصاب، تستدعي الجمعية العامة مرة ثانية في أجل أقصاه (تحديد عدد الأيام قبل موعد الاجتماع) يوماً، عندها يمكن للجمعية العامة المداولة مهما كان عدد حضور أعضائها.

المادة 20 : تتخذ القرارات بأغلبية (تحديد الأغلبية بدقة) أعضاء الجمعية العامة الحاضرين في الاجتماع، وفي حالة تساوي الأصوات يعتبر تصويت الرئيس بمثابة صوت مرجح.
يمكن للعضو الغائب توكيل أحد الأعضاء الحاضرين كتابياً للتصويت مكانه، ويكون له الحق في وكالة واحدة وصالحة لجلسة واحدة فقط.

المادة 21 : لا يشارك في التصويت ولا ينتخب عليه على مستوى الهيئات التنفيذية من لم يستوفي اشتراكه.

المادة 22 : تسجل المداولات وفق التسلسل الزمني في سجل المداولات، وتكون ممضاة من قبل الأعضاء الحاضرين في الاجتماع.

المادة 23 : يساعد الجمعية العامة لجان دائمة، مكلفة بدراسة المسائل المتعلقة بأهداف الجمعية.

اللجان الدائمة هي: (الإشارة إلى أسماء اللجان ومهام كل لجنة على حدى) .

تتشكل كل لجنة من: (تحديد عدد أعضاء كل لجنة) .

تنتخب كل لجنة رئيسها ومقررها، وتحدد نظامها الداخلي، وتجتمع بطلب من رئيسها أو بطلب من (الإشارة إلى عدد الأعضاء) أعضائها.

الفصل الثاني

— المجلس —

(في حالة وجود هذا الهيكل ينبغي إضافة مواد تنطبق إلى كل النقاط المتعلقة بتنظيمه ومهامه وتسييره) .

الفصل الثالث

— الهيئة التنفيذية —

المادة 24 : يقود الجمعية ويديرها مكتب متكون من: (الإشارة إلى الوظيفة والرتبة).

..... — —
..... — —
..... — —

المادة 25 : يتم انتخاب أعضاء المكتب من قبل الجمعية العامة حسب الترتيب المنصوص عليه في المادة 24 أعلاه، لمدة (تحديد المدة)..... ، وقابلة للتجديد (الإشارة إلى عدد المرات)..... على الأكثر.

المادة 26 : يكلف المكتب بمايلي :

- يضمن تطبيق أحكام القانون الأساسي والنظام الداخلي، والسهر على احترامها.
- تنفيذ قرارات الجمعية العامة.
- تسيير ممتلكات الجمعية.
- تحديد الاختصاصات لكل نائب ومهام المساعدين.
- إعداد مشروع النظام الداخلي.
- اقتراح تعديلات القانون الأساسي والنظام الداخلي.
- ضبط مبالغ النفقات الزهيدة.
- اقتراح للجمعية العامة كل الإجراءات لتحسين عملية تنظيم وتنصيب أجهزة الجمعية.
- دراسة عمليات الشطب لكل عضو في الجمعية يرتكب مخالفة خطيرة.

الملاحق

- إعداد برنامج عمل الجمعية.

بالإضافة إلى ذلك فهو مكلف ب (الإشارة إلى مهام أخرى).

المادة 27 : يجتمع المكتب على الأقل (تحديد عدد المرات)..... في الشهر، بدعوى من رئيسه، وبإمكانه أن يجتمع كذلك بطلب من (تحديد النصاب)
(..... أعضاء المكتب.

المادة 28 : لا تصح اجتماعات المكتب إلا بحضور (تحديد النصاب)أعضائه. ويتخذ المكتب القرارات بأغلبية (تحديد الأغلبية)
(.....أعضائه، وإذا تساوت الأصوات يعتبر صوت الرئيس صوتاً مرجحاً.

