

Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche
Scientifique
Université Akli Mohand Oulhaj - Bouira -
Faculté Des Sciences Sociales et Humaines
Département des médias et des sciences de la
Communication



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة أكلي محند أولحاج - البويرة -
كلية العلوم الاجتماعية والانسانية
قسم علوم الإعلام والاتصال

التسويق الاجتماعي للعمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي
قراءة في صفحات الفايسبوك لبعض الجمعيات الخيرية
" جمعية كافل اليتيم فرع البويرة " نموذجاً

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام و الاتصال
تخصص إتصال و علاقات عامة

إشراف الأستاذة:

- مليكة جورديخ

إعداد الطالبات:

- أسيا لكحيله

- شهرزاد حمدي

- سهام محرز

لجنة المناقشة:

-

-

-



الإهداء

الحمد لله الذي باسمه نعتصم وبحوله نستوعض وببركاته نهتدي، سبحانك اللهم وبحمدك تبارك إسمك يا ذا الجلال والاكرام لا إله غيرك، يا ملهم الصواب وولي الهداية والتوفيق، اللهم لك ولرسولك الكريم الذي أنار لنا الطريق بنورك، أما بعد:

أهدي ثمرة جهدي التي طالما تمنيت إهدائها وتقديمتها في أحلى طبق الى ينبوع العطاء الذي زرع في نفسي الطموح والمثابرة، إلى نبع الحنان الذي لا ينضب، إلى التي وهبت فلذة كبدها كل ما تمت في الحياة وكانت سندي في الشدائد وأصعب الظروف، فكانت دعواتها لي بالتوفيق تتبني خطوة بخطوة لترسو بي في بر الأمان، إلى من إرتحت كلما تذكرت ابتسامتها في وجهي، أمي الغالية... أدامك الله قرة عين لي.

الى سندي، قائدي وقودتي إلى مرشدي الذي به احتميت وفي الحياة به اقتديت والذي شق لي بحر العلم و التعلم إلى من احترقت شموعه ليضيء لنا درب النجاح، ركيزة عمري وكبريائي وكرامتي ابي الغالي لو شكرته دهرا لم ولن اوفيه حقه أطال الله في عمره.

الى من ساندي وخطى معي خطواتي، ويسرى لي الصعاب زوجي العزيز الذي كان خير عون في مسيرتي، و وقوفي اليوم في هذا المكان ماكان ليحدث لولا تشجيعه المستمر لي حفظك الله وادامك لي في هذه الحياة. الى من أضأء و الي الطريق وساندوني وأثروني على أنفسهم بعطائهم ودعمهم وحبهم لي، يحملون في عيونهم ذكريات طفولتي وشبابي إلى من قاسموني حلو الحياة ومرها، تحت السقف الواحد اخوتي "زكريا - بلال" واخواتي و اولادهم حفظهم الله ورعاهم...

إلى أستاذتي جورديخ مليكة وأهل الفضل علي التي غمرتني بالحب و التقدير والنصيحة و التوجيه والارشاد الى كل هؤلاء اهديهم هذا العمل المتواضع، سائلة الله العلي التقدير أن ينفعني به و يمدني بتوفيقه.

أسيا



الإهداء

أولاً أحمد الله وأشكره على توفيقه في إنجاز هذا العمل المتواضع أهدي هذا العمل،
إلى أعز ما أملك في الوجود الوالدين الكريمين وإلى التي أعطت ولم تدخر التي جاءت ولم
تبخل إلى التي عانت ولم تياس إلى سر الوجدان منبع العطف والحنان... أمي الغالية.
إلى أبي من علمي معني الكفاح والنضال وكان قوتي في الحياة والذي يفني عمره وجهد نفسه
من أجل تربيتي وتعليمي ، أبي العزيز... أحبك.
إلى الذين شاركوني حبل الوريد وتقاسمو معي لبن انسان حبيب اخوتي سفيان، نور الدين ،
حكيم امين .
كما لا انسى زوجة أخي نجاة ... و زوجي الكريم الذي ساندني طوال حياتي أطال الله في عمره
أحبك...

كما لا أنساها عائلة زوجي حفظهم الله.

وأشكر أستاذتي التي كانت مشرفة لي جورديخ مليكة شكرا جزيلا ...
وإلى روح حالاتي الطاهرة رحمهم الله واسكنهم فسيح جناته... فضيلة
بهية ...
ولا أنسي خالاتي وردة ، نوال ، نجاة ، حياة ، ليلى ، زكية ... وشكرا.



سهام



الإهداء

الحمد لله الذي اعاننا بالعلم و اكرمنا بالتقوى. في جميع مراحل الحياة يوجد اناس يستحقون منا الشكر والاهداء على كل المساندات و النصائح ساقدم اهدائي المتواضع الذي ليس لي غير الكلام لكي اعبر عن مدى امتناني لكل شخص سأذكره له مكانة خاصة في قلبي. أهدي هذا العمل المتواضع الى من بلغ الرسالة و وحد الامانة ونصح الأمة الى نبي الرحمة ونور العالمين سيدنا محمد صلى الله عليه و سلم الى روضة الحب والحنان وجنة الامان أُمي الحبيبة

ألى من علمني العطاء الى من أحمل اسمه بكل حب وافتخار أولاً سأقدم اهدائي ونجاحي الى اعز واغلى. شخص في حياتي الى من الحب بلا حدود و ودفعني الحياة بلا قيود الى من صبر و تحمل كل الصعاب أهدي لك هذا العمل وهو ثمرة تعبك وتربيتك ابي الغالي ادامه الله لنا واطال في عمره وحفظه الله لنا .

إلى الذين قاسموني حب الوالدان الكريمان اخوتي الاعزاء محمد امين

شريف أيمن ايمن ساجدة حفظهم الله لي.

الى كل من علمني حرفا و اسدي خدمة او قدم لي النصيحة اقاربي

كما لا انسى عمي السعيد لطالما قدم لي النصائح ولا انسى جدتي

العزيزة حفظها الله واطال الله في عمرها .

كما اتقدم بالشكر الجزيل الى يوسف سعدي الذي ساندني طوال

مشواري الدراسي الجامعي كما لا انسى طبعاً الاستاذة الكريمة

البشوشة جورديخ مليكة واقدم لها الشكر الجزيل.



شهرآزاد



شكر وقتك

الحمد لك ربي حتى ترضى، و الحمد لك إذا رضيت، و الحمد لك بعد الرضى،
فالحمد و الشكر لله الذي يسر أمرنا و منحنا الرشد و الثبات لإتمام هذا العمل.
جميل أن يكون الإنسان على عتبة التتويج، و الأجل أن يجد أشخاصا ساعدوه
في بناء معارفه، فلا يجد ما يقدمه لهم سوى كلمات الشكر و التقدير.

لهذا نتوجه بجزيل الشكر و الامتنان للأستاذة المشرفة " جورديخ مليكة " على
قبولها الإشراف على هذا العمل و على كل التوجيهات و النصائح التي قدمتها لنا.

كما نتقدم بالشكر و التقدير إلى الأساتذة الكرام أعضاء لجنة المناقشة على
تفضلهم بالموافقة على مناقشة هذه المذكرة، و تحملهم عناء قراءتها و إثراءها
بانتقاداتهم البناءة، جزاهم الله عنا خير الجزاء.

و يقضي منا واجب العرفان بالجميل، و قد فرغنا من إنجاز هذا العمل، أن
نعرب عن عظيم تقديرنا و امتناننا لكل من أسدى لنا يد العون بأي صورة و على
أي وجه كان.

خطة الدراسة



خطة الدراسة:

مقدمة.

الجانب المنهجي للدراسة:

- 1- إشكالية الدراسة.
- 2- أسباب إختيار الموضوع.
 - 1-2- الأسباب الذاتية.
 - 2-2- الأسباب الموضوعية.
- 3- أهمية الدراسة.
- 4- أهداف الدراسة.
- 5- منهج الدراسة.
- 6- أدوات جمع البيانات.
- 7- مجتمع البحث و عينة الدراسة.
 - 1-7- مجتمع البحث.
 - 2-7- عينة الدراسة.

الجانب النظري للدراسة:

الباب الأول:

تمهيد.

1.التسويق الاجتماعي.

- 1.أ- مفهوم التسويق.
- 2.أ- التطور التاريخي للتسويق الاجتماعي.
- 3.أ- أسس التسويق الاجتماعي.
- 4.أ- عناصر المزيج التسويقي الاجتماعي.
- 5.أ- وظائف التسويق.
- 6.أ- أهداف التسويق الاجتماعي.

تمهيد.

11. ماهية العمل التطوعي.

- 11.أ- مفهوم العمل التطوعي.
- 11.2- دوافع و أهداف العمل التطوعي.
- 11.3- مجالات العمل التطوعي.
- 11.4- آثار العمل التطوعي.
- 11.5- وظائف التسويق.
- 11.6- معايير العمل التطوعي.

الباب الثاني:

تمهيد.

1. ماهية موقع الفايسبوك.

- 1.أ- تعريف موقع الفيسبوك.
- 2.أ- نشأة موقع الفيسبوك.
- 3.أ- مميزات و خصائص موقع الفايسبوك.
- 4.أ- مكونات موقع الفايسبوك.
- 5.أ- آلية التواصل بين أعضاء موقع الفيسبوك.

6.1- أسباب استخدام موقع الفيسبوك.

7.1- احصائيات موقع الفيسبوك.

تمهيد.

II. الجمعيات الخيرية.

1.II- تعريف العملية الخيرية.

2.II- تعريف الجمعية الخيرية.

3.II- أنواع الجمعيات الخيرية.

2.II- خصائص الجمعيات الخيرية.

الجانب التطبيقي:

1- تعريف الجمعية الخيرية " كافل اليتيم بالبويرة ".

2- كيفية تأسيس المكاتب البلدية.

3- هيكله جمعية " كافل اليتيم بالبويرة " و تنظيمها.

4- نشاطات الجمعية الخيرية " كافل اليتيم بالبويرة ".

5- الانخراط في جمعية " كافل اليتيم بالبويرة ".

6- تحليل الجداول.

7- نتائج الدراسة.

خاتمة.

قائمة المصادر و المراجع.

الملاحق.

فهرس المحتويات.

قائمة الجداول



قائمة الجداول:

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
69	جنس الفئة المستهدفة.	01
70	سن الفئة المستهدفة.	02
71	توزيع افراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي.	03
72	توزيع استخدام موقع الفيسبوك لدى أفراد العينة.	04
73	بداية استخدام فيسبوك لدى أفراد العينة.	05
74	عدد ساعات استخدام الفيسبوك لدى أفراد العينة.	06
75	أوقات التصفح في موقع الفيسبوك لدى أفراد العينة.	07
76	نوع لغة التواصل عبر الصفحة.	08
77	اراء الناس حول مفهوم العمل التطوعي.	09
78	المضامين التي تنشرها الصفحة و التي تعبر عن اهتمام المتابعين.	10
79	اراء المتابعين في نسبة نجاح الفيسبوك في استقطاب المتطوعيين لجمعية كافل اليتيم.	11
80	موافقة على ستر صور شخصية للمستفيدين.	12
81	اراء الناس حول مساهمة منشورات جمعية كافل اليتيم عبر الفيسبوك في زيادة الوعي لديهم بقيمة العمل التطوعي.	13
82	أنواع طرق تسويق العمل الخيري من طرف الجمعية.	14
83	معرفة المتابعين لجمعية كافل اليتيم بالبويرة.	15
84	الطريقة التي يفضلها المتابعين في التفاعل مع منشورات الجمعية.	16
85	اراء المتابعين من خلال متابعتهم للصفحة والعوائق التي تواجه نشاط الجمعية.	17
86	جدول يمثل اراء المتابعين حول استطاعة الجمعية تجسيد العمل الخيري.	18

قائمة الأشكال



قائمة الأشكال:

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
69	توزيع العينة حسب متغير الجنس.	01
70	توزيع العينة حسب متغير السن.	02
71	توزيع افراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي.	03
72	توزيع استخدام موقع الفيسبوك.	04
73	بداية استخدام الفيسبوك.	05
74	عدد ساعات استخدام الفيسبوك.	06
75	أوقات التصفح في موقع الفيسبوك.	07
76	نوع لغة التواصل عبر الصفحة.	08
77	اراء الناس حول مفهوم العمل التطوعي.	09
78	المضامين التي تنشرها الصفحة و التي تعبر عن اهتمام المتابعين.	10
79	اراء المتابعين في نسبة نجاح الفيسبوك في استقطاب المتطوعيين لجمعية كافل اليتيم.	11
80	موافقة على ستر صور شخصية للمستفيدين.	12
81	اراء الناس حول مساهمة منشورات جمعية كافل اليتيم عبر الفيسبوك في زيادة الوعي لديهم بقيمة العمل التطوعي.	13
82	أنواع طرق تسويق العمل الخيري من طرف الجمعية.	14
83	معرفة المتابعين لجمعية كافل اليتيم بالبويرة.	15
84	الطريقة التي يفضلها المتابعين في التفاعل مع منشورات الجمعية.	16
85	اراء المتابعين من خلال متابعتهم للصفحة والعوائق التي تواجه نشاط الجمعية.	17
86	اراء المتابعين حول استطاعة الجمعية تجسيد العمل الخيري.	18

ملخص الدراسة



المخلص:

تناولت هذه الدراسة بالتحليل و المناقشة دور الفيسبوك في تسويق العمل التطوعي ، حيث تمت معالجة المفاهيم المتعلقة بالتسويق الاجتماعي، و العمل التطوعي، كما أشارت إلى مختلف الجمعيات التي تتشط في هذا المجال، من خلال استغلال موقع الفيسبوك في النشاطات والمبادرات الخيرية التي تسعى من خلالها إلى رسم البسمة في وجوه المحتاجين .لمعرفة هذا الدور، ارتأينا في بحثنا هذا إلى دراسة صفحة " **جمعية كافل اليتيم بالبويرة** " التي تقدم خدماتها من خلال موقع الفيسبوك للوصول إلى المتبرعين و المحتاجين معا .و اعتمدنا في ذلك على المنهج الوصفي التحليلي بالتركيز على أداة الاستبيان الموزعة إلكترونيا للوصول إلى نتائج هذا النشاط الخيري للجمعية على أرض الواقع .

الكلمات المفتاحية: التسويق الاجتماعي، العمل التطوعي، الفيسبوك.

Abstract :

This study analyzed and discussed the role of Facebook in the marketing of volunteerism. Concepts related to social marketing and volunteerism were addressed. It also referred to various associations active in this field, through the use of Facebook in philanthropic activities and initiatives that seek to draw smiles in the faces of those in need. To find out about this role, we saw in our research to study the page " **KAFIL ALYATIM Bouira**", which provides its services through Facebook to reach donors and those in need together. We relied on the analytical descriptive approach by focusing on the electronically distributed questionnaire tool to arrive at the results of the Society's charitable activity on the ground.

Keywords: social marketing, volunteerism, Facebook_

Keywords : Social Marketing, Volunteering, Facebook

مقدمة



مقدمة:

إن أسمى جهود الخير هي التي تحركها دوافع تطوعية و ليس وراءها مكسب مادي أو شخصي، فالعمل التطوعي ليس عملاً يبدى ثغرة نشاط الدولة و الهيئات الاجتماعية فقط، بل إن أهميته الكبرى تكمن في تنمية الاحساس لدى المتطوع، و من تُقدم إليه الخدمة بالانتماء و الولاء للمجتمع، وكذا تقوية الترابط بين فئات المجتمع المختلفة، و يعتبر العمل التطوعي تجسيدا لمبدأ التكافل الاجتماعي و الانساني، و إن تعميق هذه الدوافع التطوعية يحتاج إلى توعية و ممارسة مستمرة كي تبقى حرارتها تسري في نسيج المجتمع، و من هنا يأتي دور وسائل التواصل الاجتماعي لما لها من قدرة على التأثير المباشر على أفراد المجتمع.

فوسائل التواصل الاجتماعي المختلفة في وقتنا الحالي سهلت عملية التواصل بين الأفراد، و الفضل في ذلك يعود إلى ميزات و خصائص وسائل التواصل الاجتماعي و التي تسمح بنقل و تبادل البيانات و المعلومات الالكترونية بكل سهولة، كما وفرت إمكانية البحث عن أشخاص لهم إهتمامات و مصالح مشتركة، و ألغت الحدود الزمنية و الجغرافية، فأصبح بإمكان الأشخاص التواصل فيما بينهم عبر هذا الكيان الافتراضي، مهما بعد المسافة بينهما و مهما اختلفت ثقافتها و مبادئها الاجتماعية، و بكل حرية دون أي قيود.

إن العمل الخيري التطوعي يحتاج إلى الإعلان عنه و عن مراكزه أي الجمعيات و المنظمات و الهيئات التي تقوم به حتى يتعرف عليها أفراد المجتمع و يقف على نشأتها و تطورها و البرامج التي تقدمها و كيفية الحصول على خدماتها، و بذلك تُمهّد وسائل التواصل الاجتماعي لهذه الجمعيات و المنظمات حتى تكسب تأييدًا و دعماً من الجمهور.

فالتسويق يلعب دوراً هاماً في مساندة الجمعيات و مساعدتها في تحقيق أهدافها، و أنه مهما بلغت قدراتها و كفاءتها و اتسع مجال نشاطها فانها تحتاج لوسائل التواصل الاجتماعي بكل صورها

و أشكالها لبلوغ غايتها و بث رسالتها إلى المجتمع بأسره، إذ أكدت التجارب تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في إتخاذ القرار وفي تغيير السلوك العام لدى الأفراد.



الجانب المنهجي

للدراصة

الجانب المنهجي للدراسة

- 1- إشكالية الدراسة.
- 2- أسباب إختيار الموضوع.
 - 1-2- الأسباب الذاتية.
 - 2-2- الأسباب الموضوعية.
- 3- أهمية الدراسة.
- 4- أهداف الدراسة.
- 5- منهج الدراسة.
- 6- أدوات جمع البيانات.
- 7- مجتمع البحث و عينة الدراسة.
 - 1-7- مجتمع البحث.
 - 2-7- عينة الدراسة.

1- إشكالية الدراسة:

يعتبر التسويق للعمل التطوعي من الوسائل الأكثر رواجًا في عصرنا الحالي، فبعدما كان يتم في الخفاء، أصبح يتم علنًا عن طريق استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، باعتبار أن الجمهور أكثر استخدامًا لهذه المواقع، و منه يتم الاطلاع على مختلف النشاطات الخيرية، و يسوّق لها عبرها، من خلال الجمعيات الخيرية عبر الفيسبوك.

فهذه الأخيرة إختلفت طرقها في التسويق الاجتماعي للعمل الخيري، و تعددت إهتماماتها و نشاطاتها، إلا أن هدفها واحد هو مساعدة المحتاجين و إيصال المساعدات إليهم.

و في ولايتنا البويرة، نجد العديد من الجمعيات الخيرية، التي من ضمنها " جمعية كافل اليتيم فرع البويرة "، التي تنشط و تسوّق للعمل الخيري، لتحقيق التضامن الاجتماعي بين المواطنين.

و بناءً على ما سبق، و يمكن طرح الاشكال التالي:

هل تؤدي صفحة " جمعية كافل اليتيم بالبويرة " دورا في التسويق الاجتماعي للعمل التطوعي؟

و تتفرع عنه التساؤلات التالية:

- ماهو دور الفيسبوك في العمل التطوعي؟

- ماهي النشاطات الخيرية التي تقوم بها جمعية كافل اليتيم فرع البويرة؟

- كيف تساهم صفحة كافل اليتيم بالبويرة في تسويق العمل التطوعي؟

و قد تم تقسيم الموضوع الذي يدرس التسويق الاجتماعي للعمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي الاجتماعي إلى قسمين إطار نظري و جانب تطبيقي، حيث تناولنا في الاطار النظري التسويق الاجتماعي و ماهية العمل التطوعي بالاضافة إلى ماهية مواقع التواصل الاجتماعي.

أما الجانب التطبيقي فتم فيه تحليل لبيانات التي جمعت من خلال إستمارة الاستبيان التي وزعت على أفراد العينة.

2- أسباب إختيار الموضوع:

و لكل دراسة علمية مجموعة من الدوافع و الأسباب التي تثير فضول الباحث و تجعله يحاول استكشافه أو وصفه أو تحليله، و لعل ما أثار باحثات هذه الدراسة مجموعة من الدوافع الذاتية و الموضوعية،

1.2- الأسباب الذاتية: تتمثل في:

- إهتمامنا بالعمل الخيري.
- الرغبة الانسانية إزاء الفئات الاجتماعية.
- رغبتنا في الاحتكاك بالمتبرعين و التعرف على المحتاجين.

2.2- الأسباب الموضوعية: تتمثل في:

- الأهمية التي يكتسبها هذا الموضوع تعكس دور شبكات التواصل الاجتماعي و مدى استغلالها في المجالات التطوعية.
- محاولة معرفة مدى استخدام أفراد المجتمع الجزائري لهذه المواقع لنشر ثقافة العمل التطوعي.
- دفع الفرد الجزائري إلى المساهمة في بناء المجتمع و مساعدة الآخرين من خلال استغلال شبكات التواصل الاجتماعي.

3- أهمية الدراسة:

إن أهمية الدراسة العلمية و قيمتها و الإضافة التي يمكن أن تضيفها في مجال البحث العلمي هي التي من شأنها أن تميز بين دراسة علمية و أخرى.

تتمثل أهمية بحثنا في أن دراستنا تعد محاولة يمكن الاستفادة منها مستقبلا نظرا لقلّة المواضيع المتعلقة بدور وسائل التواصل الاجتماعي في نشر و تسويق العمل التطوعي بين أفراد المجتمع، بالإضافة إلى كون هذه الدراسة سلّطت الضوء على شبكات التواصل و في مقدمتها موقع الفيسبوك و دورها في توعية المجتمع الجزائري بضرورة القيام بحملات و أعمال تطوعية و المساهمة في تطوير و تنمية الوطن من خلال إبراز نشاطات و أعمال جمعية كافل اليتيم باليوية. و تدرس هذه الدراسة ظاهرة من أهم الظواهر في العصر الحديث و هي شبكات التواصل الاجتماعي و تأثيرها على مختلف نواحي الحياة خاصة الجانب الانساني من خلال خلق و تعزيز روح التآزر بين أفراد المجتمع الواحد.

4- أهداف الدراسة:

لكل دراسة أو بحث هدف أو مجموعة من الأهداف يسعى الباحث لتحقيقها، و هذه الدراسة تسعى لتحقيق مجموعة من الأهداف تتمثل في:

- تبيان أهمية العمل التطوعي و أثره على المجتمع.
- معرفة عادات و أنماط استخدام الفرد الجزائري لشبكات التواصل الاجتماعي في العمل التطوعي.
- معرفة مدى استعمال شبكات التواصل الاجتماعي في تسويق و نشر ثقافة العمل التطوعي.
- إبراز دور موقع الفيسبوك في تسويق العمل التطوعي لدى الفرد الجزائري.

5- منهج الدراسة:

إن مرحلة إختيار منهج البحث تعد من أهم خطوات الدراسة، فالمنهج يعبد الطريق لجميع خطوات الدراسة.

