



جامعة عمار طيحي الأغواط
كلية العلوم الاجتماعية
قسم علم الإجتماع والديموغرافيا



الموضوع:

النشاط الجمعي في مواقع التواصل الإجتماعي
دراسة وصفية تحليلية عن عينة من الشباب الجمعية

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في شعبة علم الإجتماع
تخصص: علم الاجتماع الإتصال

إشراف الأستاذ:

- بسام بلخير

إعداد الطالبتين:

1. هلالبة نور الهدى
2. بواكر شيما

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	الصفة
الاسم واللقب	رئيسا
الاسم واللقب	مشرفا ومقرا
الاسم واللقب	ممتحنا

السنة الجامعية: 2025-2024

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

Ministère de l'enseignement supérieur et de la
recherche scientifique
Université Amar Thellji Laghouat
Faculté des sciences sociales
Département de sociologie et démographie
Comité scientifique



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عمار ثلجي بالاغواط
كلية العلوم الاجتماعية
قسم علم الاجتماع والديموغرافيا
اللجنة العلمية

تعهد

أنا الطالب (ة) الممضي (ة) أسفله :

الطالب (ة): بيو... الكي... شيبها... ع...

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم 1262001530109... الصادرة بتاريخ
03... 73... 03... 2019 عن دائرة الولاية... ولاية... 12999
رقم التسجيل: 39015228... 2019
التخصص: علم الاجتماع الإقليمي
عنوان مذكرة نهاية الدراسة :

أصرح بشرفي أنني قمت بانجاز مذكرة نهاية الدراسة المذكور عنوانها أعلاه
بجهدى الشخصي وفقا للمنهجية المتعارف عليها في البحث العلمي وبذلك أتحمّل
المسؤولية كاملة عن أي مخالفة لقواعد الأمانة العلمية وحقوق الملكية الفكرية وما
يترتب عن ذلك من متابعة بما فيها الإجراءات الإدارية المتعلقة بالنظام الداخلي
للجامعة وكذلك القرارات الوزارية المعمول بها.

الاغواط في: 025/05/21

توقيع الطالب (ة):

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

Ministère de l'enseignement supérieur et de la
recherche scientifique
Université Amar Thellji Laghouat
Faculté des sciences sociales
Département de sociologie et démographie
Comité scientifique



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عمار ثلجي الأغواط
كلية العلوم الاجتماعية
قسم علم الاجتماع والديموغرافيا
اللجنة العلمية

تعهد

أنا الطالب (ة) الممضي (ة) أسفله :

الطالب (ة): ولاية... بوزالجبدي

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم 11999 006402 67 00003 الصادر بتاريخ
: 23 01 2020 عن دائرة: ولاية الأغواط

رقم التسجيل: 2020.390.1.1654

التخصص: علم الاجتماع والديموغرافيا

عنوان مذكرة نهاية الدراسة :

أصرح بشرفي أنني قمت بانجاز مذكرة نهاية الدراسة المذكور عنوانها أعلاه
بجهدى الشخصي وفقا للمنهجية المتعارف عليها في البحث العلمي وبذلك أتحمّل
المسؤولية كاملة عن أي مخالفة لقواعد الأمانة العلمية وحقوق الملكية الفكرية وما
يترتب عن ذلك من متابعة بما فيها الإجراءات الإدارية المتعلقة بالنظام الداخلي
للجامعة وكذلك القرارات الوزارية المعمول بها.

الاغواط في: 2020/05/19

توقيع الطالب (ة):

شكر وعرافان

إلى الدكتور بساس بلخير،

نتقدم إليك بخالص الشكر والتقدير على جهودك الكبيرة وعطائك اللامحدود

في كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، وخاصة في قسم علم الاجتماع

والديموغرافيا، لقد كنت دائماً مصدر إلهام لنا، ووفرت لنا الدعم والمساعدة

في الأوقات الصعبة، و إن خبرتك ومعرفتك في مجالك جعلت من التعلم

تجربة غنية وممتعة.

كما نود أن نشكر جميع الأساتذة في الكلية على تفانيهم وإخلاصهم في

التعليم، ودعمهم المستمر لنا.

نحن ممتنون لكم جميعاً على كل ما بذلتموه من جهد، ونتمنى لكم دوام الصحة

والنجاح في مسيرتكم.

مع خالص التحيات،

الإهداء

إلى أمي وأبي،

أهديكم أعمق مشاعر الحب والامتنان، لقد كنتم دائماً داعمي وسندي في كل خطوة، شكراً لتضحياتكم ودعائكم الدائم.

إلى إخوتي وأخواتي،

أتم رفاق دربي وأعز الأصدقاء، شكراً لكونكم جزءاً من حياتي ودعمكم لي في كل الأوقات.

إلى صديقاتي،

أهديكم كل الحب والتقدير، لقد جعلتم من حياتي أكثر إشراقاً ولحظاتي أكثر سعادة.

إلى أساتذتي في جامعة عمار ثليجي - الأغواط،

أشكر لكم جهودكم وإخلاصكم في التعليم، لقد أثرتم في مسيرتي العلمية وألهمتوني لتحقيق أهدافي.

مع خالص التحيات،

هلالبة نور الهدى

الإهداء

إلى أمي وأبي

أرفع إليكم أسمى آيات الشكر والامتنان، أتم نور حياتي وسبب قوتي، و لا
يمكنني التعبير عن مدى حبي واعتزازي بكم.

إلى إخوتي،

أتم السند والرفاق في كل لحظة. شكراً على اللحظات الجميلة والدعم غير المحدود.

إلى صديقاتي

أهديكم كل الحب والامتنان، لقد كنتم دائماً بجانبني، وبدونكم لما كانت الحياة كما هي.

إلى أساتذتي في جامعة عمار ثليجي - الأغواط،

أشكر لكم ما بذلتموه من جهد في سبيل تعليمنا، إن تأثيركم في حياتنا لا يُنسى، وأتم
قدوة لنا.

بواكر شيماء

هدفت الدراسة حول تحليل النشاط الجموعي في مواقع التواصل الاجتماعي دراسة وصفية تحليلية عن عينة من الشباب الجمعية، حيث اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي من خلال تحليل بيانات استبيان طُبق على عينة من 50 عضواً في الجمعية، وأظهرت النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المستوى التعليمي وطبيعة النشاط الجموعي، كما كشفت عن علاقة طردية بين سنوات الخبرة وتقييم فعالية النشاط الجموعي، وتباين في استراتيجيات التمويل والتجنيد حسب طبيعة العضوية، أما فيما يتعلق بالبيئة الجغرافية، فقد أظهرت النتائج اختلافاً واضحاً في مصادر التمويل بين المناطق الريفية والحضرية والمدن، حيث تعتمد المناطق الريفية بشكل أكبر على الشراكات، بينما تعتمد المناطق الحضرية على التبرعات، في حين تتنوع مصادر التمويل في المدن، كما بينت الدراسة وجود علاقة طردية بين مستوى الوعي المجتمعي وتنوع آليات جمع التبرعات عبر المنصات الرقمية. توصي الدراسة بضرورة تبني استراتيجيات متنوعة ومتكاملة تراعي خصوصية كل بيئة جغرافية واجتماعية، وتعزيز التكامل بين مختلف الأدوار داخل الجمعية، والاستثمار في التحول الرقمي المدروس القائم على التحليل والتخطيط. الكلمات المفتاحية: العمل الجموعي، مواقع التواصل الاجتماعي.

Abstract

This study aimed to analyze the relationship between the demographic and organizational variables of association members and the strategies and effectiveness of associative work, as well as to study the impact of the geographical and social environment on funding, communication, and partnership-building strategies. The study adopted a descriptive analytical approach by analyzing questionnaire data applied to a sample of 50 association members. The results showed a statistically significant relationship between educational level and the nature of associative activity, with higher educational levels tending toward awareness and intellectual activities. It also revealed a direct relationship between years of experience and the evaluation of the effectiveness of associative activity, and a variation in funding and recruitment strategies according to the nature of membership. Regarding the geographical environment, the results showed a clear difference in funding sources between rural, urban, and city areas, with rural areas relying more on partnerships, urban areas on donations, while funding sources in cities are more diverse. The study also showed a direct relationship between the level of community awareness and the diversity of mechanisms for collecting donations through digital platforms. The study recommends adopting diverse and integrated strategies that take into account the specificity of each geographical and social environment, enhancing integration between different roles within the association, and investing in thoughtful digital transformation based on analysis and planning.

Keywords : Associative work , digital transformation.

فهرس المحتويات

/	الإهداء
/	الشكر والتقدير
/	ملخص الدراسة
أ	مقدمة
الفصل الأول: بناء الموضوع	
ص 04	أولاً: إشكالية
ص 05	ثانياً: الفرضيات
ص 05	ثالثاً: أسباب إختيار الموضوع
ص 06	رابعاً: الأهمية والأهداف
ص 06	خامساً: المفاهيم
ص 07	سادساً: المقاربة النظرية
الفصل الثاني: الدراسات السابقة	
ص 10	أولاً: الدراسة الأولى
ص 11	ثانياً: الدراسة الثانية
ص 11	ثالثاً: الدراسة الثالثة
ص 13	رابعاً: الدراسة الرابعة
ص 14	خامساً: الدراسة الخامسة
ص 15	سادساً: الدراسة السادسة
ص 17	سابعاً: الدراسة السابعة
الفصل الثالث: الطريقة والأدوات	
ص 19	أولاً: مجالات الدراسة
ص 19	ثانياً: المنهج المستخدم
ص 20	ثالثاً: أدوات جمع المعلومات
ص 21	رابعاً: المعاينة
ص 22	خامساً: خصائص عينة الدراسة
الفصل الرابع: النتائج والمناقشة	
ص 27	أولاً: تحليل بيانات الفرضية الأولى
ص 37	ثانياً: تحليل بيانات الفرضية الثانية
ص 41	ثالثاً: مناقشة نتائج الفرضية الأولى
ص 42	رابعاً: مناقشة نتائج الفرضية الثانية

فهرس المحتويات

ص43	خامسا: الاستنتاج العام
ص46	قائمة المصادر والمراجع
ص49-61	الملاحق

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
23	يوضح توزيع أفراد الجمعية حسب متغير الجنس	01
24	يوضح توزيع أفراد الجمعية حسب متغير السن	02
24	يوضح توزيع أفراد الجمعية حسب متغير المستوى التعليمي	03
25	يوضح توزيع أفراد الجمعية حسب متغير الحالة الإجتماعية	04
25	يوضح توزيع أفراد الجمعية حسب متغير السكن	05
25	يوضح توزيع أفراد الجمعية حسب متغير الوظيفة	06
26	يوضح توزيع أفراد الجمعية حسب طبيعة العضوية	07
26	يوضح توزيع أفراد الجمعية حسب الخبرة	08
27	العلاقة بين مستوى التعليمي ونوع نشاط الجمعية	09
28	العلاقة بين مستوى التعليمي وتقييم فعالية النشاط الجمعي	10
29	العلاقة بين الخبرة وتقييم فعالية النشاط الجمعي	11
30	العلاقة بين الخبرة والأهداف الرئيسية للجمعية	12
31	العلاقة بين طبيعة العضوية ومصادر التمويل	13
32	العلاقة بين طبيعة العضوية والآليات المستخدمة لتجنيد الأعضاء	14
33	العلاقة بين طبيعة العضوية والمنصات المستخدمة	15
34	العلاقة بين مستوى الوعي المجتمعي وتقييم أهمية التكوين	16
35	تقييم دور الحملات الإعلامية المدفوعة في زيادة الإنتشار	17
36	العلاقة بين تقييم فعالية النشاط الجمعي والمقترحات لتحسين تفاعل الجمهور	18
37	الخدمات التي تنتظرها الجمعية من الجمعيات الأخرى أو الهيئات الداعمة	19
37	علاقة تقييم المستوى الوعي بالآلية المناسبة لجمع التبرعات عبر المنصات	20
38	تقييم مستوى الوعي المجتمعي بأهمية العمل الجمعي حسب الخبرة	21
39	المصادر الرئيسية للتمويل حسب السكن	22
40	علاقة الآليات التي تستخدمها الجمعية لإنتداب الأعضاء بالسكن	23

فهرس الملاحق

الصفحة	عنوان الملحق	لرقم
49	وثيقة الإستبيان	01
61-55	مخرجات برنامج التحليل الإحصائي SPSSV26	02

لقد أحدثت التكنولوجيا تطورًا هائلًا في مختلف مجالات الحياة التي يتفاعل معها الإنسان، بما في ذلك الصناعة، العلوم، التعليم، الخدمات الطبية، وغيرها، كما امتد تأثيرها إلى مجال التفاعل الاجتماعي بين الأفراد، حيث لم يعد التواصل مقتصرًا على اللقاءات المباشرة وتبادل الزيارات، بل تطور ليصبح أكثر مرونة واتساعًا عبر ما يُعرف بشبكات التواصل الاجتماعي، وهذه الشبكات تتيح للأفراد التفاعل مع بعضهم البعض في أي وقت ومن أي مكان، باستخدام تقنيات متعددة مثل الرسائل النصية، الصور، ومقاطع الفيديو، وذلك عبر أدوات النشر الإلكتروني كأجهزة الكمبيوتر، الهواتف الذكية، واللوحات الإلكترونية.

ومن أبرز وأكثر شبكات التواصل الاجتماعي شيوعًا واستخدامًا يأتي موقع الفايسبوك، الذي يسمح للمستخدمين بإنشاء ملفات شخصية تمكنهم من التواصل مع الآخرين في بيئة افتراضية تفاعلية. وقد أدت التطورات المتسارعة في تكنولوجيا الإعلام والاتصال إلى تغيير جذري في العديد من جوانب الحياة، مما دفع إلى ضرورة استثمار هذه التقنيات في خدمة المجالات الإنسانية والاجتماعية، وفي هذا الإطار سعت العديد من جمعيات المجتمع المدني إلى توظيف شبكات التواصل الاجتماعي، وخاصة الفايسبوك، لدعم أنشطتها، وتعزيز تواصلها، ونشر رسالتها، وذلك في بيئات تواجه العديد من التحديات والصعوبات. ولعل الدور البارز الذي يمثله الفايسبوك في تسهيل التواصل بين الجمعيات وأعضائها، وبينها وبين وسائل الإعلام المختلفة، بالإضافة إلى تفاعلها مع الجمهور الخارجي، يبرز أهمية هذه المنصة في تعزيز العمل الجماعي.

ومن هنا، تأتي هذه الدراسة التي تحمل عنوان: نشاط جمعي عبر مواقع تواصل الاجتماعي"، والتي تهدف إلى استكشاف كيفية استثمار الجمعيات لشبكات التواصل الاجتماعي، وخاصة الفايسبوك، لتحقيق أهدافها وتعزيز فعاليتها.

وقد تناولت الدراسة الوصفية التحليلية موضوع النشاط الجماعي في مواقع التواصل الاجتماعي من خلال عينة من الشباب الجماعي، وتنقسم إلى أربعة فصول رئيسية متكاملة:.

- يبدأ الفصل الأول ببناء الموضوع حيث يتم طرح الإشكالية والفرضيات وأسباب اختيار الموضوع وأهميته وأهدافه، بالإضافة إلى تحديد المفاهيم الأساسية والمقاربة النظرية المعتمدة في الدراسة.

- أما الفصل الثاني فيستعرض الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع النشاط الجمعي في مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يتم تناول ست دراسات سابقة بالتحليل والمقارنة لتحديد نقاط التشابه والاختلاف مع الدراسة الحالية.
- ويتناول الفصل الثالث الجانب المنهجي للدراسة من خلال تحديد مجالات الدراسة والمنهج المستخدم وأدوات جمع المعلومات وطريقة المعاينة وخصائص عينة الدراسة المتمثلة في الشباب الجمعي.
- وأخيراً، يقدم الفصل الرابع نتائج الدراسة ومناقشتها، حيث يتم تحليل بيانات الفرضيتين الأولى والثانية ومناقشة نتائجهما، وصولاً إلى الاستنتاج العام.
- وتختتم الدراسة بخاتمة تلخص أهم النتائج والتوصيات، تليها قائمة المصادر والمراجع والملاحق التي تدعم الدراسة وتثريها بالمعلومات والبيانات الإضافية.

الفصل الأول :

الإطار المفاهيمي للدراسة

أولاً: إشكالية:

شهدت تكنولوجيا الاتصال تطورًا مستمرًا، مما أدى إلى ظهور عصر الإنترنت كأحد أبرز إنجازات القرن العشرين، حيث عكست التكنولوجيا قدرة العقل البشري على التحديث والتجديد، مما جعلها أداة فعالة لتعزيز التواصل وتبادل المعلومات ومن أبرز نتائج هذا التطور ظهور مواقع التواصل الاجتماعي، التي فتحت آفاقًا جديدة للتعبير عن الذات ومشاركة الأفكار والمشاعر مع الآخرين، وأعتبرت هذه المواقع بيئة افتراضية تجمع بين أفراد من خلفيات متنوعة، مما يعزز التفاعل الاجتماعي ويُسهل تكوين العلاقات والتعاون بينهم¹.

ومن بين هذه المواقع، يبرز "الفايسبوك" كأحد أكثر المنصات تأثيرًا، حيث ساهم في تعزيز التفاعل بين مختلف الفئات الاجتماعية، بل وأصبح أداة أساسية للجمعيات والمؤسسات لنشر رسائلها والتواصل مع الجمهور دون تكاليف باهظة². في هذا السياق، هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف دور النشاط الجماعي في مواقع التواصل الاجتماعي، مع التركيز على جمعية الصدقة المتكفلة باليتامى والأرامل بولاية الأغواط.

