

Dirassat & Abhath
The Arabic Journal of Human
and Social Sciences



مجلة دراسات وأبحاث
المجلة العربية في العلوم الإنسانية
والاجتماعية

EISSN: 2253-0363
ISSN : 1112-9751

مساهمة الوسائط الاتصالية الجديدة في تعزيز العمل التطوعي

دراسة مسحية على عينة من متابعي صفحة جمعية أيادي الخير-على الفيسبوك

The contribution of new communication media in promoting voluntary work

A survey study on a sample of followers of the Ayyedi Alkhair Association's
page on Facebook

عبد الرحيم مداسي¹ ، نورالهدى عبادة²

¹ طالب دكتوراه، جامعة الجزائر3، كلية الاعلام والاتصال، مختبر الاتصال والأمن الغذائي

² دكتورة، جامعة الجزائر3، كلية الاعلام والاتصال

¹Madaci abderrahim, ²Abada nourlhouda

¹Madaci.abdrrahim@univ-alger3.dz

²Abada.nour@univ-alger3.dz

Madaci.abdrrahim@univ-alger3.dz

المؤلف المرسل : عبد الرحيم مداسي Madaci abderrahim

تاريخ القبول : 2024/12/27

تاريخ الاستلام: 2024/10/10

الملخص:

هدفت هذه الدراسة الميدانية إلى التعرف على مدى مساهمة الوسائط الاتصالية الجديدة في تعزيز العمل التطوعي وهذا من خلال دراسة على عينة من متابعي صفحة جمعية أيادي الخير، و تكمن أهمية الدراسة في كونها تعالج الدور الفعال الذي تلعبه صفحات الجمعيات الخيرية في دعم الأنشطة التطوعية التي لاقت رواجاً كبيراً في الآونة الأخيرة، ووظف الباحث المنهج المسحي مستعيناً بأداة الاستمارة الالكترونية على عينة قصدية قوامها 124 مفردة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج نذكر منها: المبحوثين يتفاعلون مع منشورات صفحة جمعية أيادي الخير بصفة دائمة، كما كشفت الدراسة على أن أغلبية المبحوثين شاركوا في أعمال تطوعية من خلال نشاط الجمعية، كما يرون أن العمل التطوعي لجمعية أيادي الخير كان فعالاً.

الكلمات المفتاحية: الوسائط الجديدة، الفيسبوك، العمل التطوعي، جمعية أيادي الخير.

Abstract:

This study to identify the contribution of new communication media in promoting voluntary work through a study of a sample of followers of the Hands of Good Association's page. The researcher employed a survey method using an electronic questionnaire on a purposive sample of 124 individuals. The study reached several findings, including that the respondents regularly interact with the posts of the Hands of Good Association's page. Additionally, the study revealed that the majority of respondents participated in voluntary activities through the association's initiatives and believe that the volunteer work of the ayyedi alkhair Association was effective.

Keywords: New media, Facebook, Voluntary work, Ayyedi alkhair association

1-مقدمة:

يشهد عالم اليوم تطورا مذهلا وطفرة كبيرة في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات ويتزامن هذا التطور مع القفزة التقنية في صناعة أجهزة الحاسب الآلي، وبروز "المرحلة الثانية (2.0) من الويب العالمية التي جعلت العالم يبدو كقرية صغيرة حسب تعبير المفكر الكندي مارشال ماكلوهان، هذه الشبكات أتاحت ما يعرف بالوسائط الاتصالية الجديدة والمتمثلة في مجموعة من المنصات والمواقع الرقمية الافتراضية (فيسبوك، يوتيوب، انستغرام، تويتر، مايكسبيس...) والتي تستخدم الاتصال الاجتماعي والتواصل بين الافراد في فضاءات افتراضية ألغت الحواجز الزمانية وقربت المسافات كما مكنت الفرد من التفاعل مع مختلف الاحداث، كمت تتميز بالسرعة الفائقة في نقل المعلومات والاخبار مدعمة ذلك بالفيديوهات والصور الحية.

ومن بين أهم هذه المنصات الرقمية التي تستخدم بشكل كبير، وأكثرها يبرز موقع فيسبوك Facebook الذي لا يقتصر على تبادل المعارف وتكوين الصداقات فقط بل تنوعت مجالات استخدامه واتسعت لتشمل مختلف مناحي القضايا الاجتماعية اذ ساهم في نشر العمل التطوعي والخيري عبر صفحاته ومن خلال المؤسسات والجمعيات الخيرية التي تتخذ منه منبرا للوصول الى أكبر شريحة ممكنة من خلال البحث على التكافل والتآزر الاجتماعي ومساعدة المحتاجين ، كما يساهم في عملية التنمية ، ومن أهم هذه الجمعيات الخيرية التي تركت صدى في الساحة الوطنية نجد جمعية أيادي الخير –أولاد ابراهيم- الناشطة في ولاية برج بوعريج .