فقد عرف المنهج بأنه تلك الطريقة العلمية التي ينتهجها أي دارس أو باحث في دراسته و تحليله لظاهرة معينة أو معالجة لمشكلة معينة وفق خطوات بحث محددة من أجل الوصول إلى المعرفة اليقينية بشأن موضوع الدراسة و التحليل.(1)

و بما أن دراستنا تتمحور حول التسويق الاجتماعي للعمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي أي إبراز دور الفيسبوك في التسويق للعمل التطوعي، فإنها تندرج ضمن الدراسات الوصفية التحليلية، التي تعتمد على وصف الظاهرة و عناصرها و علاقاتها في الوضع الراهن، من خلال جمع المعلومات و البيانات و استخلاص دلالاتها و تعميمها على الظاهرة المدروسة.

6- أدوات جمع البيانات:

تعتبر مرحلة إختيار أدوات جمع البيانات هامة جدا في البحوث العلمية، ففي دراستنا اعتمدنا على المقابلة و الاستبيان باعتبارهما أكثر الأدوات ملائمة لموضوع دراستنا.

و تعرف المقابلة بأنها محادثة أو حوار موجه بين الباحث من جهة، و شخص أو أشخاص آخرين من جهة أخرى، بغرض الوصول إلى معلومات تعكس حقائق أو مواقف محددة، يحتاج الباحث الوصول إليها، بضوء أهداف بحثه.(2)

وقد قامت الباحثات من خلال هذه الدراسة بمقابلة أعضاء جمعية كافل اليتيم بالبويرة لمعرفة بعض الحقائق التي تخدم الدراسة.

و اعتمدت الباحثات من خلال هذه الدراسة على استمارة الاستبيان كأداة من أدوات جمع البيانات، حيث يعرف الاستبيان بأنه مجموعة من الأسئلة و الاستفسارات المتنوعة، و المرتبطة بعضها

¹ - عبد الناصر جندلي، تقنيات و مناهج البحث العلمي في العلوم السياسية و الإجتماعية، ديوان المطبوعات الجامعية، ط3، الجزائر، 2010، ص14.

² - محمد سرحان علي المحمودي، مناهج البحث العلمي، دار الكتب، ط3، اليمن، 2019، ص 141.

بالبعض الآخر بشطل يحقق الهدف أو الأهداف التي يسعى إليها الباحث بضوء موضوعه و المشكلة التي إختارها لبحثه.⁽¹⁾

حيث اعتمدنا على الاستبيان في موضوع دراستنا الذي يتمحور حول التسويق الاجتماعي للعمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي قصد جمع البيانات و المعلومات و الحقائق للتعرف على المواقف و الآراء التي تخص موضوع الدراسة، و احتوت استمارة الاستبيان على ثلاث محاور تمثلت في:

المحور الأول: ضم مجموعة من أسئلة تسعى لمعرفة أنماط عادات استخدام الفيسبوك من طرف عينة البحث.

المحور الثاني: ضم مجموعة من أسئلة تسعى لمعرفة دور الفيسبوك في تفعيل العمل التطوعي.

المحور الثالث: ضم مجموعة من أسئلة تهدف إلى معرفة مدى مساهمة صفحة كافل اليتيم بالبويرة في تسويق العمل التطوعي.

و قد تحكيم استمارة الاستبيان من طرف الاستاذة تيمزار فاطمة من جامعة المسيلة.

7- مجتمع البحث و عينة الدراسة:

بناءً على موضوع دراستنا الذي يتمحور حول التسويق الاجتماعي للعمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، تم تحديد مجتمع البحث و العينة التي سندرسها.

1.7- مجتمع البحث: إن مرحلة تحديد مجتمع البحث من أهم الخطوات المنهجية في البحوث الاجتماعية و بالتالي فإنها تتطلب من الباحث دقة عالية، حيث يتوقف عليها إجراء البحث و تصميمه و كفاءة نتائجه، حيث يتمثل مجتمع بحث دراستنا في مستخدمي الجمعيات الخيرية.

¹ - محمد سرحان علي المحمودي، المرجع نفسه، ص 126.

2.7- عينة الدراسة:

تُعرف عينة الدراسة بأنها مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة مناسبة، و إجراء الدراسة عليها و من ثم استخدام تلك النتائج، و تعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي.⁽¹⁾ و نظرا لطبيعة دراستنا و مجتمع البحث و الاستبان الذي قمنا به اعتمدنا على العينة القصدية المتمثلة في متابعي صفحة كافل اليتيم بالبويرة.

¹ - محمد سرحان علي المحمودي، المرجع نفسه، ص 160.



الجانب النظري

للدراصة

الباب الأول

II. التسويق الاجتماعي.

II. 1- مفهوم التسويق.

II. 2- التطور التاريخي للتسويق الاجتماعي.

II. 3- أسس التسويق الاجتماعي.

II. 4- عناصر المزيج التسويقي الاجتماعي.

III. 5- وظائف التسويق.

III. 6- أهداف التسويق الاجتماعي.

IV. ماهية العمل التطوعي.

III. 1- مفهوم العمل التطوعي.

III. 2- دوافع و أهداف العمل التطوعي.

III. 3- مجالات العمل التطوعي.

III. 4- آثار العمل التطوعي.

IV. 5- وظائف التسويق.

III. 6- معايير العمل التطوعي.

تمهيد:

يعتبر التسويق الاجتماعي أحد المجالات المتميزة ذات الطابع الخاص في إطار التسويق بصفة عامة، فالتسويق لم يعد يعني بالسلع فقط وإنما امتدّ ليشمل "الخدمات، الأفكار، القيم الاجتماعية" حيث أنه أصبح من المعتاد أن نجد مصطلح التسويق الاجتماعي Social والذي ينطوي على استخدام مبادئ ومهارات علم التسويق وكذلك كل أساليب الإبداع والإبهار الإعلامي لترويج أفكار وقيم اجتماعية أو سلوكيات مفيدة للمجتمع.

1. التسويق الاجتماعي:

1.1- مفهوم التسويق:

عرف التسويق لغة بأنه: "دراسة السوق هو علم أو فن التسويق، وهو أيضا نظرية بالبضائع بالجملة تجارة بيع وشراء تسوية البضائع بالجملة"⁽¹⁾.

أما من الناحية الاصطلاحية، فقد عرفته الجمعية الأمريكية على "أنه الوظيفة المنظمة وهو مجموعة من التطورات التي تركز على خلق اختيار وإعطاء قيمة للعملاء وكذلك تسيير علاقات معهم من أجل افادة المنظمة وفروعها" وفي 1985 أعادت صياغة المفهوم فعرفته أنه "عملية تخطيط وتنفيذ لمفهوم التسعير والترويج لأفكار لاستحداث التبادلية التي تشبع وتحقق اهداف الافراد والمنظمة"⁽²⁾.

يعدّ التسويق الاجتماعي مفهوما خاصا بالمسؤولية الاجتماعية يقوم من خلاله القائم بالتسويق بنشر فكرة أو قيمة أو نمط سلوكي مستهدفا إحداث تأثير معين في الإطار المعرفي أو في سلوك الأفراد، وهناك العديد من التعريفات للتسويق الاجتماعي منها⁽³⁾:

تعريف إجرائي: هو نشاط تقوم به المؤسسة للترويج أفكار وقيم إيجابية بهدف تحسين ظروف المعيشية للأفراد من خلال الترويج لأساليب وسلوكيات إيجابية في المجتمع.

1.2- التطور التاريخي للتسويق الاجتماعي.

بدأت مظاهر التغيير والتطور في الاتصال مع الناس كأداة رئيسية للتكافل الاجتماعي منذ عقدين من الزمان تقريبا، فلقد كان الامر بسيط في البداية ولا يحتاج إلا إلى قيام القيادات المحلية

1 - الكرمي، حسن سعيد، قاموس المعنى الأكبر، معجم اللغة الإنجليزية الكلاسيكية والمعاصرة إنجليزية-عربي، بيروت، مكتبة لبنان، 2001، ص 766.

2 - سويدان وآخرون، التسويق مفاهيم معاصرة، دار حامد، عمان، 2003، ص 42.

3 - فؤاد عبد المنعم، التسويق الاجتماعي وتخطيط الحملات الإعلامية، ط 1، عالم الكتب، القاهرة، 2007، ص 11.

أو الوطنية بتوجيه الدعوة مباشرة وغير المباشرة للناس لكي يتبنوا اتجاهها جديداً أو ان يشاركوا أو يساهموا في أحد الأعمال الاجتماعية.

ولكن نتيجة للتطورات السريعة في البيئة الاجتماعية وتأثرها بالتغيرات الاقتصادية والاتصالية والتكنولوجية، فقد أصبح التسويق الاجتماعي أكثر صعوبة، مما اضطر القائمون على العمل الاجتماعي إلى ان يستخدموا طرقاً جديدة بعضها مقتبس من علوم التسويق التجارية حتى قام بعض العلماء والباحثين بتقديم مفهوم التسويق الاجتماعي.

ومصطلح التسويق الاجتماعي يكثر استخدامه في الوقت الحالي في مختلف الأنظمة والمجتمعات المتقدمة والنامية على حدّ سواء، وفي أوقات السلم والاستقرار والرخاء، وفي أوقات الازمات والحروب والصراعات، وقد ظهر هذا المصطلح في بداية السبعينات في القرن العشرين، حتى يصف استخدام أساليب ومبادئ التسويق، من أجل تقديم قضية اجتماعية أو فكرة أو سلوك، فهو يهتم بتغيير ردود فعل الأفراد تجاه فكرة معينة أو هدف أو سلوك محدد، لصالح المجتمع.

في عام 1970م عقد في مدينة بروكسل أول مؤتمر دولي عن التسويق الاجتماعي، حيث نوقش العديد من أسسه وقواعده وتطبيقاته، وبرغم من ذلك فإن فكرة احداث التغيير الاجتماعي وتوجيه أنشطة معينة لتحقيق هذا التغيير تعدّ فكرة قديمة حيث عرف ذلك عند الرومان واليونان القدماء مثل حملات المسجونين وإعطاء حق التصويت التعامل مع عمالة الأطفال، كما يرى العديد من الباحثين أن الانطلاقة الفعلية لمجال التسويق الاجتماعي طهر مع عالم في دورية الراي العام سنة 1710م حيث تحدث عن بيع الصداقة و "wiebe" الاجتماع ويبي. المشكلات الاجتماعية التي غالباً جهودها أقل من جهود أنشطة التسويق، إلا أن الاهتمام الحقيقي لهذا

المفهوم كان في أواخر الستينيات وبداية السبعينات خلال حرب الفيتنام حيث دفعت هذه الحرب العديد من القطاعات في المجتمع الأمريكي إلى ترويج الأفكار الاجتماعية⁽¹⁾.

3.1- أسس التسويق الاجتماعي:

يتوقف نجاح التسويق الاجتماعي على عدة أسس يجب اتباعها بغية تحقيق الأهداف المنشودة، ومن أهم هذه الأسس هي:⁽²⁾

أ. المعلومات تؤدي عملية التصحيح والتغيير في سلوك الأفراد إلى جعلهم يسلكون سلوك اجتماعي يتطلب من العاملين في مجال التسويق الاجتماعي القيام بجمع المعلومات من خلال اجراء المسوحات والمقابلات مع الأفراد والمختصين في مجال السلوك بهدف تحديد المعلومات المطلوبة التي يمكن الاعتماد عليها في أحداث التغيير في السلوك، لذلك فإن على العاملين في مجال التسويق الاجتماعي إدراك بأن المعلومات المقنعة التي يتم توجيهها للأفراد والجماعات المستهدفة يجب أن تكون مؤثرة وبشكل فعال على معتقداتهم وآرائهم ومواقفهم ومن ثم سلوكهم الذي يمثل المحور الأساس في إحداث التغيير، وهذا يتطلب منهم أن يجعلوا المعلومات تتماشى مع مستوى وعي ومعتقدات وقيم الجماعات المستهدفة، الأمر الذي يضمن لهم أحداث التغيير المطلوب في سلوكهم.

ب. الاستراتيجية نتيجة يتوجب على العاملين في مجال التسويق الاجتماعي توجيه استراتيجيتهم نحو المجموعات المستهدفة، كونهم يعملون على تحقيق الهدف الأساسي والمتمثل بإحداث التغيير والتصحيح للسلوك، وبما يضمن جعله سلوكا اجتماعيا يتماشى مع القيم السائدة.

¹ - حسن محمد عبد الغني، هلال رضوى محمد، التسويق الاجتماعي، إدارة رأس المال الاجتماعي، مركز تطوير الأداء والتنمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2020، ص 30-31.

² - خالد زعموم، التسويق الاجتماعي بين النظرية والتطبيق، ط 1، مكتبة الجامعة، الشارقة، الامارات العربية المتحدة، 2006، ص 78.

ت. طريقة الاتصال تحدد طرق الاتصال من قبل العاملين في مجال التسويق الاجتماعي ذلك بالاعتماد على طبيعة الجمهور المستهدف وبما يتوافق مع المستوى الثقافي والتحصيل العلمي والعادات والانماط السلوكية، ذلك كون لكل فئة اجتماعية طريقة خاصة يتم اعتماده. وقد فشلت النماذج التنموية في الكثير من البلدان تقيم فهم مقنع لتحفيز الافراد على المشاركة الفعالة في جهود التنمية والاستخدام المناسب للتكنولوجيا، لأن عملية تسويق الأفكار والاتجاهات التنموية الجديدة لم تكن ضمن عملية تاريخية واجتماعية وسياسية وفنية وتنظيمية لذلك قد قدمت وطورت خطوات أكثر تفصيلا للأسس والمبادئ التي يجب أن يأخذها السوق الاجتماعي بعين الاعتبار للوصول إلى نتائج أفضل.

ويمكن ايرادها فيما يلي:

- ✓ تحديد المشكلات التسويقية المطلوبة.
- ✓ تحديد الأولويات مع اختيار المجهودات التي يمكن القيام بها حاليا وجدولة المجهودات المستقبلية الأخرى.
- ✓ تطيل الأنشطة المحددة الخاصة بالتسويق الرسالة المطلوبة بالتركيز على ضرورة أن يكون لكل مشكل النحل محل المسكن وليم لحل المثالي.
- ✓ التحديد الدقيق للجمهور المستهدف بالتسويق الاجتماعي لأي رسالة لضمان التجارية والتفاعل معها.
- ✓ التحليل الدقيق للاتجاهات الحالية للجمهور المستهدف وكشف نقاط المقاومة المتوقعة والمحملة.
- ✓ تقسيم المساعدين إلى مجموعات، وتحديد هدف كل مجموعة من المجموعات المستهدفة والإجراءات التسويقية الخاصة بالرسالة⁽¹⁾.

1 - المرجع نفسه، ص 77.

4.1- عناصر المزيج التسويقي الاجتماعي:

يعرف المزيج التسويقي بأنه: "مجموعة الأدوات التسويقية المستخدمة من طرف المؤسسة لتحقيق أهدافها التسويقية في السوق المستهدفة"، حسب هذا التعريف المزيج التسويقي عبارة عن وسيلة وأداة تملكها المؤسسة من أجل تحقيق أهدافها، كما يعرف المزيج التسويقي أيضا بأنه: "مجموعة الاختيارات التي توضح عرض الشركة للسوق المستهدف من هذا التعريف المزيج التسويقي ما هو إلا مجموعة من البدائل المتاحة أمام المؤسسة للتأثير على السوق (الجمهور) ومتطلباته.

يمثل المزيج التسويقي عنصرا محوريا في فكر التسويق منذ تقديمه في ستينات القرن Ps في أربعة عناصر McVarthy 2 الاسم، وأعاد تصنيفه Borden الماضي أين أعطاه اختصارا للأحرف الأولى لكل عنصر، وهي: أولاً المنتج أي الشبء الملموس أو غير الملموس الذي يقدم للتبادل في السوق، وكذلك السعر وهو ما يدفعه المستهلك من تكاليف لقاء الحصول على المنتج وأيضا التوزيع وهو الماكن الذي يمكن فيها شراء أو اقتناء المنتج وأخيرا الترويج والذي يمثل الاتصالات التي يستعملها المسوقون للإشهار بالمنتج أو الخدمة، وهي نفسها عناصر التسويق التجاري ثم أضيفت إليها عناصر أخرى معتمدة في التسويق الاجتماعي⁽¹⁾.

5.1- وظائف التسويق.

الوظيفة التسويقية هي عبارة عن نشاط متخصص أو خدمة اقتصادية معينة يتم أدائها قبل واثناء عملية توزيع السلع وتحويلها من حيازة المنتج إلى حيازة المستهلك.

ويمكن أن نفصل هذه الوظائف على النحو التالي:

✓ وظيفة الشراء تشمل بحث وتقييم السلع والخدمات الملائمة.

¹ - حسن محمد عبد الغني، هلال رضوى محمد، التسويق الاجتماعي (إدارة راس المال الاجتماعي)، مرجع سبق ذكره، ص

- ✓ وظيفة البيع وتشمل بحث وتقييم السلع والخدمات الملائمة.
- ✓ وظيفة البيع وتشمل الترويج البيع الشخص والإعلان والدعاية.
- ✓ وظيفة النقل وتتمثل في نقل السلع من مكان إلى آخر (النقل المادي).
- ✓ وظيفة التخزين وتتمثل في الاحتفاظ بالسلع لوقت حاجتها من السوق.
- ✓ وظيفة تصنيف السلع حسب نوعيتها وحجمها حيث تسهل عملية الشراء من قبل المستهلك.
- ✓ وظيفة تحمل المخاطر إذ أن المنتج عندما يقوم بالاستجابة لدراسات التسويق من بحوث ودراسات سابقة فهل سيشتري المستهلك هذه السلعة أم لا، فإن التسويق يتحمل هذه المخاطر في قبول أو رفض المستهلك لهذه السلعة.
- ✓ الوظيفة الاتصالية فتتمثل في الأنشطة التي تستهدف البحث عن مشترين وبائعين للسلع والمنتجات⁽¹⁾.

6.1- أهداف التسويق الاجتماعي:

نعني عموماً بأهداف التسويق الاجتماعي التحديد الدقيق لغايات الأنشطة الاتصالية في المنظمة الاجتماعية في ضوء التوجه العام للمنظمة وهويتها المستقبلية (الرؤية) عبر الرسالة التي توجهها (المهمة)، إن أهداف التسويق الاجتماعي هي أهداف اتصالية، بنك اعتيادها في المنظمات الاجتماعية ضمن عمليات التخطيط الاستراتيجي بهدف تحقيق الشمولية في توجه المنظمة المستقبلية من خلال تكامل العلاقة بين المزيج التسويقي وبقية الوظائف المنظمة الأخرى التي تصب في تحقيق المنظمة لرسالتها⁽²⁾.

يمكن أن نلخص هذه الأهداف في النقاط التالية:

¹ - سماحي منال، التسويق الإلكتروني وشروط تفعيله في الجزائر، دراسة حالة اتصالات الجزائر، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية التسيير والعلوم التجارية، 2014-2015، ص 63.

² - سليمان آل خطاب وآخرون، أثر التسويق الاجتماعي وتطبيق المسؤولية الاجتماعية في تعزيز جودة الخدمات التعليمية، مجلة دراسات العلوم الإدارية، عمادة البحث العلمي، جامعة الأردن، المجلد 20، العدد 0، الأردن، 2010، ص 212.

✓ تحسين مستوى معيشة الأفراد والمجتمعات من خلال تقديم حلول عملية للقضايا الاجتماعية سلبية.

✓ توعية وتحسين المجتمع ضدّ الآفات الاجتماعية من خلال حملات ميدانية لتغيير سلوك الناس.

✓ تحسين المجتمع ضدّ الآفات الاجتماعية الأساسية.

✓ دعم المبادرات الدولية والمحلية التي تهدف لسنّ تشريعات وقوانين خاصة بحماية صحة وسلامة الانسان والبيئة.

✓ تشكل ضغط معنوي على المنظمات الرسمية الدولية لتقديم حلول ناجحة للآفات الاجتماعية والبيئية والصحية.

و في الأخير يمكن القول أنه رغم أن التسويق الاجتماعي يعد من أهم العناصر التي تلعب دورًا حيويًا بشكل كبير في تقديم الخدمات، و هذا من أجل زيادة نشاط التسويق الاجتماعي غير أنها في الجزائر مازالت تعاني من مشاكل قد تكون أهمها ضعف البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، و كذلك ضعف الإرادة السياسية و التي يجب عليها مواجهة هذه التحديات من خلال إقرار آليات تساعد على التسويق الاجتماعي للأعمال الخيرية.

و عليه فإن عملية التسويق تلعب دورا هاما في تعزيز أعمال و رسالة المنظمة، و هي بمثابة واجهة للشركات و المنظمات غير الهادفة للربح.

تمهيد:

يعتبر العمل الاجتماعي التطوعي من أهم الوسائل المستخدمة للمشاركة في النهوض بمكانة المجتمعات في عصرنا الحالي، حيث يكتسب أهمية متزايدة يوماً بعد يوم، فهناك قاعدة مسلم بها مفادها أن الحكومات سواء في البلدان المتقدمة أو النامية لم تعد قادرة على سد احتياجات أفرادها و مجتمعاتها، فمع تعدد الظروف الحياتية ازدادت الاحتياجات الاجتماعية وأصبحت في تغيير مستمر، ولذلك كان لابد من وجود جهة أخرى موازية للجهات الحكومية تقوم بملء المجال العام وتكملة الدور الخيري تقوم به الجهات الحكومية في تلبية الاحتياجات الاجتماعية.

II. ماهية العمل التطوعي.

يعتبر العمل الاجتماعي التطوعي من أهم الوسائل المستخدمة للمشاركة في النهوض بمكانة المجتمعات في عصرنا الحالي، حيث يكتسب أهمية متزايدة يوماً بعد يوم، فهناك قاعدة مسلم بها مفادها أن الحكومات سواء في البلدان المتقدمة أو النامية لم تعد قادرة على سد احتياجات أفرادها ومجتمعاتها، و مع تعقد الظروف الحياتية ازدادت الاحتياجات الاجتماعية و أصبحت في تغير مستمر، و لذلك كان لابد من وجود جهة أخرى موازية للجهات الحكومية تقوم بملىء المجال العام و تكملة الدور الخيري الذي تقوم به الجهات الحكومية في تلبية الاحتياجات الاجتماعية.

II. 1- مفهوم العمل التطوعي:

يتضمن التطوع جهودا انسانية تبذل من أفراد المجتمع بصورة فردية أو جماعية و يقوم بصفة أساسية على الرغبة و الدافع الذاتي سواء كان هذا الدافع شعوريا أو لا شعوريا، و لا يهدف المتطوع تحقيق مقابل مادي أو ربح خاص بل إكتساب شعور الانتماء إلى المجتمع و تحمل بعض المسؤوليات التي تسهم في تلبية احتياجات اجتماعية ملحة أو خدمة قضية من القضايا التي يعاني منها المجتمع.(1)

و يعرف أيضا هو المجهود القائم على مهارة و خبرة معينة، و الذي يبذل عن رغبة و اختيار بفرض أداء واجب اجتماعي و بدون توقيع جزاء مالي بالضرورة.(2)

لذا فإن التطوع في مفهومه الشامل يعني البذل و التضحية من أجل الآخرين اذ ينطوي على معاني سامية و أهداف خيرة لدى أصحابه، كما أنه يتدرج من حيث مستوى التضحية فنجده يبدأ بأداء أعمال بسيطة كالتضحية بالزمن لمن لا يملك سوى الوقت و تقديمه لمن يستحق و لو على حساب نفعه الشخصي و منه ماقد يكون بالفكر أو بالعلم أو بالجهد أو بالمال إلى أن تصل

1 - اسماعيل محمد الأندلي، دور المدرسة في تقرير ثقافة العمل التطوعي، جامعة القدس، ص7.