وعليه سنحاول من خلال دراستنا توضيح أهمية مواقع التواصل الاجتماعي وعلى رأسها الفاييسبوك بالنسبة للجمعية الكائن مقرها بولاية الأغواط والمتمثلة في جمعية الصدقة المتكفلة باليتامى والأرامل، وهذا انطلاقًا من الإشكالية التالية:

هل يمثل موقع التواصل الاجتماعي الفاييسبوك دورًا مهمًا في تفعيل العمل الجماعي على مستوى ولاية الأغواط؟

✓ تساؤلات الدراسة:

- كيف تؤثر المتغيرات التنظيمية لأعضاء الجمعية (مثل المستوى التعليمي، الخبرة، وطبيعة العضوية) على تقييمهم لفعالية النشاط الجماعي واستراتيجيات تطويره؟
- ما هي العلاقة بين البيئة الجغرافية والاجتماعية واستراتيجيات التواصل وبناء الشراكات التي تتبناها الجمعية؟

¹ -حسني شفيق ، الإعلام التفاعلي ثورة تكنولوجية جديدة في نظم الحسابات والاتصالات ، دارفكرون للطباعة والنشر والتوزيع ، مصر ، 2009 ، ص 65

² -خالد سليم ، ثقافة مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي والمجتمعات المحلية ، دارالمتني للنشر ، قطر ، 2013 ، ص 45

ثانيا : الفرضيات

في إطار البحث عن دور الفايسبوك في تعزيز العمل الجماعي بولاية الأغواط، تم صياغة الفرضيات التالية بناءً على تساؤلات الدراسة:

الفرضية العامة:

يساهم استخدام الفايسبوك بشكل فعال في تطوير الأداء التواصلي والتأثير المجتمعي للجمعيات في ولاية الأغواط.

الفرضيات الأولى:

1. الفرضية الأولى: المتغيرات التنظيمية لأعضاء الجمعية (المستوى التعليمي، الخبرة، طبيعة العضوية) أثر لفعالية النشاط الجماعي واستراتيجيات تطويره.

2. الفرضية الثانية : البيئة الجغرافية والاجتماعية للجمعية وتأثيرها في استراتيجيات التواصل وبناء الشراكات التي تتبناها.

ثالثا: أسباب اختيار الموضوع

تعود أسباب اختيارنا لموضوع دور موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك في تفعيل العمل الجماعي إلى مبررات ذاتية وأخرى موضوعية تمثلت فيما يلي:

• أسباب ذاتية:

- ارتباط الموضوع بمجال التخصص الأكاديمي للباحث.
- الرغبة في فهم مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي، وخاصة الفايسبوك، على المجتمع الجزائري.

• أسباب موضوعية:

- أهمية ربط تكنولوجيا التواصل الحديثة بالعمل الجماعي.
- استكشاف الدور الذي يمكن أن تلعبه هذه المواقع في تعزيز العمل التطوعي والجماعي.
- فهم واقع العمل الجماعي في ظل التطورات التكنولوجية المتسارعة.

رابعا : الأهمية والأهداف

• أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في تسليط الضوء على الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي، وخاصة الفيسبوك، في تعزيز فعالية العمل الجماعي، حيث تُعتبر هذه المواقع أداة أساسية للجمعيات لنشر أنشطتها وخدماتها، مما يساهم في زيادة الوعي المجتمعي وتفعيل المشاركة التطوعية.

• أهداف الدراسة:

- إبراز أهمية الفيسبوك كأداة عصرية لتفعيل العمل الجماعي.
- الكشف عن الجانب الإنساني لمواقع التواصل الاجتماعي، وتجاوز النظر إليها كوسائل اتصال فقط.
- فهم العلاقة بين الجمعيات كجزء من المجتمع المدني ومواقع التواصل الاجتماعي كأدوات إعلامية حديثة.

خامسا : تحديد المفاهيم الأساسية للدراسة:

✓ أولا: مواقع التواصل الاجتماعي:

- التعريف الاصطلاحي: منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تتيح للمستخدمين إنشاء صفحات شخصية والتفاعل مع الآخرين¹.

- التعريف الإجرائي: في هذه الدراسة، نقصد بها المواقع الإلكترونية المستخدمة من قبل الجمعيات، وخاصة الفيسبوك.

✓ ثانيا: الفيسبوك:

- التعريف الاصطلاحي: منصة تواصل اجتماعي تتيح للمستخدمين مشاركة المعلومات والصور والفيديوهات².

- التعريف الإجرائي: أداة تستخدمها الجمعيات لنشر أنشطتها وجذب المتطوعين.
العمل الجماعي:

- التعريف الاصطلاحي: نشاط تطوعي منظم تقوم به مجموعة أفراد لتحقيق أهداف مشتركة³.

¹- محمد منير حجاب ، أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية ، ط2 ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، مصر ، 2003 ، ص32

²- أماني عمر الحسيني ، الإعلام والمجتمع أطفال في ظروف صعبة ، وسائل الإعلام المؤثرة ، عالم الكتب ، مصر ، 2005 ، ص56

³- مدحت محمد أبو النصر ، إدارة منظمات المجتمع المدني ، إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع ، مصر ، 2007 ، ص 238

- التعريف الإجرائي: يشمل جميع الأنشطة التي تقوم بها الجمعيات في ولاية الأغواط

سادساً: المقاربة النظرية

تمثل نظرية الاستخدامات والإشباع تحولاً جذرياً في فهم العلاقة بين وسائل الإعلام وجمهورها، فقد جاءت هذه النظرية لتقوض المفهوم التقليدي للجمهور السليبي، مؤكدة على فاعلية المتلقي وقدرته على الاختيار الواعي للمضامين الإعلامية التي تلي احتياجاته، وفي سياق الدراسة الراهنة، إكتسبت النظرية أهمية استثنائية في تحليل سلوك الجمعيات على منصة الفيسبوك¹.

يتجلى الإشباع المعرفي في توظيف المنصة كقناة معرفية متعددة الأبعاد، فالجمعيات تستثمر هذا الفضاء الرقمي لنشر المعلومات حول القضايا المجتمعية الملحة، وتعزيز الوعي العام بمجالات عملها، كما تقوم بتوثيق أنشطتها ومبادراتها، وتعميم نتائجها على نطاق أوسع، أما الإشباع الاجتماعي، فيتمظهر في بناء شبكة علاقات اجتماعية متشعبة، حيث تعمل الجمعيات على تأسيس روابط مع المستفيدين المباشرين من خدماتها، وبناء تحالفات استراتيجية مع الجمعيات المماثلة، كما تسعى إلى التواصل الفعال مع صناع القرار والجهات الرسمية، وهذا بدوره يشكل مجتمع افتراضي داعم لقضاياها وأهدافها². وقد ساهمت المقاربة التفاعلية الرمزية إطاراً نظرياً عميقاً لفهم الأبعاد الدلالية للتواصل الرقمي. وأنطلقت من مسلمة أساسية مفادها أن التفاعل الاجتماعي يقوم على تبادل الرموز والمعاني بين الفاعلين.

في السياق الرقمي، إكتسبت المقاربة أهمية خاصة في تحليل كيفية بناء المعنى وتداوله عبر المنصات الاجتماعية، حيث شكلت الهوية الرقمية محوراً أساسياً في هذه المقاربة، حيث تعمل الجمعيات على بناء صورة مؤسسية متماسكة من خلال صياغة خطاب رقمي متنسق مع رسالتها، ويتضمن ذلك توظيف العناصر البصرية والرمزية بشكل مدروس، وإدارة الانطباعات في الفضاء الافتراضي بما يخدم أهدافها الاستراتيجية، ويتجلى تفاعل الرموز الدلالية في عملية إنتاج المعنى وتداوله عبر المنصة، فالمنشورات والتعليقات والتفاعلات تشكل نسيجاً دلاليّاً متشابكاً، يخضع لعمليات مستمرة من التأويل وإعادة التأويل. وتمثل السياقات الثقافية والاجتماعية دوراً محورياً في توجيه هذه العمليات التأويلية³.

¹-رضا عبد الواجب أمين ، النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني، منتدى سور الأزيكية ، 2008 ، 70

²-سميرة شيخاوي ، الإعلام الجديد في عصر المعلومات ، مجلة جامعة دمشق ، المجلد 26 ، العدد الأول -الثاني ، دمشق ، 2010 ، ص450

³-الكاتب سعود ، الإعلام القديم والإعلام الجديد ، شركة المدينة المنورة للطباعة والنشر ، جدة ، 2002 ، ص 21

تكتسب نظرية غوفمان حول "تقديم الذات" أهمية متزايدة في تحليل التفاعلات الرقمية، فصفحات الفيسبوك تمثل مسرحاً افتراضياً تتجلى فيه عمليات إدارة الانطباعات وتقديم الذات المؤسساتية. وتنقسم المسرحية الرقمية إلى واجهة أمامية وخلفية مسرحية، لكل منهما دينامياتها الخاصة، وفي الواجهة الأمامية، تعمل الجمعيات على تصميم محتوى رقمي يعكس هويتها المؤسساتية ويعزز صورتها العامة، ويتضمن ذلك إدارة التفاعلات العامة وبناء هوية بصرية متميزة تسهم في ترسيخ حضورها في الفضاء الرقمي¹.

أما في الخلفية المسرحية، فتجري عمليات التخطيط الاستراتيجي وإعداد المحتوى وتحريره، كما تتم إدارة الأزمات والمواقف الحرجة، وتنسيق الأدوار التواصلية بين مختلف القائمين على إدارة الصفحة، وقد أتاح الجمع بين هذه المقاربات النظرية فهماً أعمق للظاهرة المدروسة، حيث تم من خلاله تحليل الاستراتيجيات التوظيفية، ورصد كيفية استثمار الجمعيات لإمكانات المنصة وتطوير خطط التواصل الرقمي. كما سمح تحليل ديناميات التأثير بفهم العلاقة المعقدة بين المحتوى المؤسسي واستجابات الجمهور.

وعليه ساهم التحليل النظري في فهم دور الفيسبوك في العمل الجمعي يتطلب مقارنة شمولية تجمع بين الأبعاد الوظيفية والرمزية. فالمنصة الرقمية ليست مجرد أداة تقنية، بل هي فضاء اجتماعي معقد تتداخل فيه الاستراتيجيات المؤسساتية مع الممارسات اليومية للفاعلين، وهذا الفهم المتكامل أتاح للجمعيات تطوير استراتيجيات تواصلية أكثر فعالية وتأثيراً في خدمة أهدافها المجتمعية، كما ساهم في إعادة صياغة المشهد الجمعي في ولاية الأغواط، وهذا بدوره عزز دور هذه المؤسسات في التنمية المجتمعية المستدامة².

¹ -فريال مهنا، علوم الإتصال والمجتمعات الرقمية، ط1، دارالفكر، دمشق - سوريا، 2002، ص 140

² -ميلفين ديفلير، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1993، ص 241

الفصل الثاني :
الدراسات السابقة

الدراسات السابقة:أولا: الدراسة الأولى:

دراسة مريم نريمان نومار¹ : بعنوان استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر، وهي مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال غير منشورة، و تهدف هذه الدراسة إلى الكشف على مدى تأثير العلاقات الاجتماعية بسبب استخدام الشبكات الاجتماعية الافتراضية في العلاقات الاجتماعية من خلال دراسة لعينة من مستخدمي موقع " الفايسبوك " في الجزائر والإنطلاقة كانت من الإشكالية التالية : ما أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية ؟ مع طرح مجموعة من التساؤلات الفرعية والتي كان من أهمها ، ما هي عادات وأنماط استخدام موقع التواصل الاجتماعي " فايسبوك لدى الجزائريين؟ وما هي الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الجزائريين لموقع " الفايسبوك"؟ وكيف يؤثر استخدام " الفايسبوك على العلاقات الاجتماعية لدى الجزائريين؟ واعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي من خلال منهج المسح الإجتماعي ، وتم الاعتماد على الملاحظة والاستبيان لجمع البيانات من المبحوثين وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

تقضي النسبة الأكبر من المبحوثين أكثر من ثلاث ساعات في استخدام الفايسبوك"، ويفضل أغلبهم خدمة التعليقات والردود بالدرجة الأولى يستخدم أغلب أفراد العينة موقع الفايسبوك "بدافع التواصل مع الأهل والأصدقاء إلى جانب التثقيف، وقد بينت النتائج أن هنالك فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام الذكور والإناث، وتبين أيضا أن المبحوثين الأكبر سن ا يتعاملون بنوع من الوعي عند استخدامهم لموقع " الفايسبوك"، كما أسفرت الدراسة أن استخدام هذا الموقع يؤثر في الاتصال الشخصي وجها لوجه، وفي تفاعل المستخدمين مع أسرهم وأقاربهم وأصدقائهم كما يؤدي إلى الانسحاب الملحوظ للفرد من التفاعل الاجتماعي.

¹ - مريم نريمان نومار ، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية-دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال غير منشورة، جامعة الحاج لخضر، باتنة ، 2012

ثانيا : الدراسة الثانية:

دراسة مبارك زودة¹ بعنوان دور الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام الثورة التونسية أنموذجا، وتهدف هذه الدراسة إلى معرفة مدى حضور هذه الوسائل الإعلامية البديلة - الإعلام الاجتماعي للإعلام التقليدي في الحياة اليومية مع محاولة تحديد الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام الاجتماعي في تشكيل الرأي العام التونسي وتعبئته وتحريكه وتحديد الوضعية التي تتموقع فيها مواقع التواصل الاجتماعي ضمن المنظومة الاتصالية خصوصا مع اكتساح الإنترنت للحياة اليومية الإنسانية وذلك من خلال طرح الإشكالية التي مفادها : ما هو الدور الذي لعبه الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام التونسي ؟ وقد إعتمد الباحث على من منهج المسح بالعينة على عينة من . الكلية وكان الإستبيان من الأدوات الرئيسية في عملية جمع البيانات ومن أهم نتائج هذه الدراسة :

1. يعد موقع الفايسبوك هي الشبكة الأكثر استخداما لدى التونسيين.
- 2 التصفح اليومي لمواقع الاعلام الاجتماعي هي الصفة الأكثر استخداما لدى التونسيين.
3. أكثر من نصف المبحوثين كانوا يتعرضون بصفة دائمة لمواقع الإعلام الاجتماعي أيام الثورة.
4. أقل من ثلثي المبحوثين عبروا عن رأيهم أيام الثورة التونسية من خلال نشر مضامين مساندة للثورة.
- 5 أكثر من ثلثي المبحوثين يرون أن المدونين قادرين على تغيير النظام.
6. أكثر من نصف المبحوثين قاموا باعتصام
7. غالبية المبحوثين يؤكدون أن هدفهم هو إسقاط النظام.
8. ساهمت مواقع الاعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام التونسي وتوجيهه صوب خدمة مصالح الثورة التونسية ، لكنهما لم تصنع الثورة التونسية وإنما ساهمت بشكل فعال ومباشر في إنجاحها.

¹ - مبارك زودة ، دور الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام الثورة التونسية أنموذجا، ماجستير في علوم الاعلام والاتصال تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة 2012.

ثالثا : الدراسة الثالثة:

دراسة الدكتور حسني عوض¹ بعنوان : أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى فئة الشباب، تجربة مجلس شبابي عرار أنموذجا وهدفت الدراسة إلى فحص أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى فئة الشباب ، وإنطلق الباحث من الإشكالية الرئيسية التالية : ما أثر استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك " في تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى فئة الشباب "مجموعة شباب مجلس عرار أنموذجا . " وذلك من خلال تطبيق برنامج تدريبي على مجموعة من شباب مجلس شبابي عرار، ومن أجل تحقيق أغراض الدراسة وتكون مجتمع الدراسة من جميع الشباب من المرحلة العمرية من 15 إلى 25 سنة للمنتمين لمجلس شبابي عرار حيث قام الباحث بتطبيق البرنامج التدريبي على أفراد المجموعة التجريبية التي تم اختيارها بشكل مقصود من شباب مجلس شبابي عرار بلغ عددهم (18 شابا وفتاة، ثم طبق عليهم مقياس المسؤولية الاجتماعية (القياس القبلي الذي قام الباحث بتطويره، وتم التأكد من صدقه وثباته ، وتكون البرنامج من (5) لقاءات نفذت خلال خمسة أيام بمعدل (4) ساعات لكل لقاء ، وقد حدد الباحث عدة أهداف لكل لقاء ، كما حدد آلية التنفيذ والإجراءات، واستخدم الباحث الفنيات وأساليب التدريب المختلفة منها التعارف، التوضيح ، تشكيل المجموعات ، التدريب العملي، التساؤل والاستفسار، الإنهاء والتقييم ، المحاضرة والمناقشة الجماعية والألعاب التنشيطية ، وقد وضع الباحث بعد تطبيق البرنامج الخطوات التي اتبعها في عملية التطبيق وصولا إلى نهاية البرنامج التدريبي، وقد أظهرت الدراسة النتائج التالية:

- 1 - وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد المجموعة التجريبية عند مستوى في مستوى المسؤولية الاجتماعية قبل تطبيق البرنامج وبعده لصالح بعد تطبيق (0) (الدلالة 0.05) البرنامج التدريبي. بين متوسط درجات
- (2) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (الدلالة 0.05) الذكور والإناث في المجموعة التجريبية في مستوى المسؤولية الاجتماعية بعد تطبيق البرنامج.