ومن خلال هذا الطرح تهدف هذه الدراسة لمعالجة الإشكالية التالية: ما مدى مساهمة موقع الفيسبوك في تعزيز العمل التطوعي من وجهة نظر متابعي صفحة جمعية أيادي الخير –أولاد ابراهيم-؟

يندرج تحت هذا التساؤل الرئيسي عدة تساؤلات فرعية نذكرها فيما يلي:

- ماهي دوافع وأسباب استخدام المبحوثين لصفحة جمعية أيادي الخير على موقع الفيسبوك؟
- ما طبيعة العمل التطوعي عبر الفيسبوك حسب متابعي صفحة جمعية أيادي الخير؟

- هل عزز موقع الفيسبوك من العمل التطوعي لدى

المبحوثين من متابعي صفحة جمعية أيادي الخير؟
وللإجابة على التساؤل الرئيسي والتساؤلات الفرعية قسمت الدراسة إلى ثلاث جوانب: جانب منهجي، وجانب نظري، والآخر يخص التطبيقي الذي شمل الدراسة الميدانية، كما احتوت الدراسة على ثلاث محاور:

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام المبحوثين لموقع الفيسبوك.

المحور الثاني: العمل التطوعي عبر موقع الفيسبوك لصفحة جمعية أيادي الخير.

المحور الثالث: مساهمة صفحة جمعية أيادي الخير في تعزيز العمل التطوعي لدى متابعيها.

2-أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة المعنونة بمساهمة الوسائط الاتصالية الجديدة في تعزيز العمل التطوعي من خلال دراسة استطلاعية على عينة من متابعي صفحة جمعية أيادي الخير في أهمية الموضوع كونه يعالج الدور الفعال الذي تلعبه صفحات الجمعيات الخيرية في دعم الأنشطة التطوعية والتي لاقت رواجاً كبيراً في الآونة الأخيرة من حيث تفاعل الافراد مع مضامين وأنشطة هذه الجمعيات التي تحث على مساعدة المحتاجين والقيام بحملات التنظيف التي تصب في خدمة الصالح العام ، كذلك تبرز أهمية الدراسة في دور موقع الفيسبوك باعتباره حامل لهذه الرسائل ذات القيم الإنسانية والاجتماعية التي تحفز على تضافر جهود الافراد لخدمة الإنسانية.

3-أهداف الدراسة:

نهدف من خلال هذه الدراسة إلى:

- ✓ الكشف عن دوافع وأسباب استخدام الأفراد لصفحة جمعية أيادي الخير على الفيسبوك.
- ✓ الكشف عن طبيعة العمل التطوعي لصفحة جمعية أيادي الخير على موقع الفيسبوك.
- ✓ التقصي على مساهمة موقع الفيسبوك في تعزيز العمل التطوعي من خلال صفحة جمعية أيادي الخير عند متابعيها.

4- مفاهيم الدراسة:

مفهوم الوسائط الاتصالية الجديدة:

تشمل مجموعة واسعة من التقنيات الحديثة والمنصات والشبكات التي ظهرت مع التطور المذهل لتكنولوجيات الاعلام والاتصال والتي تمكن الافراد من التواصل ونشر المعلومات والاخبار بسرعة وسهولة أكبر مما كان متاحا في السابق، وتشمل هذه الوسائط على سبيل المثال: منصات التواصل الاجتماعي: مثل تطبيق فيسبوك، تويتر، تيك توك، انستغرام والتي تتيح وتسمح بالاتصال الاجتماعي ومشاركة المحتوى مع شبكات الأصدقاء والجمهور بشكل واسع، كما يطلق على هذا النمط الاتصالي الجديد بالاعلام الرقمي Digital Media وهو "النشر الحر على شبكة الانترنت بإنتاج الفيديو الرقمي وإعادة توزيعه عبر الشبكة العنكبوتية، حيث يتيح التواصل الفوري بالعوالم الافتراضية لملايين المستخدمين عبر العالم، وهو انتاج محتوى من صنع المستخدم دون شروط مهنية أو معايير وبثه عبر وسائط متعددة التي تمكن من مشاركة الفرد في المضمون الإعلامي.(رضا، 2015)