2 - حسين سيد أبو بكر، طريقة الخدمة الاجتماعية في تنظيم المجتمع، مكتبة الأنجلو، القاهرة، 1985، ص 495.

التضحية إلى ذروة العمل التطوعي ألا و هو الفداء بالروح و النفس عندما يستوجب الأمر ذلك كتهديد كيان الأمة أو التهديد المباشر للعرض و الأرض.(1)

و العمل التطوعي في مجمله غير ربحي أو غير وظيفي أو مهني يقوم به فرد أو مجموعة من الأفراد في سبيل تقديم أية مساعدة للأية شريحة من شرائح البشر و تنمية مستواها المعيشي بغض النظر عن مكان تواجدها، و هو في نفس الاتجاه المعين و آخو للمنظمات الخيرية حيث أن التطوع يوفر لتلك المنظمات قدرا من المال كان سيتم صرفه لغير المتطوعين مما جعل البعض يطلق على التطوع في مثل هذه الحالة (الاستثمار في رأس المال الاجتماعي).(2)

و يعرف المتطوع بأنه المواطن الذي يعطي وقتا و جهدا بناءً على اختياره الحر و محض ارادته لإحدى منظمات الرعاية الاجتماعية، و بدون أن يحصل، أو يتوقع أن يحصل على عائد مادي نظير جهده التطوعي.(3)

II. 2- دوافع و أهداف العمل التطوعي:

II. 2-1- دوافع العمل التطوعي: تتمثل دوافع العمل التطوعي فيمايلي:(4)

- العمل من أجل الصالح العام.
- حب العمل مع الآخرين.
- الرغبة في كسب الشعبية بين المواطنين.
- الحصول على مركز في الهيئات أو الجمعيات أو الأحزاب.
- كسب احترام وتقدير الآخرين.

1 - العمري على أحمد، الصريصري دخيل الله أحمد، مفهوم الخدمة التطوعية و مجالاتها بحث منشور مقدم للمؤتمر العلمي الأول للخدمات التطوعية، المملكة العربية السعودية، جامعة أم القرى، مكة المكرمة، 1997، ص 196.

2 - حسين ابراهيم، العمل التطوعي في المنظور العالمي، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر الثاني للمتطوع، الشارقة، الامارات العربية المتحدة، 2001.

3 - فهد سلطان، اتجاهات الشباب الجامعي الذكور نحو العمل التطوعي، دراسة تطبيقية على جامعة الملك سعود، السعودية، 2009، ص14.

4 - عمر رجال، الشباب و العمل التطوعي في فلسطين، مؤسسة الحياة للاغاثة و التنمية، فلسطين، 2006، ص 33.

- تكوين الاصدقاء.
- الحصول على كسب مادي.
- تلبية بعض الاحتياجات.
- وجود حوافز مادية ومعنوية للمشاركة.

II. 2-2- أهداف العمل التطوعي:

يسعى العمل التطوعي لتحقيق العديد من الأهداف تتدرج من أهداف عامة ذات علاقة مباشرة بالوظائف الأساسية للعمل التطوعي و تزداد عمقا و خصوصيا عندما تتخذ الأعمال التطوعية أشكالاً مختلفة في مجالات متفرعة،⁽¹⁾ و لعل من أهم الأهداف العامة للأعمال التطوعية مايلي:⁽²⁾

- يسعى إلى تخطي الحواجز السلبية و الانعزالية في المجتمع.
- إعداد و توجيه الطاقات البشرية و المادية و تحويلها الى عمل اجتماعي.
- توفير أسباب التقدم و الرفاهية لأفراد المجتمع بالوسيلة الأيسر وصولا للأسلوب الأفضل أداءً و الأكثر نفعاً.
- سد الفراغ في الخدمات و توسيع قاعدتها تحقيقا لمبدأ الكفاية الاجتماعية بتحويل الطاقات الخاملة إلى طاقات قادرة و عاملة و منتجة.

II. 3- مجالات العمل التطوعي:

مجالات العمل التطوعي متعددة و متنوعة، و تختلف من مجتمع إلى آخر تبعا لاحتياجات و متطلبات كل مجتمع، ولا يكاد يوجد نشاط إلا و للعمل التطوعي جهد فيه⁽³⁾، و يمكن إجمال هذه المجالات في النقاط التالية:⁽⁴⁾

1 - سمر بنت محمد، مدى إدراك طالبات الدراسات العليا بجامعة أم القرى لمجالات العمل التطوعي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة أم القرى، السعودية، ص48.

2 - المرجع نفسه، ص 48.

3 - فاطمة حسن سالم خليفة، اتجاهات طلبة جامعة الزاوية نحو العمل التطوعي، مجلة كليات التربية، العدد العشرون، جامعة الزاوية، ليبيا، 2021، ص 268.

4 - المرجع نفسه، ص 268.

- **المجال الاجتماعي:** و يتضمن هذا المجال رعاية الطفولة، ورعاية المرأة و إعادة تأهيل مدمني المخدرات، و رعاية الأحداث، و مكافحة التدخين، و رعاية المسنين و الشباب، والارشاد الأسري، و مساعدة المشردين، و رعاية الأيتام، ومساعدة الأسر الفقيرة.
- **المجال التربوي و التعليمي:** ويتضمن محو الأمية و إلقاء المحاضرات و الدروس العلمية و برامج صعوبات التعليم و تقديم التعليم المنزلي للمتأخرين دراسيا.
- **المجال الصحي:** و يتضمن الارشاد البيئي العناية بالغابات، و مكافحة التصحر، و العناية بالشواطئ، و المتنزهات، و مكافحة التلوث.
- **مجال الدفاع المدني:** و يتضمن المشاركة في أعمال الإغاثة و المشاركة في أوقات الكوارث المختلفة.

4.11- أثار العمل التطوعي:

و تنعكس أثار العمل التطوعي على الفرد و المجتمع و تتمثل في:

❖ **أثار تتعلق بالفرد:** ينال الفرد الأجر العظيم و الثواب الجليل من الله عزوجل مما يجعله قريبا منه و يعود عليه بالشعور بالسعادة و الرضا، فحينما يقدم لإخوانه المحتاجين المساعدة في الضراء و يعمل على تخفيف آلامهم و معاناتهم فإنه يشعر بالسعادة و بالراحة النفسية نتيجة لما قدم،⁽¹⁾ كما أن الفرد يمكنه أن يشغل وقت فراغه بالأعمال و الانشطة التطوعية التي تنمي شخصيته و تحقق له ذاته⁽²⁾.

و نلخصها فيمايلي:⁽³⁾

➤ شعور الفرد بالراحة النفسية عند قيامه بأي عمل تطوعي.

1 - لافي احسان محمد، العمل التطوعي في منظور التربية الاسلامية، رسالة ماجستير، جامعة اليرموك، 2003، ص 60.

2 - المرجع نفسه، ص 61.

3 - الحيايى مساعد بن مشط، التطوع مفهومه أهميته أثاره والفردية و الاجتماعية و عوامل نجاحه و معوقاته، بحث منشور مقدم للمؤتمر العلمي الأول للخدمات التطوعية بالمملكة العربية السعودية، جامعة أم القرى، ص 188.

- شعور الفرد بتحقيق مكسب ديني و هو الأجر و الثواب من الله.
 - شعور الفرد بأهمية الترابط بين أفراد المجتمع فيسعى إلى المشاركة.
 - اقتناع الفرد بأن ما يؤديه هو خدمة وطنية إنسانية لأفراد مجتمعه.
 - زيادة وتقوية الانتماء الوطني بين الأفراد.
 - القضاء على أوقات الفراغ و وجود مايشغل ذلك الفراغ.
 - تحقيق الطهور و الوجاهة التي يسعى إليها بعض الأشخاص.
 - زيادة الإحساس بذات الفرد و أهميته في المجتمع.
 - مرور الفرد بحادثة قدم فيها العون و المساعدة.
 - التأثير المباشر و غير المباشر على أفراد الأسرة و الأصدقاء بالمشاركة في هذه الأعمال.
- ❖ **أثار تتعلق بالمجتمع:** إن الأعمال التطوعية إن وجدت بين المسلمين، فإنها تحمل على إشاعة الألفة و المحبة بينهم، و بذلك ينشأ المجتمع متألفا متكاملا تنتشر بين أفراده المحبة و الإخاء و التعاون، فإذا وجد مثل هذا في المجتمع المتواد المتراحم المتلاحم فإنه سيكون قادرا على مواجهة الأعداء. (1)
- كما أن الأعمال التطوعية تسهم في تنمية العلاقات الأخوية التي تعمل على تقوية دعائم المجتمع الإسلامي و تماسكه مما يجعله وحدة إنسانية واحدة يشد بعضه بعضا كابنيان المرصوص. (2)
- و نلخصها فيمايلي: (3)

➤ تقوية الترابط و التكاتف بين أفراد المجتمع.

➤ شعور الجماعة بحاجة الفرد و شعور الفرد بحاجة الجماعة.

➤ تشكيل جماعات عفوية تقدم المعونة الفورية.

1 - الجليل عبد العزيز بن ناصر، وقفنا تربية في ضوء القرآن الكريم، دار طيبة، ط2، السعودية، 1996، ص352.

2 - العلي سليمان بن علي، تنمية الموارد البشرية و المالية في المنظمات الخيرية، ط1، 1996، ص35.

3 - المرجع نفسه، ص35.

- تنمية روح التنافس بين الجماعات التطوعية بما يعكس جودة الخدمات.
- زيادة أماكن تقديم الخدمات و توفرها في كل مدينة.
- توفير المبالغ المالية التي تصرف على القوى البشرية و صرفها في مجالات أخرى.

5.11- أهمية العمل التطوعي:

يبرز في العديد من جوانب المجتمع الحديث من أهمها: (1)

❖ الجانب الاقتصادي:

لما يساهم به 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:** فالعمل التطوعي له دور بارز في غرس روح العطاء والانتماء في نفوس الأفراد المتطوعين وبالذات الشباب مايعزز قيم الانتماء والولاء لديهم وبالتالي إحساسهم بالمسؤولية واستفاد كل طاقتهم في البناء و المحافظة على مجتمعاتهم.

كما يؤدي العمل التطوعي في جانب الخبرات دورين رئيسين أحدهما موجه للشباب فهو يساعد في تنمية مهاراتهم و قدراتهم بما يكسبهم خبرة مهمة في العديد من المجالات, و الاخر موجه نحو المؤسسات و الوزارات فهو يمكنها من اختيار بين المتطوعين الأشخاص المميزين لشغل الوظائف التي تتطلب معرفة شخصية.

❖ **الجانب الديني:** فالعمل التطوعي له أهمية كبيرة في تعميق مفاهيم الاسلام في الحث على أعمال الخير و البر لكافة البشر وان اختلفت دياناتهم بما يعكس صورة حسنة عن الدين الاسلامي ورعايته للإنسانية وبما يحقق التكافل والتكامل الاجتماعي بين أفراد المجتمع.

1 - سمر بنت محمد، المرجع السابق، ص44.

6.11- معوقات العمل التطوعي:

6.11-1- على مستوى الفرد: وتتعلق بالعوامل التالية:⁽¹⁾

- ❖ عوامل تتعلق بالتطوع: عدم وجود فراغ لدى الإنسان بسبب اشتغاله بأمور حياته الشخصية، او الخبرة السلبية السابقة للمتطوع والتي يجعله يتراجع عن المشاركة.
- ❖ عوامل تتعلق بالمؤسسات الاجتماعية: عدم إعلان المؤسسة عن حاجاتها للمتطوعين و وجود تنافس بين المتطوعين و الموظفين قد يؤثر على مستوى أداء الأعمال المرتكبة بالرعاية أو التنمية الاجتماعية.
- ❖ عوامل تتعلق بالمجتمع: يعتقد البعض أن قضاء أبنائهم وقتهم في أعمال التطوع يبعدهم عنهم وبالتالي قد تضعف علاقاتهم بأسرهم عدا عن وجود قصور معرفي لدور المتطوعين في المجتمع.

6.11-2- على مستوى المؤسسات: وتتمثل في:⁽²⁾

- غياب مصادر الدعم الرسمي الحكومي.
- غياب التنسيق بين مؤسسات المجتمع المدني في العمل التطوعي.
- الظروف الاقتصادية السائدة وضعف الموارد المالية للمنظمات التطوعية.

6.11-3- على مستوى المجتمع: تتمثل في:⁽³⁾

- معوقات ازدهار ثقافة المتطوع.
- معوقات تواجه بناء الفرد الراغب و القادر والمساعد للتطوع.
- غياب الدور الإعلامي عن التوعية بأهمية التطوع وبمؤسساته وبالادوار التي يمكن أن يقدمها للمجتمع بقلّة الإقبال عن التطوع وعدم تفاعل وسائل الإعلام مع برامج التطوع.

1 - حسين فخري، معوقات مشاركة المرأة في العمل التطوعي من وجهة نظر المتطوعين و العاملين في مؤسسات المجتمع المدني في محافظة نابلس، رسالة ماجستير، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2014، ص 17.

2 - حسين فخري، المرجع نفسه، ص 20-21.

3 - حسين فخري، المرجع نفسه، ص 24-25.

وختاماً فإن العمل التطوعي أو مايسمى حديثاً في أدبيات التنمية رأسمال الاجتماعي هو ثروة عامة وليست حكراً لأحد هو تلك الروابط التي تقوم على القيم الاجتماعية الحميدة مثل الثقة والصدق والتعاون والتراحم والتكافل كما أن الروابط التي يجد المواطنون فيها أنفسهم كأفراد ومجموعات يسعون فيها لتحقيق ذواتهم ومصالحهم المرتبطة بمصالح المجموعات التي يعيشون فيها وبها،ان التحدي الان يتمثل في استخدام الأمثل لجميع الوسائل المتاحة من أجل الرقي بمفهوم العمل التطوعي وترسيخه كثقافة تتأصل في المجتمع.

الباب الثاني

- II . ماهية موقع الفايسبوك.
- II . 1- تعريف موقع الفيسبوك.
- II . 2- نشأة موقع الفيسبوك.
- II . 3- مميزات و خصائص موقع الفايسبوك.
- II . 4- مكونات موقع الفايسبوك.
- II . 5- آلية التواصل بين أعضاء موقع الفيسبوك.
- II . 6- أسباب استخدام موقع الفيسبوك.
- III . 7- احصائيات موقع الفايسبوك.
- IV . الجمعيات الخيرية.
- III . 1- تعريف العملية الخيرية.
- III . 2- تعريف الجمعية الخيرية.
- III . 3- أنواع الجمعيات الخيرية.
- III . 2- خصائص الجمعيات الخيرية.

تمهيد:

يعد العمل التطوعي هو مهمة انسانية نبيلة تعمل على تقديم يد المساعدة للفئات الهشة في المجتمع دون مقابل مادي، و قد تطور العمل التطوعي من مجرد اعانات و أعمال خيرية فردية أو حتى جماعية إلى عمل مؤسسي تقوم به مؤسسات تتمثل في الجمعيات الخيرية، و من أجل تحقيق الأهداف المنشودة اتبعت هذه المؤسسات عدة وسائل و أساليب للترويج و التسويق للعمل التطوعي و هو ما يعرف بالتسويق الاجتماعي الذي يعمل على تسويق الأفكار و السلوكيات الاجتماعية الايجابية المتعلقة بالعمل التطوعي الخيري و القيام بحملات التوعية لابرار أهميته و دوره في المجتمع.

ان التسويق الاجتماعي يعتمد على طرق تساهم في تحقيق أهدافه و غاياته، وذلك من خلال الاستفادة من التكنولوجيات الحديثة التي تستهدف الجمهور و من أبرز هذه المواقع التي تستعين بها الجمعيات الخيرية نجد موقع الفيسبوك الذي يعد الأكثر شعبية و ذلك لنشر نشاطها الخيري.

1. ماهية موقع الفيسبوك:

مع التطورات التكنولوجية الكبيرة و الهائلة في بداية القرن 21 شهد العالم في السنوات الأخيرة الماضية ظهور مواقع كثيرة أدت إلى تواصل اجتماعي بين البشر عبر مختلف أنحاء العالم في فضاء افتراضي، جعل من العالم قرية صغيرة و قربت المسافات بين الشعوب، و ألغت كل الحدود، حيث استطاعت هذه المواقع أن تفتك مكانة هامة في حياة الشعوب اذ أصبحت المصدر الأول للمعلومة و الاخبار السريعة و مما ساعدها تداول الناس للمنشورات و الرسائل و كذا مقاطع الفيديو، و من أهم هذه المواقع موقع الفيسبوك الذي يعتبر أكثر المواقع استخداما و الذي يتميز بخاصية التفاعل.

وسنتعرف في هذا الفصل على مفهوم الفيسبوك و نشأته، و كذا خصائصه بالاضافة إلى احصائيات حول هذا الموقع.

1.1- تعريف موقع الفيسبوك:

الفيسبوك هو شبكة تواصل اجتماعي مجانية منتشرة على الانترنت، تسمح للمستخدمين بإنشاء مُتصِّفحات أو صفحات شخصية، و تحميل الصور و الفيديو، و إرسال الرسائل إلى العائلة و الزملاء بهدف التواصل.(1)

كما يعرف أيضا بأنه: " مجتمع افتراضي شبه متكامل، يجمع اهتمامات و مصالح الأفراد و المؤسسات في مكان واحد، له استخدامات متعددة جدًا، تتميز هذه الشبكة بتطبيقاتها المتنوعة و المفيدة "(2)

1 - حسان أحمد قمحية، الفيسبوك تحت المجهر، ط1، دار النخبة للنشر و التوزيع، مصر، 2017، ص24.

2 - محمد منتصر و شعبان حلاسة، واقع استخدام المنظمات الاهلية في قطاع غزة لشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز علاقتها بالجمهور، رسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال، جامعة غزة، فلسطين، 2013، ص 20.

و في تعريف آخر " هو موقع يساعد على تكوين علاقات بين المستخدمين، يمكنهم من تبادل المعلومات و الملفات و الصور الشخصية و مقاطع الفيديو و التعليقات، كل هذا يتم في عالم افتراضي يقطع الحاجز الزمني".⁽¹⁾

و يعرف أيضا: " بأنه وسائل الاتصال الاجتماعي الحديثة التي ساعدت على ربط العديد من الناس مهما اختلفت مواقعهم و أماكنهم و أوقاتهم و أعمالهم، وهو موقع إلكتروني، تملكه شركة الفيسبوك المساهمة العامة، تتعدد الجهات التي تستخدم الفيسبوك في الوقت الحالي، و تتعدد الأغراض أيضا، فقد يستخدم الفيسبوك لأغراض تعليمية أو سياسية أو إجتماعية أو لقيادة حملات توعوية مجتمعية أو أغراض ترفيهية أو للعلاقات الاجتماعية، أو للتجارة و الدعاية و الاعلام، فقد ارتبط موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك في كافة مناحي و أمور الحياة و متطلباتها، لما وفره من سهولة في تكوين القاعدة الجماهيرية المطلوبة لأي عمل من الأعمال، و لما وفره أيضا من سهولة في نشر الآراء و الأفكار و الأنشطة التي تصل إلى مختلف الناس مهما كانت شرائحهم في أسرع وقت ممكن.⁽²⁾

و الفيسبوك عبارة عن شبكة اجتماعية يمكن الدخول إليه مجانا، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو شبكة العمل أو المدرسة أو الاقليم، و ذلك من أجل الاتصال بالآخرين و التفاعل معهم، كذلك يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم و إرسال الرسائل إليهم.⁽³⁾

1 - أمينة فوزيلي، دور الفيس بوك في تفعيل العمل التطوعي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام و الاتصال، جامعة المسيلة، الجزائر، 2016، ص18.

2 - السعيد حنان و ضيف عائشة، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وآثاره على القيم لدى الطالب الجامعي، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2015، ص 33.

3- ياس خضير البياتي، الإعلام الجديد، دار البداية، ط1، الأردن، 2014، ص 390.

2.1- نشأة موقع الفيسبوك:

انطلق موقع (الفيس بوك) في 28 أكتوبر من عام 2003، عندما قام مارك زوكربيج و هو طالب في السنة الثانية بجامعة هارفارد الأمريكية بابتكار (الفيس ماش) مع زميليه في غرفة السكن الجامعي " موسكوفيتز " و " هيوز "، حيث تم استخدام صور لطلبة المدينة الجامعية، عن طريق وضع صورتين بجانب بعضهما البعض و دعوة الطلاب المستخدمين إلى اختيار الشخص الأكثر جاذبية.⁽¹⁾

و بنشر الطالب مارك زوكربيج لصور طلبة المدينة الجامعية اعتبرت جامعة هارفارد أن هذا يعد انتهاكا و اتخذت إجراءات قاسية ضده دون أن تعرف القيمة الحقيقية للذي قام به هذا الكالب المساكش، و يقول مارك زوكربيج في مدونته " ... هناك أمر مؤكد هو أنني ارتكبت حماقة عندما أقدمت على انشاء ذلك الموقع و الانتهاك الذي حدث... لكن و على أي حال فأعتقد أن أي شخص آخر سوف يقوم بذلك في نهاية الأمر ".⁽²⁾

و في 4 نوفمبر من عام 2004، قام زوكربيج بتأسيس موقع (الفيس بوك) على نطاق جامعة هارفارد تحت مسمى thefacebook.com.⁽³⁾

و كانت عضوية الموقع قاصرة في بداية الأمر على طلبة هارفارد كوليديج أقدم كليات جامعة هارفارد، و خلال الشهر الأول من اتاحة الموقع للاستخدام، قام أكثر من نصف الطلبة الذين لم يتخرجوا بعد من الجامعة بالتسجيل في هذه الخدمة، و بعد فترة وجيزة، انضم كل من " إدواردو سافرين " (المدير التنفيذي للشركة) و " داستين موسكوفيتز " (مبرمج) و " أندرو ماكولام "

¹ - ليلي أحمد جرار، الفيسبوك و الشباب العربي، مكتبة الفلاح للنشر و التوزيع، ط1، الكويت، 2012، ص 51.

² - كاظم المقدادي، الإعلام الدولي الجديد و تصدع السلطة الرابعة، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن، 2013، ص 204.

³ - ليلي أحمد جرار، المرجع السابق، ص 53.

(رسام جرافيك) و " كريس هيوز " إلى زوكربيج لمساعدته في تطوير الموقع، و في شهر مارس من عام 2004، فتح (الفيس بوك) أبوابه أمام جامعات ستانفورد و كولومبيا وويل، بعد ذلك اتسع الموقع أكثر و فتح أبوابه أمام جميع كليات مدينة بوسطن و جامعة آيفي ليج، و شيئاً فشيئاً أصبح متاحاً للعديد من الجامعات في كندا و الولايات المتحدة الأمريكية.

و في يونيو من عام 2004، تم نقل مقر (الفيس بوك) إلى مدينة بالو آلتو في ولاية كاليفورنيا، و قامت الشركة بإسقاط كلمة the من اسمها بعد شراء اسم النطاق facebook.com عام 2005.