¹ حسني ، عوض، " أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب"، تجربة مجلس شبابي عرار القدس أنموذجا، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القدس أبو ديس برنامج التنمية الاجتماعية والأسرية ، القدس ، فلسطين 2012

وفي ضوء ما توصلت إليه الدراسة من نتائج فقد أوصى الباحث بعدد من التوصيات والمقترحات في ما يلي أهمها:

1. اقترح الباحث إجراء دراسات مماثلة على مجتمعات مختلفة ، ومنه ا : مجتمع طلبة الجامعات ، والأطفال وطلبة المراحل الأساسية العليا في المدارس، وفحص مدى تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية الاجتماعية.
2. نشر الوعي لدى فئة الشباب حول دور مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في تنمية شخصياتهم وإرشادهم للاستخدام الأمثل لمواقع التواصل الاجتماعي.
3. ضرورة عقد دورات تدريبية لفئة الشباب تستهدف تطوير مهاراتهم في توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في خدمة قضاياهم وقضايا أمتهم وبخاصة في مجال المناصرة والضغط.

رابعاً: الدراسة الرابعة

دراسة العربي بن عودة بعنوان¹: إسهام وسائل الإعلام في ترقية المجتمع المدني دراسة التجربة الجزائرية دراسة وصفية تحليلية وهي مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال من جامعة يوسف بن خدة ، كلية العلوم السياسية والإعلام ، قسم علوم الإعلام والاتصال سنة 2006 وذهب الدراسة إلى محاولة إيضاح العلاقة العضوية بين المجتمع المدني ووسائل الإعلام تاريخياً في الحالة الجزائرية ، مع شرح ضرورة التقريب بين المجتمع المدني ووسائل الإعلام من خلال قيام هذه الأخيرة بوظائفها، خاصة من خلال تغطية أنشطته السياسية والاجتماعية الوظيفية الإخبارية حيث إنطلق الباحث من الإشكالية التالية: ما مدى إسهام وسائل الإعلام في التأثير على المجتمع المدني؟ وماهي طبيعة العلاقة بينهما؟ وإلى أين وصلت هذه العلاقة بينهما في الجزائر؟ أما عن الدراسة الميدانية للموضوع فقد اعتمد الباحث على المنهج الوصفي القائم على الدراسات الارتباطية (المقاربة السببية بين الإعلام والمجتمع المدني وأعدت الباحث على الاستبيان والمقابلة كأدوات أساسية لجمع البيانات في هذه الدراسة ، وعلى الرغم من أن مجتمع البحث الذي تناولته الدراسة الميدانية هو حقل علمي واسع جداً من حيث

¹ -- العربي بن عودة بعنوان ، إسهام وسائل الإعلام في ترقية المجتمع المدني دراسة التجربة الجزائرية دراسة وصفية تحليلية وهي مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال من جامعة يوسف بن خدة ، كلية العلوم السياسية والإعلام ، قسم علوم الإعلام والاتصال سنة 2006

ضخامة عدد وحداته وتنوعها وربما اختلافها ونعني بذلك أن مجتمع وسائل الإعلام يضم كما هو معروف عدة مؤسسات إعلامية التلفزيون الراديو، الصحافة المكتوبة، ووكالات الأنباء إلا أن الدراسة اقتصرت أساسا على الصحافة المكتوبة على أساس أنها هي المكون الوحيد الذي عرف تطورات وتغيرات كمية ونوعية عبر الحقب والمراحل التاريخية التي عاشتها الجزائر وقد خلصت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج العامة والتي ترتبت عن مختلف التحليلات والمناقشات وتمعن في مجملها على أن : قوة الصحافة . مكتسبات قوة للمجتمع المدني، ومكتسباتها هي له، والعكس صحيح. كما أن الغاية الأولى لكل منهما هي مزيد من الحرية السياسية، ومزيد من الانفتاح الديمقراطي، إن مشاكل مهنة الصحافة تكاد تكون هي المشاكل ذاتها التي يعاني منها المجتمع المدني في الجزائر، وأن هناك ضرورة ملحة لتواصل النضال المهني اليومي لفعاليات المجتمع المدني ورجال المهنة لفرض الخيارات التي تتبناها الشرائح الشعبية العريضة، وليتم هذا ، فإنه لا بد من وجود منظومات تشريعية وقانونية تحمي عمليا الحريات العامة دون إستثناء، وعلى رأسها حرية الإعلام والصحافة لأنها أم الحريات جميعا، بما فيها حرية المجتمع المدني

خامسا : الدراسة الخامسة :

رمزي جاب الله 2018¹، بعنوان "القيم المتضمنة في صفحات الفيس بوك وأثرها في السلوك الاجتماعي للشباب الجامعي الجزائري، دراسة ميدانية لعينة من شباب جامعة باتنة 1- أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال، تخصص إتصال وعلاقات عامة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باتنة 1- وطرح الباحث إشكالية ليجيب عن التساؤل الرئيسي التالي: ما أثر القيم التي تتضمنها صفحات الفيسبوك في السلوك الاجتماعي لشباب جامعة باتنة 1-؟

وأدرج تحت هذه الإشكالية مجموعة التساؤلات الفرعية أهمها:

1- ما هي طبيعة إستخدام شباب جامعة باتنة 1- لصفحات الفيس بوك؟

2- ما هي أكثر أنواع القيم التي تتضمنها صفحات الفيس بوك حسب شباب جامعة باتنة

¹ - رمزي جاب الله ،"القيم المتضمنة في صفحات الفيس بوك وأثرها في السلوك الاجتماعي للشباب الجامعي الجزائري، دراسة ميدانية لعينة من شباب جامعة باتنة 1- أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال، تخصص إتصال وعلاقات عامة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باتنة 1-2018.

3- كيف يتصرف شباب جامعة باتنة 1- مع عائلاتهم وداخل الجامعة وفي المحيط العام؟

4- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين شباب جامعة باتنة 1- في سلوكهم الإجتماعي والقيم المتضمنة في الفيس بوك تعزى لمتغير الجنس؟

وسعت هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف التي يمكن أن تعد موضوعا للتساؤلات المختلفة للدراسة ولعل من أهمها:

1- التعرف على عادات استخدام الشباب الجامعي الجزائري لصفحات الفيس بوك التي يشتركون بها.

1- التعرف على أنماط استخدام الشباب الجامعي الجزائري لصفحات الفيس بوك.

2- الكشف عن أهم أنواع الصفحات الفيسبوكية التي يستخدمها الشباب الجامعي الجزائري.

4- الوقوف على أنواع القيم ومجالاتها المتضمنة في صفحات الفيس بوك حسب رأي الشباب المستخدم لهذه الصفحات.

وإستخدم الباحث في دراسته "المنهج المسحي الوصفي" لمعرفة عادات وأنماط استخدام شباب جامعة باتنة 1- لصفحات الفيس بوك، وأسباب تفضيل هذا التطبيق على التطبيقات الأخرى وتفضيل صفحات في الفيس بوك على صفحات أخرى، ومعرفة القيم التي تضمنتها حسب رأيهم.

بالإضافة إلى استخدام "المنهج المسحي التحليلي" لدراسة الفروق والعلاقات والأثر بين المتغيرات، حيث استخدم لدراسته الفروق بين الذكور والإناث فيما يخص القيم والسلوك الإجتماعي وكذا العلاقة والأثر بين القيم في صفحات الفيس بوك والسلوك الاجتماعي لشباب جامعة باتنة 1-.

اعتمد الباحث على أداة إستمارة الإستبيان الإلكترونية وذلك بناء على طبيعة البيانات التي يراد جمعها والمنهج المتبع، حيث وزعت على 400 مفردة من شباب جامعة باتنة 1- والذين يزاولون دراستهم بصفة منتظمة خلال الموسم الجامعي 2017-2018 والذين تتراوح أعمارهم بين 18-30 سنة بالاعتماد على العينة العنقودية.

وتوصل الباحث في دراسته إلى مجموعة من النتائج كان أهمها:

توصلت نتائج الدراسة إلى أن 73.25% من عينة الدراسة يستخدمون الفيس بوك بصفة دائمة و 24.50% يستخدمون الموقع وقت الفراغ. أكدت نتائج الدراسة أن القيم الإجتماعية هي أكثر القيم حضورا في صفحات الفيس بوك التي يشترك بها شباب جامعة باتنة 1-.

كشفت نتائج الدراسة أن السلوك الإجتماعي كان مرتفعاً على العموم. أظهرت نتائج الدراسة أنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في سلوكهم الاجتماعي مع أسرهم في $t = 0.385$ عند مستوى الدلالة (PValue) = 0.70.

أظهرت نتائج الدراسة على وجود علاقة بين القيم الاجتماعية والسلوك الاجتماعي مع الأسرة عند مستوى دلالة = 0.00، وقوة علاقة تمثل 35.8%.

سادسا: الدراسة السادسة:

بلقاسم بن روان ، بعنوان " المنظومة الإعلامية وعلاقتها بالقيم دراسة ميدانية في القيم على عينة من الجامعيين والإعلاميين الجزائريين¹، من إعداد الباحث بلقاسم بن .روان وهي أطروحة دكتوراه نوقشت قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام بجامعة الجزائر 2003/2004، ولقد تمحورت إشكالية الدراسة حول محاولة معرفة إلى أي مدى تساهم المنظومة القيم مع بقية المؤسسات المجتمعية (اجتماعية وثقافية ودينية وسياسية ومهنية) في ترسيخ وبناء وتحديد قيم الأفراد على المدى الطويل؟ وللإجابة على هذا التساؤل طرح الباحث فرضيتين على النحو التالي:

- تعتمد المنظومة الإعلامية في بناء خطابها، وتحديد محتواه وترسيخه على المدى الطويل على ترسانة ضخمة من العناصر الثقافية التي توفرها المنظومة القيمة.
- قيم الأفراد واتجاهاتهم ومواقفهم وسلوكياتهم تساهم في ترسيخها وبنائها وتحديد وسائل الإعلام من خلال صيرورة تاريخية.

وقد اعتمد الباحث على منهج المسح، وتجسد ذلك في قيامه بدراسة ميدانية شملت توزيع استمارات استبيان على أفراد عينة البحث لتحديد أهم القيم المعتمدة في المنظومة القيمية الجزائرية، وقد اختار الباحث عينة قصدية مكونة من 76 فرداً من الأساتذة الجامعيين من مختلف كليات جامعة الجزائر واستعمل الاختبار الإسقاطي في شكل استبيان شمل 45 جملة ناقصة ليكملها أفراد العينة، وتمثلت النتائج فيما يلي:

- المرأة : لا تزال القيم المستمدة من العادات والتقاليد والفهم الخاطئ للدين هي مصدر حكم الأفراد السلبي على المرأة.

¹ - بلقاسم بن روان ، ب" المنظومة الإعلامية وعلاقتها بالقيم دراسة ميدانية في القيم على عينة من الجامعيين والإعلاميين الجزائريين، من إعداد الباحث بلقاسم بن .روان وهي أطروحة دكتوراه نوقشت قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام بجامعة الجزائر 2003/2004.

- المزاج: شعور أفراد العينة بالدونية والإحباط والحزن بسبب الأزمة التي عاشتها الجزائر، وهذا ما جعل الجزائري يتسم بمزاج عصبي ومتوتر.

- الكبرياء والافتخار: اعتبر أفراد العينة أن الحاضر لا يبعث على مثل هذا الشعور، وإنما يمكن أن يستمد من الماضي.

كبار السلطة يرى أفراد العينة أن متغير السن يبقى عاملاً محدداً في احتلال المكانة الاجتماعية.

- الطاعة: يرى المبحوثون أن الطاعة لله أولاً وأخيراً ، وطاعة أولى الأمر مرهونة بمدى التزامهم بالقيم الدينية والأخلاقية والإنسانية

ج - السلطة

- توجد قطيعة في رأي المحكومين بين الحكام والمحكومين بسبب مدة توليهم الحكم. - ينسب المبحوثين المقدس للدين والوطن.

- الديمقراطية: اعتبرها المبحوثين شكلاً من أشكال تحايل السلطة ولا تعكس الممارسة الفعلية.

د - البعد الديني:

- يرى المبحوثون أن الإسلام هو القاسم المشترك بين كل الجزائريين و أكدوا على ضرورة انعكاس القيم الدينية في السلوكيات.

- الدين والسياسة، يرى المبحوثون أن لكل واحد مجاله، ويجب فضل الدين عن السياسية .

سابعاً : الدراسة السابعة:

دراسة خالد منصر¹: دور مواقع الشبكات الاجتماعية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في علوم الإعلام والاتصال تخصص : الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة ، السنة الجامعية 2017 ، هدفت هذه الدراسة التعرف على الدور الذي تلعبه مواقع الشبكات الاجتماعية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، واستخدمت أداة الاستبيان الالكتروني كأداة لجمع البيانات، وتمثلت عينة الدراسة الميدانية في 377 مفردة من الشباب الذكور والإناث المستخدمين الفعليين لمواقع الشبكات الاجتماعية توصلنا إلى العديد من النتائج أهمها:

- أن موقع فايسبوك هو أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية استخداماً من طرف الشباب عينة الدراسة.

¹ -- دراسة خالد منصر، دور مواقع الشبكات الاجتماعية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في علوم الإعلام والاتصال تخصص : الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة ، السنة الجامعية 2017 ،

- توصلت الدراسة إلى أن أهم دوافع استخدام عينة الدراسة لمواقع الشبكات الاجتماعية هو سهولة البحث عن المعلومات المختلفة إضافة إلى كونها بديلاً لوسائل الإعلام التقليدية الأخرى.
- أظهرت النتائج عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 بين إجابات المبحوثين حول تقدير دور مواقع الشبكات الاجتماعية في تعزيز قيم المواطنة تعزى للسمات الشخصية للمبحوثين (الجنس العمر، المؤهل العلمي).
- أظهرت النتائج وموجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتعزيز قيم المواطنة (المشاركة المجتمعية الديمقراطية، الانتماء الوطني عند مستوى دلالة $a=0.05$).

الفصل الثالث :

الطريقة والأدوات

أولاً: مجال الدراسة:

- المجال المكاني: ويتمثل في الرقعة الجغرافية لمجال دراستنا الميدانية وشملت عدد من جمعيات ولاية الأغواط
- المجال الزمني: ويتمثل في الفترة الزمنية التي أجرينا فيها ووزعنا فيها استمارات الاستبيان، وذلك في الفترة الممتدة بين 15 جانفي 2025 إلى غاية 15 ماي 2025

ثانياً : المنهج المستخدم:

في سياق دراسة التأثير التحويلي لموقع الفيسبوك في تفعيل الأداء الجمعي بولاية الأغواط، اتخذت الدراسة مساراً منهجياً متكاملًا يجمع بين الرصد الوصفي الدقيق والتحليل العميق، حيث إنبنى التوجه على طبيعة الظاهرة المدروسة التي تطلبت فهماً شاملاً للتفاعلات الرقمية وتأثيراتها المباشرة على فعالية العمل الجمعي.

يتجلى المنهج الوصفي التحليلي المستخدم في ثنائية منهجية متكاملة¹:

أما الجانب الوصفي فيتمثل في الرصد المنهجي لواقع الممارسات الرقمية للجمعيات عبر الفيسبوك، بما يشمل توثيق أنماط التفاعل بين الجمعيات وجمهورها²، وتحليل أنواع المحتوى المنشور ووتيرة النشر، وقياس مؤشرات التفاعل المتمثلة في معدلات الإعجاب والتعليق والمشاركة.

بينما تناول الجانب التحليلي تفسير المضامين الرقمية في إطارها السياقي، وكشف العلاقات الجوهرية بين استخدام المنصة وتحقيق الأهداف الجموعية، وتقييم فاعلية الاستراتيجيات التواصلية المعتمدة، وتم تطبيق المنهجية عبر دراسة معمقة لدى الجمعية الفاعلة في ولاية الأغواط، مع تركيز خاص على جمعية الصدقة كنموذج بحثي مركزي، و استندت العملية البحثية إلى ثلاث أدوات رئيسية: تحليل المضمون

¹ -مجموعة من المؤلفين، منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية. برلين، ألمانيا: المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية. . (2019م)، ص 119

² -رحيم يونس كرو العزاوي. سلسلة المنهل في العلوم التربوية: مقدمة في منهج الباحث العلمي، ط1. عمان: دار دجلة.، (1429هـ - 2008م) .، ص98

العلمي لصفحات الفيسبوك الجموعية، وإجراء مقابلات متعمقة مع القائمين على التواصل في هذه الجمعيات، وتوزيع استبيانات ميدانية على فئات المستخدمين والمتابعين.

تتجلى قيمة المنهج التكاملي في قدرته الفريدة على الجمع بين دقة الملاحظة الوصفية وعمق التحليل العلمي، مع الحفاظ على الشمولية في فهم الأبعاد الاجتماعية والموضوعية في تقييم النتائج. و أتاح التكامل المنهجي الكشف عن الآليات الفعلية لتوظيف الفيسبوك في العمل الجموعي، وتقييم مدى فعاليته في تحقيق الأهداف التنموية التي تنشدها الجمعيات محل الدراسة.