ومن أهم ميزات الوسائط الاتصالية الجديدة:

- التفاعلية: حيث يكون هناك تبادل للأدوار بين المرسل والمستقبل، وتكون ممارسة الاتصال ثنائية الاتجاه.
 - الكونية: إذ أصبحت البيئة الرقمية للاتصال بيئة عالمية، تتخطى حاجز الزمان والمكان.
 - اندماج الوسائط: في الفضاءات الرقمية يتم استخدام كل أدوات اتصال مثل النصوص، والصوت، والصور المتحركة، والرسوم البيانية ثلاثية الابعاد.
 - التخزين والحفظ: حيث يسهل علة مستخدم هذه الوسائط تخزين وحفظ الرسائل واسترجاعها في الوقت الذي يريده.
 - اللاتزامنية: وهي إمكانية تفاعل الفرد مع العملية الاتصالية في الزمن المناسب سواء كان مرسلا أو متلقيا للرسالة الاتصالية. (عباس، 2008، ص123)
- اجرائيا: هي مختلف الشبكات والمنصات الرقمية الموجودة عبر شبكة الانترنت، والتي تسمح لمستخدميها بالمشاركة والتفاعل مع الأنشطة والاعمال الخيرية.
- الفيسبوك:

يعد من أهم الوسائط الاتصالية الجديدة التي أتاحها الميديا الجديدة، و أكثرها شهرة واستخداما على الشبكة العنكبوتية، حيث يمكن عن طريقه تكوين معارف وصداقات جديدة، أو الانضمام إلى مجموعات مختلفة عبر شبكة الويب، كما يمكن لكل المشتركين في التطبيق أن يضيفوا أصدقاء أو زملاء لصفحاتهم، وهو تطبيق مجاني لجميع المستخدمين، فضلا على أنه يمكن المستخدمين من إنشاء بروفایل (profile) خاص بهم يتضمن صورا وفيديوهات واهتمامات شخصية، وتبادل الرسائل، (محمود، 2015) وقد تم تأسيسه سنة 2003 من طرف الأمريكي مارك زوكربيرج، حيث كان طالبا في جامعة هارفارد، وكان الموقع في البداية فضاء للطلبة في الجامعة فقط، ثم أصبح متاحا للجميع ويوجد في الجزائر لوحدها أكثر من 27 مليون مستخدم لموقع الفيسبوك

اجرائيا: منصة رقمية افتراضية تمثل أهم الوسائط الاتصالية الجديدة المتاحة عبر شبكة الانترنت، يستخدمها الشباب قصد المشاركة والتفاعل مع مختلف المضامين السياسية المنشورة

مفهوم العمل التطوعي:

يشكل التطوع قيم العطاء في سبيل الغير، ويرتبط بالإحساس في الانتماء إلى جماعة (وحدة الحي، حزب، مؤسسة، جمعية) أو إلى المجتمع أو إلى الوطن أو إلى الإنسانية جمعاء، وهو إسهام الفرد أو الجماعة في إنجاز أنشطة خارج نطاق أعمالهم التي يتقاضون عليها أجرا، وتعود بالخير والنفع على مجتمعهم، وتشعرهم بالرضا، وذلك بكل رغبة وطوعية وتلقائية.

ويعرف كذلك على أنه "الفعل الاجتماعي والاقتصادي الذي يقوم به الأشخاص، والتجمعات الأهلية ذات النفع العام دون عائد مادي مباشر للقائمين عليه، ويكون بشكل اختياري من خلال المشاركة في تقديم خدمات وإعانات تطوعية تسهم في التقليل من المشكلات" (مدحت، 2015، ص89)، كما حث الدين الإسلامي على العمل التطوعي من خلال مآخذ التكافل الاجتماعي والتراحم والتعاون بين المسلمين حيث يقول الله عز وجل: "ولا تستوي الحسنة ولا السيئة ادفع بالتي هي أحسن"، ويقول أيضا "وأتي المال على حبه ذوي القربى واليتامى والمساكين وابن السبيل والسائلين"، وهذا ما يجعل الإسلام يعطي رؤية متكاملة حول العمل التطوعي.

صفحة جمعية أيادي الخير في الفترة الممتدة من 07 سبتمبر إلى غاية 17 سبتمبر 2024، قام الباحثين باختيار عينة قصدية قدرت ب 124 مفردة.