و يلاحظ أنه حتى تلك المرحلة كان الاشتراك بموقع (فيس بوك) لازال غير متاح أمام الجماهير التي تستخدم الانترنت، و لكنه و في 26 سبتمبر من عام 2006، فتح الموقع أبوابه أمام جميع الأفراد البالغين من العمر ثلاثة عشر عاماً فأكثر، و الذين لديهم عنوان بريد إلكتروني صحيح ليصبح هذا التاريخ لاحقاً أحد أهم التواريخ التي شكلت منعطفات أساسية في تطور مسار المواقع الاجتماعية و الانترنت.(1)

ان من يتأمل شبكة (الفيسبوك) سيفاجأ بهذا الكم الهائل من التوصلات، و التشبيكات بين البشر في العالم كله من شرقه و غربه، و تجد لدى كل شخص عشرات الأصدقاء من شتى أنحاء العالم، و لدى كل شخص صفحة خاصة به يتصرف فيها كما يريد، و يستعرض فيها مواهبه، و إظهار ذاته كما يود، و له أن يفعل فيه مايشاء يكتب على الحائط الخاص به و يدعو أصدقاءه للكتابة و التعليق، و مع ذلك وجه للموقع الكثير من الانتقادات، و تم حجبته في بعض الدول، كما نشرت تقارير إعلامية عن أن هناك إمكانية تسريب المعلومات الشخصية للمستخدمين من خلال إضافة تطبيق إلى مواقعهم الشخصية يتم من خلاله سحب البيانات الشخصية.(2)

1 - ليلي أحمد جرار، الفيسبوك و الشباب العربي، المرجع نفسه، ص 53.

2 - ياس خضير البياتي، الإعلام الجديد، المرجع السابق ص 391.

3.1- مميزات و خصائص موقع الفايسبوك:

يتضمن الفيسبوك مجموعة من المميزات التي تتمثل في:⁽¹⁾

اتاحة الفرصة للصدائة و التواصل بين الاعضاء و المشتركين في هذا الموقع و ذلك عن طريق:
أ- اتاحة الفرصة لإضافة من يشاء العضو إضافتهم من أصدقاء للتواصل معهم بعد أخذ موافقتهم، فالخيار و الحرية متاحة لمن يريد أن يضيف صديق له على الموقع، و متاح لهذا الصديق أن يقبل أو يرفض هذه الصداقة عن طريق الإجابة سلبا و ايجابا على الطلب الذي يتلقاه.

يمكن لمن تلقى طلب الصداقة أن يتحرى عن الشخص طالب الصداقة عن طريق نبذته الشخصية أو الاستفسار عنه من أصدقاء آخرين و في حال تمت الموافقة على الصداقة يستطيع كل منهم التواصل مع الآخر.

ب- إرشاد صديقين إلى بعضهما على هذا الموقع حتى و إن كان لا يعرفان بعضهما في الواقع الحقيقي.

ج- إتاحة الفرصة لمشاهدة كل الأصدقاء مرة واحدة مرتبة أسمائهم أبجدية مع أرقام هواتفهم الموجودة على نبذ حياتهم إن كانت هذه الهواتف متاحة للأصدقاء.

د- إتاحة المجال لحذف اسم أي صديق من لائحة الأصدقاء اذا كنت لا ترغب في الاستمرار في صداقته. و تعد شبكة فيسبوك من أفضل الشبكات الاجتماعية استخداما في العالم، و هذا راجع إلى خصائصه المختلفة مما جعله من بين المواقع الأكثر استخداما و من بين هذه الخصائص نذكر مايلي:⁽²⁾

1 - شقرا علي خليل، الاعلام الجديد بشبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن، 2014، ص 67.

2 - خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر و التوزيع، ط1، الأردن، 2013، ص 35-

- الملف الشخصي " Profile " : فعندما تشترك بالموقع عليك أن تنشئ ملفا شخصيا يحتوي على معلوماتك الشخصية، صورك، الأمور المفضلة لك، وكلها معلومات مفيدة من أجل سهولة التواصل مع الآخرين، كذلك يوفر معلومات للشركات التي تريد أن تعلن لك سلعاها بالتحديد.
- إضافة صديق " Add Friend " : و بها يستطيع المستخدم إضافة أي صديق أو أن يبحث عن أي فرد موجود في شبكة الفيسبوك بواسطة بريده الالكتروني.
- إنشاء مجموعة " Groups " : تستطيع من خلال خاصية إنشاء مجموعة إلكترونية على الانترنت أن تنشئ مجتمعا الكترونيا يجتمع حول قضية معينة، سياسية كانت أم اجتماعية أم رياضية ... إلخ و تستطيع جعل الاشتراك بهذه المجموعة حصريا للعائلة أو الأصدقاء، أو عامة يشترك بها من هو مهتم بموضوعها،
- لوحة الحائط " Wall " : و هي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم.
- النكزة " Pokes " : منها يتاح للمستخدمين إرسال " نكزة " افتراضية لإثارة انتباه بعضهم إلى بعض و هي عبارة عن إشعار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.
- الصور " Photos " : و هي الخاصية التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات و الصور من الأجهزة الشخصية إلى الموقع و عرضها،
- الحالة " Status " : التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم و مايقومون به من أعمال في الوقت الحالي،

➤ السوق " Marketplace " : و هو المكان أو الفسحة الافتراضية الذي يتيح للمستخدمين نشر اعلانات مبنوبة مجانية.

➤ إنشاء صفحة خاصة على الموقع: تستطيع إنشاء صفحة خاصة بموضوع معين، و يتيح للمستخدم أن يروج لفكرته أو منتجته أو حزبه أو لجمعية ما.

و مع التطور الكبير في التكنولوجيات الحديثة و ظهور العديد من المواقع و التطبيقات التي تنافس موقع الفيسبوك أضاف موقع الفيسبوك العديد من الخصائص و من بينها خاصية البث المباشر حيث يستطيع المستخدم مشاركة الأحداث في بث مباشر و يقوم المشاهدون بالتعليق عليه و مشاركته بسهولة أو الانضمام إلى الفيديو بالصوت و الصورة.

4.1- مكونات موقع الفيسبوك:

ولمعرفة عمل موقع الفيسبوك يجب أن نشرح أهم مكونات الموقع وهي: (1)

1- اللوح: هناك ثلاثة عناصر هي نفسها في كل صفحة في الفيسبوك لأي مستخدم، مما يعطي بعض النقاط المرجعية المتناغمة بواسطتها هي: الشريط الأزرق، التذييل، وشريط التطبيقات وتسمى هذه العناصر مجتمعة اللوح (Frame).

أ- الشريط الأزرق: يوجد في أعلى كل صفحة في الفيسبوك شريط أزرق ساطع أسمه (الشريط الأزرق) يمثل الشريط الأساس والثابت عند فتح واجهة المستخدم وتساعد الارتباطات في الشريط الأزرق على التنقل في الموقع.

ب- التذييل: يوجد في أسفل كل صفحة في الفيسبوك لائحة ارتباطات أفقية تسمى التذييل (Footer). من السهل التغاضي عنه، ولكنه يقدم بعض المعلومات المفيدة.

¹ - مؤيد نصيف جاسم السعدي، الوظيفة الاتصالية لموقع التواصل الاجتماعي، ط1، ألفا للوثائق، الجزائر، 2016، ص 173-180.

ج- شريط التطبيقات: وهو شريط يضم التطبيقات العامة التي يمكن للمستخدم استعمالها ويكون مرئياً دائماً، وهو يحتوي على قائمة تعطيك وصولاً سريعاً إلى تطبيقاتك في الفيسبوك، ومساحة في الوسط لإنشاء أزرار ارتباط سريع إلى التطبيقات المفضلة. كما يوجد برنامج دردشة فيسبوك على شريط التطبيقات أيضاً.

2- صفحة النبذة: وهي الصفحة الشخصية الخاصة بالمستخدم التي تقدم نبذة عنه في الفيسبوك، وهو المكان الذي سيزوره أصدقاء المستخدم للإطلاع على آخر أخبار المستخدم، وهي إحدى الصفحتين اللتين سيقضي المستخدم فيهما معظم وقته على الأرجح (إلى جانب صفحة فيسبوك الرئيسية). وتتضمن:

أ- تحديث حالة المستخدم: في أعلى صفحة نبذة المستخدم يوجد تحديث الحالة وهو جواب لجملة واحدة على السؤال (ماذا تفعل الآن؟). ويمكن للمستخدم استعماله لإبلاغ أصدقائه عن نوع العمل الذي يقوم به، مثلاً أين تنوي الذهاب لاحقاً هذا اليوم، ما الأغنية التي تحبها، أو أي شيء آخر يخطر على بال المستخدم. وأن أي شيء يكتبه المستخدم لتحديث حالته سيكون مرئياً في الصفحات الرئيسية لأصدقاء المستخدم، وربما في أماكن أخرى في فيسبوك أيضاً ويمكن عدّه كإصدار نشرة صحفية صغيرة عنك في دائرتك الاجتماعية.

ب- علامات التبويب: تحتوي نبذة المستخدم بشكل افتراضي على علامات تبويب مختلفة يستطيع المشتركون اختيارها لرؤية أنواع مختلفة من المعلومات، وفضلاً عن علامات التبويب الافتراضية الأربعة في صفحة نبذة المستخدم، يمكن للمستخدم إضافة علامات تبويب مخصصة للتطبيقات المفضلة أيضاً باستعمال قائمة علامات التبويب.

5.1- آلية التواصل بين أعضاء موقع الفيسبوك:

يتواصل الأصدقاء في موقع الفيسبوك بعدد الخصائص و التي تتمثل في:(1)

أ- التعليقات: خاصية التعليقات متاحة بين الأصدقاء و في المجموعات و الصفحات المنضمين لها، ذلك يعتمد أيضًا على الصلاحيات الممنوحة، يمكن للمستخدم أن يكتب تعليقًا في مساحة التعليقات و يمكن الضغط على زر (Comment) إضافة تعليق و في نفس المساحة يمكنك أن تضيف رابط موقع أو صورة.

ب- الإشارة (Tags): خاصية الإشارة متاحة في الصور و الفيديو بحيث يمكنك أن تلتفت انتباه أصدقائك عبر الإشارة لهم في صورتك أو في مقطع الفيديو المحمل عبر الفيسبوك و بالتالي سترسل لهم تنبيهات لأي تحديث جديد في الصورة.

ج- الإعجاب (Like): خاصية معجب أيضا متاحة بنفس آلية التعليقات بين الأصدقاء و المجموعات و الصفحات المنظمين لها ذلك يعتمد أيضا على الصلاحيات الممنوحة حيث يمكن للمستخدم أن يقوم بعمل معجب (Like) لأي نص أو صورة أو فيديو لأصدقائك.

خاصية " معجب " طورها موقع الفيسبوك في 2010 و قد تمت إضافتها في كل المواقع الأخرى كوسيلة لربط المستخدم بحسابه في الموقع و بنظرة أخرى تهدف للترويج للمواقع.

د- النكزة (Poke): تحدث فقط بين الأصدقاء بحيث يقوم المستخدم بتنفيذ ذلك على أحد أصدقائك، و بينما يقوم الآخر برد (Poke) لصديقة.

¹ - وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفيسبوك على المجتمع، ط1، مدونة شمس النهضة، السودان، 2011، ص 14.

6.1- أسباب استخدام موقع الفيسبوك: هناك عدة أسباب تدفع الجمهور لاستخدام موقع

الفيسبوك، إذ أن موقع الفيسبوك جاء بعدد كبير من المميزات التي جعلته يتصدر قائمة

غهممات المستخدمين، و من هذه الأسباب نجد: (1)

- يساعد على التواصل الاجتماعي و قضاء أوقات مع الآخرين.
- يساعد على إكتشاف الأشخاص و الأفكار و المواهب و القدرات الشخصية.
- سرعة تبادل المعلومات و الأخبار.
- يمكن إستخدام موقع الفيسبوك في المراسلة كبديل للبريد الإلكتروني.
- يمكن الأشخاص من إستخدام التطبيقات و الاستقضاءات و المشاركة مع الآخرين.
- تواجد العديد من المؤسسات و المنظمات و الشركات مما يتيح للجمهور التفاعل مع تلك المؤسسات و التعرف على اخبارها.
- التعرف على آراء الاشخاص و توجهاتهم، و التعرف على عاداتهم و تقاليدهم في جلب الزوار و المعجبين بموقع الشخص أو الجهة بربطه مع صفحة الفيسبوك.
- الحصول على الحافز الاجتماعي و تشجيع الآخرين.
- الاهتمام بالأحداث ذات الاهتمام المشترك و الترويج لمناسبات مهمة و مؤثرة.
- تبادل التهاني و التوصيات و الذكريات المشتركة بين الأشخاص.
- سهولة إستخدام موقع الفيسبوك عبر إتاحة القوائم السهلة و إجراءات بسيطة.

1 - محمد سيد ريان، الإعلام الجديد، مركز الأهرام للنشر و التوزيع، القاهرة، 2012، ص37.

7.1- احصائيات موقع الفايسبوك:

لا يزال موقع فيسبوك هو المنصة الاجتماعية الأكثر إستخداما في العالم و حسب التقرير فإن عدد مستخدمي موقع فيسبوك في العالم 2,91 مليار مستخدم ينشط شهريا اعتبارا من أكتوبر من سنة 2021، و رصد التقرير ارتفاعا في عدد مستخدمي موقع الفيسبوك في العالم بلغ 6,20 بالمائة مقارنة بسنة 2020 بزيادة 170 مليون مستخدم.⁽¹⁾

أما في الجزائر و وفقا للتقرير الرقمي للجزائر لسنة 2022 حسب موقع " DATAREPORTAL " ، و حسب التقرير فإن عدد مستخدمي الانترنت في الجزائر بلغ 27,28 مليون مستخدم في جانفي من سنة 2022، و بلغ معدل انتشار الانترنت في الجزائر 60,60 بالمائة من إجمالي السكان في بداية عام 2002، و رصد التقرير ارتفاعا في عدد مستخدمي الانترنت في الجزائر بلغ 7,30 بالمائة بين سنتي 2021 و 2022 بزيادة 1,8 مليون شخص انضموا إلى الشبكة العنكبوتية.

و بلغ مستخدمو شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر 26,60 مليون مستخدم في جانفي من سنة 2022 أي بنسبة 59,10 بالمائة من العدد الاجمالي للسكان البالغ 44,98 مليون نسمة، و رصد التقرير ارتفاعا في عدد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في الجزائر بلغ 6,40 بالمائة بين سنتي 2021 و 2022 بزيادة 1,6 مليون شخص.

و وفقا للتقرير فقد بلغ عدد مشتركى موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك بالجزائر إلى غاية جانفي 2022، أكثر من 22 مليون مستخدم يمثلون 68,70 بالمائة من عدد السكان الذين يتجاوز سنهم 13 سنة.⁽²⁾

¹ - <https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report>، تاريخ الزيارة 19 أبريل 2022 على الساعة 16:27.

² - <https://datareportal.com/reports/digital-2022-algeria>، تاريخ الزيارة 19 أبريل 2022 على الساعة 16:47.

و وفق نفس التقرير فإن 39,60 بالمائة من المشتركين في الشبكة من الاناث و 60,40 بالمائة من الذكور.⁽¹⁾

و حسب هذه الاحصائيات فإن موقع الفيسبوك يعد من أكبر المنصات استخداما في العالم و الجزائر من حيث عدد المستخدمين و يتربع على عرش الصدارة بـ: 2,91 مليار مستخدم حول العالم، و 22 مليون مستخدم في الجزائر.

و ختاماً أصبح لزاماً الاستثمار في انتشار موقع الفيسبوك في السنوات الأخيرة و جعله وسيلة إعلام و إعلان، و وسيلة توعية و تواصل و وسيلة لتحقيق الأهداف التطوعية، باعتباره عاملاً مساعداً في نشر الأعمال التطوعية بشكل سريع بين أفراد المجتمع، فموقع الفيسبوك يتيح التواصل و التفاعل بين المستخدمين في أي وقت و من أي مكان بالإضافة إلى سهولة استخدامه فهو يعمل على توفير الوقت و الجهد، و المال.

¹ - <https://datareportal.com/reports/digital-2022-algeria>، تاريخ الزيارة 19 أبريل 2022 على الساعة 16:47.

تمهيد:

يحتل العمل الخيري حيزا بالغ الأهمية في الكيان الاجتماعي و الثقافي للمجتمعات، لكونه ركيزة مهمة في التنمية الاجتماعية و يعود بالمنفعة على المجتمع، وفي وقتنا الحالي تم تنظيم العمل الخيري من طرف مؤسسات و منظمات تسمى الجمعيات الخيرية و التي تعرف بمساعيها و مقصدها النبيل المتمثل في تقديم المساعدة للمحتاجين و المؤازرة للمنكوبين، و كذا القيام بالعمل الخيري في شتى ميادين الحياة. و تظهر الجمعيات الخيرية في كافة أنحاء العالم كحركات جمعوية تسعى إلى تحقيق التنمية الاجتماعية ذلك لأنها تنظيمات إجتماعية لها أهداف تسعى إلى تحقيقها و موارد تعتمد عليها في جميع نشاطاتها، و تعتمد الدول على الجمعيات الخيرية في تحقيق التنمية، فهي في الجوهر و عي حضار و رقي فكري.

II. الجمعيات الخيرية:

II.1- تعريف العملية الخيرية:

عرفها البعض على أنها صفة للشخص الإنساني أو صفة الشيء الخارجي، فإذا أطلقت على الانسان دلت على من يحسب الشيء ويفعله، أو على من يشعر بألم للآخرين ويدفع عنهم ويرغب في تحقيق سعادتهم.(1)

II.2- تعريف الجمعية الخيرية:

تعرف الجمعية الخيرية على أنها مجموعة من الأفراد الذين ينشطون فيما بينهم على القيام بتقديم خدمات مختلفة، بهدف مساعدة المجتمع والعمل على رقيه وتقدمه دون الالتفات الى العائد المادي أو الربح من واره تقديم هذه المساعدة أو الخدمة.(2)

II.3- أنواع الجمعيات الخيرية: تتنوع الجمعيات الخيرية و تتعدد و من أهمها:(3)

II.3-1- الجمعيات الخاصة بالمسنين برعاية المسنين: وهي مؤسسات خيرية تعمل على رعاية

كبار المسنين والت يتعمل على رعاية كبار السن في حالة عدم وجود أقارب لهم وتقوم بتوفير الطعام والشراب والرعاية الصحية والكساء لكبار السن الغير قادرين على القيام برعاية أنفسهم.

II.3-2- جمعية رعاية الأيتام: وهي مؤسسات خيرية تقوم برعاية الأطفال الايتام والقصر في

حالة عدم وجود عائلات لهم وتقوم بتوفير الغذاء والشراب والملابس لهؤلاء الأطفال كما تقوم هذه المؤسسات الخيرية بتعليمهم والعناية بهم حتى يصلوا إلى سن الرشد.

1 - أول ميروك عبد الحليم، مفهوم الخير في الفلسفة الحديثة، مجلة كلية الآداب، العدد 100، ص 719.

2 - رحمة بامحمد، الجمعيات الخيرية و سبل تطويرها، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية و الاقتصادية، العدد 4، المركز الجامعي لتمنراست، 2018، ص 263.

3 - نور أحمد، خطاب الجمعيات الخيرية، الناس والمجتمع الاعمال الخيرية، الموسوعة العربية الشاملة، تاريخ الاطلاع 2018/03/13.

4.11- خصائص الجمعيات الخيرية: تتميز الجمعيات الخيرية بعدة خصائص وهي كمعايير

أساسية لها: (1)

4.11-1- المؤسساتية: الجمعيات الخيرية في الأصل مؤسسة أو تنظيم هيكلية بمعنى أنها تشكل

بناء مؤسساتيا وجهازا إداريا وبشريا قائم على أسس وقواعد متنوعة أعمالها ومهامها بين مختلف أعضائها بشكل منظم له مقره في كثير من الدول انطلاقا من هذا البناء المؤسساتي أصبح لكثير من المنظمات غير القائمة للربح والقوة والتفوق ما جعل منها تفرض وجودها في كثير من دول العالم خصوصا في الدول الكبرى،

4.11-2- التطوعية: الجمعيات الخيرية لا تهدف في عملها تحقيق الربح فهي تقوم على مبدأ

الأريحية وهي الفلسفة التي تقوم عليها هذه الجمعيات وقد سماها البعض بالحركات الاجتماعية لأنها قامت في أول مرة على دعائم العمل الجماعي الناشئ أصلا من الرغبة في التعاون والمساعدة والتضامن.

4.11-3- التعقيد: إن عنصر التعقيد يقصد به تعدد المستويات التنظيمية داخل المنظمة و كذا

انتشارها الجغرافي داخل المجتمع فكلما زاد عددها زاد حجم عضويتها وبالتالي ضمان أوسع نطاق من الولاءات.

4.11-4- الاستقلالية: يحدث ذلك في حالة عدم تبعية أي منظمة لأي جهة أو حزب أو فرد

أو جماعة هذا يوفر جو لممارسة دورها الخيري وكذا يسمح لها بتحقيق أهدافها وعدم خضوعها لغيرها ويدخل ضمن هذا الاستقلال السياسي والاقتصادي والمالي.

4.11-5- التجانس: يقصد بذلك عدم وجود نزعات داخل المنظمة حيث أنها تؤثر على مستوى

أدائها، فكلما كانت جل هذه النزعات سليمة كلما أدى ذلك للوفاق داخل المنظمة ومنه إحداث التجانس والاستقرار داخل الفرع (الجمعية).

1 - رحمة بامحمد، نفس المرجع السابق، ص 264، 265.

4-6- القدرة على التكيف: يقصد به قدرة الجمعية على التكيف مع التطورات الدولية والمحلية، فكلما استطاعت الجمعية التكيف مع الوضع كلما أدى ذلك الى تحقيق الفعالية لان عدم تكيفها يؤدي الى القضاء عليها ويقلل من فعاليتها، وهذا التكيف عادة ما يأخذ ثلاثة أنواع هي: (1)

➤ **التكيف الزمني:** ويقصد به استمرارية الجمعية مدة طويلة .

➤ **التكيف الجيلي:** ويقصد به استمرارية الجمعية وفقا لتعاقب الأجيال خاصة على مستوى القيادة وظهور نخب جديدة.

➤ **التكيف الوظيفي:** ويقصد به قدرة الجمعية على إحداث تعديلات على مستوى نشاطاتها وذلك قصد التكيف مع الظروف الجديدة.

إضافة الى ذلك عنصر الدور والمتمثل في الدور الذي تقوم به هذه التنظيمات والأهمية الكبرى لاستغلالها من السلطة وهيمنة الدولة، فهي تنظيمات اجتماعية تعمل في سياق روابط تشير الى علاقة التضامن والتماسك الاجتماعي، صف على ذلك أن الجمعيات الخيرية أصبحت تمثل مجمل الحياة الحضارية تقريبا والتي تشمل جوانب الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية ولعل ما يميز مجتمعاتنا الحالية هو الحضور لمثل هذه المؤسسات في ظل ما يكفله القانون من حريات ووجبات.

وختاما فإن الدور الكبير الذي تقوم به الجمعيات الخيرية يجعلها تحل في طليعة المؤسسات التي يحتضنها المجتمع، وهذا لكونها أساس من الخدمات والمساعدات التي تساهم في إرتقاء هذا المجتمع بشكل كبير كما أنها تنتشر الكثير من الفقراء والمحتاجين من قاع الفقر وكل ما يحيط به من منغصات وعراقيل تؤول دون تحقيقهم لغاياتهم وطموحاتهم ، كما أنها توفر لهم متطلبات حياتهم الأساسية ، ولهذا لابد من الوثوق بأهمية هذه الجمعيات و دورها الكبير.

1 - المرجع نفسه، ص 265.