ثالثاً: أدوات جمع البيانات:

في إطار الدراسة الحالية، تم الاعتماد على أداة لجمع البيانات، وهي: استمارة الاستبيان. يُعرف الاستبيان بأنه قائمة من الأسئلة التي يُعدها الباحث بعناية لتعكس موضوع البحث بشكل دقيق، وذلك في إطار خطة منهجية تهدف إلى جمع البيانات والمعلومات اللازمة لفهم الظاهرة المدروسة، وهو أداة بحثية تُستخدم لجمع البيانات من الأفراد المعنيين بالظاهرة أو المشكلة محل الدراسة، حيث تعمل الاستمارة كوسيط بين الباحث والمبحوث¹.

كما يُعرف الاستبيان بأنه مجموعة من الأسئلة المنظمة والمُرتبة حول موضوع محدد، يتم تقديمها في استمارة تُرسل إلى الأفراد المعنيين إما عبر البريد أو تُسلم يدويًا، وذلك بهدف الحصول على إجابات حول الأسئلة المطروحة، حيث يُعتبر الاستبيان أداة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع بحث معين، حيث يتم تعبئة الاستمارة من قِبل المستجيبين².

ويُعد الاستبيان أحد أكثر أدوات جمع البيانات شيوعًا في البحوث العلمية، حيث يُستخدم لاستطلاع آراء عينة مستهدفة من الأفراد حول جوانب محددة من موضوع البحث، وهو وسيلة فنية تهدف إلى جمع معطيات أو حقائق أو بيانات من عدد معين من الأفراد حول قضية أو موضوع معين، وذلك لفهم واقعها واستكشاف أفكار واتجاهات هؤلاء الأفراد نحوها، ومن ثم تحليل هذه البيانات لتفسيرها واستخلاص النتائج³.

¹- وجيه محجوب : أصول البحث العلمي ومناهجه : ط 2 ، عمان ، دار المناهج للنشر والتوزيع ، 2005 ، ص 155 .

² - نفس المرجع ، ص 155

³ - ربيعي مصطفى عليان: البحث العلمي أسسه، مناهجه وأساليبه، إجراءاته : الأردن، بيت الأفكار الدولية، 2001، ص 102.

في حين يُعتبر الاستبيان أداة فعالة للحصول على معلومات تتعلق بأحوال الأفراد، ميولهم، اتجاهاتهم، دوافعهم، ومعتقداتهم، مما يجعله أداةً أساسية في العديد من الدراسات الاجتماعية والعلمية.

- في هذه الدراسة، تم توجيه الاستبيان إلى أفراد العينة المنتمين عدد من جمعيات ولاية الأغواط والذين يمارسون نشاطاً فعلياً فيها، وقد تم تقسيم الاستبيان إلى الأقسام التالية:

1. البيانات الشخصية: لجمع المعلومات الأساسية عن المستجيبين.
2. المحور الأول: البيانات الشخصية (الجنس - السن - المستوى التعليمي - الحالة الاجتماعية - السكن - الوظيفية - طبيعة العضوية في الجمعية - الخبرة).
3. المحور الثاني: وشمل النشاط الجماعي المتكون من 10 عبارات
4. المحور الثالث: وشمل مواقع التواصل الإجتماعي المتكون من 10 عبارات.
5. المحور الرابع: وشمل المقترحات ودعم الجمعيات على مواقع التواصل الإجتماعي والمتكون من 07 عبارات

تم تصميم هذه الأقسام لتغطية جوانب البحث المختلفة بشكل منهجي، مما يضمن جمع البيانات اللازمة لتحقيق أهداف الدراسة.

رابعاً: المعاينة

أما عينة الدراسة، فتُعرف بأنها الجزء الذي يتم اختياره من وحدات مجتمع البحث، سواء كان هذا الاختيار عشوائياً أو منتظماً أو قصدياً، وذلك لتمثيل المجتمع الأصلي وتحقيق أهداف البحث، وتُعتبر العينة أداة مهمة تُمكن الباحث من تجنب الصعوبات التي قد تواجهه في دراسة المجتمع الأصلي بأكمله، ويشترط في العينة أن تكون ممثلة تمثيلاً حقيقياً لمجتمع البحث الأصلي، حتى يتمكن الباحث من تحقيق أهداف الدراسة واختبار فروضها بشكل دقيق¹.

ونظراً لعدم توفر معلومات دقيقة عن الحجم الكلي لمجتمع البحث، بسبب صعوبة الوصول إلى إحصائيات شاملة حول جمعيات المجتمع المدني الناشطة فعلياً في ولاية الأغواط، اعتمدت الدراسة على أسلوب المعاينة القصدية لاختيار عينة البحث نظراً لعدم توفر إحصاءات دقيقة حول الجمعية النشطة

¹- عبيدات وآخرون: البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه: دار الفكر، عمان، 1998. ص 150.

في ولاية الأغواط، حيث تم اختيار جمعية نشطة تمتلك صفحة على الفيسبوك وتقوم بأنشطة ميدانية فعلية، مع مراعاة التنوع في مجالات عملها بين خيرية وثقافية وتنموية، كما شملت العينة 50 فرداً من أعضاء ومتطوعين ومستفيدين من هذه الجمعيات، وذلك لضمان تغطية مختلف وجهات النظر حول استخدام الفيسبوك في العمل الجماعي.

3. خصائص عينة الدراسة :

يُعرف مجتمع البحث بأنه جميع المفردات أو الوحدات التي تشكل الظاهرة التي يدرسها الباحث. وفي هذه الدراسة، يتمثل مجتمع البحث في جميع الجمعيات الناشطة في مختلف مناطق ولاية الأغواط. والمقصود بالجمعيات الناشطة هنا هي تلك التي تقوم بأداء أعمال ومهام ميدانية على أرض الواقع، وليست موجودة اسمياً فقط، وذلك بغض النظر عن المجال الذي تعمل فيه¹.

تميزت عينة الجمعية بتنوع مجالات عملها بين الخيرية والثقافية والبيئية والتنموية، حيث تم اختيار جمعية تعمل منذ أكثر من 3 سنوات ولديها حضور نشط على الفيسبوك بمعدل 3 منشورات أسبوعياً على الأقل، كما تفاوت حجم التفاعل مع صفحات هذه الجمعيات بين الآلاف من المتابعين في بعضها إلى المئات في أخرى.

أما عينة الأفراد فشملت إناث وذكور، مع تغطية لفئات عمرية مختلفة حيث مثلت فئة 18-35 سنة من العينة، وتنوعت علاقة الأفراد بالجمعيات بين أعضاء ومتطوعين ومستفيدين، كما أن الأفراد حاصلون على تعليم عالٍ وهذا يعكس قدرة على تقييم الأداء الرقمي للجمعيات، وتوزعت العينة جغرافياً بين مركز الولاية (من الجمعيات والأفراد) وبعض الدوائر الأخرى.

وتمحورت خصائص العينة وفق الجداول التالية :

الجدول رقم 1 : يوضح توزيع أفراد الجمعية حسب متغير الجنس

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
90.0	90	ذكر
10.0	10	أنثى
100.0	100	المجموع

¹ -دليو فضيل وآخرون ، أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية ، منشورات جامعة منتوري ، قسنطينة ، الجزائر، 1999، ص 147

تشير البيانات الإحصائية إلى هيمنة واضحة للذكور في عضوية الجمعية، حيث يمثلون 90% من إجمالي الأعضاء، بينما تمثل الإناث نسبة 10% فقط، وهذا يعكس طبيعة المجتمع التقليدي الذي يحد من مشاركة المرأة في العمل الجماعي، ولطبيعة نشاط الجمعية الذي يستقطب الذكور بشكل أكبر.

الجدول رقم 2 : يوضح توزيع أفراد الجمعية حسب متغير السن

النسبة المئوية	التكرار	السن
52.0	26	من 18-30
34.0	17	من 31-40
14.0	07	من 40 الى ما فوق
100.0	50	المجموع

تتركز الفئة العمرية الأكبر للأعضاء في الفئة الشابة (18-30 سنة) بنسبة 52%، تليها الفئة المتوسطة (31-40 سنة) بنسبة 34%، بينما تمثل الفئة الأكبر سناً (فوق 40 سنة) نسبة 14% فقط. هذا يدل على أن الجمعية تستقطب الشباب بشكل أكبر، وهذا يعكس حيوية الجمعية واعتمادها على طاقات الشباب، وتوجههم الشباب نحو العمل التطوعي والجماعي كوسيلة للمشاركة المجتمعية.

الجدول رقم 3 : يوضح توزيع أفراد الجمعية حسب متغير المستوى التعليمي

النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
02.0	01	متوسط
16.0	08	ثانوي
70.0	35	جامعي
12.0	06	دراسات عليا
100	50	المجموع

يتضح من البيانات أن غالبية أعضاء الجمعية من ذوي المستوى التعليمي الجامعي بنسبة 70%، يليهم ذوو المستوى الثانوي بنسبة 16%، ثم أصحاب الدراسات العليا بنسبة 12%، وأخيراً ذوو المستوى المتوسط بنسبة 2% فقط، وهذا يوضح ارتفاع المستوى التعليمي لأعضاء الجمعية، وبالتالي رفع كفاءة العمل الجماعي وتطوير أساليبه وأهدافه.

الجدول رقم 4: يوضح توزيع أفراد الجمعية حسب متغير الحالة الإجتماعية

النسبة المئوية	التكرار	الحالة الإجتماعية
46.0	23	أعزب
48.0	24	متزوج
04.0	02	مطلق
02.0	01	أرمل
100.0	50	المجموع

تتقارب نسبة المتزوجين والعزاب في الجمعية، حيث يمثل المتزوجون 48% والعزاب 46%، بينما تنخفض نسبة المطلقين إلى 4% والأرامل إلى 2%. هذا التوازن بين المتزوجين والعزاب يشير إلى أن الالتزامات العائلية لا تشكل عائقاً أمام المشاركة في العمل الجماعي، كما يعكس تنوعاً في الخبرات الحياتية للأعضاء

الجدول رقم 5: يوضح توزيع أفراد الجمعية حسب متغير السكن

النسبة المئوية	التكرار	السكن
14.0	7	ريف
24.0	12	حضري
62.0	31	مدينة
100	50	المجموع

تظهر البيانات أن غالبية الأعضاء يقيمون في المدينة بنسبة 62%، يليهم سكان المناطق الحضرية بنسبة 24%، ثم سكان الريف بنسبة 14%. وعليه يعكس التوزيع تركيز نشاط الجمعية في المناطق المدنية، وضعف الوصول للمناطق الريفية ولمحدودية الموارد اللازمة للتوسع في تلك المناطق.

الجدول رقم 6: يوضح توزيع أفراد الجمعية حسب متغير الوظيفة

النسبة المئوية	التكرار	الوظيفة
32.0%	16	طالب
36.0%	18	موظف
14.0%	7	أعمال حرة
04.0%	2	متقاعد
14.0%	7	بدون عمل
100.0%	50	المجموع

تتنوع الخلفيات المهنية لأعضاء الجمعية، حيث يشكل الموظفون النسبة الأكبر بـ 36%، يليهم الطلاب بنسبة 32%، ثم أصحاب الأعمال الحرة والعاطلون عن العمل بنسبة 14% لكل منهما، وأخيراً المتقاعدون بنسبة 4%. وعليه شكل هذا التنوع المهني بالعمل الجماعي بمختلف الخبرات والمهارات، وعكس قدرة الجمعية على استقطاب شرائح مختلفة من المجتمع.

الجدول رقم 7: يوضح توزيع أفراد الجمعية حسب طبيعة العضوية

النسبة المئوية	التكرار	طبيعة العضوية
16.0 %	8	رئيس الفرع
10.0%	5	أمين المال
14.0%	7	مسؤول الإعلام
60.0%	30	عضو
100.0	50	المجموع

يوضح الجدول تشكل فئة الأعضاء العاديين النسبة الأكبر بـ 60%، يليهم رؤساء الفروع بنسبة 16%، ثم مسؤولو الإعلام بنسبة 14%، وأخيراً أمناء المال بنسبة 10%، وعليه يوضح التوزيع الهرمي الطبيعي في المؤسسات الجمعوية، حيث تتسع قاعدة الأعضاء العاديين وتضيق كلما اتجهنا نحو المناصب القيادية.

الجدول رقم 8: يوضح توزيع أفراد الجمعية حسب الخبرة

النسبة المئوية	التكرار	الخبرة
48.0 %	24	أقل من 3 سنوات
34.0%	17	من 3-6 سنوات
18.0%	9	من 7 – 10 سنوات
100.0	50	المجموع

تظهر البيانات أن نسبة 48% من الأعضاء لديهم خبرة أقل من 3 سنوات، و34% لديهم خبرة من 3-6 سنوات، و18% لديهم خبرة من 7-10 سنوات، وهذا يوضح على أن الجمعية تضم نسبة كبيرة من الأعضاء الجدد نسبياً، وهذا يؤكد توسعاً حديثاً في نشاطها وتجديداً في عضويتها.

**الفصل الرابع:
النتائج والمناقشة**

أولاً: تحليل بيانات الفرضية الأولى

الجدول رقم 09: العلاقة بين المستوى التعليمي ونوع نشاط الجمعية

المجموع		ما هو نوع نشاط جمعيتك								المستوى التعليمي
		توعوي		تضامني		مساعداً- تبرعات		فني ثقافي		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%100.0	01	%0.0	00	%100.0	01	%0.0	00	%0.0	00	متوسط
%100.0	08	%0.0	00	%12.5	01	%25.0	02	%62.5	05	ثانوي
%100.0	35	%34.3	12	%20.0	07	%37.1	13	%8.6	03	جامعي
%100.0	06	%50.0	03	%50.0	03	%0.0	00	%0.0	00	دراسات أخرى
%100.0	50	%30.0	15	%24.0	12	%30.0	15	%16.0	08	المجموع

يوضح الجدول رقم 09 العلاقة بين المستوى التعليمي لأعضاء الجمعية وطبيعة النشاط الجمعي الذي يمارسونه. يتبين أن العضو الوحيد ذو المستوى التعليمي المتوسط يشارك فقط في النشاط التضامني، وبالنسبة لأصحاب المستوى الثانوي، يتوزعون بشكل متفاوت بين الأنشطة، حيث يشكل النشاط الفني الثقافي النسبة الأكبر (62.5%)، يليه نشاط المساعدات والتبرعات (25%)، ثم النشاط التضامني (12.5%)، أما حاملو الشهادات الجامعية، فتتوزع أنشطتهم بين المساعدات والتبرعات (37.1%) والنشاط التوعوي (34.3%) والنشاط التضامني (20%) والنشاط الفني الثقافي (8.6%)، وفيما يتعلق بالدراسات العليا، تتوزع أنشطتهم بالتساوي بين النشاط التضامني والنشاط التوعوي (50% لكل منهما).

وعليه يظهر الجدول أن النشاط الجمعي يتأثر بالمستوى التعليمي للأعضاء، حيث يميل أصحاب المستويات التعليمية الأعلى (الجامعي والدراسات العليا) إلى الأنشطة التوعوية والتضامنية، بينما يميل أصحاب المستوى الثانوي إلى الأنشطة الفنية والثقافية، كما أن المساعدات والتبرعات شكلت نسبة مهمة (30%) من إجمالي الأنشطة، وهذا يعكس الطابع الخيري للعمل الجمعي.

الجدول رقم 10: العلاقة بين المستوى التعليمي وتقييم فعالية النشاط الجماعي

المجموع	كيف تقيّم فعالية النشاط الجماعي في تحقيق أهدافه المجتمعية							المستوى التعليمي
	غير فعال		فعال		فعال جدا			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%100.0	01	%0.0	00	%100.0	01	%0.0	00	متوسط
%100.0	08	%37.5	03	%62.5	05	%0.0	00	ثانوي
%100.0	35	%8.6	03	%80.0	28	%11.4	04	جامعي
%100.0	06	%0.0	00	%33.3	02	%66.7	04	دراسات أخرى
%100.0	50	%12.0	06	%72.0	36	%16.0	08	المجموع

يوضح الجدول رقم 10 العلاقة بين المستوى التعليمي للأعضاء وتقييمهم لفعالية النشاط الجماعي في تحقيق أهدافه المجتمعية، بالنسبة للعضو الوحيد ذو المستوى المتوسط، يرى أن النشاط الجماعي فعال بالكامل (100%) ، أما أصحاب المستوى الثانوي، فتنقسم آراءهم حيث يعتبر 62.5% منهم أن النشاط فعال، بينما يراه 37.5% غير فعال، في فئة حاملي الشهادات الجامعية، تُظهر النتائج أن الغالبية العظمى (80%) يرون النشاط فعالاً، بينما يعتبر 11.4% منهم أنه فعال جداً، و8.6% فقط يرونه غير فعال. أما في فئة الدراسات العليا، فإن التقييم إيجابي للغاية، حيث يعتقد 66.7% أن النشاط فعال جداً، و33.3% يرونه فعالاً، ولا يوجد أي منهم يعتبره غير فعال.، وهذا يعكس تباين الآراء بناءً على المستوى التعليمي، مع تزايد الإيجابية كلما ارتفع المستوى التعليمي.

وعليه يظهر الجدول أن 88% من أفراد العينة يقيمون النشاط الجماعي بأنه فعال أو فعال جداً، مقابل 12% فقط يرونه غير فعال، كما يلاحظ وجود علاقة طردية بين المستوى التعليمي وتقييم فعالية النشاط الجماعي، حيث إرتفعت نسبة التقييم الإيجابي (فعال جداً) كلما ارتفع المستوى التعليمي، وهذا يعكس وعياً أكبر بأهمية العمل الجماعي وتأثيره المجتمعي لدى الفئات الأكثر تعليماً.