7-أداة الدراسة:

بالنظر لطبيعة الدراسة المتمثلة في مساهمة الوسائط الاتصالية الجديدة في تعزيز العمل التطوعي -دراسة على عينة من متابعي صفحة جمعية أيادي الخير- استلزم منا توظيف أداة الاستمارة الاستبائية الالكترونية الذي مكنت الباحثين للوصول إلى عينات من مجتمعات افتراضية ضمن البيئة الرقمية (غري، 2023، ص 23) وتم تقسيم الاستمارة الالكترونية في هذه الدراسة الى ثلاث محاور.

8-عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية:

الجدول(1): توزيع المبحوثين حسب الجنس

النسبة %	التكرار	
57.87	73	ذكر
41.13	51	انثى
100	124	المجموع

المصدر: اعداد الباحثين

يتبين من خلال الجدول أعلاه أن نسبة المبحوثين من جنس الذكور يفوق نسبة الاناث حيث بلغت نسبة الذكور 57.87%، في حين كانت نسبة الاناث في حدود 41.13%، ويعود هذا إلى خصوصية جنس الذكور الذي يميل أساسا الى الاهتمام بالعمل التطوعي الذي يتطلب منهم النزول الى الميدان والقيام بأعمال خيرية وغيرها.

الجدول 2: يمثل توزيع المبحوثين حسب متغير السن

النسبة %	التكرار	
37.10	46	25-18 سنة
49.20	61	33-26 سنة
13.70	17	34 سنة فما فوق
100	124	المجموع

المصدر: اعداد الباحثين

يتبين من خلال قراءة الجدول رقم(2) الخاص بتوزيع مفردات العينة محل الدراسة حسب متغير السن أن: النسبة الأكبر كانت من نصيب الفئة العمرية الثانية من 33-26 سنة وهذا بنسبة قدرت ب 49.20%، ثم حلت الفئة الاولى من 25-18 سنة في المرتبة الثانية بنسبة تقدر ب 37.10%، أما ثالثا فنجد الفئة العمرية الثالثة 34 سنة فما فوق بنسبة 13.70%.

الجدول 3: يمثل ترتيب المواقع الأكثر استخداما لدى

المبحوثين

اجرائيا: هي مجمل الجهود التي يبذلها الفرد أو الجمعيات طوعية من أجل خدمة المحتاجين، وتقديم تبرعات دون انتظار مقابل مادي جراء هذه الأنشطة.

جمعية أيادي الخير-أولاد ابراهيم-برج بوعرريج-

جمعية خيرية تقوم بأنشطة وأعمال تطوعية مقرها ببلدية أولاد ابراهيم ولاية برج بوعرريج، أنشأت صفحتها عبر موقع الفيسبوك في 8 جويلية سنة 2020، ينشط فيها أطباء وأساتذة من مختلف الأطوار إضافة الى طلبة جامعيون، تهدف إلى زرع روح التعاون والتضامن بين وسائط المجتمع ونقل المرضى واليتامى، شعارها «معا لنرتقي إلى الأفضل» يشرف على الجمعية السيد: حسام سعدودي، تملك صفحة الجمعية أكثر من 13 عشر ألف متابع، رابط الصفحة <https://www.facebook.com/ayedi.elkhaire>

5-منهج الدراسة

تنتمي هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، التي تهدف بالأساس الى شرح الاحداث والوقائع المختلفة، وكذا تفسيرها للوصول إلى استنتاجات منطقية تزيل الغموض الذي يكتنف الظاهرة محل الدراسة(عبد الحميد، 1992) وفرضت علينا منهجية الدراسة استخدام المنهج الوصفي المسحي الذي يعد من المناهج الرئيسية لدراسة جمهور وسائل الاعلام في إطارها الوصفي أو التحليلي، بحيث يسمح للباحث دراسة عدد كبير من المتغيرات في وقت واحد كما يساعد على التعبير الكمي للظواهر وتناولها احصائيا، وبالتالي إمكانية اختبار الفروض قصد الوصول إلى نتائج موضوعية(بدر، 1997).

6-مجتمع الدراسة:

يشمل مجموعة العناصر التي تشترك في خاصية أو عدة خصائص تميزها عن باقي العناصر الأخرى والتي تجري عليها الدراسة، فالمجتمع يعتبر شمول كافة الوحدات التي نحن بصدد البحث عنها (وفقي السيد، 2008، ص 85)، وتمثل مجتمع الدراسة في جميع مستخدمي الفايسبوك الذين يتابعون صفحة جمعية أيادي الخير.