المادة 29 : يمثل الرئيس الجمعية في جميع أعمال الحياة المدنية، وهو مكلف بمايلي:

- تمثيل الجمعية لدى السلطات العمومية.
- التقاضي باسم الجمعية.
- اكتتاب تأمين يضمن النتائج المرتبطة بالمسؤولية المدنية.
- استدعاء أجهزة الجمعية، رئاسة وتسيير المناقشات.
- اقتراح جدول أعمال دورات الجمعية العامة.
- تنشيط وتنسيق نشاطات جميع أجهزة الجمعية.
- إعداد حصائل وملخصات نصف سنوية عن حياة الجمعية.
- تبليغ السلطة الإدارية المؤهلة بجميع المعلومات.
- تحضير التقريرين الأدبي والمالي وتقديمه للجمعية العامة للبت فيه.
- إشعار السلطة العمومية المؤهلة بالتعديلات التي تطرأ على القانون الأساسي، وكل تغيير يقع في الجهاز التنفيذي للجمعية في أجل أقصاه ثلاثون (30) يوماً من تاريخ اتخاذ القرار.
- ممارسة سلطة النظام التسلسلي على الأعضاء المستخدمين في الجمعية.

الملاحق

وهو مكلف أيضا ب: (الإشارة إلى مهام أخرى لرئيس الجمعية إن وجدت).

المادة 30 : يكلف الكاتب العام بمعونة الكاتب العام المساعد، بجميع قضايا الإدارة، ويتولى بهذه الصفة مايلي:

- مسك قائمة المتخربين.
- معالجة البريد وتسيير المحفوظات.
- مسك سجل المداوولات لكل من المكتب التنفيذي والجمعية العامة.
- تحرير محاضر المداوولات لكل من المكتب التنفيذي والجمعية العامة.
- حفظ نسخة القانون الأساسي.

بالإضافة إلى: (الإشارة إلى مهام أخرى).

المادة 31 : يتولى أمين المال بمعونة أمين المال المساعد المسائل المالية والمحاسبية، فهو مكلف بهذه الصفة بمايلي:

- تحصيل الاشتراكات.
- تسيير الأموال، جرد وضبط أملاك الجمعية المنقولة والعقارية.
- مسك صندوق النفقات الزهيدة.
- إعداد التقارير المالية.

وهو مكلف أيضا ب: (الإشارة إلى مهام أخرى).

المادة 32 : يوقع أمين المال سندات النفقات، وفي حالة وقوع مانع يوقعها أمين المال المساعد.

ويوقعها بعد التوقيع الأول لرئيس الجمعية أو نائبه حسب الترتيب المنصوص عليه في المادة 24 من هذا القانون الأساسي.

الفصل الرابع

التنظيم والتقسيم الداخلي

المادة 33 : تنقسم الجمعية إلى :

(ضرورة تحديد التقسيم الذي تعتمد عليه الجمعية على المستوى اقليمي، سواء كان جهوي أو ولائي).

الباب الثالث

— الأحكام المالية —

الفصل الأول

— الموارد —

المادة 34 : تتألف موارد الجمعية من:

- إشتراكات أعضائها تصب مباشرة في حساب الجمعية.
- المداخل المرتبطة بنشاطاتها الجمعية وأعمالها .
- الهبات التقديرية والعينية والوصايا.
- مداخيل جمع التبرعات.
- الإعانات المحتملة للدولة والجماعات المحلية.

المادة 35 : تودع الموارد في حساب وحيد بنكي أو حساب مفتوح لدى مؤسسة مالية عمومية يفتح بناء على طلب من رئيس الجمعية وباسم الجمعية.

المادة 36: تلزم الجمعية بعدم تحصيل أموال صادرة عن تنظيمات ومنظمات غير حكومية أجنبية، ما عدا تلك الناتجة عن علاقات التعاون المؤسسة قانوناً، على أن يكون هذا التمويل محل موافقة مسبقة من السلطة المختصة.