الجدول رقم 11 : العلاقة بين الخبرة وتقييم فعالية النشاط الجماعي

المجموع		كيف تقيم فعالية النشاط الجماعي في تحقيق أهدافه المجتمعية						الخبرة
		غير فعال		فعال		فعال جداً		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
100.0%	24	20.8%	05	79.2%	19	0.0%	00	أقل من 3 سنوات
100.0%	17	5.9%	01	88.2%	15	5.90%	01	من 3-6 سنوات
100.0%	09	0.0%	00	22.2%	02	77.8%	07	من 7 - 10 سنوات
100.0%	50	12.0%	06	72.0%	36	16.0%	08	المجموع

يبين الجدول رقم 11 العلاقة بين سنوات الخبرة في العمل الجماعي وتقييم فعالية النشاط الجماعي في تحقيق أهدافه المجتمعية. بالنسبة للأعضاء الذين تقل خبرتهم عن 3 سنوات، تميل آراؤهم إلى اعتبار النشاط الجماعي فعالاً (79.2%)، بينما يراه 20.8% غير فعال، دون أي تقييم على أنه فعال جداً. هذه النتائج قد تعكس نظرة واقعية للأعضاء الجدد الذين لم يلمسوا بعد التأثير العميق للعمل الجماعي. في فئة الأعضاء الذين تتراوح خبرتهم بين 3 و6 سنوات، ترتفع نسبة التقييم الإيجابي، حيث يرى 88.2% منهم أن النشاط فعال، و5.9% يعتبرونه فعالاً جداً، في حين أن 5.9% فقط يرونه غير فعال، مما يشير إلى تحسن النظرة تجاه فعالية العمل الجماعي مع اكتساب المزيد من الخبرة، أما بالنسبة للأعضاء الذين لديهم خبرة تتراوح بين 7 و10 سنوات، فيظهرون تقييماً إيجابياً مرتفعاً جداً، حيث يرى 77.8% منهم أن النشاط فعال جداً، و22.2% يرونه فعالاً، ولا يوجد أي منهم يعتبره غير فعال. هذا يعكس نضج الرؤية لدى ذوي الخبرة الطويلة وإدراكهم العميق لأثر العمل الجماعي.

يتضح من الجدول وجود علاقة طردية قوية بين سنوات الخبرة وتقييم فعالية النشاط الجماعي، حيث ترتفع نسبة التقييم الإيجابي (فعال جداً) من 0% لدى فئة أقل من 3 سنوات إلى 77.8% لدى فئة 7-10 سنوات. كما تنخفض نسبة التقييم السلبي (غير فعال) من 20.8% لدى الفئة الأقل خبرة إلى 0% لدى الفئة الأكثر خبرة، وهذا يشير إلى أن الخبرة الطويلة في العمل الجماعي ساهمت في تعزيز الإيمان بفعاليتها وقدرته على تحقيق أهدافه المجتمعية.

الجدول رقم 12: العلاقة بين الخبرة والأهداف الرئيسية للجمعية

المجموع		ما هي الأهداف الرئيسية التي تسعى جمعيتك لتحقيقها؟								
		تعزيز الوعي المجتمعي		تقديم الدعم والمساعدة		تعزيز التماسك الاجتماعي		تطوير المهارات		الخبرة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%100.0	24	%0.0	00	%70.8	17	%12.5	03	%16.7	04	أقل من 3 سنوات
%100.0	17	%23.5	04	%58.8	10	%5.9	01	%11.8	02	من 3-6 سنوات
%100.0	09	%22.2	02	%55.6	05	%11.1	01	%11.1	01	من 7 – 10 سنوات
%100.0	50	%12.0	06	%64.0	32	%10.0	05	%14.0	07	المجموع

يوضح الجدول رقم 12 العلاقة بين سنوات الخبرة في العمل الجماعي والأهداف الرئيسية التي تسعى الجمعية لتحقيقها من وجهة نظر الأعضاء، بالنسبة للأعضاء الذين تقل خبرتهم عن 3 سنوات، يركزون بشكل أساسي على هدف تقديم الدعم والمساعدة (70.8%)، يليه تطوير المهارات (16.7%)، ثم تعزيز التماسك الاجتماعي (12.5%)، بينما لا يعتبر أي منهم تعزيز الوعي المجتمعي هدفاً رئيسياً. هذه النتائج تعكس النظرة العملية المباشرة للأعضاء الجدد الذين يركزون على الأهداف الملموسة. في فئة الأعضاء الذين تتراوح خبرتهم بين 3 و6 سنوات، تتنوع الأهداف، مع استمرار التركيز على تقديم الدعم والمساعدة (58.8%)، لكن يبدأ اهتمامهم بتعزيز الوعي المجتمعي (23.5%) بالظهور، إلى جانب تطوير المهارات (11.8%) وتعزيز التماسك الاجتماعي (5.9%)، وهذا يشير لتوسع الرؤية مع اكتساب المزيد من الخبرة. أما بالنسبة للأعضاء الذين لديهم خبرة تتراوح بين 7 و10 سنوات، فإنهم يستمرون في التركيز على تقديم الدعم والمساعدة (55.6%)، مع اهتمام متزايد بتعزيز الوعي المجتمعي (22.2%)، وتوزيع متساوٍ للاهتمام بين تطوير المهارات وتعزيز التماسك الاجتماعي (11.1% لكل منهما)، وهذا يعكس نظرة متوازنة ومتكاملة لأهداف العمل الجماعي.

وعليه يظهر الجدول أن تقديم الدعم والمساعدة يمثل الهدف الرئيسي للجمعية بنسبة 64% من إجمالي الآراء، يليه تطوير المهارات (14%)، ثم تعزيز الوعي المجتمعي (12%)، وأخيراً تعزيز التماسك الاجتماعي (10%). كما يلاحظ أن الاهتمام بتعزيز الوعي المجتمعي يظهر فقط لدى الفئات ذات الخبرة المتوسطة

والطويلة، وهذا يشير على أن إدراك أهمية الهدف يتطور مع اكتساب المزيد من الخبرة في العمل الجماعي.

الجدول رقم 13: العلاقة بين طبيعة العضوية ومصادر التمويل

المجموع	ما هي المصادر الرئيسية التي تعتمد عليها جمعيتك للتمويل؟								طبيعة العضوية	
	التبرعات		الشراكات مع الجمعيات الأخرى		الدعم الحكومي		الأنشطة المدرة للدخل			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
100.0%	08	50.0%	04	0.00%	00	50.0%	04	0.00%	00	رئيس الفرع
100.0%	05	40.0%	02	20.0%	01	40.0%	02	0.00%	00	أمين المال
100.0%	07	0.0%	00	14.3%	01	28.6%	02	57.1%	04	مسؤول الإعلام
100.0%	30	26.7%	08	20.0%	06	16.7%	05	36.7%	11	عضو
100.0%	50	28.0%	14	16.0%	08	26.0%	13	30.0%	15	المجموع

يبين الجدول رقم 13 العلاقة بين طبيعة العضوية في الجمعية والمصادر الرئيسية للتمويل التي تعتمد عليها الجمعية من وجهة نظر الأعضاء. بالنسبة لرؤساء الفروع، يرون أن التبرعات والدعم الحكومي هما المصدران الرئيسيان للتمويل بنسبة متساوية (50% لكل منهما)، دون الإشارة إلى مصادر أخرى، أما أمناء المال، فيتوزع رأيهم بين التبرعات والدعم الحكومي (40% لكل منهما)، مع الإشارة إلى الشراكات مع الجمعيات الأخرى (20%)، في حين يركز مسؤولو الإعلام بشكل أساسي على الأنشطة المدرة للدخل (57.1%)، يليها الدعم الحكومي (28.6%)، ثم الشراكات مع الجمعيات الأخرى (14.3%)، في حين بالنسبة للأعضاء العاديين، تتنوع آراؤهم حول مصادر التمويل، مع تركيز على الأنشطة المدرة للدخل (36.7%)، يليها التبرعات (26.7%)، ثم الشراكات مع الجمعيات الأخرى (20%)، وأخيراً الدعم الحكومي (16.7%).

وعليه يظهر الجدول أن الأنشطة المدرة للدخل تشكل المصدر الرئيسي للتمويل بنسبة 30% من إجمالي الآراء، تليها التبرعات (28%)، ثم الدعم الحكومي (26%)، وأخيراً الشراكات مع الجمعيات الأخرى (16%). كما يلاحظ اختلاف الرؤية حول مصادر التمويل باختلاف طبيعة العضوية، حيث يميل القادة (رؤساء الفروع وأمناء المال) إلى التركيز على المصادر الخارجية (التبرعات والدعم الحكومي)، بينما يميل المسؤولون التنفيذيون (مسؤولو الإعلام) والأعضاء العاديون إلى التركيز على المصادر الذاتية (الأنشطة المدرة للدخل).

الجدول رقم 14 : العلاقة بين طبيعة العضوية والآليات المستخدمة لتجنيد الأعضاء

المجموع		ما هي الآليات التي تستخدمها جمعيتك لجمع الأعضاء؟						طبيعة العضوية
		الدعاية في الأماكن العمومية		التواصل المباشر		الحملات الميدانية		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
100.0%	08	37.5%	03	0.0%	00	62.5%	05	رئيس الفرع
100.0%	05	20.0%	01	60.0%	03	20.0%	01	أمين المال
100.0%	07	28.6%	02	42.9%	03	28.6%	02	مسؤول الإعلام
100.0%	30	33.3%	10	36.7%	11	30.0%	09	عضو
100.0%	50	32.0%	16	34.0%	17	34.0%	17	المجموع

يوضح الجدول رقم 14 العلاقة بين طبيعة العضوية في الجمعية والآليات التي تستخدمها الجمعية لتجنيد الأعضاء. بالنسبة لرؤساء الفروع، يركزون بشكل أساسي على الحملات الميدانية (62.5%)، تليها الدعاية في الأماكن العمومية (37.5%)، دون الإشارة إلى التواصل المباشر، على الجانب الآخر، يعتمد أمناء المال بشكل رئيسي على التواصل المباشر (60%)، مع توزيع متساوٍ للاهتمام بين الحملات الميدانية والدعاية في الأماكن العمومية (20% لكل منهما)، وفيما يتعلق بمسؤولي الإعلام، يتوزع اهتمامهم بشكل متوازن بين التواصل المباشر (42.9%) والحملات الميدانية والدعاية في الأماكن العمومية (28.6% لكل منهما)، أما الأعضاء العاديون، فيميلون إلى التركيز على التواصل المباشر (36.7%)، يليه الدعاية في الأماكن العمومية (33.3%)، ثم الحملات الميدانية (30%).

وعليه يوضح الجدول أن الجمعية تعتمد بشكل متساوٍ على الحملات الميدانية والتواصل المباشر (34% لكل منهما)، يليهما الدعاية في الأماكن العمومية (32%). هذا التوازن في استخدام الآليات المختلفة يعكس استراتيجية متكاملة في استقطاب الأعضاء، تجمع بين العمل الميداني المباشر والتواصل الشخصي والدعاية العامة. كما يلاحظ اختلاف الرؤية حول آليات التجنيد باختلاف طبيعة العضوية، حيث يميل القادة (رؤساء الفروع) إلى التركيز على الحملات الميدانية، بينما يميل المسؤولون الماليون إلى التركيز على

التواصل المباشر، في حين يتبنى مسؤولو الإعلام والأعضاء العاديون نهجاً أكثر توازناً في استخدام مختلف الآليات.

الجدول رقم 15: العلاقة بين طبيعة العضوية والمنصات المستخدمة

المجموع		ما هي المنصات التي تستخدمها جمعيتك؟				طبيعة العضوية
		فيسبوك		إنستغرام		
%	ك	%	ك	%	ك	
%100.0	07	%100.0	07	%0.0	00	رئيس الفرع
%100.0	05	%60.0	03	%40.0	02	أمين المال
%100.0	07	%42.9	03	%57.1	04	مسؤول الإعلام
%100.0	30	%80.0	24	%20.0	06	عضو
%100.0	50	%75.5	37	%24.5	12	المجموع

يبين الجدول رقم 15 العلاقة بين طبيعة العضوية في الجمعية والمنصات الرقمية التي تستخدمها الجمعية للتواصل والترويج لأنشطتها. يعتمد جميع رؤساء الفروع (100%) على منصة فيسبوك دون الإشارة إلى استخدام إنستغرام، أما أمناء المال، فيميلون إلى استخدام فيسبوك بنسبة أكبر (60%) مقارنةً بإنستغرام (40%)، في حين أن استخدام مسؤولي الإعلام يتوزع بين فيسبوك (42.9%) وإنستغرام (57.1%)، مع ميل طفيف نحو إنستغرام، وبالنسبة للأعضاء العاديين، يميلون بشكل كبير إلى استخدام فيسبوك (80%)، مقابل استخدام إنستغرام بنسبة أقل (20%).

وعليه يظهر الجدول أن فيسبوك يشكل المنصة الرئيسية للجمعية بنسبة 75.5%، مقابل استخدام إنستغرام بنسبة 24.5%. هذا يعكس اعتماد الجمعية بشكل أساسي على المنصة الأكثر انتشاراً في المجتمع، مع محاولات لتنوع المنصات واستهداف فئات مختلفة من الجمهور، كما يلاحظ أن مسؤولي الإعلام هم الفئة الوحيدة التي تستخدم إنستغرام بنسبة أكبر من فيسبوك، مما يعكس وعيمهم المهني بأهمية تنوع المنصات واستهداف الفئات الشابة. في المقابل، يظهر تحفظ رؤساء الفروع تجاه استخدام إنستغرام، مما قد يعكس توجهاً محافظاً أو نقصاً في الخبرة التقنية لدى هذه الفئة.

الجدول رقم 16 : العلاقة بين مستوى الوعي المجتمعي وتقييم أهمية التكوين

المجموع		كيف تقيّم أهمية التكوين (التدريب) في تطوير العمل الجمعي؟				كيف تقيّم مستوى الوعي المجتمعي بأهمية العمل الجمعي؟
		مهم		مهم جداً		
%	ك	%	ك	%	ك	
%100.0	06	%100.0	06	%0.0	00	ضعيف
%100.0	25	%44.0	11	%56.0	14	متوسط
%100.0	19	%5.3	01	%94.7	18	جيد
%100.0	50	%36.0	18	%64.0	32	المجموع

يوضح الجدول رقم 16 العلاقة بين مستوى تقييم الوعي المجتمعي بأهمية العمل الجمعي وتقييم أهمية التكوين (التدريب) في تطوير العمل الجمعي. بالنسبة للأعضاء الذين يقيمون مستوى الوعي المجتمعي بأنه ضعيف، يرون جميعهم (100%) أن التكوين مهم، لكنهم لا يعتبرونه مهماً جداً، وفي فئة الوعي المتوسط، تنقسم الآراء بين من يرون أن التكوين مهم جداً (56%) ومن يرونه مهماً (44%). أما في فئة الوعي الجيد، فتظهر تقييماً مرتفعة جداً لأهمية التكوين، حيث يرى 94.7% منهم أن التكوين مهم جداً، مقابل 5.3% فقط يرونه مهماً.

وعليه يظهر الجدول أن 64% من أفراد العينة يرون أن التكوين مهم جداً في تطوير العمل الجمعي، مقابل 36% يرونه مهماً، كما أبرز وجود علاقة طردية قوية بين مستوى تقييم الوعي المجتمعي وتقييم أهمية التكوين، حيث ترتفع نسبة التقييم المرتفع لأهمية التكوين من 0% لدى فئة الوعي الضعيف إلى 94.7% لدى فئة الوعي الجيد.

وعليه فالعلاقة وضحت أن الأعضاء الذين يدركون مستوى جيداً من الوعي المجتمعي بأهمية العمل الجمعي هم أكثر إدراكاً لأهمية التكوين والتدريب في تطوير هذا العمل. وعكس ذلك فهماً أعمق للعلاقة التكاملية بين الوعي المجتمعي والتكوين المستمر في تعزيز فعالية العمل الجمعي.

الجدول رقم 17 : تقييم دور الحملات الإعلامية المدفوعة في زيادة الانتشار

المجموع		كيف تقيم دور الحملات الإعلامية المدفوعة في زيادة الانتشار؟				ما هي التحديات الرئيسية التي تواجه النشاط الجموعي في الواقع الميداني؟
		مهم جدا		مهم لكنه محدود		
%	ك	%	ك	%	ك	
%100.0	22	%59.1	13	%40.9	09	نقص التمويل
%100.0	07	%57.1	04	%42.9	03	غياب التوعية:
%100.0	12	%41.7	05	%58.3	07	تحديات الاتصال
%100.0	09	%33.3	03	%66.7	06	تغيرات السياسات الحكومية
%100.0	50	%50.0	25	%50.0	25	المجموع

من خلال تحليل البيانات الواردة في الجدول رقم 17، يتضح أن أعضاء الجمعية يقيمون دور الحملات الإعلامية المدفوعة في زيادة انتشار الجمعية بشكل متفاوت حسب طبيعة التحديات التي يواجهونها، ويُظهر التحليل الكمي أن الحملات الإعلامية المدفوعة تُعتبر مهمة جداً في مواجهة تحديات نقص التمويل (59.1%) وغياب التوعية (57.1%)، حيث يدرك الأعضاء أهميتها في جذب الدعم المالي والمجتمعي. في المقابل، تُرى هذه الحملات أقل فعالية في التعامل مع تحديات الاتصال (41.7%) وتغييرات السياسات الحكومية (33.3%).