الجانب التطبيقي

للدراصة

الجانب التطبيقي للدراسة

- 1- تعريف الجمعية الخيرية " كافل اليتيم بالبويرة " .
- 2- كيفية تأسيس المكاتب البلدية.
- 3- هيكله جمعية " كافل اليتيم بالبويرة " و تنظيمها.
- 4- نشاطات الجمعية الخيرية " كافل اليتيم بالبويرة " .
- 5- الانخراط في جمعية " كافل اليتيم بالبويرة " .
- 6- تحليل الجداول.
- 7- نتائج الدراسة.

تمهيد:

تأسس مكتب كافل اليتيم بالبويرة في 2014 - 2015 هذا المكتب تأسس بالبويرة حيث ترأسه اول مرة مصطفى قبلي.(1)

1- تعريف الجمعية الخيرية " كافل اليتيم بالبويرة ":

ان الجمعية الخيرية لكافل اليتيم الوطنية هي جمعية خيرية ذات طابع اجتماعي لها قانون أساسي و قانون داخلي تسيير قانونيا لتحقيق أهدافها.(2)

ولا يحق لأي شخص ان يتصرف خارج هذا الاطار القانوني مهما كانت صفته او طبيعته ان المكتب الولائي للجمعية ملزم بتطبيق قانون الجمعية ومكلف بمراقبة مكاتب البلدية حسب القانون.(3)

2- كيفية تأسيس المكاتب البلدية:

تقوم المجموعة الراغبة في تأسيس مكتب على مستوى بلديتها بتكوين ملف حسب القانون مرفوق بطلب الى المكتب الولائي الذي يقوم بدراسته ومناقشته و يتم الرد بالإيجاب او الرفض كتابيا في مدة لا تتجاوز الشهرين، وفي حالة الايجاب يحضر محضرا للتصويب من طرف رئيس المكتب الولائي و الممض من طرفه ينصب المكتب البلدي و يسلم له محضرا للتصويب والوثائق اللازمة لذلك مع بطاقات العضوية لكل أعضاء المكتب البلدي وبذلك يكون قد وجد المكتب وجودا قانونيا.(4)

1 - مقابلة مع رئيسة المكتب الولائي لجمعية كافل اليتيم بالبويرة " خديجة شرفاوي "، أجريت في يوم 21 ماي 2022 على الساعة 13:00 بمقر جمعية كافل اليتيم بالبويرة.

2 - معلومات مقدمة بناءً على وثائق جمعية كافل اليتيم بالبويرة.

3 - معلومات مقدمة بناءً على وثائق جمعية كافل اليتيم بالبويرة.

4 - معلومات مقدمة بناءً على وثائق جمعية كافل اليتيم بالبويرة.

ويعمل المكتب البلدي طبقا للقانون وبتوجيه من المكتب الولائي دون سواء، وتكون العلاقة بين المكتب البلدي و المكتب الولائي علاقة مباشرة ولا يحق لاحد ان يلعب دور الوسيط مهما كانت صفته. (1)

تستخرج بطاقات العضوية من المكتب الولائي ممضية من طرف رئيسة وتسلم الى رؤساء المكاتب البلدية لتسليمها الى أصحابها لاستعمالها بما يسمح به القانون. (2)

يقوم المكتب البلدي بارسال التقارير الشهرية و السنوية بكل نشاطاته الجمعوية المخولة له قانونيا يستدعى رئيس المكتب البلدي لكل الاجتماعات التي يبرمجها المكتب الولائي حسب ظروف العمل. (3)

يلزم رئيس المكتب البلدي بإبلاغ المكتب الولائي بكل المستجدات الطارئة والتي لم تكن مدرجة في برنامج الجمعية. (4)

3- هيكله جمعية " كافل اليتيم بالبويرة " وتنظيمها:

3-1- أعضاء المكتب:

يتكون المكتب سواء الولائي او البلدي من: (5)

1- رئيس المكتب قبلي مصطفى ونائب واحد.

2- مين عام عرعار جعفر ونائب واحد.

3- امين المال دنداني ونائب واحد.

1 - معلومات مقدمة بناءً على وثائق جمعية كافل اليتيم بالبويرة.

2 - معلومات مقدمة بناءً على وثائق جمعية كافل اليتيم بالبويرة.

3 - معلومات مقدمة بناءً على وثائق جمعية كافل اليتيم بالبويرة.

4 - معلومات مقدمة بناءً على وثائق جمعية كافل اليتيم بالبويرة..

5 - معلومات مقدمة بناءً على وثائق جمعية كافل اليتيم بالبويرة.

4- عدة أعضاء (10 أعضاء على أكثر).

ثم مجموعة من المنخرطين.

يقوم أعضاء المكتب الولائي وكذا المكاتب البلدية بتكوين لجان متخصصة في جميع المجالات وذلك لتحديد المسؤولية والسير الحسن والقانوني للجمعية، و هذه اللجان هي: (1)

أ- اللجنة الاجتماعية: وعدد أعضائها ثلاثة (03)

➤ مهامها:

- جمع المساعدات العينية.

- ضمان التكفل الاجتماعي.

1- الصحى

2- الخدمات

3- التشغيل

4- التعليم

- رصد ومعاينة وتحقيقات حول الوضعية الاجتماعية للعائلات.

- توزيع المساعدات بالتنسيق مع اللجنة الإدارية.

ب- اللجنة الإدارية: و عدد أعضائها ثلاثة (03).

➤ مهامها:

- ضبط قوائم عائلات الارمل والايتام.

¹ - معلومات مقدمة بناءً على وثائق جمعية كافل اليتيم بالبويرة.

- إدارة شؤون المكتب.

- تنظيم وحفظ الأرشيف.

3-2- الاجتماعات: يعقد رئيس المكتب الولائي أو من ينوب عنه كنائبه أو الأمين العام أو من يختاره لرئيس الاجتماع. اجتماعا ولأيا مرة كل شهر بتاريخ يحدده أعضاء المكتب. يعقد المكتب الولائي اجتماعي كل ثلاثة أشهر مع رؤساء المكاتب البلدية في الأحوال العادية للاطلاع على أمور وأحوال وسيرورة الأعمال لهذه المكاتب . ويجوز لرئيس المكتب الولائي عقد اجتماع طارئ حسب ما يتطلبه الأمر لذلك. ترسل تقارير شهرية من المكاتب البلدية إلى المكتب الولائي. يكلف الأمين العام الولائي بدراسة هذه التقارير الشهرية وطرح أهمها على المكتب الولائي للاطلاع عليها ودراستها. كل عضو تغيب عن الاجتماعات ثلاثة مرات وكان غيابه ملاحظا وغير مبرر حسب ورقة الحضور يحال على لجنة الانضباط تلقائيا للنظر في أمره.(1)

3-3- التعاون بين المكاتب : يعمل المكتب الولائي على جمع احتياط من المواد الغذائية والألبسة والأموال، واقتطاع جزء منها من المكاتب البلدية ذات الدخل المرتفع لمساندة ومساعدة مكاتب البلدية الفقيرة والنائية والتي يكون فيها دخل الجمعية ضعيفا أو منعدمة. كما يجوز لأي مكتب بلدي مساعدة مكتب بلدي اخر أو مكاتب بلدية أخرى بما يراه مناسبا.(2)

3-4- الانضباط: يلزم كل عضو أو منخرط بالعمل بقانون الجمعية واحترامه. يحال كل من تجاوز قانون الجمعية ومهما كانت صفته على لجنة التأديب أو الانضباط . وكل عضو لوحظ أو ثبت أو تبين لرئيس المكتب أو لأعضائه سواء الولائي أو البلدي عرقلة أعمال ونشاط

1 - معلومات مقدمة بناءً على وثائق جمعية كافل اليتيم بالبويرة.

2 - مقابلة مع رئيسة المكتب الولائي لجمعية كافل اليتيم بالبويرة " خديجة شرفاوي "، أجريت في يوم 21 ماي 2022 على الساعة 13:00 بمقر جمعية كافل اليتيم بالبويرة.

الجمعية والحيلولة دون تحقيق أهدافها، ونشر البلبلة والفوضى داخل صفوف الجمعية، حيث يلجأ المكتب الولائي . ويمس ذلك كل شخص له صفة الإنتماء القانوني للجمعية دون تمييز. (1)

3-5- تنقل الأعضاء: (2)

ويكون تنقل الأعضاء والمنخرطين في الشارع حاملين بطاقات الانخراط او العضوية مع لبس صديرات الجمعية.

كما يجوز لكل مكتب بلدي وضع سلة في المحلات التجارية والمساحات الكبرى تجمع فيها المواد الغذائية لفائدة اليطامي والارامل مع وضع شعار الجمعية وعنوانها ورقم هاتفها وتعيين أعضاء اكفاء للقيام بذلك.

يمنع منعاً باتاً التجول في المحلات التجارية والأسواق والشوارع وبين المواطنين والمنازل فرادي وبدون شعار الجمعية لجمع الأموال والتبرعات باسم الجمعية وذلك لقطع الطريق امام الانتهازيين والمتسولين باسم الجمعية.

كل ما قام المكتب الولائي سواء داخل الولاية او خارجها وسواء كان ذلك أموالاً او هبات فهو ملك لجميع المكاتب البلدية ولهم الحق في الانتفاع من ذلك.

وكل ما قام المكتب البلدي بجمعية فهو حق له. وله حق التصرف فيه حسب ما يراه مناسباً.

لايحق لرئيس المكتب الولائي او امين ماله المساس بحساب الجمعية . كحسب جزء منه او كله الا بمداولة من المكتب الولائي كله او اغلبية.

1 - مقابلة مع رئيسة المكتب الولائي لجمعية كافل اليتيم بالبويرة " خديجة شرفاوي "، أجريت في يوم 22 ماي 2022 على الساعة 11:00 بمقر جمعية كافل اليتيم بالبويرة.

2 - مقابلة مع رئيسة المكتب الولائي لجمعية كافل اليتيم بالبويرة " خديجة شرفاوي "، أجريت في يوم 22 ماي 2022 على الساعة 11:00 بمقر جمعية كافل اليتيم بالبويرة.

لا يحق لرئيس المكتب البلدي او أعضائه التصرف الفردي في أموال الجمعية الا بمداولة في هذا الشأن.مع تحرير محاضر تثبت ذلك.

3-6- الاعلام: يقوم المكتب الولائي بفتح موقعا الكترونيا ولأئيا، يعين عضوا كفؤا لتسييره و يكون مسؤولا على ذلك مسؤولية كاملة، وتوضع تحت تصرفه كل الفيديوهات والصور الخاصة سواء بالنشاط الولائي او النشاط البلدي حتى يطلع الجمهور من خلال هذا الموقع على نشاطات المكتب الولائي. تعمل الجمعية على إصدار ونشر مجلة سنوية بالصور والمقالات و الاراء حول العمل الخيري للجمعية الخيرية كافل اليتيم لولاية البويرة لا يجوز لاي شخص التصريح الاعلامي براي الشخصية حيال اي موضوع لا يتعلق بالجمعية و اهدافها وقوانينها وتقع المسؤولية الشخصية على كل من لم يلتزم بذلك.(1)

3-7- احترام السلطات و الأشخاص: يجب على كل عضو من اعضاء الجمعية او منخرطها احترام قوانين الجمهورية واحترام السلطات المدنية و العسكرية و الاشخاص المعنوية والطبيعية، وكل الانضيمات الحكومية ومؤسساتها مهما كانت صفتها او طبيعتها. و الأشخاص الطبيعية من مواطنين و فاعلين ومحسنين ومتبرعين وكذا اليتامى و الارامل. وهذا الاحترام واجب على كل فرد منا الاعطاء الصورة الحقيقية و الوجه المشرف للجمعية الخيرية كافل اليتيم الوطنية.(2)

4- نشاطات جمعية " كافل اليتيم بالبويرة ":

للجمعية نشاطات متعددة تتمثل فيمايلي:(3)

- النشاط الولائي.

1 - مقابلة مع رئيسة المكتب الولائي لجمعية كافل اليتيم بالبويرة " خديجة شرفاوي "، أجريت في يوم 22 ماي 2022 على الساعة 11:00 بمقر جمعية كافل اليتيم بالبويرة.

2 - مقابلة مع رئيسة المكتب الولائي لجمعية كافل اليتيم بالبويرة " خديجة شرفاوي "، أجريت في يوم 22 ماي 2022 على الساعة 11:00 بمقر جمعية كافل اليتيم بالبويرة.

3 - معلومات مقدمة بناءً على وثائق جمعية كافل اليتيم بالبويرة.

- النشاط البلدي.
 - النشاط الجماعي.
 - نشاطات داخل الولاية.
 - نشاطات خارج الولاية.
- **النشاط الولائي:** يختار المكتب الولائي النشاط الذي يراه مناسباً حسب برنامج عمله او المناسبات الدينية والوطنية الخ....
- كما يقوم المكتب الولائي باختيار رؤساء مكاتب البلديات او أعضاء من كافة الولاية للقيام بهذا النشاط حسب ما تقتضيه الضرورية لذلك وهو ليس حكراً على مكتب بلدي واحد.
- **النشاط البلدي:** يجوز لرئيس المكتب البلدي اختيار نشاطاته. كما يجوز له الاستعانة بمكاتب اخري لاجراء نشاط بلدي داخل إقليم الولاية.
- **النشاط الجماعي:** يجوز لعدة مكاتب بلدية ان تنظم نشاط واحد او عدة نشاطات داخل الولاية وخارجها.
- كما يجوز لرئيس المكتب البلدي ان يختار المكتب او المكاتب البلدية التي تشاركه في ذلك لاجراء او القيام بعمل او اعمال موحدة.
- يحرر تقريراً مفصلاً بعد كل نشاط من طرف القائم على ذلك لتدارك النقائص لتفاديها في النشاطات او الاعمال القادمة.
- **النشاطات داخل الولاية:**
- للمكتب البلدي الحق اختيار النشاطات التي يراها ملائمة وذلك تماشياً مع المناسبات الأخرى حسب ما تقتضيه اهداف الجمعية والقانون داخل حدود إقليم بلديته.

للمكتب البلدي الحق في اختبار النشاطات التي يراها ملائمة وذلك تماشياً مع المناسبات الدينية والوطنية والمناسبات الأخرى حسب ما تقتضيه أهداف الجمعية والقانون داخل حدود اقليم بلدية ، بشرط إبلاغ المكتب الولائي بذلك حتي يتمكن هذا الأخير من مساندة نشاط الجمعية الأني . أما تحركات أعضاء المكتب البلدي داخل تراب الولاية فيخضع إلى تحرير وإمضاء تكليف بمهمة صادرة عن رئيس المكتب البلدي محدد الشخص أو الأشخاص المكلفين بالمهمة وطبيعتها ومدتها ووجهتها.

■ **النشاطات خارج الولاية:** يلزم رئيس المكتب البلدي بتقديم طلب إلى المكتب الولائي الذي ينظر في الأمر ويبت فيه . وفي حين الموافقة يحرر تكليف بمهمة ممضي من طرف رئيس المكتب الولائي أو من ينوب عنه توضح فيه نوع المهمة الا للضرورة القصوى . يكون رئيس المكتب البلدي مسؤولاً مسؤولية تامة في كل الأعمال والافعال والنشاطات المتعلقة بالجمعية علي سلامة الأفراد ونجاح المهمة داخل اقليم الولاية وخارجها . يعلم رئيس المكتب البلدي المكتب الولائي بكل المبادرات والنشاطات الخاصة بالمكتب البلدي سواء كانت مبرمجة أو طارئة، وذلك لمواكبة السير الانى لنشاطات الجمعية.

- **جمع الأموال والتبرعات:** يجوز للمكتب الولائي وكذا المكاتب البلدية الاتصال بالمؤسسات، ورجال الاعمال والمتبرعين وأصحاب المحلات والمساحات الكبرى والتجار وكل من تبينت نيته في مساعدة الجمعية لافادتهم بحساب الجمعية ومقرها وعنوانها وأرقام هواتفها.

ويكون إيداع الأموال او الهبات على مستوى المكاتب وتفيد في الدفاتر المخصصة لذلك مع تسليم وصل إيداع يذكر فيه اسم المحسن .وإذا لم يعط اسمه يكتب في مكان الاسم و اللقب كلمة "محسن" مع ذكر قيمة المبلغ او نوع الهبة وكميتها.

وتحفظ الهبات في المكتب، أما الأموال فعند امين المال او نائبه، وهو مسؤول عن ذلك مسؤولية تامة، كما يجوز للجمعية وضع إعلانات باسم الجمعية وشعارها على الجدران وفي الساحات

العمومية والأماكن التي يرتادها المواطنون، لطلب المساعدة حسب ما يتطلبه برنامج الجمعية وحسب المناسبات الدينية والوطنية.

و يجوز للجمعية اصدار مطبوعات يوضح فيها نوع المساعدة توزع على المواطنين والعامّة لاعلامهم بالتقرب الى مقر الجمعية وحثهم على التبرع والمساعدة لهذه الفئة الهشة من المجتمع.(1)

- **فتح ورشات:** يجوز للمكتب البلدي فتح ورشات في مختلف المجالات وذلك بترخيص من المصالح المختصة. وتكون عائداتها لفائدة المكتب البلدي وينتفع منها العاملين والعاملات فيها بمرتب شهري او نسبة من قيمة الأرباح. مع تخصيص نسبة رمزية لفائدة المكتب الولائي، يحددها هذا الأخير.(2)

- **التكريمات:** يقوم المكتب الولائي او البلدي بتشجيع او تكريم اي عضو او مكتب بلدي او شخص معنوي او طبيعي ثبت بالاجماع بروز نشاطه الميداني او تمثيله تمثيلا مشرفا للجمعية ، بالطريقة التي يراها المكتب مناسبة لذلك .(3)

5- الانخراط في الجمعية:

1-5- تعريف المنخرط: المنخرط هو شخص طبيعي ينتمي الى الجمعية انتماء قانونيا وهو يعمل بتوجيهات وتوصيات رئيس المكتب البلدي وليس له سلطة القرار.(4)

2-5- كيفية الانخراط: يتقدم الشخص الراغب في الانخراط بملف كامل الى المكتب البلدي مرفقا بطلب الانخراط يدرس المكتب البلدي الملف ويبيدي رأيه. و انضمام هذا المنخرط في

1 - مقابلة مع رئيسة المكتب الولائي لجمعية كافل اليتيم بالبويرة " خديجة شرفاوي "، أجريت في يوم 22 ماي 2022 على الساعة 11:00 بمقر جمعية كافل اليتيم بالبويرة.

2 - مقابلة مع رئيسة المكتب الولائي لجمعية كافل اليتيم بالبويرة " خديجة شرفاوي "، أجريت في يوم 22 ماي 2022 على الساعة 11:00 بمقر جمعية كافل اليتيم بالبويرة.

3 - مقابلة مع رئيسة المكتب الولائي لجمعية كافل اليتيم بالبويرة " خديجة شرفاوي "، أجريت في يوم 22 ماي 2022 على الساعة 11:00 بمقر جمعية كافل اليتيم بالبويرة.

4 - معلومات مقدمة بناءً على وثائق جمعية كافل اليتيم بالبويرة.

المكتب البلدي يكون على مسؤولية هذا الاخير من حيث السمعة والسلوك الفردي .يكون مبلغ الانخراط 500 دج سنويا بالنسبة للمنخرطين الجدد اما اعضاء المكتب الولائي و البلدي فيقدر مبلغ الاشتراك ب1000 دج سنويا تودع هذه المبالغ في حساب المكتب الولائي بوصولات ايداع من طرف رئيس المكتب البلدي ترسل قوائم المنخرطين الجدد في المكتب البلدي و ملفاتهم الى المكتب الولائي كل شهر، وتسلم لهم بطاقة منخرط ممضية من طرف رئيس المكتب البلدي لاستعمالها بما يسمح به القانون حتى يتمكن هذا الاخير من معرفة واحصاء عدد المنخرطين في الولاية.(1)

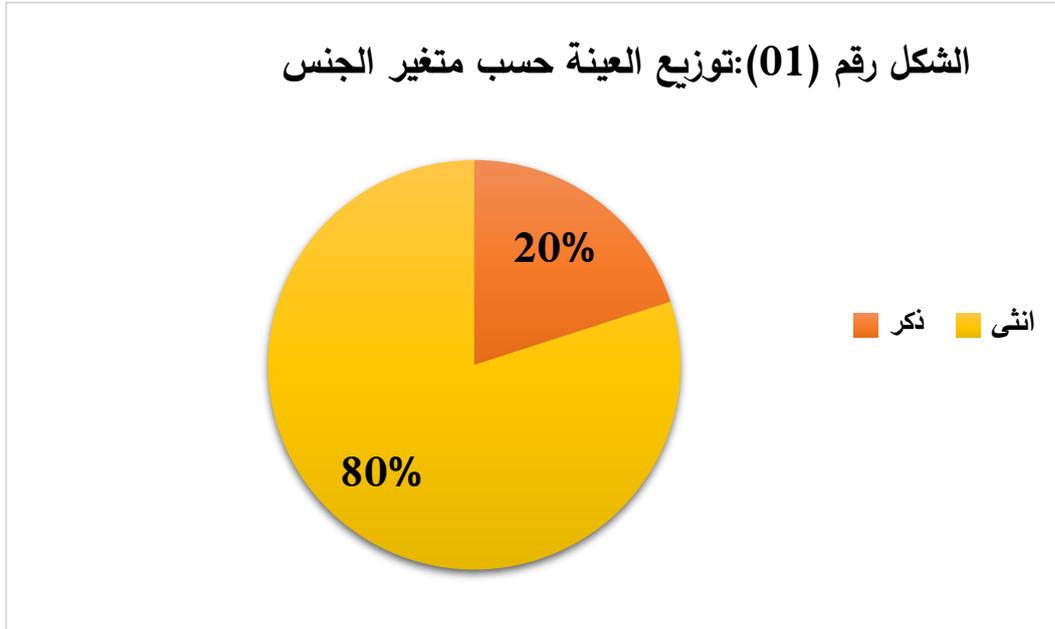
¹ - معلومات مقدمة بناءً على وثائق جمعية كافل اليتيم بالبويرة.

تحليل بيانات الجدول.

المحور الاول : البيانات الشخصية

الجدول رقم 01: بمثل توزيع العينة حسب متغير الجنس.

النسبة	التكرار	
20	9	ذكر
80	36	انثى
100	45	المجموع



من خلال الجدول و الذي يبين عدد أفراد العينة من الذكور والاناث فإن نسبة الاناث تمثل أعلى نسبة ب 80% وأن عدد الذكور يمثلون من المجتمع المبحوث أقل بنسبة 20% وهذا ما تم ملاحظته من خلال قوائم المبحوثين الذين يرون أن هناك تباين بين الاناث والذكور في الاهتمام بمثل هذه المواضيع.

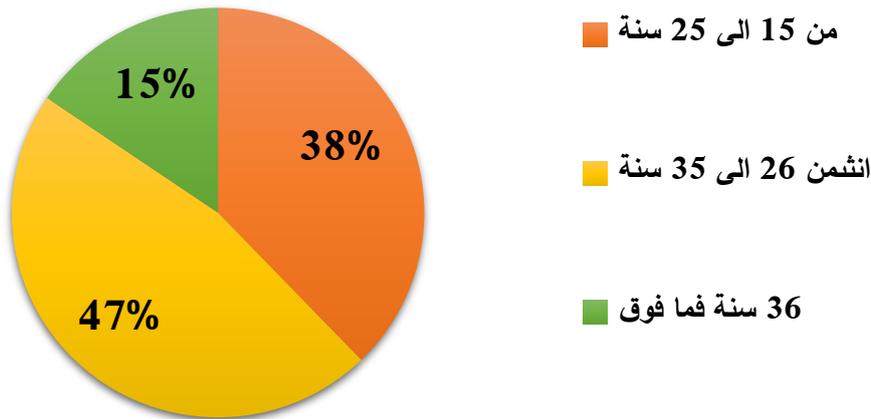
ونستخلص أن نسبة الاناث تمثل الاغلبية نظرا لتفتح المجتمع الجزائري و انتشار الوسائل الحديثة بين الاناث، و أن الاغلبية التي تهتم بمواضع الاعمال التطوعية هم فئة الاناث.