عينة الدراسة:

إن العينة هي اختيار عدد محدود من مجموعة أكبر أي مجتمع الدراسة، لتصبح أساسا للتقدير أو التنبؤ بنتيجة غير معروفة في المجموعات الأكبر (فاضل راضي، 2023)، ونظرا لضخامة مجتمع دراستنا، وعدم الوصول الى كافة متابعي

الى ان الخوارزميات المرتبطة بهذه المواقع تعرض محتوى يثير اهتمام المستخدمين تجدهم للبقاء على المنصة لفترة أطول.

الجدول 5: يمثل الوسيلة المستخدمة لدى أفراد العينة

لمتابعة موقع فيسبوك

النسبة %	التكرار	
79.84	99	الهاتف الذكي
04.03	05	اللوحات الالكترونية
16.13	20	الحاسوب المحمول
100	124	المجموع

المصدر: اعداد الباحثين

يتبين من خلال الجدول أعلاه أن اغلبية المبحوثين يستخدمون الهواتف الذكية في تصفح موقع فيسبوك وهذا بنسبة 79.84%، في حين يفضل 16.13% استخدام الحاسوب المحمول، أما 4.03% من المبحوثين يفضلون استخدام اللوحات الالكترونية في تصفح الموقع.

الجدول 6: يوضح منذ متى يتابع أفراد العينة لصفحة

جمعية أيادي الخير-برج بوعريج-

النسبة %	التكرار	
34.68	43	أقل من سنة
45.97	57	من سنة إلى سنتين
19.35	24	أكثر من ثلاث سنوات
100	124	المجموع

المصدر: اعداد الباحثين

يتضح من خلال الجدول 6 ان نسبة 45.97% من المبحوثين يتابعون صفحة جمعية أيادي الخير منذ سنتين على الأقل، في حين أن 34.68% يتابعون الصفحة منذ اقل من سنة فقط، أما 19.35% من افراد العينة يتابعون صفحة الجمعية منذ أكثر من ثلاث سنوات أي منذ انشاء الصفحة تقريبا.

الجدول 7: يوضح طريقة تعرف المبحوثين على صفحة

جمعية أيادي الخير-برج بوعريج-

النسبة %	التكرار	
93.41	52	عن طريق صديق
68.34	43	أثناء ممارسة الجمعية لنشاط خيري
39.23	29	مشاهدة إظهار لصفحة الجمعية في مواقع التواصل
100	124	المجموع

النسبة %	التكرار	
55.65	69	فيسبوك
13.71	17	يوتيوب
17.74	22	انستغرام
10.48	13	تيك توك
2.42	03	أخرى
100	124	المجموع

المصدر: اعداد الباحثين

من خلال قراءة الجدول رقم 3: يتضح أن أغلب أفراد العينة يفضلون استخدام تطبيق الفيسبوك Facebook بنسبة قدرت ب 55.65%، يليها من حيث الأفضلية تطبيق انستغرام بنسبة قدرت ب 17.74%، ثم يأتي موقع اليوتيوب YouTube بنسبة 13.71%، ليأتي موقع تيك توك بنسبة قدرت ب 10.48 .

حيث يعد الفيسبوك من أكثر منصات التشبيك الاجتماعي رواجاً وانتشاراً في أوساط الشباب الجزائري لما يحققه من ميزات يتمتع بها، إذ أنه يمثل أداة لتسهيل التواصل الاجتماعي للأشخاص الذين يجدون صعوبة في تكوين العلاقات الاجتماعية مع الآخرين، كما يستخدم لأغراض تعليمية أو سياسية، إضافة للأعمال الخيرية.

الجدول 4: يمثل مدة تعرض المبحوثين لموقع فيسبوك

النسبة %	التكرار	
12.10	15	أقل من ساعة
30.64	38	من ساعة إلى ثلاث ساعات
57.26	71	أكثر من ثلاث ساعات
100	124	المجموع

المصدر: اعداد الباحثين

يتبين من خلال الجدول رقم (4) أن أغلبية أفراد العينة محل الدراسة يستخدمون موقع الفيسبوك لأكثر من 3 ساعات بنسبة 57.26%، أما نسبة المبحوثين الذين يستخدمون الموقع من ساعة إلى 3 ساعات فقدت ب 30.64%، في حين نجد أن نسبة المبحوثين الذين يتعرضون لموقع فيسبوك لمدة أقل من ساعة كانت في حدود 12.10%، ويرجع هذا التفاوت في النسب وارتفاع نسبة استخدامه لأكثر من ثلاث ساعات يوميا باعتبار ان مواقع التواصل الاجتماعي وبالتحديد موقع الفيسبوك يساعد الافراد في البقاء على اتصال دائم مع الأصدقاء وهذا ما يدفعهم لقضاء وقت أطول عليه، إضافة

المصدر: اعداد الباحثين

يتجلى لنا من خلال الجدول أعلاه أن غالبية أفراد العينة يتفاعلون مع منشورات الصفحة بصفة دائمة بنسبة 63.71%، حين بلغت نسبة المبحوثين الذين يتفاعلون أحيانا مع المنشورات 31.45%، أما المبحوثين الذين أجابوا بنادرا فقدرت بنسبة 4.84%.