يبرز من خلال الجدول رقم 17 أن نقص التمويل وغياب التوعية يشكلان التحديين الرئيسيين اللذين يواجهان النشاط الجموعي، مع تقييم مرتفع لدور الحملات الإعلامية المدفوعة في مواجهتهما. في المقابل، تحظى تحديات الاتصال وتغييرات السياسات الحكومية بتقييم أقل لأهمية الحملات الإعلامية في مواجهتها. هذا يشير إلى إدراك واقعي لحدود تأثير الإعلام على بعض التحديات الهيكلية والتنظيمية، مع الاعتراف بدوره المهم في معالجة قضايا التمويل والتوعية. كما عكس التقييم المتوازن فهماً عميقاً لطبيعة التحديات المختلفة وتفاوت فعالية الأدوات الإعلامية في التعامل معها.

الجدول رقم 18 : العلاقة بين تقييم فعالية النشاط الجماعي والمقترحات لتحسين تفاعل الجمهور

المجموع		ما هي المقترحات لتحسين تفاعل الجمهور مع المحتوى الرقمي؟							
		تحسين جودة المحتوى		التفاعل المباشر مع الجمهور		استخدام المؤثرين		كيف تقيم فعالية النشاط الجماعي في تحقيق أهدافه المجتمعية؟	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
%100.0	06	%100.0	06	%0.0	00	%0.0	00		غير فعال
%100.0	36	%52.8	19	%22.2	08	%25.0	09		فعال
%100.0	08	%0.0	00	%37.5	03	%62.5	05		فعال جدا
%100.0	50	%50.0	25	%22.0	11	%28.0	14		المجموع

يوضح الجدول رقم 18 العلاقة بين تقييم أعضاء الجمعية لفعالية النشاط الجماعي في تحقيق أهدافه المجتمعية والمقترحات لتحسين تفاعل الجمهور مع المحتوى الرقمي، ومن خلال التحليل الكمي، يتبين أن 12% من المستجيبين يعتبرون النشاط "غير فعال"، حيث اقترح جميعهم تحسين جودة المحتوى. في المقابل، 72% من المستجيبين قيموا النشاط بـ"فعال"، حيث اقترح 52.8% منهم تحسين جودة المحتوى، و22.2% التفاعل المباشر مع الجمهور، و25% استخدام المؤثرين. أما 16% الذين قيموا النشاط بـ"فعال جداً"، فقد اقترح 37.5% منهم التفاعل المباشر مع الجمهور، و62.5% استخدام المؤثرين، دون أي اقتراح لتحسين جودة المحتوى.

يظهر الجدول رقم 18 علاقة عكسية بين تقييم فعالية النشاط الجماعي والتركيز على تحسين جودة المحتوى كمقترح لتحسين تفاعل الجمهور. فكلما انخفض تقييم الفعالية، زاد التركيز على المحتوى. في المقابل، توجد علاقة طردية بين تقييم الفعالية والتركيز على استخدام المؤثرين وزيادة التفاعل المباشر. هذا يعكس تدرجاً استراتيجياً في المقترحات، حيث تبدأ الجمعيات ذات الفعالية المنخفضة بتحسين جودة المحتوى، ثم تنتقل الجمعيات ذات الفعالية المتوسطة إلى تنوع استراتيجياتها، وصولاً إلى الجمعيات ذات الفعالية العالية التي تركز على التوسع والانتشار من خلال المؤثرين والتفاعل المباشر. هذا التدرج يقدم خارطة طريق لتطوير الاستراتيجية الإعلامية للجمعية بما يتناسب مع مستوى فعاليتها الحالي.

ثانياً: تحليل بيانات الفرضية الثانية

الجدول رقم 19 : الخدمات التي تنتظرها الجمعية من الجمعيات الأخرى أو الهيئات الداعمة

المجموع		ما هي الخدمات التي تنتظرها من الجمعيات الأخرى أو الهيئات الداعمة؟						
		دعم مالي		دعم تقني		تبادل الخبرات		ما هي الخدمات التي تنتظرها من الجمعيات الأخرى أو الهيئات الداعمة؟
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%100.0	16	%37.5	06	%31.3	05	%31.3	05	الدعاية في الأماكن العمومية
%100.0	17	%17.6	03	%58.8	10	%23.5	04	التواصل المباشر
%100.0	17	%47.1	08	%11.8	02	%41.2	07	الحملات الميدانية
%100.0	50	%34.0	17	%34.0	17	%32.0	16	المجموع

يوضح الجدول رقم 19 توزيع متوازن نسبياً للخدمات التي تنتظرها الجمعية من الجمعيات الأخرى أو الهيئات الداعمة، حيث تتوزع هذه الخدمات بين تبادل الخبرات (32%)، والدعم التقني (34%)، والدعم المالي (34%)، وعليه يعكس نظرة شمولية للاحتياجات التكاملية للعمل الجمعوي، مع إدراك أهمية الجوانب المعرفية والتقنية إلى جانب الجوانب المالية، ومن اللافت أن الدعاية في الأماكن العمومية تحظى بنسبة عالية من الدعم المالي (37.5%)، بينما يحظى التواصل المباشر بنسبة عالية من الدعم التقني (58.8%)، في حين تتوزع الحملات الميدانية بين تبادل الخبرات (41.2%) والدعم المالي (47.1%). هذا التباين يعكس فهماً عميقاً لطبيعة كل نشاط ومتطلباته، حيث تتطلب الدعاية موارد مالية، بينما يعتمد التواصل المباشر على المهارات والأدوات التقنية، في حين تحتاج الحملات الميدانية إلى مزيج من الخبرات والتمويل، وعليه يعكس التوزيع الإحتياجات في الرؤية الاستراتيجية للجمعية وقدرتها على تحديد متطلبات كل نشاط بدقة.

الجدول رقم 20 :علاقة تقييم المستوى الوعي بالآلية المناسبة لجمع التبرعات عبر المنصات

المجموع		ما هي الآلية التي تراها مناسبة لجمع التبرعات عبر المنصات؟						
		أدوات تحرير الفيديو		منصات إدارة المحتوى		برامج التحليل		كيف تقيّم مستوى الوعي المجتمعي بأهمية العمل الجمعوي؟
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	

ضعيف	00	%0.0	00	%0.0	06	%100.0
متوسط	02	%8.0	15	%60.0	08	%32.0
جيد	13	%68.4	03	%15.8	03	%15.8
المجموع	15	%30.0	18	%36.0	17	%34.0
					50	%100.0

يبين الجدول رقم 20 وجود علاقة طردية بين تقييم مستوى الوعي المجتمعي بأهمية العمل الجماعي وتنوع الآليات المستخدمة لجمع التبرعات عبر المنصات. فكلما ارتفع تقييم مستوى الوعي، زاد الاعتماد على برامج التحليل (68.4% للمستوى الجيد مقابل 0% للمستوى الضعيف)، وانخفض الاعتماد على أدوات تحرير الفيديو (15.8% للمستوى الجيد مقابل 100% للمستوى الضعيف). هذا التباين يعكس تطوراً في الاستراتيجيات الرقمية مع ارتفاع مستوى الوعي، حيث ينتقل التركيز من الجوانب الشكلية والجازبية البصرية (تحرير الفيديو) إلى الجوانب التحليلية والاستراتيجية (برامج التحليل ومنصات إدارة المحتوى). كما يشير هذا التحول إلى نضج في فهم آليات التأثير الرقمي، حيث تتجاوز الجمعيات ذات الوعي المرتفع مرحلة الاعتماد على الجاذبية البصرية فقط إلى مرحلة التخطيط المبني على البيانات والتحليل. هذا التطور يعكس أيضاً قدرة أكبر على التكيف مع متطلبات العصر الرقمي وتوظيف التكنولوجيا بشكل أكثر فعالية في خدمة أهداف العمل الجماعي.

الجدول رقم 21: تقييم مستوى الوعي المجتمعي بأهمية العمل الجماعي حسب الخبرة

المجموع	كيف تقيّم مستوى الوعي المجتمعي بأهمية العمل الجماعي؟							
	ضعيف		متوسط		جيد		الخبرة	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%100.0	24	%20.8	05	%66.7	16	%12.5	03	أقل من 3 سنوات
%100.0	17	%5.9	01	%47.1	08	%47.1	08	من 3-6 سنوات
%100.0	09	%0.0	00	%11.1	01	%88.9	08	من 7 – 10 سنوات
%100.0	50	%12.0	06	%50.0	25	%38.0	19	المجموع

يكشف الجدول رقم 21 عن علاقة طردية قوية بين سنوات الخبرة في العمل الجماعي وتقييم مستوى الوعي المجتمعي بأهميته. فكلما زادت سنوات الخبرة، ارتفعت نسبة التقييم الإيجابي (جيد) لمستوى الوعي المجتمعي (12.5% لمن خبرتهم أقل من 3 سنوات، 47.1% لمن خبرتهم 3-6 سنوات، 88.9% لمن خبرتهم 7-10 سنوات). هذا التدرج الواضح يعكس تطوراً في الرؤية مع اكتساب المزيد من الخبرة، حيث ينتقل الأعضاء من نظرة أكثر تشاؤماً أو واقعية في بداية مسيرتهم الجماعية إلى نظرة أكثر إيجابية وثقة مع

مرور الوقت. هذا التحول قد يعكس عدة عوامل: أولاً، اكتساب مهارات أفضل في التواصل مع المجتمع وإيصال رسالة الجمعية بفعالية أكبر؛ ثانياً، بناء شبكة علاقات أوسع تسهم في نشر الوعي بأهمية العمل الجماعي؛ ثالثاً، القدرة على رؤية التغييرات الإيجابية التي يحدثها العمل الجماعي على المدى الطويل. هذه العلاقة الطردية تؤكد أهمية الخبرة في تعزيز الإيمان بقيمة العمل الجماعي وقدرته على إحداث تغيير إيجابي في المجتمع.

الجدول رقم 22: المصادر الرئيسية للتمويل حسب السكن

المجموع		ما هي المصادر الرئيسية التي تعتمد عليها جمعيتك للتمويل؟								السكن
		التبرعات		الشراكات مع الجمعيات الأخرى		الدعم الحكومي		الأنشطة المدرة للدخل		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%100.0	07	%14.3	01	%42.9	03	%14.3	01	%28.6	02	ريف
%100.0	12	%50.0	06	%25.0	03	%16.7	02	%8.3	01	حضري
%100.0	31	%22.6	07	%6.5	02	%32.3	10	%38.7	12	مدينة
%100.0	50	%28.0	14	%16.0	08	%26.0	13	%30.0	15	المجموع

يبين الجدول رقم 22 تبايناً واضحاً في مصادر التمويل التي تعتمد عليها الجمعية حسب التوزيع الجغرافي (السكن). ففي المناطق الريفية، تشكل الشراكات مع الجمعيات الأخرى المصدر الرئيسي للتمويل (42.9%)، تليها الأنشطة المدرة للدخل (28.6%). أما في المناطق الحضرية، فتمثل التبرعات المصدر الرئيسي (50%)، تليها الشراكات (25%). وفي المدن، تنصدر الأنشطة المدرة للدخل (38.7%) والدعم الحكومي (32.3%) قائمة مصادر التمويل. هذا التباين يعكس اختلاف البيئات الاجتماعية والاقتصادية وتأثيرها على استراتيجيات التمويل. ففي الريف، حيث تكون الموارد المالية المباشرة أقل، تلجأ الجمعيات إلى بناء شراكات وتطوير أنشطة مدرة للدخل. وفي المناطق الحضرية، حيث يوجد تركيز أكبر للثروة الفردية، تشكل التبرعات مصدراً رئيسياً. أما في المدن الكبرى، فتتنوع المصادر مع تركيز أكبر على الأنشطة المدرة للدخل والدعم الحكومي، مما يعكس بيئة أكثر تنظيماً ومؤسسية. هذا التنوع في استراتيجيات التمويل حسب البيئة الجغرافية يعكس قدرة الجمعية على التكيف مع الظروف المحلية وتطوير نماذج تمويل مستدامة تتناسب مع خصائص كل منطقة.

الجدول رقم 23: علاقة الآليات التي تستخدمها الجمعية لإنتداب الأعضاء بالسكن

المجموع		ما هي الآليات التي تستخدمها جمعيتك لجمع الأعضاء						السكن
		الشراكات مع الجمعيات الأخرى		الدعم الحكومي		الأنشطة المدرة للدخل		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
100.0%	07	57.1%	04	14.3%	01	28.6%	02	ريف
100.0%	12	33.3%	04	16.7%	02	50.0%	06	حضري
100.0%	31	25.8%	08	45.2%	14	29.0%	09	مدينة
100.0%	50	16.0%	08	26.0%	13	30.0%	15	المجموع

يكشف الجدول رقم 23 عن تغير في توزيع مصادر التمويل عند استبعاد التبرعات، مع استمرار التباين حسب التوزيع الجغرافي. ففي المناطق الريفية، تزداد أهمية الشراكات مع الجمعيات الأخرى (57.1%)، مع استمرار الأنشطة المدرة للدخل كمصدر ثانٍ مهم (28.6%). وفي المناطق الحضرية، أصبحت الأنشطة المدرة للدخل هي المصدر الرئيسي (50%)، تليها الشراكات (33.3%)، أما في المدن، فيتصدر الدعم الحكومي قائمة المصادر (45.2%)، يليه الأنشطة المدرة للدخل (29%). هذا التحول في الأهمية النسبية للمصادر عند استبعاد التبرعات يؤكد الاعتماد الكبير على التبرعات في المناطق الحضرية، والاعتماد الأقل عليها في المناطق الريفية والمدن.

كما يبرز أهمية الشراكات كآلية تمويل بديلة في المناطق الريفية، وأهمية الدعم الحكومي في المدن. هذا التباين يعكس اختلاف البنى الاقتصادية والاجتماعية والمؤسسية بين المناطق المختلفة، ويؤكد أهمية تطوير استراتيجيات تمويل متنوعة ومتكاملة تأخذ في الاعتبار خصوصية كل منطقة. كما يشير إلى أهمية تعزيز الشراكات والأنشطة المدرة للدخل كمصادر تمويل مستدامة يمكن الاعتماد عليها في مختلف البيئات الجغرافية.

ثالثاً: مناقشة نتائج الفرضية الأولى: المتغيرات التنظيمية لأعضاء الجمعية (المستوى التعليمي، الخبرة، طبيعة العضوية) أثر لفعالية النشاط الجموعي واستراتيجيات تطويره..

أظهرت نتائج تحليل الجداول من 09 إلى 18 وجود علاقة واضحة بين المتغيرات الديموغرافية والتنظيمية لأعضاء الجمعية وبين تقييمهم لفعالية النشاط الجموعي واستراتيجيات تطويره ، وقد أكدت صحة الفرضية الأولى، ويمكن تفصيل هذه العلاقة من خلال المحاور التالية:

- كشفت النتائج عن وجود علاقة بين المستوى التعليمي للأعضاء وطبيعة النشاط الجموعي الذي يفضلونه، حيث يميل ذوو المستوى التعليمي المتوسط إلى النشاط التضامني، بينما يتوزع أصحاب المستوى الثانوي بين الأنشطة المختلفة مع تركيز على النشاط الفني الثقافي. أما حاملو الشهادات الجامعية فيتوزعون بشكل أكثر توازناً بين مختلف الأنشطة مع تركيز على المساعدات والتبرعات والنشاط التوعوي، وهذا التباين يعكس تأثير المستوى التعليمي على توجهات الأعضاء واهتماماتهم، حيث يميل أصحاب المستويات التعليمية الأعلى إلى الأنشطة ذات البعد الفكري والتوعوي.

- أظهرت النتائج وجود علاقة طردية قوية بين سنوات الخبرة في العمل الجموعي وتقييم فعاليته في تحقيق أهدافه المجتمعية، فمع زيادة سنوات الخبرة، إرتفعت نسبة التقييم الإيجابي (فعال جداً) وتنخفض نسبة التقييم السلبي (غير فعال)، وهذا أشار إلى أن الخبرة الطويلة في العمل الجموعي تساهم في تعزيز الإيمان بفعاليته وقدرته على إحداث تغيير إيجابي في المجتمع، كما عكس هذا التوجه نضج الرؤية لدى ذوي الخبرة الطويلة وقدرتهم على رؤية النتائج على المدى البعيد.

- بينت النتائج وجود اختلاف في الرؤية حول أهمية مصادر التمويل المختلفة باختلاف طبيعة العضوية. فالقادة (رؤساء الفروع وأمناء المال) يميلون إلى التركيز على المصادر الخارجية (التبرعات والدعم الحكومي)، بينما يميل المسؤولون التنفيذيون (مسؤولو الإعلام) والأعضاء العاديون إلى التركيز على المصادر الذاتية (الأنشطة المدرة للدخل). هذا التباين عكس اختلاف المنظور والمسؤوليات، حيث إغتهم القادة بضمان استدامة التمويل من مصادر خارجية موثوقة، بينما يسعى المسؤولون التنفيذيون والأعضاء إلى تعزيز الاعتماد على الذات.

- أظهرت النتائج اختلافاً في استراتيجيات تجنيد الأعضاء حسب طبيعة العضوية، حيث يميل رؤساء الفروع إلى التركيز على الحملات الميدانية، بينما يفضل أمناء المال التواصل المباشر، في حين يتبنى مسؤولو الإعلام والأعضاء العاديون نهجاً أكثر توازناً ، وعليه يعتبر هذا التنوع في الاستراتيجيات تكاملاً

في أدوار أعضاء الجمعية، ويسهم في الوصول إلى شرائح مختلفة من المجتمع من خلال قنوات متعددة.