الفصل الثاني

– النفقات –

- المادة 37:** تشمل نفقات الجمعية جميع النفقات اللازمة لتحقيق الأهداف المنصوص عليها في هذا القانون الأساسي.
- المادة 38:** تعين الجمعية محافظ حسابات يتولى اعتماد حسابات الجمعية بالقيود المزدوج، يشمل الموارد والنفقات.
- المادة 39:** تضع الجمعية حسابها وملفات جرد أملاكها، المترتبة عن المساعدات والإعانات العمومية التي تمنحها الدولة والجماعات المحلية تحت تصرف هيئات الرقابة طبقاً للتشريع والتنظيم المعمول بهما.

الباب الرابع

– حل النزاعات – حل الجمعية –

- المادة 40:** تقوم الجمعية العامة بالبحث النهائي في قضايا الانضباط، (يمكن أن تخول هذه الصلاحية إلى لجنة انضباط شريطة تحديد تشكيلها وعدد أعضائها ومهامها، بالإضافة إلى كيفية عملها).
- المادة 41:** تخضع النزاعات بين أعضاء الجمعية، مهما كانت طبيعتها، لتطبيق القانون الأساسي، وعند الاقتضاء، للجهات القضائية الخاضعة للقانون العام. في حالة نزاع قضائي، تعين محضر قضائي لجرد أملاكها بسعي من الطرف الذي يهيمه الأمر.
- المادة 42:** يقرّر الحل الإرادي للجمعية من قبل الجمعية العامة، بعد تقرير مكتب الجمعية.
- يتخذ قرار الحل الإرادي للجمعية من قبل الجمعية العامة بحضور (ضرورة تحديد النصاب).....من أعضاء الجمعية العامة، وبمصادقة (ضرورة تحديد الأغلبية) من الأعضاء الحاضرين، يتم أيلولة الأملاك المنقولة والعقارية بقرار من الجمعية العامة، حسب التشريع المعمول به.

الباب السادس — أحكام ختامية —

- المادة 43 :** يتم تعديل القانون الأساسي بعد مصادقة الجمعية العامة ، بناء على اقتراح مكتب الجمعية .
لا يعتد بالتعديلات المقترحة إلا بحضور (ضرورة تحديد التصاب) من أعضاء الجمعية العامة، وبعد مصادقة (تحديد الأغلبية)
(..... من الأعضاء الحاضرين على كل تعديل.
- المادة 44:** تبلغ الجمعية السلطة المختصة بكل التعديلات التي تطرأ على هيئتها القيادية والتعديلات التي تمس قانونها الأساسي في الأحوال المحددة ضمن القانون المعمول به.
- المادة 45 :** يبين النظام الداخلي بصورة عامة ، زيادة على الأحكام الواضحة المنصوص عليها أعلاه ، كل مسألة ترى الجمعية العامة ضرورة تسويتها في هذا الإطار.
صِيغ في (بين عدد النسخ).....أصلية.
- (الإشارة إلى المكان).....في (الإشارة إلى التاريخ)
- الرئيس
الأمين العام
- (ضرورة ذكر اسم ولقب الرئيس وتوقيعه) (ضرورة ذكر اسم ولقب الأمين العام وتوقيعه)
- ملاحظة: يتعين المصادقة المادية على التوقيع على مستوى مصلحة الحالة المدنية بالبلدية.

ملحق 05: دليل الصور
الصورة رقم 01



بطاقة تقنية حول الجمعية



اسم الجمعية : جمعية سرور الخيرية مقتبس من الحديث الشريف: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: " أَحَبُّ النَّاسِ إِلَى اللَّهِ أَنْفَعُهُمْ لِلنَّاسِ، وَأَحَبُّ الْأَعْمَالِ إِلَى اللَّهِ سُرُورٌ تُدْخِلُهُ عَلَيَّ مُسْلِمٌ، أَوْ تُكْشِفُ عَنْهُ كُرْبَةً، أَوْ تُقْضِي عَنْهُ دَيْنًا، أَوْ تُطْرُدَ عَنْهُ جُوعًا" **شعارها:** تطوع - أمانة - إبتسامة.

تاريخ التأسيس: 03 جانفي 2017 بدار الشباب الشيخ البشير الإبراهيمي ببلدية غريس.
العنوان : بجانب مركز البريد القديم ببلدية غريس ولاية معسكر.