الجدول رقم (02):

يمثل توزيع العينة حسب متغير السن

النسبة	التكرار	
37.7	17	25-15
46.6	21	35-26
15.5	7	36 فما فوق
100	45	المجموع

الشكل رقم (02): توزيع العينة حسب متغير السن

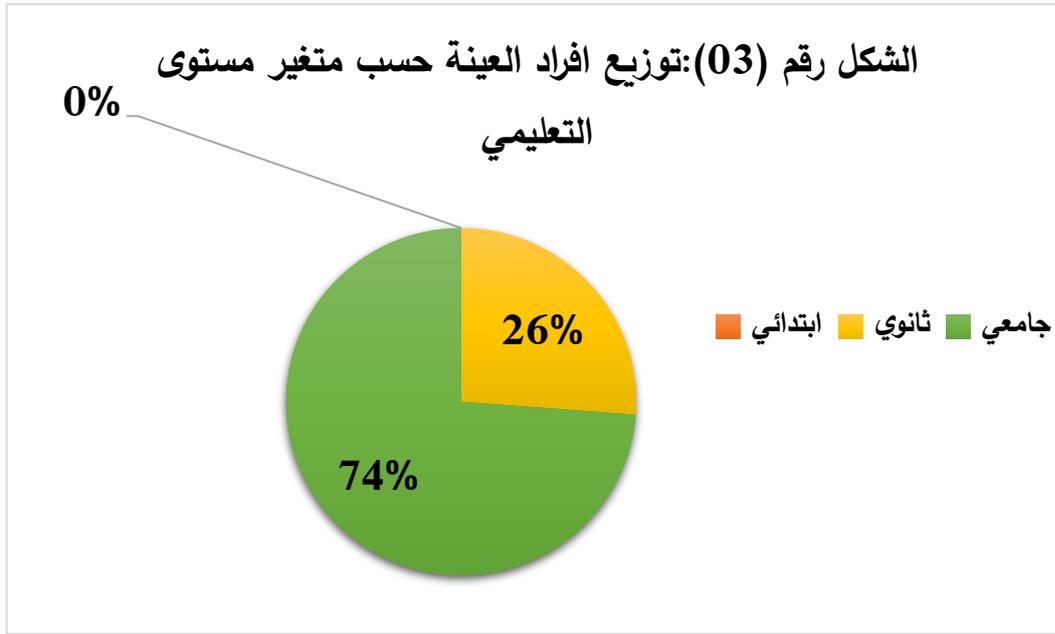


يتضح من خلال الجدول ان 46.6 من عينة الدراسة بلغت اعمارهم من 26-35 عاما وهي تمثل أعلى نسبة أي فئة الشباب هي الفئة التي يمكن أن تقدم كل الدعم الجمعية في حين أن نسبة 37.7% أعمارهم من 15-25 أما فئة 36 فما فوق بلغت نسبتها 15.5% .

و منه يتبين لنا بأن فئة الشباب هي الأكثر استعمالا و تعلقا بمواقع التواصل الاجتماعي نظرا لتعدد حاجياتهم و تطلعاتهم و رغباتهم التي يسعون إليها.

جدول رقم 03: يمثل توزيع افراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي

النسبة	التكرار	
0	0	ابتدائي
26,67	12	ثانوي
73.33	33	جامعي
100	45	المجموع

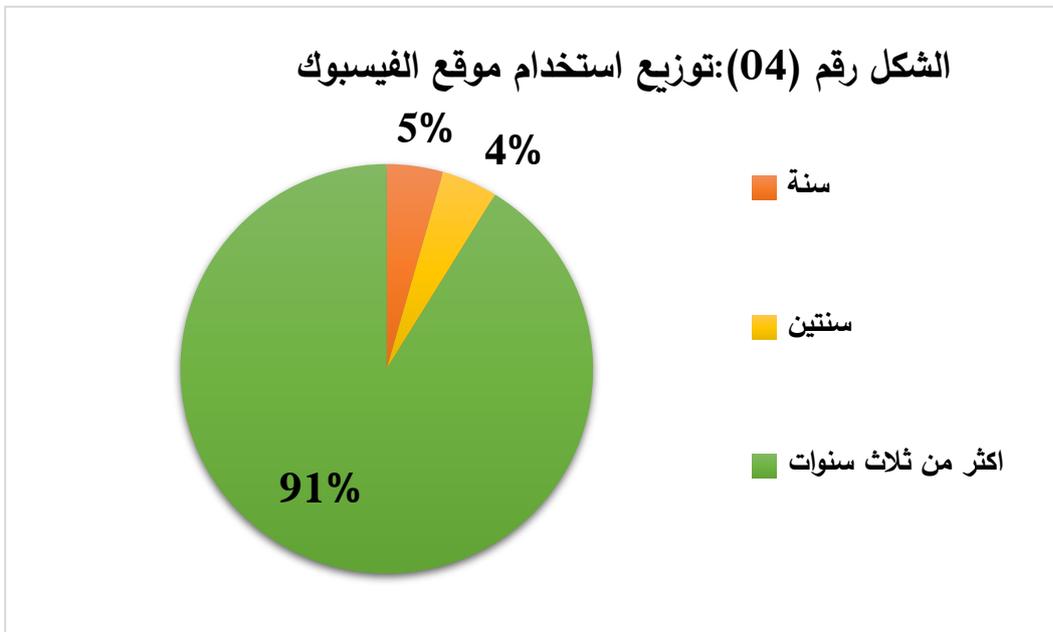


يظهر الجدول توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي حيث أن نسبة 73.33% من أفراد الباحثين جامعيون او متخرجون منها، وهم اكثر وعيا بهذه النشاطات واكثرهم انخراطا في الجمعيات الخيرية فيما تعود نسبة 26,67% لذوي المستوى التعليمي الثانوي. و نستنتج أن أغلب مستعملي موقع الفيسبوك هم من الجامعيين نظرا لخصوصيته و كونه المتنفس الوحيد للتعبير عن آراءهم و توجهاتهم، و كذا أعمالهم الخيرية.

المحور الثاني: عادات وانماط استخدام الفيسبوك لدى مرتادي صفحة كافل اليتيم

الجدول رقم 04: يمثل توزيع استخدام موقع الفيسبوك.

النسبة	التكرار	
4.4	2	سنة
4.4	2	سنتين
91	41	اكثر من ثلاث سنوات
100	45	المجموع

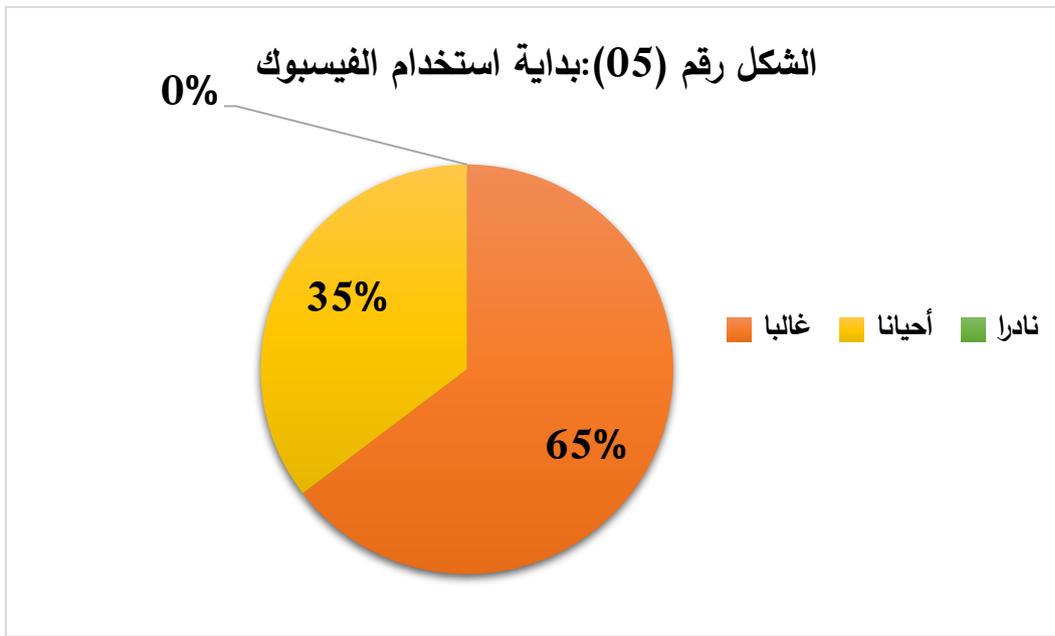


يبرز الجدول توزيع استخدام الفيسبوك لدى أفراد العينة أن 91% منهم لديهم أكبر من ثلاث سنوات وهم يتصفحون الفيسبوك، فيما تعود نسبة 4.4% للذين لديهم ما بين سنة و سنتين من إمتلاكهم الفيسبوك.

نستج من كل هذا أن موقع الفيسبوك زاد انتشاره في السنوات الأخيرة، و ما يفسر الانتشار الكبير له هي التطورات التي طرأت عليه، و سهولة استخدامه و الخصائص الكثيرة و المجانية التي تميزه عن غيره.

الجدول رقم 05: يمثل بداية استخدام فيسبوك .

النسبة	التكرار	
64,44	29	غالبا
35,56	16	احيانا
0	0	نادرا
100	45	المجموع



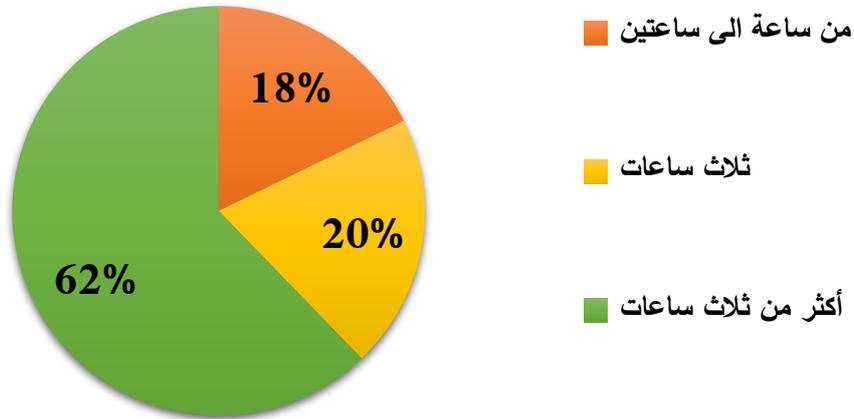
من خلال الجدول والذي يوضح مدى إستخدام الفيسبوك، فنلاحظ أن نسبة الذين يتصفحون موقع الفيسبوك دائما قدرت بـ: 64,44% فيما أن نسبة 35,56% أحيانا ماتتصفح او تستخدم موقع الفيسبوك.

و هذا ما يوضح بأن موقع الفيسبوك يعد الموقع الأكثر انتشارا في الجزائر، و يبين أيضا أن أفراد العينة دائما ما يتصفحون الفيسبوك راجع أيضا إلى التطور التكنولوجي، فأصبح الفرد الجزائري لا يمكنه الاستغناء عن الانترنت و عن الفيسبوك.

الجدول رقم 06: جدول يمثل عدد ساعات استخدام الفيسبوك.

النسبة	التكرار	
17.78	8	من ساعة الى ساعتين
20	9	ثلاث ساعات
62,22	28	اكثر من ثلاث ساعات
100	45	المجموع

الشكل رقم (06): عدد ساعات استخدام الفيسبوك

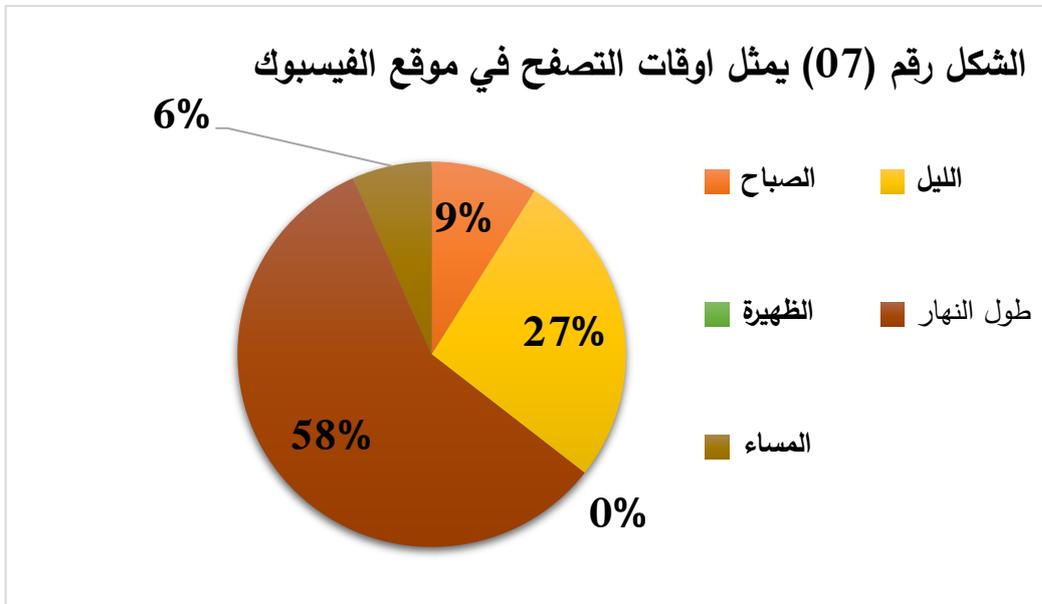


يحدد الجدول أعلاه عدد ساعات استخدام الفيسبوك، حيث أن نسبة 62,22% تستخدم موقع الفيسبوك أكثر من 3 ساعات في حين نسبة 17.78% تستخدم الفيسبوك من ساعة الى ساعتين.

و نستخلص أن الخدمات التي يقدمها موقع الفيسبوك يجعل من المتصفح له يقضي وقتا طويلا أمام شاشة الهاتف أو الحاسوب.

الجدول رقم 07: جدول يمثل أوقات التصفح في موقع الفيسبوك.

النسبة	التكرار	
8.88	4	الصباح
26.67	12	الليل
0	0	الظهيرة
57.78	26	طول النهار
6.67	3	المساء
100	45	المجموع

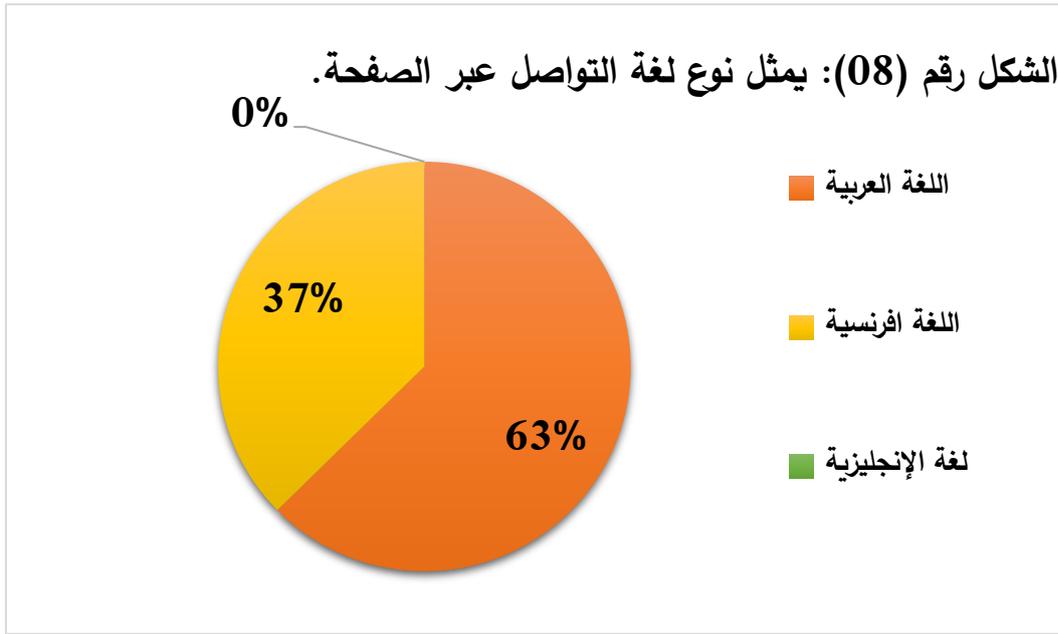


يبرز الجدول أوقات التصفح في موقع الفيسبوك فنسبة 57.78% تتصفح طول النهار، فيما أن نسبة 26.67% منهم يتصفحون موقع الفيسبوك خلال الليل، بينما نسبة 8.88% يتصفحون خلال الصباح وأخيرا نسبة 6.66% يطلعون عليه في المساء.

و نستنتج أن أفراد العينة تتواجد طول النهار على موقع الفيسبوك، و هذا راجع إلى توفر الانترنت على الهواتف المحمولة ففي كل وقت و في أي مكان يمكن للفرد أن يتصفح موقع الفيسبوك.

الجدول رقم 08: جدول يمثل نوع لغة التواصل عبر الصفحة.

النسبة	التكرار	
62	28	اللغة عربية
37	17	اللغة الفرنسية
0	0	اللغة الإنجليزية
100	45	المجموع



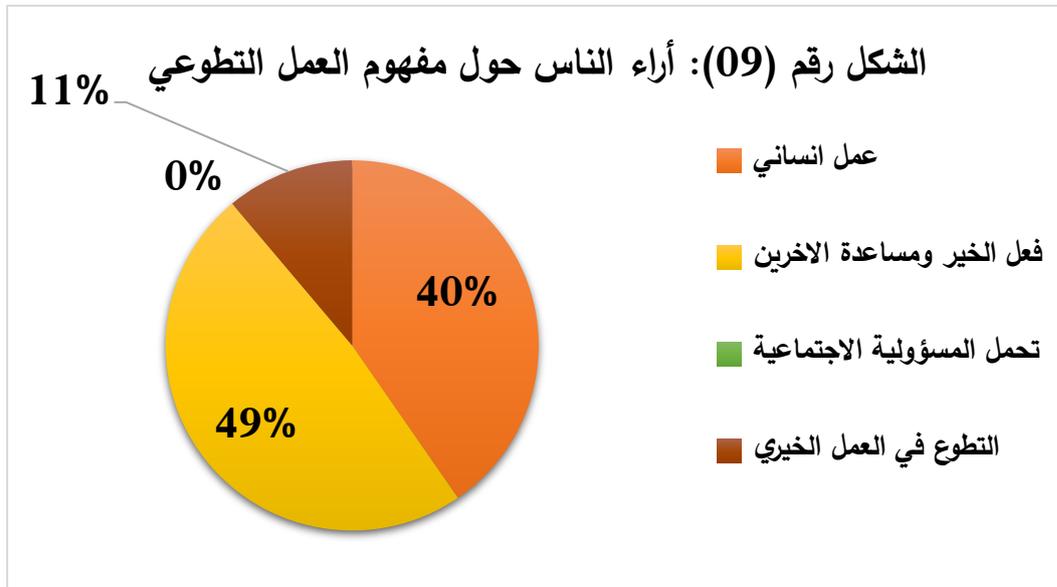
يوضح الجدول نوع لغة التواصل عبر الصفحة فنسبة 62% من أفراد العينة حيث يفضلون استخدام اللغة العربية، فيما يعتمد نسبة 37% منهم على اللغة الفرنسية، فيما نجد أن نسبة 0% لا يعتمدون على اللغة الانجليزية إطلاقاً.

و منه يتضح لنا أن أغلب أفراد العينة يستعملون اللغة العربية في تواصلهم عبر موقع الفيسبوك كونها اللغة الرسمية للبلاد و أغلبية المجتمع تتواصل باللغة العربية عوض اللغات الأخرى.

المحور الثالث: دور الفيسبوك في تفعيل العمل التطوعي لجمعية كافل اليتيم بالبويرة.

الجدول رقم 09: جدول يمثل آراء الناس حول مفهوم العمل التطوعي.

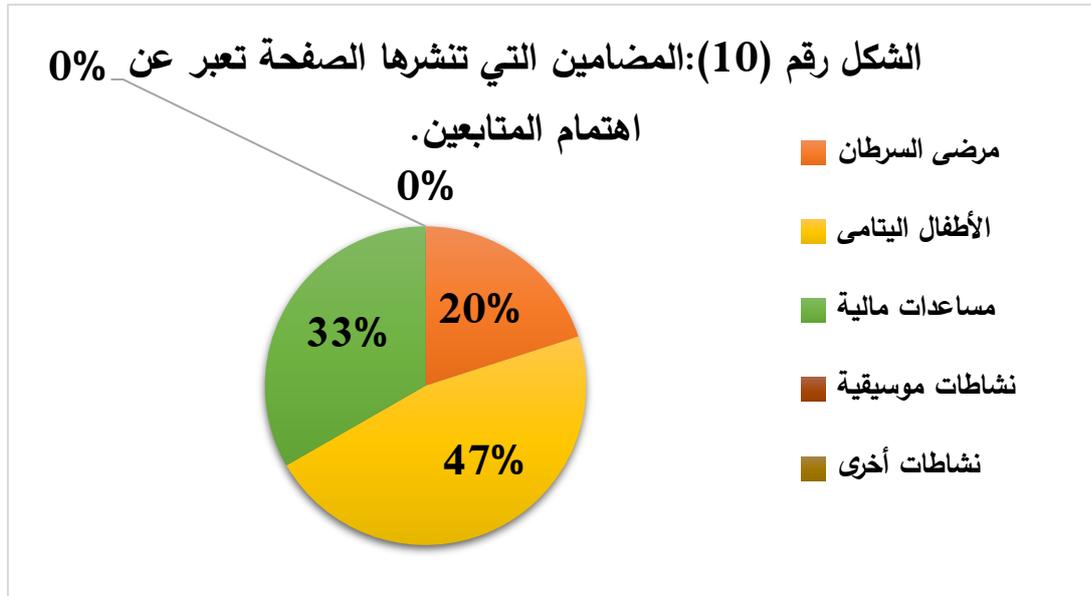
النسبة	التكرار	
40	18	عمل انساني
48	22	فعل الخير ومساعدة الاخرين
0	0	تحمل المسؤولية الاجتماعية
11	5	التطوع في العمل الخيري
100	45	المجموع



بين الجدول أعلاه آراء الناس حول مفهوم العمل التطوعي، حيث نجد نسبة 48% يرون ان العمل التطوعي هو فعل الخير ومساعدة الاخرين، فيما ترى نسبة 11% انه تطوع وعمل خيري. ومنه نستنتج ان المفهوم العام للتطوع لدي متابعين الصفحة ينحصر في كونه فعل الخير ومساعدة الاخرين.