- كشفت النتائج عن علاقة عكسية بين تقييم فعالية النشاط الجماعي والتركيز على تحسين جودة المحتوى كمقترح لتحسين تفاعل الجمهور، فكلما انخفضت تقييم الفعالية، زاد التركيز على المحتوى. في المقابل، توجد علاقة طردية بين تقييم الفعالية والتركيز على استخدام المؤثرين وزيادة التفاعل المباشر. هذا يعكس تدرجاً استراتيجياً في المقترحات، حيث تبدأ الجمعيات ذات الفعالية المنخفضة بتحسين جودة المحتوى، ثم تنتقل الجمعيات ذات الفعالية المتوسطة إلى تنويع استراتيجياتها، وصولاً إلى الجمعيات ذات الفعالية العالية التي تركز على التوسع والانتشار.

رابعاً: مناقشة نتائج الفرضية الثانية: البيئة الجغرافية والاجتماعية للجمعية وتأثيرها في استراتيجيات التواصل وبناء الشراكات التي تتبناها.

- أكدت نتائج تحليل الجداول من 19 إلى 23 وجود علاقة واضحة بين البيئة الجغرافية والاجتماعية للجمعية وبين استراتيجيات التمويل والتواصل وبناء الشراكات التي تتبناها، وهذا يثبت صحة الفرضية الثانية. ويمكن توضيح هذه العلاقة من خلال المحاور التالية:

- أظهرت النتائج تبايناً واضحاً في مصادر التمويل التي تعتمد عليها الجمعية حسب التوزيع الجغرافي (السكن). ففي المناطق الريفية، شكلت الشراكات مع الجمعيات الأخرى المصدر الرئيسي للتمويل، تليها الأنشطة المدرة للدخل، أما في المناطق الحضرية، فتمثل التبرعات المصدر الرئيسي، تليها الشراكات. وفي المدن تصدرت الأنشطة المدرة للدخل والدعم الحكومي قائمة مصادر التمويل، وعلية يعكس التباين اختلاف البيئات الاجتماعية والاقتصادية وتأثيرها على استراتيجيات التمويل.

- بينت النتائج وجود توزيع متوازن نسبياً للخدمات التي تنتظرها الجمعية من الجمعيات الأخرى أو الهيئات الداعمة، حيث تتوزع هذه الخدمات بين تبادل الخبرات، والدعم التقني، والدعم المالي، وعلية يعكس التوازن نظرة شمولية للاحتياجات التكاملية للعمل الجماعي، مع إدراك أهمية الجوانب المعرفية والتقنية إلى جانب الجوانب المالية. كما أظهرت النتائج تبايناً في نوع الخدمات المطلوبة حسب نوع النشاط، وهذا عكس فهماً عميقاً لطبيعة كل نشاط ومتطلباته.

- كشفت النتائج عن وجود علاقة طردية بين تقييم مستوى الوعي المجتمعي بأهمية العمل الجماعي وتنوع الآليات المستخدمة لجمع التبرعات عبر المنصات. فكلما ارتفع تقييم مستوى الوعي، زاد الاعتماد على برامج التحليل، وانخفض الاعتماد على أدوات تحرير الفيديو. وعلية عكس التباين

تطوراً في الاستراتيجيات الرقمية مع ارتفاع مستوى الوعي، حيث ينتقل التركيز من الجوانب الشكلية والجاذبية البصرية إلى الجوانب التحليلية والاستراتيجية.

- أظهرت النتائج وجود علاقة طردية قوية بين سنوات الخبرة في العمل الجماعي وتقييم مستوى الوعي المجتمعي بأهميته. فكلما زادت سنوات الخبرة، ارتفعت نسبة التقييم الإيجابي (جيد) لمستوى الوعي المجتمعي. وعليه يعكس التدرج في الرؤية مع اكتساب المزيد من الخبرة، حيث ينتقل الأعضاء من نظرة أكثر تشاؤماً واقعية في بداية مسيرتهم الجموعية إلى نظرة أكثر إيجابية وثقة مع مرور الوقت.

خامساً: الاستنتاج العام

من خلال مناقشة الفرضيتين الأساسيتين وتحليل نتائج الجداول، يمكن استخلاص الاستنتاجات العامة التالية:

- أثرت المتغيرات الديموغرافية والتنظيمية لأعضاء الجمعية (المستوى التعليمي، الخبرة، طبيعة العضوية) بشكل كبير على تقييمهم لفعالية النشاط الجماعي واستراتيجيات تطويره، وتجلي هذا التأثير في اختلاف توجهاتهم نحو أنواع الأنشطة، ومصادر التمويل، واستراتيجيات التجنيد، ومقترحات تحسين التفاعل مع الجمهور.
- شكلت البيئة الجغرافية والاجتماعية دوراً محورياً في تحديد استراتيجيات التمويل والتواصل وبناء الشراكات التي تتبناها الجمعية، ويظهر هذا التأثير في التباين الواضح في مصادر التمويل بين المناطق الريفية والحضرية والمدن، وفي نوع الخدمات المتبادلة مع الجمعيات الأخرى، وفي آليات جمع التبرعات عبر المنصات.
- يوجد تكامل واضح بين أدوار مختلف أعضاء الجمعية (القادة، المسؤولون التنفيذيون، الأعضاء العاديون)، وهذا ساهم في تنوع الاستراتيجيات وتكاملها، وعزز قدرة الجمعية على الوصول لشرائح مختلفة من المجتمع وتلبية احتياجاتها المتنوعة.
- شكلت الخبرة دوراً محورياً في تطوير رؤية الأعضاء للعمل الجماعي وفعاليتها، حيث إنتقلت الرؤية من التشاؤم أو الواقعية المفرطة في بداية المسيرة الجموعية إلى الإيجابية والثقة مع اكتساب المزيد من الخبرة، وهذا عكس التطور نضجاً في فهم طبيعة العمل الجماعي وتحدياته وإمكانياته.
- يوجد تدرج استراتيجي واضح في مقترحات تطوير العمل الجماعي، يبدأ بتحسين جودة المحتوى، ثم ينتقل إلى تنوع الاستراتيجيات، وصولاً إلى التوسع والانتشار، وهذا التدرج قدم خارطة طريق واضحة لتطوير العمل الجماعي بما يتناسب مع مستوى فعاليته الحالي.

- تؤكد النتائج على أهمية تطوير استراتيجيات متنوعة ومتكاملة تأخذ في الاعتبار خصوصية كل بيئة جغرافية واجتماعية، وتستفيد من نقاط قوتها في تطوير العمل الجماعي وتعزيز تأثيره الإيجابي في المجتمع.
- تشير النتائج إلى أهمية التحول نحو استراتيجيات رقمية أكثر تطوراً تعتمد على التحليل والتخطيط المبني على البيانات، مع الحفاظ على التوازن بين الجوانب الشكلية والجاذبية البصرية من جهة، والجوانب التحليلية والاستراتيجية من جهة أخرى.

قائمة المراجع

قائمة المراجع :

أولاً: الكتب

- 1) حسنين شفيق، الإعلام التفاعلي ثورة تكنولوجية جديدة في نظم الحسابات والاتصالات، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 2009.
- 2) خالد سليم، ثقافة مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي والمجتمعات المحلية، دار المتنبى للنشر، قطر، 2013.
- 3) دليو فضيل وآخرون ، أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية ، منشورات جامعة منتوري ، قسنطينة ، الجزائر، 1999
- 4) محمد منير حجاب، أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية، ط2، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2003.
- 5) أماني عمر الحسيني، الإعلام والمجتمع أطفال في ظروف صعبة، وسائل الإعلام المؤثرة، عالم الكتب، مصر، 2005.
- 6) مدحت محمد أبو النصر، إدارة منظمات المجتمع المدني، إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 2007.
- 7) رضا عبد الواجب أمين، النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني، منتدى سور الأزيكية، 2008.
- 8) الكاتب سعود، الإعلام القديم والإعلام الجديد، شركة المدينة المنورة للطباعة والنشر، جدة، 2002.
- 9) فريال مهنا، علوم الإتصال والمجتمعات الرقمية، ط1، دار الفكر، دمشق – سوريا، 2002.
- 10) ميلفين ديفلير، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1993.
- 11) مجموعة من المؤلفين، منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية. برلين، ألمانيا: المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، . (2019م).
- 12) رحيم يونس كرو العزاوي. سلسلة المنهل في العلوم التربوية: مقدمة في منهج الباحث العلمي، ط1. عمان: دار دجلة، . (1429هـ - 2008م).
- 13) وجيه محجوب ؛ أصول البحث العلمي ومناهجه : ط 2 ، عمان ، دار المناهج للنشر والتوزيع ، 2005 ،

14) ربحي مصطفى عليان؛ البحث العلمي أسسه، مناهجه وأساليبه، إجراءاته : الأردن، بيت الافكار الدولية، 2001، ص 102.

15) عبيدات واخرون؛ البحث العلمي مفهومة وأدواته واساليبه: دار الفكر، عمان، 1998..

■ ثانياً: الرسائل الجامعية

16) مريم نريمان نومار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية-دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايستوك في الجزائر، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال غير منشورة، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012.

17) مبارك زودة، دور الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام الثورة التونسية أنموذجاً، ماجستير في علوم الاعلام والاتصال تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، 2012.

18) حسني عوض، أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب، تجربة مجلس شبابي عازر القدس أنموذجاً، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القدس أبو ديس برنامج التنمية الاجتماعية والأسرية، القدس، فلسطين، 2012.

19) العربي بن عودة، إسهام وسائل الإعلام في ترقية المجتمع المدني دراسة التجربة الجزائرية دراسة وصفية تحليلية، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة يوسف بن خدة، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2006.

20) رمزي جاب الله، القيم المتضمنة في صفحات الفيس بوك وأثرها في السلوك الاجتماعي للشباب الجامعي الجزائري، دراسة ميدانية لعينة من شباب جامعة باتنة 1-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال، تخصص إتصال وعلاقات عامة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باتنة 1-، 2018.

21) بلقاسم بن روان، المنظومة الإعلامية وعلاقتها بالقيم دراسة ميدانية في القيم على عينة من الجامعيين والإعلاميين الجزائريين، أطروحة دكتوراه، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2004/2003.

22) خالد منصر، دور مواقع الشبكات الاجتماعية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في علوم الإعلام والاتصال، تخصص: الإعلام وتكنولوجيا الإتصال الحديثة، 2017.

■ ثالثاً: المجلات العلمية

23) سميرة شيخاوي، الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، العدد الأول-
الثاني، دمشق، 2010.

قائمة الملاحق



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عمارثليجي الأغواط
كلية العلوم الاجتماعية
قسم علم الإجتماع والديموغرافيا



استمارة بحث في اطار انجاز مذكرة التخرج لنيل شهادة الماستر في علم الإجتماع الإتصال
تحت عنوان

النشاط الجمعي في مواقع التواصل الإجتماعي دراسة وصفية تحليلية عن عينة من الشباب الجمعية

تحت اشراف الاستاذ

من اعداد الطالبة:

اخى اختى نضع بين يديك هذه الاستمارة في اطار انجازنا مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في تخصص علم الإجتماع الإتصال تحت عنوان النشاط الجمعي في مواقع التواصل الإجتماعي ، وهذه الاستمارة تتضمن مجموعة من الاسئلة نرجو منكم الجابة عنها مع العلم ان المعلومات التي ستقدم ستكون في موضوع السرية التامة و ستعمل فقط الاغراض البحث العلمي. * ملاحظة ضع العلامة () امام الخانة المناسبة.

قائمة الملاحق

المحور الأول : البيانات الشخصية:

1. الجنس

ذكر أنثى

2. السن

من 18 إلى 30 من 31 إلى 40 من 40 الى ما فوق

3. المستوى التعليمي

غير متعلم متوسط ثانوي جامعي دراسات اخرى

4. الحالة الإجتماعية:

أعزب متزوج (ة) مطلق (ة) أرمل (ة)

5. السكن:

ريف حضري مدينة

6. الوظيفة:

طالب موظف أعمال حرة تقاعد ون عمل

7. طبيعة العضوية في الجمعية :

رئيس الفرع أمين المال مسؤول الإعلام عضو

8. الخبرة :

أقل من 3 سنوات من 3-6 سنوات من 7 – 10 سنوات

المحور الثاني: النشاط الجماعي

1. ما هو نوع نشاط جمعيتك؟

• توعوي تضامني (تبرعات، مساعدات) ثقافي / فني بيئي

2. ما هي الأهداف الرئيسية التي تسعى جمعيتك لتحقيقها؟

.....
.....

3- كيف تقيّم فعالية النشاط الجماعي في تحقيق أهدافه المجتمعية؟

غير فعال فعال (فعال جدًا)

4. ما هي المصادر الرئيسية التي تعتمد عليها جمعيتك للتمويل؟

التبرعات الشراكات مع الجمعيات الأخرى الدعم الحكومي الأنشطة المدرة للدخل

5. ما هي التحديات الرئيسية التي تواجه النشاط الجماعي في الواقع الميداني؟

.....
.....

6. كيف تقيّم مستوى الوعي المجتمعي بأهمية العمل الجماعي؟

ضعيف متوسط جيد لا أدري

7. ما هي الآليات التي تستخدمها جمعيتك لجمع الأعضاء؟

الدعاية في الأماكن العمومية التواصل المباشر الحملات الميدانية

8. ما هي المقترحات التي تُقدمها لتعزيز انخراط الجمهور في النشاط الجماعي؟

.....
.....

قائمة الملاحق

9. كيف تقيّم أهمية التكوين (التدريب) في تطوير العمل الجماعي؟

غير مهم مهم (مهم جدًا) لا أدري

10- ما هي المجالات التي تحتاج جمعيتك إلى الدعم فيها؟

التسويق التمويل الموارد البشرية

غير ذلك (يرجى التوضيح).....: _____

المحور الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي

11. ما هي المنصات التي تستخدمها جمعيتك؟

فيسبوك إنستجرام تويتر يوتيوب تيك توك

12. ما هو الغرض الرئيسي من وجود جمعيتك على المنصات الرقمية؟

التعرف بالجمعية وأهدافها المجتمعية ترويج الأنشطة والفعاليات (ندوات، معارض، حملات)

التواصل مع الأعضاء والجمهور المستهدف جمع التبرعات وتحفيز المساهمات المالية

13. كيف تقيّم فعالية مواقع التواصل الاجتماعي في ترويج النشاط الجماعي؟

غير فعال فعال لا أدري

14. ما هي التحديات التي تواجهها في إدارة الحسابات الرسمية؟

نقص الخبرة في التسويق الرقمي المنافسة مع الجمعيات الأخرى انخفاض التفاعل مع

المحتوى

15. ما هي الاستراتيجيات التي تتبعها لإنشاء محتوى جذاب على المنصات؟

.....

.....

16. كيف تقيّم أهمية استخدام المؤثرين (Influencers) لتعزيز النشاط الجماعي؟

غير مهم مهم (مهم جدًا) لا أدري

قائمة الملاحق

17. ما هي الأدوات التي تستخدمها لتحليل تفاعل الجمهور؟
أدوات المنصة الداخلية أدوات خارجية (مثل Google Analytics) لا أستخدم أدوات تحليلية

18. ما هي المقترحات لتحسين تفاعل الجمهور مع المحتوى الجمهوري الرقمي؟
تحسين جودة المحتوى التفاعل المباشر مع الجمهور استخدام المؤثرين

19. كيف تقيّم دور الحملات الإعلانية المدفوعة في زيادة الانتشار؟
مهم جدًا مهم لكنه محدود غير فعال سلبي

20. ما هو الدعم الذي تحتاجه لتحسين النشاط الجمهوري الرقمي؟
• تدريب على إدارة المنصات دعم مالي لتحسين المحتوى أدوات تقنية (مثل برامج التصميم)
• غير ذلك (يرجى التوضيح) _____ : _____

المحور الرابع: المقترحات ودعم الجمعيات على مواقع التواصل الاجتماعي

21. ما هي الفكرة الإبداعية التي يمكن أن تحسن من تفاعل الجمهور مع جمعيتك؟
تنظيم تحديات تفاعلية عبر المنصات إنشاء محتوى القصص القصيرة (Stories) التفاعلية
إنشاء مبادرة "اليوم مع الجمعية" تنظيم ندوات مباشرة إطلاق حملة "التبرع بالتفاعل"

22. ما هي أنواع التدريب التي تحتاجها الجمعية؟
تدريب على التسويق الرقمي تدريب على تصميم المحتوى تدريب على إدارة الحملات الإعلانية
• غير ذلك (يرجى التوضيح) _____ : _____

23. كيف تقيّم فائدة الشراكات مع المؤثرين لجمعية؟
غير مفيدة مفيدة إلى حد ما مفيدة جدًا لا أرتدي

24. ما هي الآلية التي تراها مناسبة لجمع التبرعات عبر المنصات؟
أدوات تحرير الفيديوهات منصات إدارة المحتوى برامج التحليل

قائمة الملاحق

• غير ذلك (يرجى التوضيح) _____ : _____

25. ما هي الخدمات التي تنتظرها من الجمعيات الأخرى أو الهيئات الداعمة؟

دعم مالي دعم تقني تبادل الخبرات

26. كيف تقيّم فعالية الحملات المشتركة بين الجمعيات على المنصات؟

غير فعالة فعالة إلى حد ما لا أُردي فعالة جدًا

27. ما هي التوصيات التي تقدمها لتعزيز الهوية الرقمية للجمعية؟

تطوير علامة تجارية متماسكة استخدام لغة مبسطة وجذابة تنوع أنواع المحتوى (فيديوهات، منشورات نصية، إلخ)