الهاتف : 0770825511 أو 0668173381

رقم الحساب البنكي : 004280000001226

اسم البنك : بنك التنمية المحلية BDL

طبيعة نشاط الجمعية : جمعية محلية

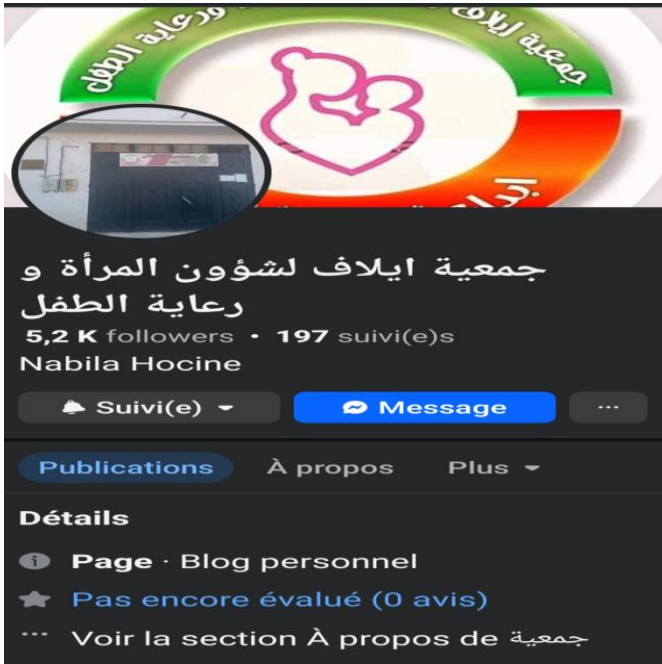
مجالات نشاط الجمعية : تنمياي خيري

نشاطاتها السنوية:

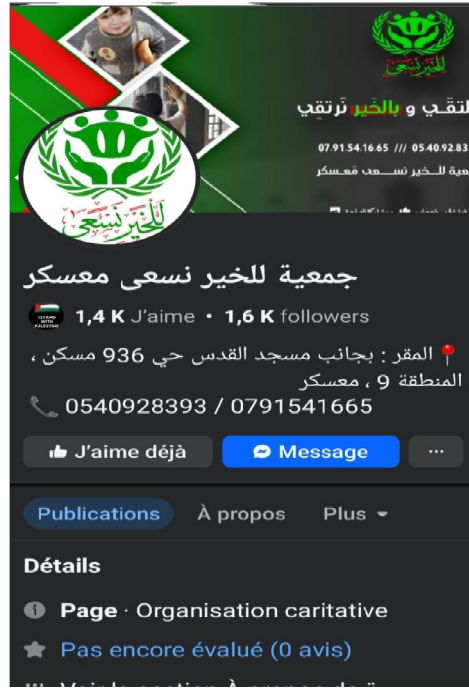
- تقديم يد العون للمحتاجين في كافة المناسبات مثل :قفة رمضان، ملابس العيد، أضحاي العيد، أدوات الدخول المدرسي.....
- توزيع طرود غذائية شهرية لعائلات يتامى طيلة السنة.
- صيدلية السرور التي توفر أدوية ومستلزمات طبية (عكازات ، كراسي متحركة، كراسي مرضاض، مكثفات وقارورات أكسجين....) مفتوحة طوال أيام الأسبوع تحت إشراف السيدة تيكور عونية.
- تقديم حفاظات للمسنين والمرضى طوال السنة.
- التكفل بالحالات الحرجة للمرضى الذي يبحثون عن الدم بتوفير سجل التبرع بالدم .
- المساهمة في إجراء عمليات جراحية .
- تنظيم زيارات للمرضى والأطفال بصفة دورية.
- العمل على ترميم أو بناء سكنات اليتامى والمحتاجين.
- إحياء الأعياد الدينية والوطنية.
- تنظيم عمليات تحسيسية حسب الضرورة.