الجدول رقم 10: جدول يمثل المضامين التي تنشرها الصفحة تعبر عن اهتمام المتابعين

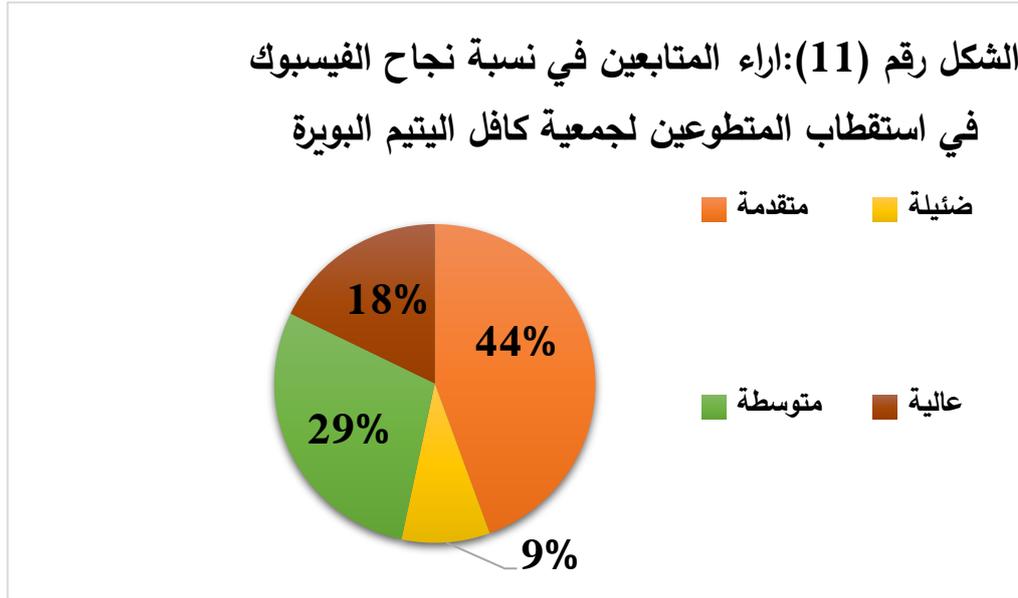
النسبة	التكرار	
20	9	مرضى السرطان
46.66	21	الأطفال اليتامي
33.33	15	مساعدات مالية
0	0	نشاطات موسيقية
0	0	نشاطات أخرى
100	45	المجموع



يمثل الجدول نوع المضامين التي تنشرها الصفحة التي تعبر عن اهتمامهم بالناس فالجمعية تنشر مضامين عبر الصفحة ، حيث نسبة 46,66% تهتم بالمضامين التي تنشر عن الأطفال اليتامي، فيما نجد نسبة 33.33% تهتم بالمضامين الخاصة بالمساعدات المادية والمالية، أما نسبة 20% تهتم بالمضامين التي تحتوي منشورات عن مرض سرطان. و نستنتج أن متابعي صفحة كافل اليتيم يتعاطفون مع الأطفال اليتامي بشكل كبير، و هو مايعكس توجهات الجمعية التي تهتم باليتامي بدرجة أولى.

الجدول رقم 11: جدول يمثل آراء المتابعين في نسبة نجاح الفيسبوك في استقطاب المتطوعين لجمعية كافل اليتيم.

النسبة	التكرار	
44.44	20	متقدمة
8.88	4	ضئيلة
28.88	13	متوسطة
17.77	8	عالية
100	45	المجموع



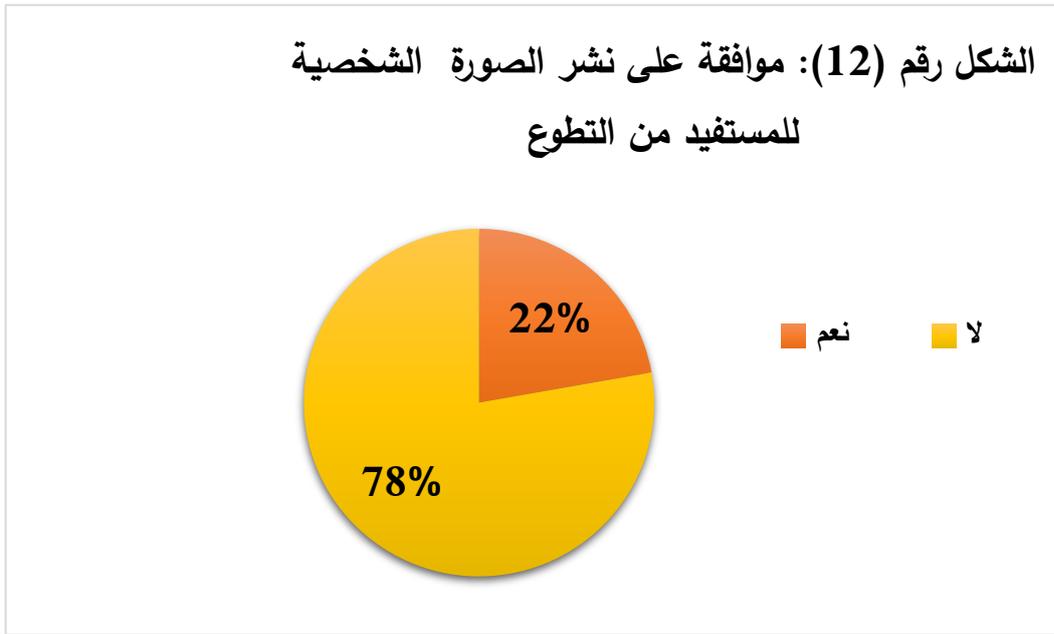
يوضح الجدول نسبة نجاح الفيسبوك في استقطاب المتطوعين لجمعية كافل اليتيم البويرة ، حيث نجد أن نسبة 44.44% ترى بأن نسبة نجاح الفيسبوك في استقطاب المتطوعين للجمعية متقدمة، فيما ترى نسبة 28.88% أنها متوسطة ، و نسبة 17.77% تراها عالية، وفي الأخير ترى نسبة 8.88% أنها ضئيلة.

ومنه نستنتج ان صفحة كافل اليتيم نجحت في استقطاب المتطوعين على مستوى الولاية وهذا يدل على حبهم لفعل الخير و مساعدة الآخرين.

الجدول رقم 12: جدول يمثل موافقة على ستر صور شخصية للمستفيدين.

النسبة	التكرار	
22.22	10	نعم
77.77	35	لا
100	45	المجموع

الشكل رقم (12): موافقة على نشر الصورة الشخصية للمستفيد من التطوع

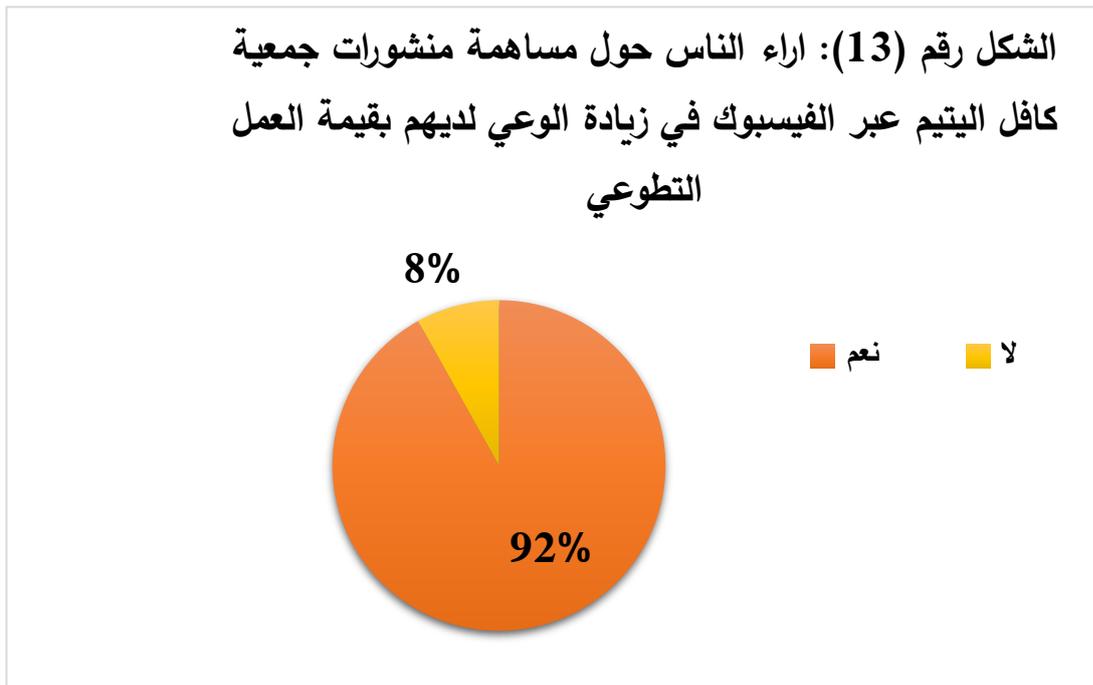


بين الجدول أن نسبة الموافقة نشر صور شخصية، حيث نجد أن نسبة 77.77% اجابوا لا أي رفضوا وضع المستفيدين في الصفحة، وذلك حفاظا على كرامة المستفيدين، فيما نجد نسبة 22.22% اجابوا بنعم، حيث يرون أن صورة المستفيد تساهم لديهم في زيادة الرغبة في التطوع لجمعية كافل اليتيم، و مساعدة المحتاجين، و التعرف عليهم عن قرب. ومنه نستنتج أن أغلب أفراد العينة يرفضون رفضا قاطعا أن يتم وضع صورة المستفيدين على الصفحة، كونهم يعتبرون أن فعل الخير يتم سرا بدون إحراج المستفيد، و دون الانقاص من كرامته بنشر الصور، و أيضا لصون صورة المستفيد و العمل بتعاليم ديننا الحنيف.

المحور الرابع: جدول يمثل مدى مساهمة صفحة كافل اليتيم بولاية بويرة في تسويق العمل التطوعي.

الجدول رقم 13: جدول يمثل اراء الناس حول مساهمة منشورات جمعية كافل اليتيم عبر الفيسبوك في زيادة الوعي لديهم بقيمة العمل التطوعي

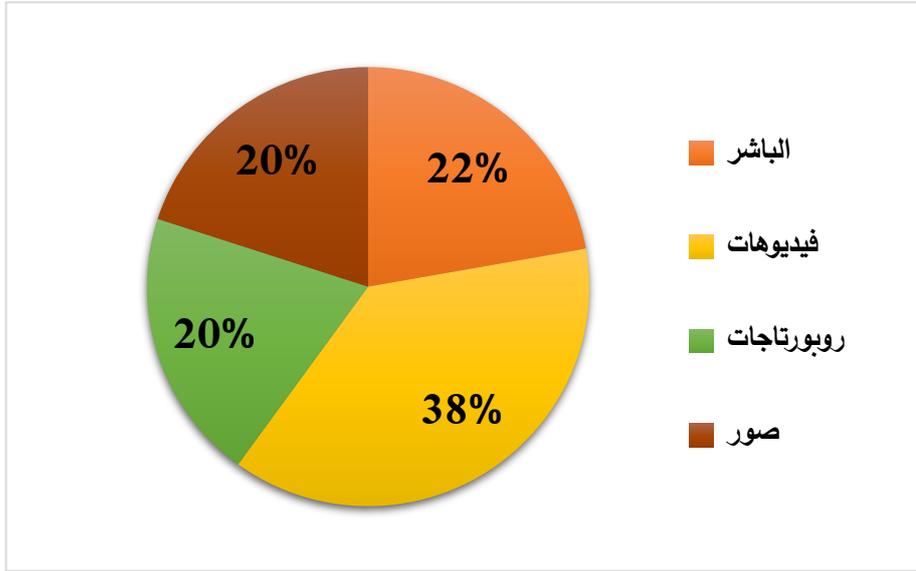
النسبة	التكرار	
91.11	41	نعم
8,89	4	لا
100	45	المجموع



يبرز الجدول اراء الناس حول مساهمة منشورات جمعية كافل اليتيم عبر الفيسبوك في زيادة الوعي لديهم لتقديم العمل التطوعي، حيث نجد نسبة 91.11% من أفراد العينة قد أجابوا بنعم، بينما وصلت نسبة الذين اجابوا ب لا الى 8,89%.
ومنه يمكننا القول ان الجمعية قد نجحت بشكل كبير في غرس روح التضامن والتآزر في المجتمع من خلال منشوراتها.

الجدول رقم 14: جدول يمثل أنواع طرق تسويق العمل الخيري من طرف الجمعية.

النسبة	التكرار	
22.22	10	المباشر
37.78	17	فيديوهات
20	9	روبورتاجات
20	9	صور
100	45	المجموع

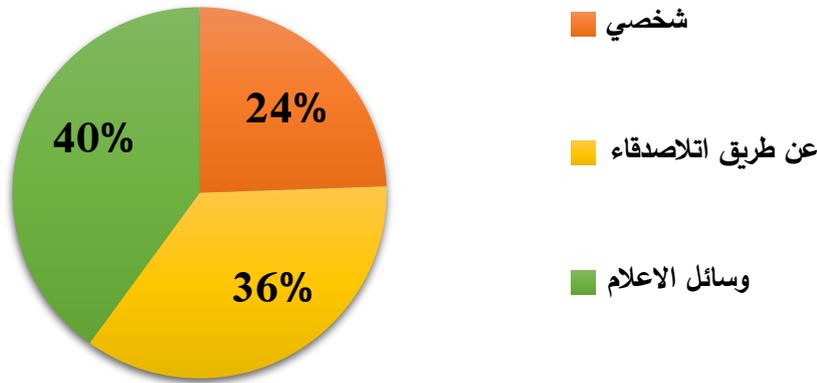


يمثل الجدول انواع طرق تسويق العمل الخيري من طرف الجمعية، حيث نجد أن التسويق عن طريق الفيديوهات جاء بـ: 37.78% اما طريقة المباشر فبلغت نسبتها بـ 22.22%، فيما وصلت طريقة الروبورتاجات والصور الى 20% . نستنتج ان افضل طريق للتسويق للعمل الخيري هي طريق الفيديوهات، وبالتالي تمثل طريقة ناجحة في التسويق الاجتماعي.

الجدول رقم 15: جدول يمثل معرفة المتابعين لجمعية كافل اليتيم بالبويرة.

النسبة	التكرار	
24.44	11	شخصي
35.55	16	عن طريق الاصدقاء
40	18	وسائل الاعلام الاجتماعي
100	45	المجموع

الشكل رقم (15): معرفة المتابعين لجمعية كافل اليتيم بالبويرة



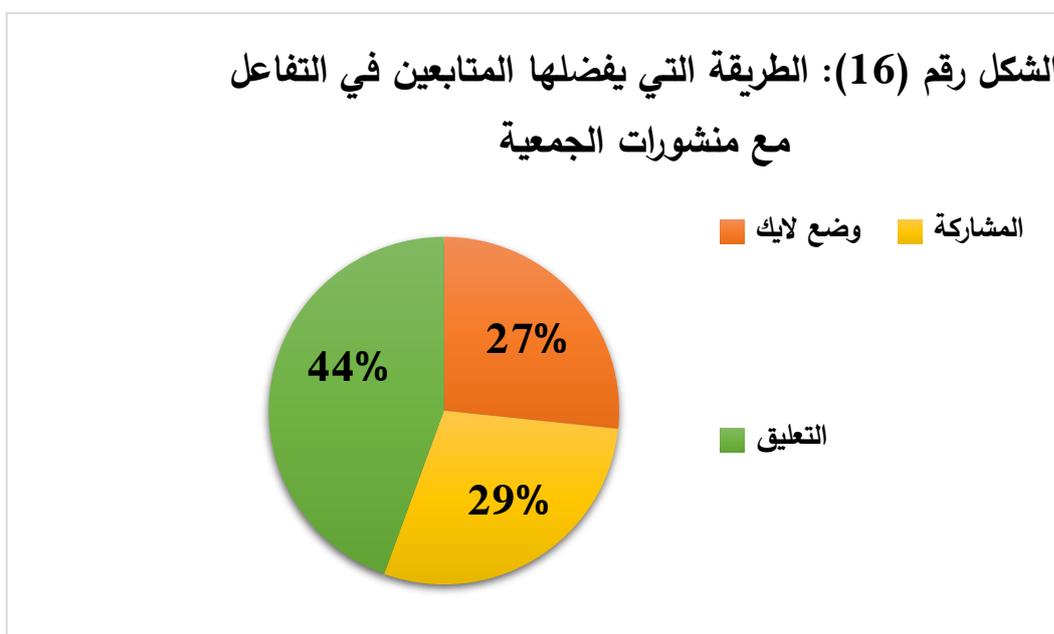
الجدول يظهر معرفة المجتمع حول متابعين جمعية كافل اليتيم، ف : 40% من أفراد العينة تعرفوا على العمل التطوعي عن طريق وسائل الإعلام فيما تعود نسبة 35.55% إلى المبحوثين الذين تعرفوا عليه عن طريق الاصدقاء ب 24.44% تعرفوا عليه شخصيا.

من خلال معطيات الجدول، وجدنا ان نسبة 40% من افراد العينة تعرفوا على الجمعية من خلال وسائل الاعلام، فيما وجدنا نسبة 35% تعرفوا عليها عن طريق الأصدقاء ، في حين ان نسبة 24.44% تعرفوا عليها بشكل شخصي .

وعليه نستنتج ان وسائل الاعلام الاجتماعي هي من انجح الوسائل لمتابعة الصفحة والتعرف على نشاطاتها المختلفة.

الجدول رقم 16: جدول يمثل نوع الطريقة التي يفضلها المتابعين في التفاعل مع منشورات الجمعية.

النسبة	التكرار	
26.66	12	وضع لايك
28.88	13	المشاركة
44.44	20	التعليق
100	45	المجموع



يمثل الجدول الطريقة التي يفضلها المتابعين في التفاعل مع منشورات الجمعية، حيث نجد أن نسبة 44.44% من المبحوثين يفضلون التعليق، فيما نجد أن نسبة 28.88% منهم يفضلون مشاركة المنشورات على بروفيلاتهم.

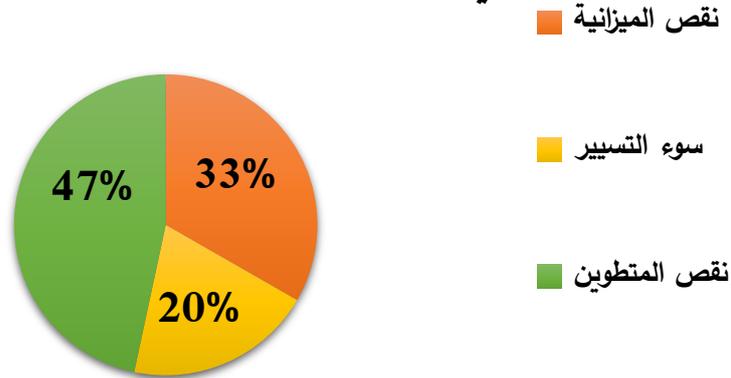
ومن خلال هذه المعطيات تستنتج ان المبحوثين يفضلون التعليق و ابداء الآراء حول مجهودات الجمعية ومنشوراتها لتفعيل العمل الخيري بالولاية.

الجدول رقم 17: جدول يمثل آراء المتابعين من خلال متابعتهم للصفحة والعوائق التي تواجه نشاط الجمعية.

النسبة	التكرار	
33.33	15	نقص الميزانية
20	9	سوء التسيير
46.66	21	نقص المتطوعين
100	45	المجموع

الشكل رقم (17): آراء المتابعين من خلال متابعتهم للصفحة

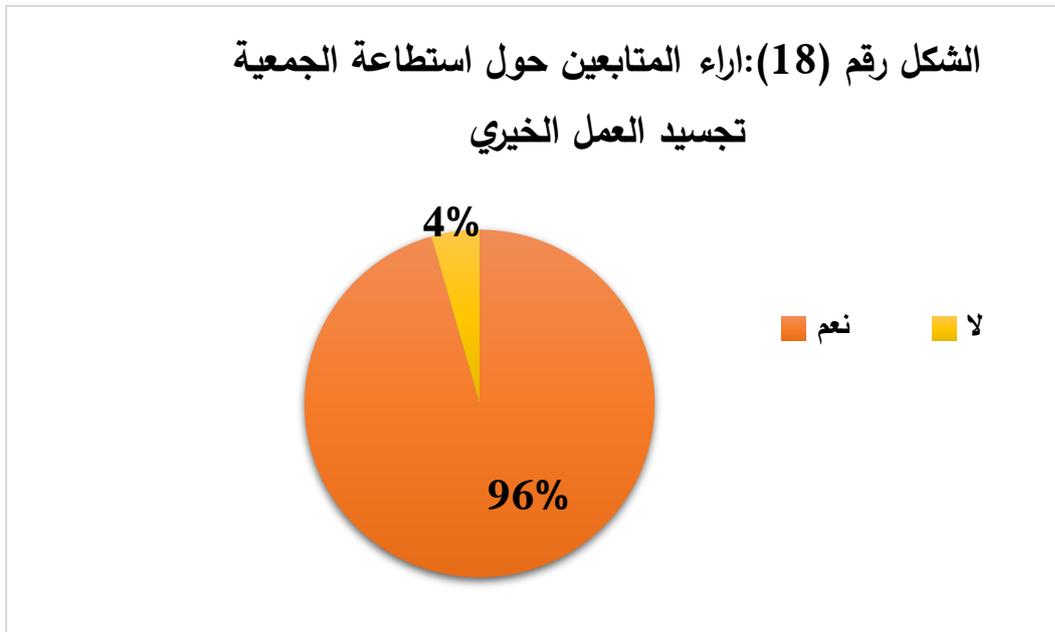
والعوائق التي تواجه نشاط الجمعية



من خلال الجدول نلاحظ ان نسبة 46% من عوائق العمل التطوعي للجمعية، تعود الى نقص المتطوعين، فيما تعود نسبة 33% الى نقص الميزانية والتمويل وعدم الحصول على الدعم المادي ، ونجد 20% تعود سوء التسيير من طرف أعضاء الجمعية. وعلية نستنتج ان العمل التطوعي يحتاج الى متبرعين، يؤمنون بالعمل التطوعي، ويحبون فعل الخير.

الجدول رقم 18: جدول يمثل آراء المتابعين حول استطاعة الجمعية تجسيد العمل الخيري.

النسبة	التكرار	
95.55	43	نعم
4.44	2	لا
100	45	المجموع



الجدول يبين آراء المتابعين حول استطاعة الجمعية تجسيد العمل الخيري فنسبة 95.55% من الآراء جاءت بنعم بينما 4.44% لا.

من خلال الجدول، نجد ان نسبة 95.55% تعبر عن تجسيد العمل الخيري من قبل الجمعية. من خلال إجابات المبحوثين، بينما وصلت الإجابة بـ: لا إلى نسبة 4.44% .

ومن نستخلص أن جمعية كافل اليتيم بالبويرة قد جسدت بشكل فعلي العمل الخيري على ارض الواقع.