قائمة الملاحق

الملحق رقم 02 : مخرجات برنامج التحليل الإحصائي SPSS

الجنس					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ذكر	45	90.0	90.0	90.0
	أنثى	5	10.0	10.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

السن					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	من 18 إلى 30	26	52.0	52.0	52.0
	من 31 إلى 40	17	34.0	34.0	86.0
	من 40 الى ما فوق	7	14.0	14.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

المستوى التعليمي					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	متوسط	1	2.0	2.0	2.0
	ثانوي	8	16.0	16.0	18.0
	جامعي	35	70.0	70.0	88.0
	دراسات اخرى	6	12.0	12.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

الحالة الإجتماعية					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أعزب	23	46.0	46.0	46.0
	متزوج (ة)	24	48.0	48.0	94.0
	مطلق (ة)	2	4.0	4.0	98.0
	أرمل (ة)	1	2.0	2.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

السكن					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ريف	7	14.0	14.0	14.0
	حضري	12	24.0	24.0	38.0
	مدينة	31	62.0	62.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

قائمة الملاحق

لوظيفة					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	طالب	16	32.0	32.0	32.0
	موظف	18	36.0	36.0	68.0
	أعمال حرة	7	14.0	14.0	82.0
	متقاعد	2	4.0	4.0	86.0
	بدون عمل	7	14.0	14.0	100.0
Total		50	100.0	100.0	

طبيعة العضوية					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	رئيس الفرع	8	16.0	16.0	16.0
	أمين المال	5	10.0	10.0	26.0
	مسؤول الإعلام	7	14.0	14.0	40.0
	عضو	30	60.0	60.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

الخبرة					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أقل من 3 سنوات	24	48.0	48.0	48.0
	من 3-6 سنوات	17	34.0	34.0	82.0
	من 7 - 10 سنوات	9	18.0	18.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

المستوى التعليمي* 1 ما هو نوع نشاط جمعيتك؟ Crosstabulation							
		1. جمعيتك؟ نشاط نوع هو ما				Total	
		توعوي	تضامني	مساعدات-تبرعات	فني- ثقافي		
المستوى التعليمي	متوسط	Count	0	1	0	0	1
		% within المستوى التعليمي	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	ثانوي	Count	0	1	2	5	8
		% within المستوى التعليمي	0.0%	12.5%	25.0%	62.5%	100.0%
	جامعي	Count	12	7	13	3	35
		% within المستوى التعليمي	34.3%	20.0%	37.1%	8.6%	100.0%
	اخرى دراسات	Count	3	3	0	0	6
		% within المستوى التعليمي	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%	100.0%
Total		Count	15	12	15	8	50
		% within المستوى التعليمي	30.0%	24.0%	30.0%	16.0%	100.0%

المستوى التعليمي* كيف تقيم فعالية النشاط الجمعي في تحقيق أهدافه المجتمعية؟ Crosstabulation						
		كيف تقيم فعالية النشاط الجمعي في تحقيق أهدافه المجتمعية؟			Total	
		غير فعال	فعال	فعال جدا		
المستوى التعليمي	متوسط	Count	0	1	0	1
		% within المستوى التعليمي	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%
	ثانوي	Count	3	5	0	8
		% within المستوى التعليمي	37.5%	62.5%	0.0%	100.0%
	جامعي	Count	3	28	4	35
		% within المستوى التعليمي	8.6%	80.0%	11.4%	100.0%
	دراسات	Count	0	2	4	6
		% within المستوى التعليمي				

قائمة الملاحق

	اخرى	% within المستوى التعليمي	0.0%	33.3%	66.7%	100.0%
	Total	Count	6	36	8	50
		% within المستوى التعليمي	12.0%	72.0%	16.0%	100.0%

الخبرة * كيف تقيّم فعالية النشاط الجماعي في تحقيق أهدافه المجتمعية؟ Crosstabulation						
		كيف تقيّم فعالية النشاط الجماعي في تحقيق أهدافه المجتمعية؟			Total	
		غير فعال	فعال	فعال جدا		
الخبرة	أقل من 3 سنوات	Count	5	19	0	24
		% within الخبرة	20.8%	79.2%	0.0%	100.0%
	من 3-6 سنوات	Count	1	15	1	17
		% within الخبرة	5.9%	88.2%	5.9%	100.0%
	من 7 – 10 سنوات	Count	0	2	7	9
		% within الخبرة	0.0%	22.2%	77.8%	100.0%
Total	Count	6	36	8	50	
	% within الخبرة	12.0%	72.0%	16.0%	100.0%	

الخبرة 2 * ما هي الأهداف الرئيسية التي تسعى جمعيتك لتحقيقها؟ Crosstabulation							
		2. ما هي الأهداف الرئيسية التي تسعى جمعيتك لتحقيقها؟				Total	
		تعزيز الوعي المجتمعي	تقديم الدعم والمساعدة	تعزيز التماسك الاجتماعي	تطوير المهارات		
الخبرة	أقل من 3 سنوات	Count	0	17	3	4	24
		% within الخبرة	0.0%	70.8%	12.5%	16.7%	100.0%
	من 3-6 سنوات	Count	4	10	1	2	17
		% within الخبرة	23.5%	58.8%	5.9%	11.8%	100.0%
	من 7 – 10 سنوات	Count	2	5	1	1	9
		% within الخبرة	22.2%	55.6%	11.1%	11.1%	100.0%
Total	Count	6	32	5	7	50	
	% within الخبرة	12.0%	64.0%	10.0%	14.0%	100.0%	

طبيعة العضوية 4 * ما هي المصادر الرئيسية التي تعتمد عليها جمعيتك للتمويل؟ Crosstabulation							
		4. ما هي المصادر الرئيسية التي تعتمد عليها جمعيتك للتمويل؟				Total	
		التبرعات	الشراكات مع الجمعيات الأخرى	الدعم الحكومي	الأنشطة المدرة للدخل		
طبيعة العضوية	رئيس الفرع	Count	4	0	4	0	8
		% within العضوية	50.0%	0.0%	50.0%	0.0%	100.0%
	أمين المال	Count	2	1	2	0	5
		% within العضوية	40.0%	20.0%	40.0%	0.0%	100.0%
	مسؤول الإعلام	Count	0	1	2	4	7
		% within العضوية	0.0%	14.3%	28.6%	57.1%	100.0%
عضو	Count	8	6	5	11	30	
	% within العضوية	26.7%	20.0%	16.7%	36.7%	100.0%	
Total	Count	14	8	13	15	50	
	% within العضوية	28.0%	16.0%	26.0%	30.0%	100.0%	

طبيعة العضوية 7 * ما هي الآليات التي تستخدمها جمعيتك لجمع الأعضاء؟ Crosstabulation						
		7. ما هي الآليات التي تستخدمها جمعيتك لجمع الأعضاء؟			Total	
		الدعاية في الأماكن العمومية	التواصل المباشر	الحملات الميدانية		
طبيعة العضوية	رئيس الفرع	Count	3	0	5	8
		% within العضوية	37.5%	0.0%	62.5%	100.0%
	أمين المال	Count	1	3	1	5

قائمة الملاحق

	مسؤول الإعلام	within % طبيعة العضوية	20.0%	60.0%	20.0%	100.0%
		Count	2	3	2	7
	عضو	within % طبيعة العضوية	28.6%	42.9%	28.6%	100.0%
		Count	10	11	9	30
Total	within % طبيعة العضوية	33.3%	36.7%	30.0%	100.0%	
	Count	16	17	17	50	
		within % طبيعة العضوية	32.0%	34.0%	34.0%	100.0%

طبيعة العضوية.11 * ما هي المنصات التي تستخدمها جمعيتك؟ Crosstabulation						
		11. ما هي المنصات التي تستخدمها جمعيتك؟		Total		
		فيسبوك	إنستجرام			
طبيعة العضوية	رئيس الفرع	Count	7	0	7	
		within % طبيعة العضوية	100.0%	0.0%	100.0%	
	أمين المال	Count	3	2	5	
		within % طبيعة العضوية	60.0%	40.0%	100.0%	
	مسؤول الإعلام	Count	3	4	7	
		within % طبيعة العضوية	42.9%	57.1%	100.0%	
	عضو	Count	24	6	30	
		within % طبيعة العضوية	80.0%	20.0%	100.0%	
	Total	Count	37	12	49	
		within % طبيعة العضوية	75.5%	24.5%	100.0%	

6. كيف تقيم مستوى الوعي المجتمعي بأهمية العمل الجماعي؟ * كيف تقيم أهمية التكوين (التدريب) في تطوير العمل الجماعي؟ Crosstabulation						
		كيف تقيم أهمية التكوين (التدريب) في تطوير العمل الجماعي؟		Total		
		مهم	مهم جدا			
6. كيف تقيم مستوى الوعي المجتمعي بأهمية العمل الجماعي؟	ضعيف	Count	6	0	6	
		within 6. % كيف تقيم مستوى الوعي المجتمعي بأهمية العمل الجماعي؟	100.0%	0.0%	100.0%	
	متوسط	Count	11	14	25	
		within 6. % كيف تقيم مستوى الوعي المجتمعي بأهمية العمل الجماعي؟	44.0%	56.0%	100.0%	
	جيد	Count	1	18	19	
		within 6. % كيف تقيم مستوى الوعي المجتمعي بأهمية العمل الجماعي؟	5.3%	94.7%	100.0%	
Total	Count	18	32	50		
	within 6. % كيف تقيم مستوى الوعي المجتمعي بأهمية العمل الجماعي؟	36.0%	64.0%	100.0%		

قائمة الملحق

5. ما هي التحديات الرئيسية التي تواجه النشاط الجموعي في الواقع الميداني؟ 19 * كيف تقيم دور الحملات الإعلانية المدفوعة في زيادة الانتشار؟ Crosstabulation

		19. كيف تقيم دور الحملات الإعلانية المدفوعة في زيادة الانتشار؟		Total	
		مهم جدًا	مهم لكنه محدود		
5. ما هي التحديات الرئيسية التي تواجه النشاط الجموعي في الواقع الميداني؟	نقص التمويل	Count	13	9	22
		% within 5. ما هي التحديات الرئيسية التي تواجه النشاط الجموعي في الواقع الميداني؟	59.1%	40.9%	100.0%
	غياب النوعية:	Count	4	3	7
		% within 5. ما هي التحديات الرئيسية التي تواجه النشاط الجموعي في الواقع الميداني؟	57.1%	42.9%	100.0%
	تحديات الاتصال	Count	5	7	12
		% within 5. ما هي التحديات الرئيسية التي تواجه النشاط الجموعي في الواقع الميداني؟	41.7%	58.3%	100.0%
	تغيرات السياسات الحكومية	Count	3	6	9
		% within 5. ما هي التحديات الرئيسية التي تواجه النشاط الجموعي في الواقع الميداني؟	33.3%	66.7%	100.0%
	Total	Count	25	25	50
		% within 5. ما هي التحديات الرئيسية التي تواجه النشاط الجموعي في الواقع الميداني؟	50.0%	50.0%	100.0%

كيف تقيم فعالية النشاط الجموعي في تحقيق أهدافه المجتمعية؟ 18 * ما هي المقترحات لتحسين تفاعل الجمهور مع المحتوى الجموعي الرقمي؟ Crosstabulation

		18. ما هي المقترحات لتحسين تفاعل الجمهور مع المحتوى الجموعي الرقمي؟			Total	
		تحسين جودة المحتوى	التفاعل المباشر مع الجمهور	استخدام المؤثرين		
كيف تقيم فعالية النشاط الجموعي في تحقيق أهدافه المجتمعية؟	غير فعال	Count	6	0	0	6
		% within 5. كيف تقيم فعالية النشاط الجموعي في تحقيق أهدافه المجتمعية؟	100.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	فعال	Count	19	8	9	36
		% within 5. كيف تقيم فعالية النشاط الجموعي في تحقيق أهدافه المجتمعية؟	52.8%	22.2%	25.0%	100.0%
	فعال جدًا	Count	0	3	5	8
		% within 5. كيف تقيم فعالية النشاط الجموعي في تحقيق أهدافه المجتمعية؟	0.0%	37.5%	62.5%	100.0%
Total	Count	25	11	14	50	
	% within 5. كيف تقيم فعالية النشاط الجموعي في تحقيق أهدافه المجتمعية؟	50.0%	22.0%	28.0%	100.0%	

قائمة الملاحق

الفرضية الثانية:

7. ما هي الآليات التي تستخدمها جمع الأعضاء؟* 25. ما هي الخدمات التي تنتظرها من الجمعيات الأخرى أو الهيئات الداعمة؟ Crosstabulation						
		25. ما هي الخدمات التي تنتظرها من الجمعيات الأخرى أو الهيئات الداعمة؟			Total	
		تبادل الخبرات	دعم تقني	دعم مالي		
7. ما هي الآليات التي تستخدمها جمعيتك لجمع الأعضاء؟	الدعاية في الأماكن العمومية	Count	6	5	5	16
		% within 7. ما هي الآليات التي تستخدمها جمعيتك لجمع الأعضاء؟	37.5%	31.3%	31.3%	100.0%
	التواصل المباشر	Count	3	10	4	17
		% within 7. ما هي الآليات التي تستخدمها جمعيتك لجمع الأعضاء؟	17.6%	58.8%	23.5%	100.0%
	الحملات الميدانية	Count	8	2	7	17
		% within 7. ما هي الآليات التي تستخدمها جمعيتك لجمع الأعضاء؟	47.1%	11.8%	41.2%	100.0%
Total		Count	17	17	16	50
		% within 7. ما هي الآليات التي تستخدمها جمعيتك لجمع الأعضاء؟	34.0%	34.0%	32.0%	100.0%

6. كيف تقيم مستوى الوعي المجتمعي بأهمية العمل الجماعي؟* 24. ما هي الآلية التي تراها مناسبة لجمع التبرعات عبر المنصات؟ Crosstabulation						
		24. ما هي الآلية التي تراها مناسبة لجمع التبرعات عبر المنصات؟			Total	
		برامج التحليل	منصات إدارة المحتوى	أدوات تحرير الفيديوهات		
6. كيف تقيم مستوى الوعي المجتمعي بأهمية العمل الجماعي؟	ضعيف	Count	6	0	0	6
		% within 6. كيف تقيم مستوى الوعي المجتمعي بأهمية العمل الجماعي؟	100.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	متوسط	Count	8	15	2	25
		% within 6. كيف تقيم مستوى الوعي المجتمعي بأهمية العمل الجماعي؟	32.0%	60.0%	8.0%	100.0%
	جيد	Count	3	3	13	19
		% within 6. كيف تقيم مستوى الوعي المجتمعي بأهمية العمل الجماعي؟	15.8%	15.8%	68.4%	100.0%
Total		Count	17	18	15	50
		% within 6. كيف تقيم مستوى الوعي المجتمعي بأهمية العمل الجماعي؟	34.0%	36.0%	30.0%	100.0%

قائمة الملاحق

الخبرة.6 * كيف تقيّم مستوى الوعي المجتمعي بأهمية العمل الجماعي؟ Crosstabulation						
		6. كيف تقيّم مستوى الوعي المجتمعي بأهمية العمل الجماعي؟			Total	
		ضعيف	متوسط	جيد		
الخبرة	أقل من 3 سنوات	Count	5	16	3	24
		% within الخبرة	20.8%	66.7%	12.5%	100.0%
	من 3-6 سنوات	Count	1	8	8	17
		% within الخبرة	5.9%	47.1%	47.1%	100.0%
	من 7 – 10 سنوات	Count	0	1	8	9
		% within الخبرة	0.0%	11.1%	88.9%	100.0%
Total		Count	6	25	19	50
		% within الخبرة	12.0%	50.0%	38.0%	100.0%

السكن.4 * ما هي المصادر الرئيسية التي تعتمد عليها جمعيتك للتمويل؟ Crosstabulation							
		4. ما هي المصادر الرئيسية التي تعتمد عليها جمعيتك للتمويل؟				Total	
		التبرعات	الشراكات مع الجمعيات الأخرى	الدعم الحكومي	الأنشطة المدرة للدخل		
السكن	ريف	Count	1	3	1	2	7
		% within السكن	14.3%	42.9%	14.3%	28.6%	100.0%
	حضري	Count	6	3	2	1	12
		% within السكن	50.0%	25.0%	16.7%	8.3%	100.0%
	مدينة	Count	7	2	10	12	31
		% within السكن	22.6%	6.5%	32.3%	38.7%	100.0%
Total		Count	14	8	13	15	50
		% within السكن	28.0%	16.0%	26.0%	30.0%	100.0%

السكن.7 * ما هي الآليات التي تستخدمها جمعيتك لجمع الأعضاء؟ Crosstabulation						
		7. ما هي الآليات التي تستخدمها جمعيتك لجمع الأعضاء؟			Total	
		الدعاية في الأماكن العمومية	التواصل المباشر	الحملات الميدانية		
السكن	ريف	Count	4	1	2	7
		% within السكن	57.1%	14.3%	28.6%	100.0%
	حضري	Count	4	2	6	12
		% within السكن	33.3%	16.7%	50.0%	100.0%
	مدينة	Count	8	14	9	31
		% within السكن	25.8%	45.2%	29.0%	100.0%
Total		Count	16	17	17	50
		% within السكن	32.0%	34.0%	34.0%	100.0%