وبدل تفاعل الغالبية من الافراد بصفة دائمة مع منشورات الصفحة على وجود قاعدة جماهيرية نشطة ومهمة بالمضمون الذي تقدمه جمعية أيادي الخير، هذا التفاعل المستمر يعكس نجاح الجمعية في جذب اهتمام متابعيها.

الجدول 10: يوضح الوسائط المتعددة الأكثر جذبا

للمبحوثين على صفحة جمعية أيادي الخير

النسبة %	التكرار	
52.42	65	الصور
17.74	22	الفيديوهات
29.84	37	النصوص
100	124	المجموع

المصدر: اعداد الباحثين

يتضح من خلال الجدول 10 أن النسبة الأكبر من المبحوثين يفضلون الصور المنشورة بنسبة 52.42% أي ما يعادل 65 مفردة، وهذا ما يدل على ان الصورة ابغ في التعبير من الكلمة لجذب الانتباه، في حين بلغت نسبة الفيديوهات 17.74%، ويرجع هذا الى قلة النشر عن طريق الفيديوهات في الصفحة، أما 29.84 % من اجمالي عينة الدراسة اجابوا على أهمية النص المكتوب الذي يرويه يحمل رسائل غنية بالمعلومات. ويؤكد الجدول على أهمية المحتوى البصري من خلال الاستخدام المكثف للصور لجذب انتباه الافراد بنشاطات الجمعية.

الجدول 11: يمثل نوع تفاعل المبحوثين مع منشورات

صفحة جمعية أيادي الخير

النسبة %	التكرار	
65.32	81	الإعجاب
12.90	16	التعليق
21.78	27	المشاركة
100	124	المجموع

المصدر: اعداد الباحثين

يتبين من خلال الجدول اعلاه أن غالبية المبحوثين بنسبة 65.32%، يفضلون التفاعل عن طريق الاعجاب بمنشورات صفحة جمعية أيادي الخير على الفيسبوك،

المصدر: اعداد الباحثين

من خلال قراءة الجدول 7 يتضح أن 41.93% من المبحوثين تعرفوا على صفحة الجمعية عن طريق أصدقاءهم، وهذا ما يعكس أهمية الاتصال الاجتماعي والعلاقات الشخصية في جذب المهتمين، أما 34.68% علموا بنشاطات الصفحة وهذا خلال ممارسة الجمعية لنشاط خيري، ويؤكد هذا ان الأنشطة التطوعية في الميدان تلعب دورا كبيرا في جذب انتباه الأشخاص، في حين مثلت النسبة الأقل من اجمالي المبحوثين 23.39% الذين تعرفوا على الصفحة من خلال مشاهدة اشهار صفحة الجمعية في مواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول 8: يوضح دو افع متابعة المبحوثين لصفحة

جمعية أيادي الخير- برج بوعرريج-

النسبة %	التكرار	
31.45	39	لأن الصفحة لها متابعة واسعة
29.03	36	نوعية النشاطات التطوعية للجمعية
39.52	49	بسبب الافراد الفاعلين في الجمعية
100	124	المجموع

المصدر: اعداد الباحثين

يكشف الجدول أعلاه ان النسبة الأكبر من المبحوثين يتابعون صفحة جمعية أيادي الخير بسبب الافراد الفاعلين في الجمعية وهذا بنسبة 39.45% ، حيث ان السمعة الإيجابية للأفراد الفاعلين في الجمعية والذين يتقلدون مناصب أساتذة وبعضهم أطباء دفعت المبحوثين للاهتمام بنشاطات الصفحة، أما نسبة 31.45% من المبحوثين كان دافعهم الأساسي باعتبار أن الصفحة تمتلك شعبية واسعة في مواقع التواصل الاجتماعي فوجود عدد كبير من المتابعين يعزز من مصداقية الجمعية، في حين يرى 36 مفردة أي 29.03% ان السبب الرئيسي لمتابعة أنشطة الجمعية كان بفعل نوعية النشاطات التطوعية للجمعية والتي حفزتهم على الاطلاع عليها ومتابعتها.