نتائج الدراسة:

- نسبة الاناث تمثل الاغلبية نظرا لتفتح المجتمع الجزائري و انتشار الوسائل الحديثة بين الاناث، و أن الاغلبية التي تهتم بمواضع الاعمال التطوعية هم فئة الاناث.
- إن فئة الشباب هي الأكثر استعمالا و تعلقا بمواقع التواصل الاجتماعي نظرا لتعدد حاجياتهم و تطلعاتهم و رغباتهم التي يسعون إليها.
- أغلب مستعملي موقع الفيسبوك هم من الجامعيين نظرا لخصوصيته و كونه المتنفس الوحيد للتعبير عن آراءهم و توجهاتهم، و كذا أعمالهم الخيرية.
- موقع الفيسبوك زاد انتشاره في السنوات الأخيرة، و ما يفسر الانتشار الكبير له هي التطورات التي طرأت عليه، و سهولة استخدامه و الخصائص الكثيرة و المجانية التي تميزه عن غيره.
- موقع الفيسبوك يعد الموقع الأكثر انتشارا في الجزائر، و يبين أيضا أن أفراد العينة دائما ما يتصفحون الفيسبوك راجع أيضا إلى التطور التكنولوجي، فأصبح الفرد الجزائري لا يمكنه الاستغناء عن الانترنت و عن الفيسبوك.
- إن الخدمات التي يقدمها موقع الفيسبوك يجعل من المتصفح له يقضي وقتا طويلا أمام شاشة الهاتف أو الحاسوب.
- يتواجد أفراد العينة طول النهار على موقع الفيسبوك، و هذا راجع إلى توفر الانترنت على الهواتف المحمولة ففي كل وقت و في أي مكان يمكن للفرد أن يتصفح موقع الفيسبوك.
- إن أغلب أفراد العينة يستعملون اللغة العربية في تواصلهم عبر موقع الفيسبوك كونها اللغة الرسمية للبلاد و أغلبية المجتمع تتواصل باللغة العربية عوض اللغات الأخرى.
- المفهوم العام للتطوع لدي متابعين الصفحة ينحصر في كونه فعل الخير ومساعدة الآخرين.
- إن متابعي صفحة كافل اليتيم يتعاطفون مع الأطفال اليتامى بشكل كبير، و هو ما يعكس توجهات الجمعية التي تهتم باليتامى بدرجة أولى.

- صفحة كافل اليتيم نجحت في استقطاب المتطوعين على مستوى الولاية وهذا يدل على حبهم لفعل الخير و مساعدة الآخرين.
- أغلب أفراد العينة يرفضون رفضا قاطعا أن يتم وضع صورة المستفيدين على الصفحة، كونهم يعتبرون أن فعل الخير يتم سرا بدون إحراج المستفيد، و دون الانقاص من كرامته بنشر الصور، و أيضا لصون صورة المستفيد و العمل بتعاليم ديننا الحنيف.
- الجمعية قد نجحت بشكل كبير في غرس روح التضامن والتآزر في المجتمع من خلال منشوراتها.
- إن افضل طريق للتسويق العمل الخيري هي طريق الفيديوها، وبالتالي تمثل طريقة ناجحة في التسويق الاجتماعي.
- إن وسائل الاعلام الاجتماعي هي من انجح الوسائل لمتابعة الصفحة والتعرف على نشاطاتها المختلفة.
- يفضل المبحوثين التعليق و ابداء الآراء حول مجهودات الجمعية ومنشوراتها لتفعيل العمل الخيري بالولاية.
- العمل التطوعي يحتاج الى متبرعين، يؤمنون بالعمل التطوعي، ويحبون فعل الخير.
- جمعية كافل اليتيم بالبويرة قد جسدت بشكل فعلي العمل الخيري على ارض الواقع.

النتائج العامة للدراسة:

من خلال الدراسة الوصفية التحليلية لصفحة جمعية كافل اليتيم مكتب البويرة توصلنا الى النتائج التالية :

- 1- وظفت الصفحة كل مزايا موقع الفيسبوك لصالح تنشيط العمل التطوعي و التسويق له من خلال الاعتماد على نسبة كبيرة من الوسائط المتجددة في عرض منشوراتها.
- 2- تنوعت المواضيع التي تنشرها للوصول إلى المتبرعين وخلق تجاوب وتعاطف المواطنين.

3- الاعتماد على استخدام اللغة العربية مما تشكل حصرا للتواصل مع مختلف الفئات دون صعوبات.

4- استطاعت الصفحة ان تسوق العمل الخيري وبناء علاقات وطيدة بين الفئات المرتاحة ماديا والفئات المعوزة ، وهو ما تنمي روح التضامن والتكائن الاجتماعي.

خاتمة



من خلال دراستنا هذه و المتمحورة حول تسويق العمل الاجتماعي عبر موقع الفيسبوك بشقيها النظري و التطبيقي يتضح لنا أن الاهتمام بالعمل التطوعي صار في وقتنا الحالي من المقترضات الملحة، لكونه ركيزة مهمة في بناء المجتمع لما له من قيمة إنسانية كبيرة، ولكي ينجح العمل التطوعي ونستفيد منه بصورة كبيرة نحتاج إلى وسائل لكي تنتشر ثقافته بين أفراد المجتمع لنضمن استمراره

و من بين الوسائل في وقتنا الحالي مواقع التواصل الاجتماعي خاصة موقع الفيسبوك، حيث يعد عاملا مساعدا في نشر الأعمال التطوعية بشكل سريع بين أفراد المجتمع بشتى الطرق و باتت ممارسة ونشر رسائله من خلال هذه المواقع أكثر سهولة، إضافة إلى الاستفادة منها في نقل العمل التطوعي بين العالم الافتراضي والواقعي عن طريق حملات تطوعية وتطبيقها على أرض الواقع.

وقد استطاعت هذه الشبكات أن تخدم العمل التطوعي في جميع مجالاته من حيث التسويق له و إبرازه وإقناع أفراد المجتمع والمسؤولين في الدولة بأهميته والضرورة الملحة لدعمه واستمراريته وتجويده، وانضمام الأفراد له بصورة مستمرة للمؤسسات والفرق التطوعية بالإضافة إلى كون هذه الوسائل غير مكلفة في نشر المعلومات الخاصة بهذه الأعمال؛ لأن هناك أعدادا كثيرة مشاركة ومتابعة لهذه الوسائل مما يسهل إيصال فكرة العمل التطوعي للجميع.

و بدراستنا لجمعية كافل اليتيم فرع البويرة، و المساعي التي تبذلها لمساعدة اليتامى و الفقراء و المحتاجين بشتى الطرق و الوسائل رغم نقص الامكانيات المادية، فهي تؤدي دورا مهما في التسويق للعمل التطوعي سواء عبر صفحاتها في موقع الفيسبوك أو على أرض الواقع، سعيا منها لحث أفراد المجتمع على فعل الخير و إدخال البسمة على الكثير من العائلات على مستوى الولاية.



قائمة المصادر

والمراجع

❖ المعاجم:

1- الكرمي حسن سعيد، قاموس المعني الأكبر، معجم اللغة الإنجليزية الكلاسيكية والمعاصرة إنجليزية-عربي، بيروت، مكتبة لبنان، 2001.

❖ الكتب:

1- أحمد جرار ليلي، الفيسبوك و الشباب العربي، مكتبة الفلاح للنشر و التوزيع، ط1، الكويت، 2012.

2- البياتي ياس خضير، الإعلام الجديد، دار البداية، ط1، الأردن، 2014.

3- الجليل عبد العزيز بن ناصر، وقفًا تربوية في ضوء القرآن الكريم، دار طيبة، ط2، السعودية، 1996.

4- جندلي عبد الناصر، تقنيات و مناهج البحث العلمي في العلوم السياسية و الإجتماعية، ديوان المطبوعات الجامعية، ط3، الجزائر، 2010.

5- رجال عمر، الشباب و العمل التطوعي في فلسطين، مؤسسة الحياة للاغاثة و التنمية، فلسطين، 2006.

6- زعموم خالد، التسويق الاجتماعي بين النظرية والتطبيق، ط 1، مكتبة الجامعة، الشارقة الامارات العربية المتحدة، 2006.

7- السعدي مؤيد نصيف جاسم، الوظيفة الاتصالية لموقع التواصل الاجتماعي، ط1، ألفا للوثائق، الجزائر.

8- سويدان وآخرون، التسويق مفاهيم معاصرة، دار حامد، عمان، 2003.

9- سيد أبو بكر حسين، طريقة الخدمة الاجتماعية في تنظيم المجتمع، مكتبة الأنجلو، القاهرة، 1985.

- 10- سيد ريان محمد، الإعلام الجديد، مركز الأهرام للنشر و التوزيع، القاهرة، 2012.
- 11- عبد المنعم فؤاد، التسويق الاجتماعي وتخطيط الحملات الإعلامية، ط 1، عالم الكتب، القاهرة، 2007.
- 12- علي خليل شقرا، الاعلام الجديد بشبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن، 2014.
- 13- العلي سليمان بن علي، تنمية الموارد البشرية و المالية في المنظمات الخيرية، ط1، 1996.
- 14- فضل الله وائل مبارك خضر، أثر الفيسبوك على المجتمع، ط1، مدونة شمس النهضة، السودان، 2011.
- 15- فهد سلطان، اتجاهات الشباب الجامعي الذكور نحو العمل التطوعي، دراسة تطبيقية على جامعة الملك سعود، السعودية، 2009.
- 16- قمحية حسان أحمد، الفيسبوك تحت المجهر، ط1، دار النخبة للنشر و التوزيع، مصر، 2017.
- 17- المحمودي محمد سرحان علي، مناهج البحث العلمي، دار الكتب، ط3، اليمن، 2019.
- 18- المقدادي خالد غسان يوسف، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر و التوزيع، ط1، الأردن، 2013.
- 19- المقدادي كاظم، الإعلام الدولي الجديد و تصدع السلطة الرابعة، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن، 2013.

❖ الرسائل و المذكرات:

- 1- بنت محمد سمر، مدى إدراك طالبات الدراسات العليا بجامعة أم القرى لمجالات العمل التطوعي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة أم القرى، السعودية.
- 2- السعيدى حنان و ضيف عائشة، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثاره على القيم لدى الطالب الجامعي، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2015.
- 3- سماحي منال، التسويق الالكتروني وشروط تفعيله في الجزائر، دراسة حالة اتصالات الجزائر، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية التسيير والعلوم التجارية، 2014-2015.
- 4- فخري حسين، معوقات مشاركة المرأة في العمل التطوعي من وجهة نظر المتطوعين و العاملين في مؤسسات المجتمع المدني في محافظة نابلس، رسالة ماجستير، جامعة نجاح الوطنية، فلسطين، 214.
- 5- فوضيلي أمينة، دور الفيس بوك في تفعيل العمل التطوعي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام و الاتصال، جامعة المسيلة، الجزائر، 2016.
- 6- لافي احسان محمد، العمل التطوعي في منظور التربية الاسلامية، رسالة ماجستير، جامعة اليرموك، 2003.
- 7- منتصر محمد و حلاسة شعبان، واقع استخدام المنظمات الاهلية في قطاع غزة لشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز علاقتها بالجمهور، رسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال، جامعة غزة، فلسطين، 2013.

❖ المجلات و البحوث:

- 1- ابراهيم حسين، العمل التطوعي في المنظر العالمي، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر الثاني للمتطوع، الشارقة، الامارات العربية المتحدة، 2001.

- 2- أول مبروك عبد الحليم، مفهوم الخير في الفلسفة الحديثة، مجلة كلية الآداب، العدد 100.
- 3- آل خطاب سليمان وآخرون، أثر التسويق الاجتماعي وتطبيق المسؤولية الاجتماعية في تعزيز جودة الخدمات التعليمية، مجلة دراسات العلوم الإدارية، عمادة البحث العلمي، جامعة الأردن، المجلد 20، الأردن، 2010.
- 4- بامحمد رحمة، الجمعيات الخيرية و سبل تطويرها، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية و الاقتصادية، العدد 4، المركز الجامعي لتمنراست، 2018.
- 5- حسن سالم خليفة فاطمة، اتجاهات طلبة جامعة الزاوية نحو العمل التطوعي، مجلة كليات التربية، العدد العشرون، جامعة الزاوية، ليبيا، 2021.
- 6- الحياياني مساعد بن مشط، التطوع مفهومه أهميته أثاره والفردية و الاجتماعية و عوامل نجاحه و معوقاته، بحث منشور مقدم للمؤتمر العلمي الأول للخدمات التطوعية بالمملكة العربية السعودية، جامعة أم القرى.
- 7- العمري على أحمد، الصريصري دخيل الله أحمد، مفهوم الخدمة التطوعية و مجالاتها بحث منشور مقدم للمؤتمر العلمي الأول للخدمات التطوعية، المملكة العربية السعودية، جامعة أم القرى، مكة المكرمة، 1997.

❖ المقابلات:

- 1- مقابلة مع رئيسة المكتب الولائي لجمعية كافل اليتيم بالبويرة " خديجة شرفاوي "، أجريت في يوم 21 ماي 2022 على الساعة 13:00 بمقر جمعية كافل اليتيم بالبويرة.
- 2- مقابلة مع رئيسة المكتب الولائي لجمعية كافل اليتيم بالبويرة " خديجة شرفاوي "، أجريت في يوم 22 ماي 2022 على الساعة 11:00 بمقر جمعية كافل اليتيم بالبويرة.

❖ المواقع الالكترونية:

1- نور أحمد، خطاب الجمعيات الخيرية، الناس والمجتمع الاعمال الخيرية، الموسوعة العربية الشاملة، تاريخ الاطلاع 2018/03/13.

<https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview--2>

report، تاريخ الزيارة 19 أفريل 2022 على الساعة 16:27.

3- <https://datareportal.com/reports/digital-2022-algeria>، تاريخ الزيارة 19

أفريل 2022 على الساعة 16:47.

الملاحق



الملحق رقم 01: بطاقة فنية لجمعية كافل اليتيم الوطنية بالبويرة

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

الجمعية الخيرية كافل اليتيم

المكتب الولائي " البويرة "

ب ط ا ق ة ف ن ي ة

اسم الجمعية: الجمعية الخيرية كافل اليتيم الوطنية المكتب الولائي البويرة.

طابع الجمعية: خيري تطوعي.

مقر الجمعية: شارع فلسطين قرب المسجد العتيق ابن باديس البويرة.

عدد أعضاء الجمعية: 21 عضو دون احتساب المنخرطين.

المكاتب البلدية: 41 مكتب موزع على بلديات الولاية و التي عددها 45 بلدية.

العائلات المتكفل بها: ازيد من 5000 عائلة أي 9000 يتيم.

الملحق رقم 02: شعار جمعية كافل اليتيم بولاية البويرة.



الملحق رقم 03: صفحة جمعية كافل اليتيم لولاية البويرة.



جمعية كافل اليتيم لبلدية البويرة
Communauté



AS, Ali, ياسين et 4 439 autres personnes aiment

Accueil

À propos

Photos

Évènements

Vidéos



جمعية كافل اليتيم لبلدية البويرة

il y a 21 heures ·

تم اليوم بفضل الله تجهيز عروسة. نسأل الله ان يوفقها في حياتها و يرزقها السرية الصالحة



28

5 commentaires • 2 partages

الملحق رقم 04: بعض النشاطات التي قامت بها الجمعية عبر صفحتها في موقع الفيسبوك.

جمعية كافل اليتيم لبلدية البويرة
8 mai 2021 · 🌐

#انطلاق_توزيع_كسوة_العید_لفائدة_صغارنا 🙏👶
قال رسول الله صلى الله عليه وسلم ((أيما مسلم كسا مسلماً توباً
على عري كساه الله من خضر الجنة))... Voir plus



26 3 commentaires · 4 partages

جمعية كافل اليتيم لبلدية البويرة
4 juin à 12:32 · 🌐

#مشروع_عيد_الاضحى_لليتامى 🙏🙏

كل خير تقدمه ستجد ثمرته في حياتك عاجلاً أم آجلاً ..
(وما تقدموا لأنفسكم من خير تجدوه عند الله) فقدم
خيرك ..
بدأنا بأذن الله في مشروع اضحية العيد للعائلات اليتامى
المسجلين في الجمعية للسنة الخامسة .

كن سباقاً إلى الخير ساهم بالقليل أو الكثير في هذا
المشروع ونحن في افضل الايام عند الله وهي العشر
الاولى وأنتم أهل كرم قال رسول الله ﷺ : " الساعي
على الأرملة والمسكين كالمجاهد في سبيل الله " متفق عليه ..

يمكنكم التكفل مباشرة بعائلة او اكثر او التبرع باضحية و نحن
نتكفل بايصالها لمستحقيها كما يمكن المشاركة بالقدر لي تقدر عليه
اخي المحسن ...
للمساهمة و التبرع إتصل بنا
على الرقم 0561204344
على بريد صفحتنا
#كافل_#كهاتين_#قسم_الإعلام_#كافل_اليتيم_البويرة
#أضحية_العيد



18 4 partages

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة أكلي محند أولحاج البويرة

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

السلام عليكم،

في سياق انجاز مذكرة تخرج حول موضوع التسويق الاجتماعي للعمل التطوعي عبر موقع الفيسبوك للجمعيات مكتب جمعية كافل اليتيم بالبويرة نموذجاً ، ندعوكم متتبعي صفحة جمعية كافل اليتيم بالبويرة للإجابة على هذا الاستبيان في سبيل جمع البيانات للوصول إلى نتائج تخدم البحث العلمي، أستاذة كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية يسعدنا أن نضع هذا الاستبيان بين أيديكم وذلك في سبيل جمع البيانات للوصول إلى نتائج تخدم البحث العلمي. وإننا نتوقع منكم الإجابة بكل موضوعية على كافة الأسئلة وذلك بوضع علامة (X) في الأسئلة التي تتطلب ذلك ونحيطكم علماً ونؤكد لكم كل سرية حول المعلومات المقدمة. نشكر لكم جهودكم وحسن تعاونكم.

تحت إشراف الأستاذة:

جورديخ مليكة

من إعداد الطالبات:

- حمدي شهرزاد

- محرز سهام

- لو كحيله آسيا

السنة الجامعية 2021-2022

البيانات الشخصية:

1. الجنس: ذكر أنثى
2. السن: 15-25 26-35 36 فما فوق
3. المستوى التعليمي: ابتدائي ثانوي جامعي
- المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الفيسبوك لدى مرتادي صفحة كافل اليتيم

4. منذ متى و أنت تستخدم موقع الفيسبوك
- سنة سنتين ثلاث سنوات أكثر
5. هل استخدامك للفيسبوك يكون:
- غالبا أحيانا نادرا
6. ما هو عدد ساعات استخدامك للفيسبوك
- من ساعة إلى ساعتين
- ثلاث ساعات
- أكثر من 3 ساعات
7. ما هي الأوقات التي تتصفح فيها موقع الفيسبوك
- صباح الليل الظهيرة طول النهار المساء
8. هل تواصلك عبر صفحة الفيسبوك يكون
- باللغة العربية
- باللغة الفرنسية
- باللغة الإنجليزية
- لغة أخرى أذكرها.....

المحور الثاني: دور الفيسبوك في تفعيل العمل التطوعي لجمعية كافل اليتيم بالبويرة

9. ما مفهومك للعمل التطوعي؟
- عمل إنساني
 - فعل الخير ومساعدة الآخرين
 - تحمل المسؤولية الاجتماعية
 - التطوع في العمل الخيري

10. أي المضامين التطوعية التي تنشرها الصفحة تعبر اهتمامك

- مرضى السرطان
- الأطفال اليتامى
- مساعدات مادية و امالية
- نشاطات موسيقية
- نشاطات أخرى

أذكرها.....

11. برأيك ما نسب نجاح الفيسبوك في استقطاب المتطوعين لجمعية كافل اليتيم بالبويرة

- متقدمة
- ضئيلة
- متوسطة
- عالية

12. هل أنت موافق على نشر صورة شخصية المستفيد من التطوع؟

- نعم
- لا

التعليق.....

المحور الثالث: مدى مساهمة صفحة كافل اليتيم بولاية البويرة في تسويق العمل التطوعي؟

13. هل ساهمت منشورات جمعية كافل اليتيم بالبويرة عبر الفيسبوك في زيادة الوعي لديك بقيمة العمل التطوعي.

نعم •

لا •

كيف ذلك؟

14. ما هي الطرق التي تضمنها التسويق العمل الخيري من طرف الجمعية.

المباشر •

الفيديوهات •

الروبورتاجات •

الصور •

15. هل معرفتك بجمعية كافل اليتيم بالبويرة كانت بفعل:

شخصي •

عن طريق الأصدقاء •

وسائل الإعلام •

• طرق أخرى.....

16. ما الطريقة التي تفضلها في تفاعلك مع منشورات جمعية كافل اليتيم بالبويرة

وضع لايك •

المشاركة •

تعليق •

17. في رأيك من خلال متابعتك للصفحة ما هي العوائق التي تواجه نشاط جمعية كافل اليتيم بالبويرة

نقص الميزانية •

سوء التسيير •

نقص المتطوعين •

18. هل استطاعت جمعية كافل اليتيم بالبويرة تجسيد العمل الخيري في الواقع؟

نعم •

لا •

فهرس

المحتويات



الصفحة	المحتوى
	الاهداء
	شكر و تقدير
	خطة الدراسة
	قائمة الجداول
	قائمة الأشكال
	ملخص الدراسة
أ- ب	مقدمة
13	الجانب المنهجي للدراسة
14	1- إشكالية الدراسة.
15	2- أسباب إختيار الموضوع.
15	1-2- الأسباب الذاتية.
15	2-2- الأسباب الموضوعية.
15	3- أهمية الدراسة.
16	4- أهداف الدراسة.
16	5- منهج الدراسة.
17	6- أدوات جمع البيانات.
18	7- مجتمع البحث و عينة الدراسة.
18	1-7- مجتمع البحث.
19	2-7- عينة الدراسة.
20	الجانب النظري للدراسة.
22	تمهيد

23	ا. التسويق الاجتماعي.
23	ا.1- مفهوم التسويق.
23	ا.2- التطور التاريخي للتسويق الاجتماعي.
25	ا.3- أسس التسويق الاجتماعي.
27	ا.4- عناصر المزيج التسويقي الاجتماعي.
27	ا.5- وظائف التسويق.
28	ا.6- أهداف التسويق الاجتماعي.
30	تمهيد.
31	ا. ماهية العمل التطوعي.
31	ا.1- مفهوم العمل التطوعي.
32	ا.2- دوافع و أهداف العمل التطوعي.
33	ا.3- مجالات العمل التطوعي.
34	ا.4- آثار العمل التطوعي.
36	ا.5- أهمية العمل التطوعي.
37	ا.6- معايير العمل التطوعي.
40	تمهيد
41	ا. ماهية موقع الفايسبوك.
41	ا.1- تعريف موقع الفيسبوك.
43	ا.2- نشأة موقع الفيسبوك.
45	ا.3- مميزات و خصائص موقع الفايسبوك.
47	ا.4- مكونات موقع الفايسبوك.
49	ا.5- آلية التواصل بين أعضاء موقع الفيسبوك.
50	ا.6- أسباب استخدام موقع الفيسبوك.
51	ا.7- احصائيات موقع الفايسبوك.
53	تمهيد

54	. الجمعيات الخيرية.
54	. 1- تعريف العملية الخيرية.
54	. 2- تعريف الجمعية الخيرية.
54	. 3- أنواع الجمعيات الخيرية.
55	. 2- خصائص الجمعيات الخيرية.
57	الجانب التطبيقي للدراسة
59	تمهيد.
59	1- تعريف الجمعية الخيرية " كافل اليتيم بالبويرة " .
59	2- كيفية تأسيس المكاتب البلدية.
60	3- هيكله جمعية " كافل اليتيم بالبويرة " و تنظيمها.
64	4- نشاطات الجمعية الخيرية " كافل اليتيم بالبويرة " .
67	5- الانخراط في جمعية " كافل اليتيم بالبويرة " .
69	6- تحليل الجداول.
87	7- نتائج الدراسة.
91	خاتمة
93	قائمة المصادر و المراجع
98	الملاحق
108	فهرس الموضوعات.