وما توفيقنا إلا بالله

الصورة رقم: 03



الصورة رقم: 02



الصورة رقم: 05



الصورة رقم: 04



الصورة رقم: 07

Publications À propos Plus

شرواطي سيد أحمد
4 j · 🌐

نحتاجكم قاع بالبارطاج خوتي وخواتاتي
مغدي تخسر والوا يلا بارطاجيت بلاك ...
Voir plus ...
و ذوي الإحتياجات الخاصة

إعلان

في إطار أنشطتها الرامية إلى إرساء قيم التضامن و التعاون الإجتماعي تعلن الجمعية الولائية البسمة للعناية بالمرضى و ذوي الإحتياجات الخاصة عن تنظيم مبادرة خيرية إنسانية في جمع كمية من اللحوم من أجل توزيعها على الأيتام و المعوزين و ذوي الإحتياجات الخاصة لإعادة البسمة إليهم لهذا ندعوا أصحاب القلوب الرحيمة للمساهمة في إنجاح هذه الحملة و الله لا يضيع أجر المحسنين
للمزيد من المعلومات المرجو الإتصال بالأرقام التالية (مسؤول مبادرة خيرية)
0770296827-0657936020

تحت الصورة رقم 09
شوية من خيرك تعمر مايدة غيرك
مع تنظيم

13 2 commentaires 6 partages

الصورة رقم: 06

Publications À propos Plus

جمعية سرور الخيرية
2,8 K J'aime · 3,1 K followers

J'aime déjà
Appeler maintenant

Publications À propos Plus

Détails
Page · Centre d'intérêt
Voir la section À propos de جمعية سرور الخيرية

Publications de جمعية سرور الخيرية

الصورة رقم: 09

Publications À propos Plus

شرواطي سيد أحمد
4 j · 🌐

من رسائل الصفحة #
عندي بابا راه مريض بزاف من رجله راها ديرله ريحة وفيه سكر والله ملقيت باش نفوت عليه ولا نديرله ليزنابلز الله غالب مخدام موالو خصنا معاونة غي باش نفوت عليه ونديرله ليزنابلز تاع لعروق تاع رجله ربي يحفظك لي بغا يعاونا ف هاد لعواشير في اقرب وقت

0670113610



الصورة رقم: 08

Publications À propos Plus

من نشاطات جمعية ايلاف لشؤون المرأة و رعاية الطفل الولائية ليوم الثلاثاء 20.02.2024 في خرجة تضامنية لمناطق الظل لكل من بلدية نسمط هنيجة و ضواحي بلدية سجرارة المحمدية في حملة شتاء دافئ ، حيث تم الوقوف على بعض الحالات الحرجة جدا و المعوزة قدمت للعائلات المعوزة مؤونة غذائية و ألبسة و أغطية على أن تبرمج خرجات أخرى لعدة مناطق من مناطق الظل بولاية معسكر لما تعانيه بعض العائلات هناك من فقر مدقع ...

نشكر كل من ساهم معنا، كما نكرر نداءنا لأهل البر و الإحسان بتقديم يد المساعدة و أجر الجميع على الله
جمعية ايلاف لشؤون المرأة و رعاية الطفل
0795800910
0698477417



الصورة رقم: 11

Publications À propos Plus ▾

J'aime Commenter Envoyer Partager

جمعية ايلاف لشؤون المرأة و رعاية الطفل
13 févr. 2024 · 🌐

#برطاج_برحمة_الوالدين
جمعية ايلاف لشؤون المرأة و رعاية الطفل تنقلنا اليوم الى دوار المشهور ببلدية حسين عند الأخ بن سعيد عبد الحفيظ اب لخمسة اطفال عامل يومي تعرض لحادث مرور اليم و كسور على مستوى الحوض و هو الان طريح الفراش بحاجة الى مطرح هوائي . كرسي مرحاض اكرمكم الله . مصاريف للعلاج . حقن لوفينوكس 0,4 و اي مساعدة لعائلته جزاكم الله خيرا من يرغب في المساعدة الاتصال برقم الأخ مباشرة 0790654489 او ارقام الجمعية 0795800910 0698477417 @followers