الجدول رقم 09: يمثل تفاعل أفراد العينة مع منشورات

صفحة جمعية أيادي الخير

النسبة %	التكرار	
63.71	79	دائما
31.45	39	أحيانا
4.84	06	نادرا
100	124	المجموع

القيام بحملات تنظيف الشوارع والمقابر، وكانت إجابة 15.19% بزيارتهم المرضى في المستشفيات أما 8.86% فشاركوا بنشاطات تطوعية مختلفة منها مساعدة الفقراء باللبسة والمواد الغذائية.

الجدول 14: يوضح تقييم أفراد العينة للأنشطة

التطوعية لجمعية أيادي الخير

النسبة %	التكرار	
94.35	117	فعال
5.65	07	غير فعال
100	124	المجموع

المصدر: اعداد الباحثين

يتبين من خلال الجدول 14 أن نسبة كبيرة جدا من المبحوثين بنسبة 94.35% يعتبرون أن الأنشطة التطوعية لجمعية أيادي الخير فعالة، وهذا ما يعكس جهود الجمعية في تحقيق أهدافها الملموسة، ويعزز من مصداقيتها، في حين يرى 07 من أصل 124 مفردة أي 5.65% أن أنشطة الجمعية لم تكن فعالة.

9-استخلاص نتائج الدراسة الميدانية:

بعد عملية تفريغ البيانات وتحليل الجداول تم استخلاص جملة من النتائج أهمها:

- كشفت الدراسة على أن غالبية المبحوثين يستخدمون موقع الفيسبوك بنسبة (51.82%) مقارنة بباقي المنصات والمواقع الأخرى، وهذا راجع لكونه يتيح للمستخدمين خدمات مميزة،
- أشارت الدراسة على أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون موقع الفيسبوك بنسبة (61.82%) لأكثر من ثلاث ساعات يوميا.
- بينت الدراسة أن معظم أفراد العينة يستخدمون الهواتف الذكية في تصفحهم ومتابعة موقع الفيسبوك وهذا بنسبة (79.84%).
- أن (45.97%) من المبحوثين يتابعون صفحة جمعية أيادي الخير منذ سنتين على الأقل.
- بينت الدراسة على أن 41.93% من المبحوثين علموا بالصفحة عن طريق أصدقائهم، الامر الذي يؤكد على أهمية الاتصال الاجتماعي والعلاقات الشخصية في جذب الافراد.

مما يدل على أن الكثير من المبحوثين يفضلون التعبير عن تأييدهم للمحتوى عبر الإعجاب بدلا من التفاعل بشكل أكثر تعمقا، في حين أن 21.78% من المبحوثين قاموا بمشاركة المحتوى، مما يعني أنهم يرون قيمة في نشره بين أصدقائهم هذه النسبة تشير إلى اهتمام كبير بالمحتوى وقدرة الوصول إلى جمهور أوسع، أما 12.90% من أفراد العينة يفضلون التفاعل بطريقة أكثر تفصيلا من خلال التعليق الذي يتيح لهم تقديم آراءهم مما يعكس تفاعلا عميقا مع منشورات صفحة جمعية أيادي الخير-برج بوعريج-

ومنه نستنتج أن التفاعل عن طريق الاعجاب هو الأكثر شيوعا لدى متابعي صفحة الجمعية، مما يشير إلى تأييدهم العام للمنشورات دون الحاجة للتفاعل العميق.

الجدول 12: يوضح ما إذا كان المبحوثين شاركوا في

أنشطة تطوعية من خلال صفحة جمعية أيادي الخير

النسبة %	التكرار	
71.63	79	نعم
29.36	45	لا
100	124	المجموع

المصدر: اعداد الباحثين

يشير الجدول رقم (12) أن غالبية المبحوثين شاركوا في أنشطة تطوعية وأعمال خيرية بنسبة بلغت 63.71%، ما يعادل 79 مفردة من أصل 124، في حين ان الافراد الذين أجابوا ب (لا) قدرت نسبتهم ب 36.29%.

وتدل نسبة المشاركة المرتفعة على المؤشر الإيجابي في نجاح الجمعية على حث الافراد وتحفيزهم على الاعمال التطوعية، ووجود رغبة المشاركة من طرف المبحوثين.