الصورة رقم: 10

Publications À propos Plus ▾

جمعية سرور الخيرية
21 août 2024 · 🌐

الادوات المدرسية
على بركة الله نستهل حملة "حقيبة مدرسية " لكل يتيم و فقير
من يكون اول مساهم بحقيبة مدرسية ثمنها 200 الف و اجرکم على الله
صدقة نافعة شافعة للموتى

0668173381
بريدي موب 00799999001245494659





الصورة رقم: 13



الصورة رقم: 12



الصورة رقم: 14



الملخص:

مما لا شك فيه أن ما يعيشه المجتمع اليوم من تحولات وديناميكية مستمرة سواء كانت ايجابية أو سلبية فانه دائما وأبدا بحاجة إلى التعاون والتكافل والترابط ، كل هذا وذاك لا يكون ولا يتم إلا بنشاط اجتماعي متميز ألا وهو العمل الخيري الذي يجب أن يكون قناعة فكرية أولا قبل فهو بذلك نشاط يحتاج في المقام الأول والأخير إلى أن يسمع صوته إلى جميع شرائح المجتمع فكان لا بد من فضاء يلم به وبفاعليه حتى يصبح عمل جموعي مؤسسي يتماشى وفق قوانين وانظمه معينة تسيره عبر قنوات اتصال تسمى مواقع التواصل الاجتماعي من اجل استقطاب اكبر عدد ممكن من فاعلي الخير بسرعة قياسية، فمهما اختلفت الفضاءات والتسميات التي تنشط فيها الجمعيات الخيرية إلا أن الهدف واحد وهو العمل في إطار خيري وحث المجتمع على روح التضامن.

من خلال الدراسة هذه سنحاول التعرف على الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز العمل الخيري

الكلمات المفتاحية: العمل الخيري-مواقع التواصل الاجتماعي-الجمعيات الخيرية.

Résumé

___ Il ne fait aucun doute que les transformations et dynamiques continues que la société connaît aujourd'hui, qu'elles soient positives ou négatives, ont toujours et à jamais besoin de coopération, de solidarité et d'interdépendance. Tout cela et qui ne peut se faire que par une activité sociale distincte, Il s'agit d'un travail de charité, qui doit être une conviction intellectuelle avant tout. Il s'agit donc d'une activité qui nécessite, d'abord et avant tout, pour que sa voix soit entendue par tous les segments de la société. Il était nécessaire d'avoir un espace qui est familier avec elle et efficace afin qu'elle devienne une œuvre collective institutionnelle. Conformément à certaines lois et règlements qu'elle fonctionne par la communication canaux appelés sites de réseautage social afin d'attirer le plus grand nombre. Il est possible pour les philanthropes à une vitesse record. Peu importe la différence des espaces et des noms dans lesquels les organismes de bienfaisance sont actifs, Le but est le même, qui est de travailler dans un cadre caritatif et d'inciter la société à l'esprit de solidarité.

À travers cette étude, nous tenterons d'identifier le rôle que jouent les sites de réseautage social dans la promotion du travail caritatif.

Mots-clés: Travail caritatif - sites de réseautage social - organismes de bienfaisance.

Abstract:

There is no doubt that the continuous transformations and dynamics that society is experiencing today, whether positive or negative, are always and forever in need of cooperation, solidarity and interdependence. All of this and that can only be done through a distinct social activity, which is charitable work, which must be an intellectual conviction first and foremost. Thus, it is an activity that needs, first and foremost, for its voice to be heard by all segments of society. It was necessary to have a space that is familiar with it and effective in order for it to become an institutional collective work. In line with certain laws and regulations that it runs through communication channels called social networking sites in order to attract the largest number. It is possible for philanthropists at record speed. No matter how different the spaces and names in which charities are active, the goal is the same, which is to work within a charitable framework and urge society to the spirit of solidarity.

Through this study, we will try to identify the role that social networking sites play in promoting charitable work.

Keywords: Charitable work - social networking sites - charities.