الجدول 13: يوضح نوع الأنشطة التطوعية الخيرية الذي

قام بها أفراد العينة

النسبة %	التكرار	
43.04	34	التبرع بالمال
32.91	26	القيام بحملات التنظيف والغرس
15.19	12	زيارة المرضى
8.86	07	أخرى
100	79	المجموع

المصدر: اعداد الباحثين

توضح بيانات الجدول رقم 13 أن معظم افراد العينة شاركوا في العمل التطوعي من خلال التبرع بالمال وهذا بنسبة 43.04%، في حين ان 32.91% من المبحوثين شاركوا من خلال

- يرى 39.52% من المبحوثين أن دافعهم الأساسي لمتابعة صفحة جمعية أيادي الخير كان بسبب الافراد الفاعلين في الجمعية.
 - أظهرت الدراسة بأن أغلبية أفراد العينة يتفاعلون مع منشورات صفحة جمعية أيادي الخير بصفة دائمة وهذا بنسبة (63.71%).
 - يفضل (52.42%) من المبحوثين مشاهدة صور النشاطات التطوعية التي تقوم بها جمعية أيادي الخير.
 - بينت الدراسة أن غالبية المبحوثين بنسبة 65.32%، يفضلون التفاعل عن طريق الاعجاب بمنشورات صفحة جمعية أيادي الخير.
 - كشفت الدراسة أن غالبية المبحوثين أجابوا بنعم وشاركوا في أنشطة تطوعية وأعمال خيرية بنسبة بلغت 63.71%.
 - أن النسبة الأكبر من أفراد العينة بنسبة بلغت (94.35%) يرون أن العمل التطوعي لجمعية أيادي الخير كان فعالا وهذا ما يعزز من مصداقية الجمعية.
- 10-الاقتراحات والتوصيات:**
- من أجل تجسيد مساهمة الوسائط الاتصالية الجديدة في تعزيز وتنمية العمل التطوعي من خلال الصفحات الخيرية التي تنشط في الساحة الوطنية وبناءا على ما توصلت اليه الدراسة ندرج بعض التوصيات التي يجب على الفاعلين في المجتمع أخذها بعين الاعتبار:
 - يجب الاستثمار في مختلف منصات التواصل الاجتماعي من أجل الترويج على أهمية العمل التطوعي وأثاره القيمية على المجتمع.
 - حث رجال الاعمال على أن يكونوا فاعلين في هذه الجمعيات الخيرية من أجل تقديم التبرعات والمساعدات المالية.

- إعداد برامج تدريبية للأفراد عن كيفية استخدام المنصات الرقمية في نشر ثقافة العمل التطوعي.
 - توسيع نطاق عمل الجمعيات الخيرية ونشرها عبر مختلف المواقع للوصول إلى أكبر شريحة ممكنة من الافراد
 - توسيع خاصية نشر المضامين من صفحات الجمعيات والمؤسسات الخيرية إلى صفحات أخرى.
- خاتمة:**
- لقد حاولنا في هذه الدراسة معرفة اسهام الوسائط الاتصالية الجديدة في تفعيل العمل التطوعي الخيري من خلال صفحات الفيسبوك التي يركز عليها الجمعيات التي تهدف من خلالها الى التعريف بنشاطات الجمعية ووصولها الى نطاق واسع، إذ توصلنا الى أن موقع الفيسبوك قد نجح في تجسيد ثقافة الكترونية أكثر من الواقع نتيجة انتشاره وسهولة التسجيل به، حيث سهلت عملية التواصل بين أفراد المجتمع في تعزيز روح التضامن، مما يؤدي الى تفعيل العمل التطوعي وزيادة الاسهام والانخراط في العمل الجمعوي.

قائمة المراجع:

1. أمين رضا، الاعلام الجديد، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2015، ص 123.
2. مصطفى محمود عباس، الاعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
3. حسين محمود، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص 45.
4. مدحت محمد أبو النصر، العمل التطوعي في الوطن العربي، رؤية مستقبلية للتطوير، 2015. ص 89.
5. أحمد بدر. مناهج البحث في الاتصال والرأي العام والاعلام الدولي. دار قباء. مصر، 1997.
6. محمد عبد الحميد. بحوث / الصحافة. عالم الكتب. القاهرة، 2012. ص 168.
7. وفقى السيد الامام، البحث العلمي، المكتبة المصرية للنشر والتوزيع، مصر، 2008، ص 85.
8. وسام فاضل راضي، العينات في بحوث الاعلام، مكتب سنتر العلوم، بغداد، 2023.
9. غربي صباح ومحمد تيشوش، الاستبيان الالكتروني كأداة لجمع البيانات، مجتمع الحوار الثقافي، المجلد 11، ال عدد3، 2023، ص 41.